

**Kazimierz Banasiewicz**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

## **PONADLOKALNE I PONADREGIONALNE PRZEJAWY ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA**

### **1. Wstęp**

„W świecie, gdzie kapitał nie ma stałej siedziby, a przepływ finansów pozostaje w dużej mierze poza kontrolą rządów poszczególnych państw, wiele mechanizmów polityki gospodarczej przestaje działać”<sup>1</sup> – to zdanie, cytowane przez piewę postmodernizmu, Z. Baumana, jest odważnie postawioną tezą, z którą zapewne niejeden ekonomista się nie zgodzi. Przytoczenie tego cytatu jest jednak punktem wyjścia dla prezentowanych poglądów z tego powodu, że niewątpliwie żyjemy w świecie coraz silniej oddziaływających tendencji rozżewu między interesami lokalnych społeczności, organizujących się wokół zdarzeń i zjawisk obserwowanych w najbliższym otoczeniu: gminie, mieście, powiecie czy regionie, a interesami podmiotów zainteresowanych posiadaniem wpływu na społeczności znacznie szersze terytorialnie. Częstoym przykładem tak rozumianej dychotomii jest ostra, czasami bezpardonowa walka osób zamieszkujących jednorodne i chronione ze względu na walory przyrodnicze środowisko z grupą, która, mając na względzie interesy większej grupy, chce to środowisko zmienić (bywa też tak, że chroniący obszar objęty ochroną ekolodzy stanowią grupę zewnętrzną, przeciwko której występują mieszkańcy konkretnego obszaru, broniąc interesów swoich, a zarazem interesów znacznie większej grupy). Mechanizm występowania konfliktu między działalnością na rzecz społeczności lokalnej a działalnością na rzecz osób nie utożsamianych z konkretnym miejscem w czasoprzestrzeni jest podobny: walka o „swoje” terytorium, o zagwarantowanie „swojego” spokoju jest nam z natury bliższa niż walka o interesy „obcych”.

---

<sup>1</sup> V. Cable, *The World's New Fissures: Identities in Crisis*, Demos, London 1996, s. 20, 22; za: Z. Bauman, *Globalizacja*, PIW, Warszawa 2000, s. 68.

## 2. Ponadlokalnie – ponadregionalnie

W lutym 2007 r. „Gazeta Wyborcza” opublikowała wyniki sondażu przeprowadzonego przez PBS DGA na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie 6332 Polaków, pokazujące, że odczuwanie inności typologicznej mieszkańców 21 największych polskich miast jest powszechne. Oto fragment komentarza redakcji: „wize-runek warszawian poza stolicą jest jeszcze gorszy. Tylko nieliczni mieszkańcy innych miast pożyczyliby im pieniądze albo poszli z nimi na piwo. Stolica – mimo wielu atutów – nie jest przyjaznym miejscem. Blisko jedna czwarta mieszkańców chce stąd uciekać, jeśli tylko nadarzyłaby się okazja! Podobnie myśli 26 proc. sfrustrowanych katowiczian (uważają się nawet za brzydszych niż mieszkańcy innych miast!) i 27 proc. łodzian”<sup>2</sup>. Prawdą jest, że sondaż dotyczy mieszkańców wielkich miast, a nie społeczności lokalnych, jednak wydaje się, że konstrukcja pytań sondażowych, odnosząc się bezpośrednio do odczuć emocjonalnych badanych, wskazuje najgłębiej tkwiące przekonania związane z byciem członkiem lokalnej społeczności.

Referat, mając za swój cel wskazanie dwuwarstwowości przejawów odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa, zasadza się na rozumieniu terminu „region” w znaczeniu, jakie nadaje mu pojęcie Europy Regionów: włączenie trzeciego szczebla władzy w proces integracji europejskiej i w europejskie struktury decyzyjne pokazuje, że będący wciąż *in statu nascendi* organizm Unii Europejskiej scalany jest przez uświadomienie obywatelom UE wagi, jaka jest przywiązana do społeczności lokalnych, tożsamych tu z pojęciem „regionalnych”, takim, jak jest wyrażany w Komitecie Regionów, z którego 222 członkami – przedstawicielami samorządów lokalnych i regionalnych UE – Rada UE i Komisja Europejska konsultują się w zakresie przedsięwzięć właśnie regionalnych. Przedsiębiorstwa ponadlokalne są dla autora pracy przedsiębiorstwami obejmującymi swym zasięgiem obszar wpływów nie większy niż region w rozumieniu UE (często mniejszy); przedsiębiorstwa działające na rynku europejskim bądź światowym są dla autora przedsiębiorstwami ponadregionalnymi. Przeprowadzenie linii demarkacyjnej pomiędzy przedsiębiorstwami na podstawie rynku, na jakim operują, jest trudne, często bardzo problematyczne; przyjmując zakładany podział, w sposób ostry rozgraniczamy przedsiębiorstwa, ich otoczenie i w konsekwencji ich odpowiedzialność, co daje ostrzejsze pole badawcze, choć – czego autor jest świadom – może być kontestowane.

Podział przedsiębiorstw na ponadlokalne i ponadregionalne powoduje konieczność ich dookreślenia. W związku z osnową pracy, odnoszącą się do odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa i jej różnych przejawów, po wykonaniu kwerendy internetowej należy stwierdzić, że przedsiębiorstwami, które najszybciej dadzą się w pełni umiejscowić w kategorii przedsiębiorstw ponadlokalnych, są

---

<sup>2</sup> Cytat za internetowym wydaniem GW: <http://www.gazetawyborcza.pl/1,78490,3945840.html>.

spółki komunalne. W polskim porządku prawnym pojęcie spółek komunalnych nie jest sklasyfikowane jako pojęcie samoistne: tzw. spółki komunalne to – zgodnie z rozdziałem 3 ustawy o gospodarce komunalnej<sup>3</sup> – spółki z udziałem jednostek samorządu terytorialnego, podlegające w materii formalnoprawnej regulacjom kodeksu spółek handlowych, najczęściej występujące w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością.

W celu wyostrenia obrazu założono tu, że za przedsiębiorstwa ponadregionalne uznane zostaną spółki notowane na giełdach papierów wartościowych (w skrócie GPW) z powodu założenia, iż praktycznie wszystkie prowadzą działalność ponadlokalną (niekoniecznie wykraczając poza terytorium państwa), a ich formą organizacyjno-prawną jest spółka akcyjna.

Przeprowadzona dywersyfikacja ma na celu jasne wskazanie, iż różnie działające podmioty mają różne sposoby komunikacji z otoczeniem: spółka z o.o., której jedynym lub głównym udziałowcem jest jednostka samorządu terytorialnego, zajmująca się gospodarką mieszkaniową, transportem czy porządkowaniem przestrzeni, kreuje swój wizerunek dla konkretnych odbiorców, zamieszkujących ściśle określony teren. Spółka akcyjna, notowana na GPW, jest zmuszona do docierania z przekazem skierowanym do nie zawsze znacznie większej niż lokalna, ale bardziej zróżnicowanej grupy interesariuszy oraz – co najważniejsze – do grupy, która nie jest związana w żadnym punkcie wspólnym postrzeganiem, wspólnymi celami czy wspólnymi potrzebami. Z konieczności przekaz kierowany przez przedsiębiorstwo ponadregionalne musi się składać z elementów uniwersalizujących przedmiot przekazu, w przeciwieństwie do przedsiębiorstw ponadlokalnych, które właśnie skupiają się na tym, co bliskie, wspólne i jednostkowe dla określonego zbioru interesariuszy, umiejscowionych w konkretnym punkcie uniwersum.

Opublikowany 26 marca br. raport *Odpowiedzialny biznes w Polsce* zawiera interesujące spostrzeżenia dotyczące małych i średnich przedsiębiorstw; choć niniejsza praca pozostawia tematykę MŚP poza obszarem zainteresowania, wnioski z próby wdrażania odpowiedzialnych działań w MŚP mogą równie dobrze odnosić się do spółek komunalnych: „wyzwaniem dla przedsiębiorców jest komunikowanie o swoim zaangażowaniu społecznym oraz otwarte mówienie, że prowadzą swój biznes zgodnie z wartościami takimi, jak uczciwość czy moralność. W polskiej rzeczywistości przyznanie się do tego jest wstydlive”<sup>4</sup>. Podobnie jest z przedsiębiorstwami ponadlokalnymi, za których przedstawiciele uznano tu spółki komunalne: opisywanie działań związanych z uświadomioną odpowiedzialnością społeczną zdarza się stosunkowo rzadko.

---

<sup>3</sup> DzU 97.9.43.

<sup>4</sup> R. Świerczyńska, *Czy polskie MŚP są gotowe na wdrażanie odpowiedzialnych działań?*, [w]: *Raport: Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2007, s. 15.

Zrealizowana przez autora kwerenda internetowa objęła 20 przedsiębiorstw ponadlokalnych zorganizowanych w formie tzw. spółki komunalnej (w każdym przypadku była to spółka z ograniczoną odpowiedzialnością). 10 z nich to przedsiębiorstwa, których udziałowcami są samorządy powiatów, w 10 udziałowcami są samorządy dużych miast. W obu grupach proporcja zasobu informacyjnego dotyczącego odpowiedzialności społecznej była podobna: 5 z pierwszej i 5 z drugiej grupy udostępniało informacje o odpowiedzialności społecznej na swojej stronie internetowej. Charakterystyka informacji wskazuje jednak, że przedsiębiorstwa z dużych miast znacznie częściej opisują swoje działania ze świadomością tego, czym jest odpowiedzialność społeczna.

W przedsiębiorstwach utworzonych przez powiaty odpowiedzialność jest charakteryzowana przez informacje dotyczące:

- informacji o regulacjach prawnych, dotyczących działalności przedsiębiorstwa,
- konkursów, plebiscytów, udziału w akcjach charytatywnych,
- ostrzeżeń przed zjawiskami patologicznymi, zdarzającymi się w danym rejonie,
- informacji o przyznanych certyfikatach, nagrodach itp.

Inaczej jest z przedsiębiorstwami ponadlokalnymi, które funkcjonują jako spółki komunalne z głównym (często jedynym) udziałowcem, jakim jest samorząd wielkiego miasta; informacje dotyczące odpowiedzialności społecznej dotyczą:

- animacji aktywności lokalnych stowarzyszeń,
- współpracy z instytucjami kultury,
- zwiększania poziomu bezpieczeństwa (zarówno w przedsiębiorstwie, jak i w otoczeniu),
- poszanowania norm ochrony środowiska.

Wnioski z przeprowadzonej kwerendy są podobne do tych, jakie wyciągnięto w odniesieniu do obserwacji funkcjonowania odpowiedzialności społecznej w MŚP: wciąż zbyt mało jest poważnej refleksji nad odpowiedzialnością społeczną przedsiębiorstw działających na rynku lokalnym czy ponadlokalnym; brakuje narzędzi, które mogą stanowić element pomocniczy w stosowaniu reguł odpowiedzialności społecznej, takich jak skodyfikowane zasady jej realizacji. Podnoszony wielokrotnie w literaturze przedmiotu postulat wskazywania na tych przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces przez promowanie idei odpowiedzialności społecznej w celu zwiększenia zainteresowania tematyką, wciąż nie znalazł odpowiednio silnego potwierdzenia w praktyce.

### **3. Ochrona środowiska i kodeksy dobrych praktyk – przykłady realizacji idei społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa**

Najsilniej podnoszonym aspektem odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw ponadlokalnych jest ochrona środowiska – temat nośny, jasny, oczywisty; jednak musimy pamiętać, że znacznie łatwiej zdać sobie sprawę z konieczności

zaistnienia zjawiska wówczas, gdy jest ono opisane, scharakteryzowane i skodyfikowane. Tak jest w tym przypadku.

Certyfikat zgodności z normą ISO 14001 – systemy zarządzania środowiskowego – ma w Polsce 555 przedsiębiorstw, podczas gdy w Wielkiej Brytanii 5500, a w Niemczech i Hiszpanii – ponad 5000. „Biorąc [...] pod uwagę korzyści wdrażania systemów zarządzania środowiskowego, przedsiębiorstwa w Polsce oczekiwały głównie zapewnienia przestrzegania przepisów prawnych, zmniejszenia ryzyka awarii oraz występowania sytuacji niebezpiecznych, a także efektywniejszego zarządzania i racjonalnej gospodarki odpadowej”<sup>5</sup>. Wnioski wyciągnięte przez autorki badające 10 polskich przedsiębiorstw posiadających certyfikat ISO 14001 nie są zbyt optymistyczne, jednak należy pamiętać o tym wymiarze odpowiedzialności, który plasuje się wewnątrz firmy: świadomość konieczności przestrzegania prawa, oprócz poczytalności i wolności, to główny czynnik warunkujący odpowiedzialność jako taką. Oczywiście jest, że odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa, przejawiająca się w działaniach nakierowanych na poprawę komfortu pracownika (wewnątrz przedsiębiorstwa) jest pierwszym krokiem w stronę urzeczywistnienia pełni odpowiedzialności, także w odniesieniu do otoczenia bliższego i dalszego przedsiębiorstwa. W tym przypadku rozpoczynanie procesu wewnątrz organizacji jest w pełni zasadne: jeśli norma ISO 14001 została wprowadzona w firmie po to, aby zminimalizować możliwość wystąpienia sytuacji niebezpiecznych, to weźmy to za dobrą monetę – firma dba o pracownika, nie tylko o środki produkcji czy materiał.

„Zaczęliśmy od siebie. Dobre praktyki będą jednak górą na rynku dopiero wtedy, gdy zasadność ich stosowania uzna za konieczne przynajmniej większość uczestników fascynującej gry rynkowej”<sup>6</sup> – ta wypowiedź dyrektora ds. investment communications Pioneer PeKaO Investment Management SA nie nastraja zbyt optymistycznie do drugiej płaszczyzny odpowiedzialności społecznej. Przedsiębiorstwa operujące na rynku ponadregionalnym, jak wcześniej zauważono, mają przed sobą zadanie o innej skali trudności niż przykładowe spółki komunalne: dotarcie z informacją o swoich działaniach do odbiorców jest trudniejsze, ponieważ są oni nieskonsolidowani. Spółki giełdowe wyrażają zasady odpowiedzialności społecznej w swoich kodeksach, określanymi mianem „dobrych praktyk”, z założenia; opinie jednak co do praktykowania owych „dobrych praktyk” są różne. „[...] chciałbym odejść od takiej formuły, gdzie giełda jest jedynie depozytariuszem dobrych praktyk, wprowadza je do swojego regulaminu i żąda złożenia oświadczeń przez spółki – na rzecz formuły zakładającej większą odpowie-

---

<sup>5</sup> J. Adamczyk, K. Brondzel-Skowera, *Przesłanki i korzyści wdrażania systemów zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach*, „Przegląd Organizacji” 2007 nr 1, s. 19.

<sup>6</sup> Ł. Kwiecień, wypowiedź w: „Przegląd Corporate Governance. Biuletyn Polskiego Instytutu Dyrektorów” 2006 nr 4 (8), s. 79.

działność giełdy za sam proces kształtowania zasad dobrych praktyk<sup>7</sup> – to zdanie prezesa zarządu GPW w Warszawie jasno wskazuje, że nie sam zestaw cnót czy wskazań postępowania jest ważny, ale ważny jest proces ich ustalania; dodajmy – realizowania.

Wśród wielu przejawów odpowiedzialności społecznej spółek akcyjnych notowanych na giełdzie sam kodeks bywa często regulacją odnoszącą się do relacji wewnątrz firmy lub do bezpośredniego kontaktu z interesariuszami. O kodeksach dobrych praktyk napisano już wiele, jednak wciąż pozostaje nie rozstrzygnięty problem, czy

- kodeks ma być zamknięty, określający sposób postępowania w każdym przypadku, czy
- kodeks ma być otwarty, wskazujący cechy, jakimi mają się charakteryzować przedsiębiorstwo i jego pracownicy.

Kierowany obecnie<sup>8</sup> do konsultacji społecznych projekt kodeksu pn. *Dobre praktyki spółek notowanych na GPW* zawiera w preambule następujący zapis: „dobre praktyki, jako zbiór zasad ładu korporacyjnego oraz zasad określających normy kształtowania relacji przedsiębiorstw giełdowych z ich otoczeniem rynkowym, mogą być ważnym elementem wzmacniającym konkurencyjność rynku, mogą być też nośnikiem innowacyjnego podejścia do rynku kapitałowego, a przez to budować jego atrakcyjność w wymiarze międzynarodowym”<sup>9</sup>. Zapis ten jasno wskazuje, iż kodeks w zamyśle autorów ma stać się czynnikiem wzmacniającym pozycję na rynku, a zatem elementem mającym wpływ na działalność firmy. Dokument został podzielony na trzy części:

- 1) rekomendacje dotyczące dobrych praktyk spółek giełdowych,
- 2) dobre praktyki realizowane przez zarządy spółek giełdowych,
- 3) dobre praktyki stosowane przez członków rad nadzorczych i akcjonariuszy.

O ile pierwsza część zawiera normy postępowania w znaczeniu szerokim, tj. normy uniwersalne, takie jak „spółka powinna zapewnić efektywny dostęp do informacji niezbędnych do oceny sytuacji i perspektyw spółki oraz sposobu jej funkcjonowania i rozwiązań w zakresie nadzoru korporacyjnego”, o tyle dwie pozostałe zawierają regulacje dotyczące szczegółowych zasad postępowania w odniesieniu do zarządu, członków rad nadzorczych i akcjonariuszy spółek, zatem z punktu widzenia zakresu kodeksu łączy on zasady kodeksu otwartego i zamkniętego. Zwraca uwagę użycie w preambule zwrotu: „ładu korporacyjnego”. Owo nie do końca ustalone terminologicznie pojęcie, często stosowane w odniesieniu do dużych przedsiębiorstw, jest ściśle powiązane z formalizacją dobrych praktyk:

<sup>7</sup> *Spółka musi mieć szacunek dla rynku*. Rozmowa z Ludwikiem Sobolewskim, Prezesem Zarządu GPW w Warszawie, „Przegląd Corporate Governance. Biuletyn Polskiego Instytutu Dyrektorów” 2006 nr 4 (8), s. 5.

<sup>8</sup> Artykuł pisany jest w marcu 2007 r.

<sup>9</sup> *Dobre praktyki spółek giełdowych notowanych na GPW*, <http://www.gpw.com.pl/gpw.asp?cel=spolki giełdowe&k=6&i=/corporate/nowe>.

„uwazam, iż pewien »kodeks« ładu korporacyjnego, narzucający konieczności w zakresie zarządzania, jest niezbędny”<sup>10</sup>. The International Corporate Governance Network jest organizacją zrzeszającą od 1995 r. międzynarodowych inwestorów instytucjonalnych i kształtującą zasady dobrego nadzoru korporacyjnego, wśród których znajdują się przejrzystość i polityka ujawniania informacji istotnych dla akcjonariuszy. Niewątpliwie transparentność jest kategorią związaną z odpowiedzialnością społeczną, podobnie jak związana z nią jest komunikacja przedsiębiorstwa z interesariuszami. Odkrywamy tu jednak wysublimowany, najmniej namacalny powszechnie aspekt interesującego nas zjawiska, zawierający się praktycznie w wymiarze *stricte* etycznym: prawdomówność, jedna z trzech głównych cnót Europy klasycznej, to anachroniczny odpowiednik transparentności, jawności, przejrzystości. Odnajdujemy zatem w przedsiębiorstwach ponadregionalnych ten aspekt odpowiedzialności społecznej, którego z trudem szukaliśmy w przedsiębiorstwach ponadlokalnych: etykę, z całą jej złożonością.

Jednak poza kodeksami dobrych praktyk, poza *corporate governance* i przejawami odpowiedzialności społecznej spółek notowanych na giełdzie są działania bardziej wymierne, choć o zupełnie innej skali i innych metodach niż w przypadku spółek komunalnych. Przytoczony wcześniej raport o stanie odpowiedzialnego biznesu w Polsce zawiera wskazania przedsiębiorstw, również tych, które określiliśmy jako ponadregionalne z dookreśleniem „giełdowe”, które realizują swoją wizję odpowiedzialności wobec interesariuszy m.in. przez:

- ułatwienie klientom wspierania akcji współorganizowanych z takimi organizacjami, jak UNICEF – Orbis, akcja „Szkoły dla Afryki”,
- propagowanie akcji mających na celu zwiększenie bezpieczeństwa publicznego – emisja cyklu „Eksperyment życie” (PKN Orlen),
- program „Rzeczpospolita internetowa” – informatyzacja 5000 szkół w gminach wiejskich (TP SA),
- promocję współpracy przemysłu z nauką – umowy o współpracę z wyższymi uczelniami politechnicznymi (Aparator).

#### **4. Różnorodność przejawów społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa**

Przykładów podobnych działań można oczywiście podać więcej: wskazanie na wieloaspektowość działań nakierowanych na tworzenie wizerunku organizacji odpowiedzialnej wobec otoczenia ma pokazać, jak różne są formy ekspresji odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa. Należy zwrócić uwagę na to, że przykłady działań wskazane na przykładach spółek giełdowych znacznie różnią się zakresem i tematyką od działań spółek komunalnych. W zasadzie nie ma w tym na pierwszy rzut oka nic zastanawiającego, jednak po głębszych przemyśleniach

<sup>10</sup> *Spółka musi...*, s. 5.

należy zadać pytanie: jaka jest zasadnicza różnica, poza obszarem operacyjnym przedsiębiorstwa, która determinuje rozwarstwienie przejawów odpowiedzialności społecznej w obu wskazanych przypadkach?

Celowe byłoby wskazanie, że takim elementem różnicującym jest forma organizacyjna i prawna przedsiębiorstwa. Tak postawiona teza daje się jednak obronić jedynie po przyjęciu poczynionych na wstępie rozróżnień, które mają wyostrzyć pole badawcze, ale nie mogą kreować rzeczywistości. Forma organizacyjna i prawna przedsiębiorstwa nie jest czynnikiem mającym bezpośredni wpływ na przejawy odpowiedzialności społecznej, choć niewątpliwie ma ona bezpośredni wpływ na odpowiedzialność podmiotu wobec prawa. W spółkach komunalnych aspekt działania w ramach powszechnie obowiązującego prawodawstwa jest praktycznie pomijany jako oczywisty: jedyny lub większościowy udziałowiec, jakim jest jednostka samorządu terytorialnego, odpowiada wobec prawa niejako sam przez się. Inaczej jest ze spółkami akcyjnymi: kodeksy dobrych praktyk są szczególnie wyczułone w tych punktach, które odnoszą się do regulacji związanych z poszanowaniem porządku prawnego.

Podobnie jest w przypadku odpowiedzialności wobec środowiska: spółki komunalne przede wszystkim nastawiają się na poszanowanie odpowiednich norm, określonych aktem prawnym, spółki giełdowe podkreślają posiadanie certyfikatu ISO 14001.

Pracownicy przedsiębiorstw, jako sfera wewnętrzna przedsiębiorstwa, są w centrum zainteresowania przedsiębiorstw zarówno ponadregionalnych, jak i ponadlokalnych, różnie wyrażanego: dla spółek akcyjnych notowanych na giełdzie działania na rzecz pracowników to rozwój, edukacja, podnoszenie kwalifikacji, dla przedsiębiorstw komunalnych – znacznie częściej przejawy opieki socjalnej.

Jak się wydaje, mimo że forma organizacyjna i prawna nie jest sama w sobie cechą konstytutywną odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa, w pewnej mierze warunkuje jej funkcjonowanie; warunkowaniem tym jest struktura właścicielska. Spółki komunalne nie mają obowiązku formułowania swoich kodeksów dobrych praktyk, nie wchodzą w relacje z szeroko rozumianym „społeczeństwem”, skupiając się na społecznościach lokalnych, w dużej mierze są monopolistami lub posiadają przewagę na rynku ponadlokalnym. Takie ich usytuowanie sprawia, że chętnie wskazują na konkretne działania, zapominając o regulacjach szerszych. Spółki giełdowe nie dość, że są zobowiązane do tworzenia kodeksów dobrych praktyk, to jeszcze – wysyłając przekaz o samych sobie – komunikują się z otoczeniem, w którym nie ma jednorodnych więzi społecznych, co znacznie utrudnia wypracowanie skutecznych metod ogłaszania swojej wizji odpowiedzialności wobec społeczeństwa.

Teza o dwuwarstwowości odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa, zależnej od obszaru działania przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem struktury właścicielskiej i przyjęciem ograniczenia obserwacji do ściśle określonych podmiotów wydaje się uzasadniona. W odniesieniu do przedsiębiorstw ponadlokalnych, odpo-

wiedzialność społeczna ukierunkowana jest na problematykę lokalną, obejmując swym zasięgiem interesariuszy z otoczenia bliższego przedsiębiorstwa, szczególnie w wymiarze ekologicznym; w odniesieniu do przedsiębiorstw ponadregionalnych odpowiedzialność społeczna przejawia się w warstwie pojęć ogólnych, szczególnie o wymiarze etycznym. W obu warstwach występuje wspólny im zakres odpowiedzialności społecznej, związany szczególnie z pracownikami przedsiębiorstwa (wymiar socjalny).

Stwierdzenie, iż ekonomia jest nauką zajmującą się problematyką aksjologiczną, jest tautologią, podobnie jak takie samo twierdzenie o etyce. W niewielu pracach zwraca się uwagę na tę szczególną więź, jaka łączy obie dziedziny nauki: teorię wartości. Jak się okazuje, wartości uznawane i przyjmowane przez ekonomię nie są inne niż wartości uznawane i przyjmowane przez etykę, odnoszą się tylko do innych zjawisk: gospodarczych i moralnych. Rolą odpowiedzialności społecznej, zawsze związanej z przyjętą aksjologią, jest bycie czynnikiem tworzącym i podtrzymującym więź między interesariuszami przedsiębiorstwa, zarówno ekonomiczną, jak i moralną. Jeśli uświadomienie tego przedsiębiorcom będzie skuteczne, istnieje wiele przesłanek do uznania odpowiedzialności społecznej za jedno z narzędzi zarządzania; po części zresztą tak jest: pojęcie ładu korporacyjnego (*corporate governance*) nie odnosi się jedynie do systemu, przez który firmy są kierowane i sterowane, jak chce Sir A. Cadbury, ale – co wskazano uprzednio – odnosi się również bezpośrednio do zasad przejrzystości, jawności, transparentności, czyli do norm wprost etycznych. Zarządzanie środowiskowe to inna forma odpowiedzialności za stan otoczenia, w którym żyjemy, i tu posiadanie certyfikatu ISO 14001 czy po prostu realizacja zapisów polskiego prawa są przejawami odpowiedzialności społecznej.

Teoria wartości stanowi zatem punkt wyjścia, kształtujący świadomość możliwości tkwiących w wykorzystywaniu tak nieprzystającej do zawołania o maksymalizacji zysku koncepcji, jak odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa. Aksjologia, jak każda nauka teoretyczna, zasadza się na pojęciach ogólnych; na nich zasadza się także zainaugurowany w Polsce w 2001 r. Global Compact – inicjatywa Kofiego Annana, ówczesnego Sekretarza Generalnego ONZ. Dziewięć zasad GC to zasady odnoszące się przede wszystkim do praw człowieka, standardów pracy i do środowiska naturalnego. Z zasad ogólnych można wywieść regulacje odnoszące się do konkretnych rzeczy lub zjawisk, dlatego niewątpliwie istotnym czynnikiem jest przejawianie się odpowiedzialności społecznej w kodeksach dobrych praktyk. Nie znaczy to jednak, że praktyki firm ponadlokalnych, realizujących konkretne, proste działania, bez uzasadniania ich regułami ogólnymi, są mniej ważne.

## 5. Postulaty tworzenia systemu odpowiedzialności społecznej

W każdym systemie normatywnym najważniejsze jest ustalenie podstaw: aksjomatów systemu, relacji i zbiorów. Jeśli odpowiedzialność społeczna ma być

systemem normatywnym, wskazującym, jak postępować, by podejmowane działania były skuteczne ekonomicznie i odpowiedzialne wobec interesariuszy, niewątpliwie słuszne jest formułowanie zasad ogólnych w kodeksach dobrych praktyk. Celem niniejszej pracy miało być wskazanie dwuwarstwowości odpowiedzialności społecznej i – jak się wydaje – cel ten osiągnięto przez wskazanie różnych dróg dochodzenia do przejawów odpowiedzialności:

- konstrukcji systemu, wskazującej postulatory ogólne, z których wynikają wnioski przekładane na działania praktyczne (przedsiębiorstwa ponadregionalne, tu: przedsiębiorstwa działające w formie spółki akcyjnej, notowanej na GPW);
- działań nieskoordynowanych refleksją aksjologiczną (teoretyczną), skutkującą aktywnością w środowisku lokalnym (przedsiębiorstwa ponadlokalne, tu: spółki komunalne, prowadzone przeważnie w formie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością z przewagą właścicielską jednostek samorządu terytorialnego).

Owa dwuwarstwowość, jak starano się pokazać, skutkuje różną skalą i różnym przedmiotem działań; nie jest jednak tak, że należy deprecjonować przejawy odpowiedzialności społecznej działalności przedsiębiorstw ponadlokalnych dlatego, że nie mają podstaw teoretycznych, należy te działania doceniać (a właściwie: sam fakt ich podejmowania). Jednak, jak słusznie zauważają teoretycy etyki biznesu, „każda firma, każde stowarzyszenie gospodarcze w Polsce mogące pochwalić się jakimkolwiek dokumentem etycznym stanowi ważny ośrodek, wokół którego może »zawiązać się kula śniegowa« pociągająca za sobą inne stowarzyszenia i firmy”<sup>11</sup>.

System rozumiany jako spójna całość tez, twierdzeń, a przede wszystkim założeń nie musi być konstruowany świadomie; jednak w oczywisty sposób doskonałszy jest system mający swoje trwałe, logiczne uwarunkowania – aksjomaty (organizacje ponadregionalne). Jeśli przyjmiemy, że dokument etyczny, regulujący interakcje podmiotów – ludzi czy społeczności – jest podstawowym aksjomatem systemu odpowiedzialności społecznej, w zbyt dużym stopniu zawężymy samo pojęcie systemu. Postulując tworzenie dokumentów, które mają stanowić podstawową warstwę odpowiedzialności społecznej organizacji (przedsiębiorstw, firm), nie należy deprecjonować obserwowalnych działań nieuświadomionych, a skutecznych, przejawiających się w praktyce życia codziennego (organizacje ponadlokalne).

## Literatura

Adamczyk J., Brondzel-Skowera K., *Przestanki i korzyści wdrażania systemów zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwach*, „Przegląd Organizacji” 2007 nr 1.

<sup>11</sup> W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, B. Rok, G. Szulczewski, *Rola i znaczenie programów i kodeksów etycznych*, [w:] *Etyka biznesu w zastosowaniach praktycznych: inicjatywy, programy, kodeksy*, CEB IFiS PAN & Wpisz oraz BSK ONZ w Polsce, Warszawa 2002, s. 23-24.

- Bauman Z., *Globalizacja*, PIW, Warszawa 2000.
- Cable V., *The World's New Fissures: Identities in Crisis*, Demos, London 1996.
- Gasparski W., Lewicka-Strzałecka A., Rok B., Szulczewski G., *Rola i znaczenie programów i kodeksów etycznych*, [w:] *Etyka biznesu w zastosowaniach praktycznych: inicjatywy, programy, kodeksy*, CEB IFiS PAN & Wpisz oraz BSK ONZ w Polsce, Warszawa 2002.
- Kwiecień Ł., wypowiedź w: „Przegląd Corporate Governance. Biuletyn Polskiego Instytutu Dyrektorów” 2006 nr 4 (8).
- Spółka musi mieć szacunek dla rynku*. Rozmowa z Ludwikiem Sobolewskim, Prezesem Zarządu GPW w Warszawie, „Przegląd Corporate Governance. Biuletyn Polskiego Instytutu Dyrektorów” 2006 nr 4 (8).
- Świerczyńska R., *Czy polskie MŚP są gotowe na wdrażanie odpowiedzialnych działań?*, [w:] *Raport: Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2007.
- Ustawa z dnia 20 grudnia 1996 r. o gospodarce komunalnej, DzU 97.9.43.

## Źródła internetowe

- Dobre praktyki spółek giełdowych notowanych na GPW*,  
<http://www.gpw.com.pl/gpw.asp?cel=spolki giełdowe&k=6&i=/corporate/nowe>.  
<http://www.gazetawyborcza.pl/1,78490,3945840.html>.

## OVER-LOCAL AND OVER-REGIONAL SIGNS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

### Summary

The goal of this paper is to present two dimensions of the social responsibility of a corporation (enterprise). The division of enterprises into over-local and over-regional used in the paper is connected with the territorial division approved after Poland's accession to the EU. Basing upon case study, the author tried to verify the thesis of two-dimensional social responsibility of an enterprise. In the first dimension this responsibility is focused on local problems of stakeholders, mainly in ecological environment. In the second dimension it is oriented towards the area of more global issues, especially of ethical character. In both dimensions exists the same range of social responsibility connected with employees (social dimension).