

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 378

Zrównoważony rozwój organizacji – aspekty społeczne

Redaktorzy naukowi

Tadeusz Borys

Tomasz Brzozowski

Sabina Zaremba-Warnke



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2015

Redakcja Wydawnicza: Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się

na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja dofinansowana ze środków Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska
i Gospodarki Wodnej we Wrocławiu



**Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska
i Gospodarki Wodnej
we Wrocławiu**

Poglądy autorów i treści zawarte w publikacji

nie zawsze odzwierciedlają stanowisko WFOŚiGW we Wrocławiu

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie

wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2015

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-423-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	9
-------------	---

Część 1. Społeczna odpowiedzialność i zrównoważony rozwój a jakość życia

Jerzy Łańcucki: Poprawa jakości życia jako imperatyw zrównoważonego rozwoju	13
Justyna Maciąg: Zastosowanie koncepcji społecznej odpowiedzialności w tworzeniu sieciowego produktu turystycznego w regionie.....	30
Urszula Markowska-Przybyła: Odpowiedzialność sprzedawców jako wskaźnik kapitału społecznego regionów Polski.....	44
Piotr Rogala: Subiektywna jakość życia a cechy demograficzne badanej społeczności	59
Marian Woźniak: Jakość życia społeczeństwa jako główny cel rozwoju obszarów wiejskich woj. podkarpackiego	68

Część 2. Społeczna odpowiedzialność w przedsiębiorstwie

Marek Bugdol: Problem zaufania w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	79
Beata Domańska-Szaruga: Wybrane aspekty wykluczenia kredytowego w świetle założeń zrównoważonego rozwoju.....	91
Joanna Ejdys, Aleksandra Gulc: Koncepcja społecznej odpowiedzialności narzędziem poprawy innowacyjności przedsiębiorstw sektora MŚP	103
Justyna Górna: Społecznie odpowiedzialna organizacja w nadzorowaniu niezgodności na przykładzie przedsiębiorstw przetwórstwa mięsnego.....	116
Katarzyna Hys: Ocena zadań wewnętrznych realizowanych w ramach koncepcji CSR – wyniki badań naukowych	133
Magdalena Kaźmierczak: CSR a budowanie kapitału społecznego organizacji	146
Agata Lulewicz-Sas: Pomiar i ocena społecznie odpowiedzialnej działalności przedsiębiorstw – wyniki badań.....	158
Adam Płachciak: Znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu we wdrażaniu rozwoju zrównoważonego	168
Barbara Pytko: Model zintegrowanej odpowiedzialności organizacji w warunkach zrównoważonego jej rozwoju	178

Adam Skrzypek: CSR jako element strategii organizacji.....	191
Elżbieta Skrzypek: Społeczna odpowiedzialność – standardy i raportowanie	206
Wiesław Urban: Społeczna odpowiedzialność biznesu wspierana przez system ISO 9001	218
Maria Urbaniec: Raportowanie CSR jako narzędzie doskonalenia działalności biznesowej.....	228
Katarzyna Wróblewska: RESPECT Index jako bodziec do społecznie odpowiedzialnego inwestowania w Polsce.....	243

Część 3. Społeczna odpowiedzialność w organizacjach *non-profit*

Liliana Hawrysz: Rola organizacji sektora publicznego w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności	255
Barbara Kryk, Anetta Zielińska: Dobre praktyki w kontekście odpowiedzialności za realizację polityki równościowej i pobudzania aktywności biznesowej kobiet	264
Elżbieta Krodkiewska-Skoczylas, Grażyna Żarlicka: Społeczna odpowiedzialność nie tylko biznesu.....	277
Krystyna Lisiecka: Społeczna odpowiedzialność w relacjach z interesariuszami w systemie ochrony zdrowia	296
Agnieszka Piasecka: Społeczna odpowiedzialność uczelni w kontekście wewnętrznego zapewnienia jakości.....	309
Janusz Reichel: Doskonalenie partnerstwa organizacji pozarządowych i biznesu. Wstępne wyniki badań	320
Agata Rudnicka: Budowanie relacji z dostawcami w organizacjach trzeciego sektora.....	332
Tadeusz Wawak: Zrównoważony rozwój uniwersytetów w warunkach permanentnej reformy szkolnictwa wyższego.....	340

Summaries

Part 1. Social responsibility and sustainable development vs. quality of life

Jerzy Łańcucki: Quality of life improvement as an imperative of sustainable development.....	29
Justyna Maciąg: The implementation of the CSR in the creation of a tourist network product in a region.....	43
Urszula Markowska-Przybyła: The responsibility of sellers as an index of social capital of Polish regions	58

Piotr Rogala: Subjective quality of life and demographic qualities of the sample community.....	67
Marian Woźniak: Quality of life as the main purpose of rural society development in the Podkarpackie Voivodeship.....	75

Part 2. Social responsibility in an enterprise

Marek Bugdol: The problem of trust in the concept of Corporate Social Responsibility.....	90
Beata Domańska-Szaruga: Selected problems of loan exclusion in the context of assumptions for sustainable development.....	102
Joanna Ejdyś, Aleksandra Gulc: The concept of Corporate Social Responsibility as a tool for improving SMEs innovativeness.....	115
Justyna Górna: The organization of social responsibility in the supervision of nonconforming products on the example of meat company.....	132
Katarzyna Hys: Evaluation of internal tasks carried out in the framework of the CSR concept – results of scientific research.....	145
Magdalena Kaźmierczak: CSR and building of social capital for organization.....	157
Agata Lulewicz-Sas: Measurement and evaluation of socially responsible business activities – research results.....	167
Adam Płachciak: The role of Corporate Social Responsibility for the implementation of sustainable development.....	177
Barbara Pytko: An integrated model of social responsibility of an organization in its sustainable development.....	190
Adam Skrzypek: CSR as a part of organizational strategy.....	205
Elżbieta Skrzypek: Corporate Social Responsibility – standards and reporting.....	217
Wiesław Urban: Corporate Social Responsibility supported by ISO 9001 system.....	227
Maria Urbaniec: CSR reporting as a business improvement tool.....	242
Katarzyna Wróblewska: RESPECT Index as an incentive to socially responsible investing in Poland.....	251

Part 3. Social responsibility in non-profit organizations

Liliana Hawrysz: The role of public sector's organisation in the creation of social responsibility.....	263
Barbara Kryk, Anetta Zielińska: The good practices in the context of responsibility for realization of equality policy and for stimulation of women's business activities.....	276

Elżbieta Krodkiewska-Skoczylas, Grażyna Żarlicka: Social responsibility not only in business	295
Krystyna Lisiecka: Social responsibility in relations with stakeholders in the health care system.....	308
Agnieszka Piasecka: Social responsibility of universities in the context of the internal quality assurance	319
Janusz Reichel: Improving of partnerships between NGOs and enterprises. Initial research results	331
Agata Rudnicka: Building the relationships with suppliers in social economy and nongovernmental organisations	339
Tadeusz Wawak: Sustainable development of universities in terms of permanent higher education reform.....	357

Adam Płachciak

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

e-mail: aplach@kki.pl

ZNACZENIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU WE WDRAŻANIU ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

Streszczenie: W artykule podjęto próbę przedstawienia znaczenia CSR we wdrażaniu idei rozwoju zrównoważonego. Trudno jest wyobrazić sobie możliwość osiągnięcia ładu w sferze ekonomicznej, społecznej i środowiskowej bez uwzględniania aktywności firm, korporacji czy też wielkich karteli, stanowiących głównych graczy gospodarki wolnorynkowej. W ostatnich latach coraz częściej zwraca się uwagę, że celem przedsiębiorstwa powinna być nie tylko maksymalizacja zysku. Istnieją też inne – pozaekonomiczne – sfery odpowiedzialności przedsiębiorstwa. CSR jawi się jako postulat dostosowania praktyki działania biznesu do oczekiwań interesariuszy bezpośrednio z daną firmą związanych. Ale też bierze się pod uwagę dalekość cele, takie jak: ochrona środowiska, eliminowanie przyczyn zmian klimatycznych, zmniejszanie dysproporcji między krajami bogatej Północy i biednego Południa. W tym też sensie CSR stanowi niezwykle ważne narzędzie służące do realizacji idei rozwoju zrównoważonego.

Słowa kluczowe: rozwój zrównoważony, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, udziałowcy, ochrona środowiska.

DOI: 10.15611/pn.2015.378.13

1. Wstęp

W ostatnich latach społeczna odpowiedzialność biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR) zyskuje coraz większe uznanie. Mianem tym określa się nurt ideowy, na który składa się wiele koncepcji tworzących pewnego rodzaju katalog zobowiązań, jakie przedsiębiorstwo – oprócz swego głównego celu, jakim jest pomnożenie zysku w jak najkrótszym czasie – winno dokonywać na rzecz społeczeństwa. Można przyjąć, że CSR to: (1) sztuka prowadzenia działalności gospodarczej w oparciu o tworzenie trwałych i przejrzystych relacji ze wszystkimi zainteresowanymi stronami – pracownikami, klientami, dostawcami, akcjonariuszami itp.; (2) umiejętność prowadzenia biznesu w taki sposób, który uwzględniałby przestrzeganie prawa, wartości etycznych, wykazywania szacunku dla pracowników, społeczeństwa oraz troski

o naturalne środowisko [Lewicka-Strzałecka 2009, s. 189]. Obecnie tworzone strategie CSR projektowane są na różnych poziomach: firmy, regionu, kraju, wspólnot ponadnarodowych, a ich celem jest podejmowanie takich wyzwań, jak zmiany klimatyczne, degradacja środowiska naturalnego, wykluczenie społeczne, bieda.

Zasadniczym celem opracowania jest ukazanie znaczenia CSR jako instrumentu, który odgrywa fundamentalną rolę dla wdrażania idei rozwoju zrównoważonego na świecie. Współcześnie społeczne odpowiedzialne przedsiębiorstwa obierają strategie, które mogłyby sprostać takim wyzwaniom, jak: zmiany klimatyczne, degradacja naturalnego środowiska, wykluczenie społeczne czy też dążenie do stopniowego zmniejszania dysproporcji dzielących kraje rozwijające się i rozwinięte. Należy pamiętać, że kapitalistyczna gospodarka wolnorynkowa to sieci konkurujących ze sobą firm i korporacji i to one powinny poczuwać się do obowiązku tworzenia optymalnego klimatu sprawiedliwego społeczeństwa. Artykuł został zbudowany z dwóch głównych części. W pierwszej przedstawiona została ogólnie perspektywa CSR, druga zaś ukazuje znaczenie społecznej odpowiedzialności dla wdrażania rozwoju zrównoważonego. Całość zamyka zakończenie. Opracowanie ma charakter deskryptywny i odwołuje się do źródeł zastanych w literaturze przedmiotu.

2. Ideologiczna perspektywa CSR

We wczesnej gospodarce kapitalistycznej przedsiębiorstwo było odpowiedzialne wyłącznie przed swoim właścicielem. Miało ono głównie przynosić zysk temu, kto zainwestował weń swoje bogactwo. Obecnie coraz częściej podkreśla się konieczność aktywnego wychodzenia firm oraz korporacji naprzeciw różnych grup, tzw. *stakeholders* (oddziaływaczy). Do nich należą: pracownicy, zarządy firm, związki zawodowe, władze lokalne, regionalne i państwowe, grupy nacisku i interesu (np. ruchy ekologiczne), organizacje praw człowieka itp. Niedopuszczalne staje się już nie tylko działanie na szkodę danej grupy, ale przede wszystkim zaniechanie takiego działania. Współczesne przedsiębiorstwo, a także tradycyjnie rozumiane instytucje muszą spełniać oczekiwania zróżnicowanego zbioru udziałowców. Stopień ich urzeczywistniania uzależniony jest od faktycznej odpowiedzialności społecznej poszczególnych organizacji, które cechuje pewna wrażliwość na sprawy otoczenia zewnętrznego oraz zdolność do utrzymania równowagi między interesami klientów, pracowników i akcjonariuszy [Żemigala 2007, s. 51].

Robert Speamann wymienia pięć podstawowych obszarów odpowiedzialności przedsiębiorstwa: (1) eliminowanie lub osłabianie sprzeczności interesów wynikających z diastazy celu obiektywnego i subiektywnego; (2) zabezpieczenie satysfakcji pracowników z wykonywanej przez nich pracy; (3) dbanie o dobro własnego społeczeństwa; (4) ochronienie środowiska przyrodniczego przed zanieczyszczeniem i pozostawienie go w takim stanie przyszłym pokoleniom, aby było możliwe dalsze, godne życie człowieka; (5) zadbanie o dobro ludzkości (za: [Filek 1999, s. 118]).

Zysk więc nie powinien być wyłącznym celem działalności przedsiębiorstwa oraz jedyną siłą napędzającą system kapitalistyczny. Ryzykowne wydaje się również twierdzenie zwolenników gospodarki liberalnej, zakładających, że mechanizmy wolnego rynku, wykorzystując egoistyczną troskę o własny interes każdego z działających podmiotów gospodarczych, samoczynnie uruchamiają procesy regulacji zaspokajania potrzeb społecznych, a tym samym przyczyniają się do tworzenia dobra wspólnego. Należy jednak pamiętać, na co zwracają uwagę autorzy *Mnożnika cztery*, że rynki nie potrafią: (1) oszacować dopuszczalnej obciążalności Ziemi; (2) określić, czy zgłaszane przez konsumentów zamówienia dotyczą potrzeb podstawowych czy luksusowych; (3) wyznaczyć granicę, która wskazywałaby, gdzie kończy się zaspokajanie potrzeb, a zaczyna wspomniana już nienasyconosc [Weizsäcker, Lovins, Lovins 1999].

Niewątpliwie ślepa żądza zysku oraz niczym nieposkromiona ekspansja kapitału – typowa dla ekonomicznego liberalizmu – przynosi negatywne i szkodliwe skutki dla całego społeczeństwa. Dlatego też przedsiębiorstwa dążące za wszelką cenę do maksymalizacji zysku powinny być poddane szczególnej krytyce szerszej opinii publicznej.

U podstaw społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) znajduje się przekonanie, że celem funkcjonowania przedsiębiorstwa powinno być nie tylko pomnażanie kapitału, ale także – a może przede wszystkim – świadczenie usług na rzecz społeczeństwa. Kładzie się m.in. nacisk na to, aby firmy „dzieliły się” osiąganym zyskiem ze społecznością. Przypomina to pewien rodzaj filantropii czy akcji charytatywnych (mogą to być różnego rodzaju darowizny na rzecz organizacji pozarządowych, sponsorowanie stypendiów, wykup leków nier refundowanych). Inną wersją aktywności CSR jest ochrona środowiska naturalnego (redukcja emisji gazów cieplarnianych, recykling odpadów) oraz promowanie nieodłącznie związanej z tym idei rozwoju zrównoważonego. Szczególnie ważnym obszarem zainteresowania propagatorów CSR powinien być problem ochrony krajów nierozwiniętych, w których międzynarodowe korporacje eksploatują surowce naturalne, wykorzystują lokalną siłę roboczą, nie przestrzegając przyjętych w krajach wysoko rozwiniętych standardów zatrudnienia, takich jak: niskie płace, fatalne warunki pracy, zatrudnianie dzieci [Zientara 2007, s. 229].

Ważnym elementem programów CSR jest ich wymiar aksjologiczny. Szczególnie istotne wydają się dwie normy etyczne, których powszechna akceptacja nie tylko posiada duże znaczenie w życiu publicznym, ale przede wszystkim odgrywa nieocenioną rolę właśnie w działalności gospodarczej. Chodzi o normę personalistyczną i roztropności. Pierwsza z nich zakłada, że każda osoba jako jednostka autonomiczna i wolna tworzy swój własny cel, pozostający poza koniecznością jego legitymizacji przez inne osoby, instytucje czy nawet całe społeczeństwo. *Ileokroć w twoim postępowaniu* – pisał K. Wojtyła – *osoba jest przedmiotem działania, tylekroć pamiętaj, że nie możesz jej traktować jako środka do celu, jako narzędzia, ale musisz liczyć się z tym, że ona sama ma lub bodaj powinna mieć swój cel* [Wojtyła 1982, s. 80].

Norma personalistyczna wskazuje więc na oczywistą i niezbywalną godność człowieka. Nie istnieją bowiem godziwe cele, dla których można by ryzykować krzywdę ludzką. Stanowczo zakazuje ona instrumentalnego (przedmiotowego) traktowania jednostki, gdyż jej cel osobisty zostaje wtedy unieważniony, podporządkowany dążeniom zewnętrznym. Nie wolno więc wykorzystywać ludzi do osiągnięcia dóbr materialnych, władzy politycznej, budowania potęgi państwa. Wówczas bowiem osoba ludzka zatracą swoją podmiotowość, dającą jej prawo współuczestniczyć w polityce, w życiu gospodarczym, w rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. Norma personalistyczna obowiązuje wszystkich, bez względu na to, czy ktoś w społeczeństwie pełni funkcje kierownicze czy wykonawcze, czy zarządza, czy jest zarządzany. Respektowanie tej normy jest absolutnie konieczne dla tworzenia dobra wspólnego oraz społeczeństwa solidarnego [Kaczocha 2007, s. 188].

Norma roztropności stanowi cnotę intelektualną. *Roztropność* – pisał Arystoteles – *jest cnotą myślenia, dzięki niej jesteśmy w stanie udzielać dobrych rad w sprawach dobra i zła (...)* [Arystoteles 2001]. Norma ta wskazuje na obowiązek dokonywania rozumnego projektowania działań w sferze gospodarczej, politycznej, jak również publicznej w taki sposób, aby po ich zrealizowaniu nie wywoływały one negatywnych skutków zarówno dla jednostki, jak i dla społeczeństwa. Warto zauważyć, że Stagiryta zalecał cnotę roztropności *jedynie rządzącym* [Arystoteles 2001]. We współczesnej etyce roztropność uznawana jest za normę powszechną, którą respektować winni wszyscy. Stanowi ona obowiązek etyczny każdego człowieka rozumnie planującego i realizującego tylko takie działania, które umożliwią pomnażanie dóbr materialnych służących utrzymaniu godnego życia dla maksymalnej liczby ludzi, jako że godność jest przypisana do wartości osoby ludzkiej. Twórców gospodarki (właścicieli, menedżerów) norma roztropności zobowiązuje do sprawiedliwego nagradzania pracowników nie tylko dlatego, że taka płaca daje zarówno duchowe, jak i fizyczne możliwości kształcenia osoby, ale przede wszystkim dlatego, że gwarantuje utrzymanie pokoju społecznego w środowisku pracy, bez którego niemożliwą rzeczą byłoby osiągnięcie celów przedsiębiorstwa. Ponadto norma roztropności nakazuje, aby planowane i realizowane inwestycje w gospodarce w żaden sposób nie przyczyniały się do wyniszczania historycznych i współczesnych dóbr kultury oraz wartości przyrody [Kaczocha 2010, s. 189].

Odnoszenie się autorów projektów CSR do wymiaru aksjologicznego ma znaczenie fundamentalne, należy bowiem pamiętać, że: (1) wartości posiadają charakter kognitywny – są źródłem wiedzy, informują o najistotniejszych celach i zadaniach danej koncepcji; (2) wartości mają charakter oceniający – z ich perspektywy można dokonać oceny określonych teorii oraz programów, a także korygować ich praktyczną realizację w wymiarze zarówno całościowym, jak i częściowym; (3) wartości wyraźnie wyartykułowane, uświadomione i respektowane zwykle do czegoś motywują i zobowiązują – nie tylko jednostki, ale również organizacje; (4) wartości uświadomione umożliwiają w dużym stopniu rozwiązywanie, a przynajmniej minimalizowanie konfliktów zachodzących między człowiekiem (społeczeństwem),

ekonomią, środowiskiem naturalnym, a przede wszystkim sprzyjają podejmowaniu takich decyzji, które nie kolidowałyby z podstawowymi interesami człowieka, społeczeństwa oraz świata przyrody [Tyburski 2004, s. 47-48].

W rzeczywistości jednak – jak zauważa P. Zientara – ze względu na możliwość zwiększania/zmniejszania dobrobytu społecznego oraz zwiększania/zmniejszania zysku przedsiębiorstwa da się wyróżnić cztery rodzaje CSR (zob. tab. 1) [Zientara 2007, s. 229].

Tabela 1. Rodzaje CSR

	Zwiększa dobrobyt społeczny	Zmniejsza dobrobyt społeczny
Zwiększa zyski przedsiębiorstwa	„Dobre zarządzanie” (<i>Good management</i>)	„Podstępnie szkodliwy CSR” (<i>Pernicious CSR</i>)
Zmniejsza zyski przedsiębiorstwa	„Pożyczona szlachetność” (<i>Borrowed virtue</i>)	„Iluzoryczny CSR” (<i>Delusional CSR</i>)

Źródło: [Zientara 2007, s. 229].

„Dobre zarządzanie” jest tym rodzajem CSR, w którym eksponuje się znaczenie uczciwego i sprawiedliwego traktowania pracowników, klientów oraz kontrahentów. Choć nie jest tak efektywne jak inne rodzaje CSR, a też nie zawsze jest promowane przez większość zwolenników społecznej odpowiedzialności biznesu, to jednak przyczynia się do pomnażania dobrobytu społecznego, jak również zwiększenia zysków przedsiębiorstwa, będąc w ten sposób przykładem działania przynoszącego obopólne zyski.

„Pożyczona szlachetność” stanowi rodzaj korporacyjnej filantropii, wyrażającej się zazwyczaj w finansowaniu z zysków przedsiębiorstwa różnych akcji charytatywnych. Warto jednak zauważyć, że działalność taka jest pewnego rodzaju dobroczynnością za cudze pieniądze. Należy pamiętać, że w przypadku spółek akcyjnych to właściciele – a więc akcjonariusze – a nie menadżerowie, wynajęci jedynie do zarządzania przedsiębiorstwem, winni podejmować decyzje dotyczące inwestowania swoich pieniędzy.

„Podstępnie szkodliwy CSR” pojawia się najczęściej w przypadku wielkich korporacji międzynarodowych działających w słabo rozwiniętych krajach, w których dochodzi do wyzyskiwania lokalnej siły roboczej. Krytycy tego rodzaju CSR zwykle zarzucają, iż w takich fabrykach i przedsiębiorstwach wynagrodzenia są zbyt niskie, a warunki pracy nie spełniają podstawowych norm bezpieczeństwa i higieny, jakie są przyjęte w krajach zachodnich. Niemniej zapomina się, że relatywnie niskie zarobki są znacznie wyższe od tych, które robotnik mógłby otrzymać, będąc zatrudniony w krajowych firmach. Ponadto zagraniczne inwestycje stwarzają nowe, bardzo potrzebne, miejsca pracy, ale też przyczyniają się do działań prorozwojowych danego kraju, a nawet całego regionu. Przykładem może być rozwój regionu Azji

Południowo-Wschodniej. Mimo że ten rodzaj CSR zmniejsza dobrobyt społeczny, a zwiększa zyski firmy, to jednak dla ludności lokalnej lepsza taka praca niż żadna.

„Iluzoryczny CSR” dotyczy takich działań, które narzucane są przedsiębiorstwom w związku z koniecznością ochrony środowiska naturalnego. Koszty zewnętrzne, które nakładane są na firmy, wpływają na obniżenie konkurencyjności i najczęściej przenoszone są na konsumenta. Ostatecznie działanie takie prowadzi do zmniejszenia zysku przedsiębiorstwa, jak również dobrobytu społecznego. Zdarza się, że różnego rodzaju organizacje ekologiczne, odwołując się przykładowo do uzgodnień protokołu z Kioto, wymuszają na przedsiębiorstwach z krajów wysoko rozwiniętych (Stany Zjednoczone, Europa), aby aktywnie włączyły się do ochrony środowiska. Pomija się jednak fakt, że to kraje, takie jak Indie i Chiny, które podobnie jak USA nie podpisały protokołu z Kioto, są „największymi trucicielami” i bez ich udziału redukcja gazów cieplarnianych pozostaje tylko pobożnym życzeniem.

W świetle przedstawionego powyżej materiału wydaje się, że „dobre zarządzanie” (*good management*) stanowi jeden z najbardziej racjonalnych oraz zdroworozsądkowych rodzajów CSR. Nie ulega bowiem wątpliwości, że traktowanie swoich pracowników, klientów oraz kontrahentów w sposób nieuczciwy i niesprawiedliwy nie oplaca się na dłuższą metę.

3. CSR w strategii na rzecz rozwoju zrównoważonego

Początków idei rozwoju zrównoważonego można doszukiwać się w wystąpieniu Sekretarza Generalnego ONZ U. Tanta na XXII Sesji Zgromadzenia Narodów Zjednoczonych 3 grudnia 1968 r. oraz w jego raporcie z 26 maja 1969 r. *Człowiek i jego środowisko*. Choć niektórzy uważają, że pojęcie to pojawiło się znacznie wcześniej, tj. w niemieckiej gospodarce leśnej już w XIX w., termin ten jednak nabral dominującego znaczenia w pracach Światowej Komisji do Spraw Środowiska i Rozwoju (Komisja Brundtland) powołanej na początku lat osiemdziesiątych ubiegłego stulecia przy ONZ. W tym czasie podkreślano już z dużą determinacją, że problemy środowiskowe należy rozpoznawać jako globalne i z tego powodu wymagające odpowiedniej ponadnarodowej strategii politycznej. Co prawda wobec realiów zimnowojennego podziału świata wspólna reakcja Wschodu i Zachodu w jakiegokolwiek kwestii politycznej wydawała się mało prawdopodobna, jednak globalna koncepcja środowiska zaczęła stanowić niezwykle cenną wizję propagowania dialogu i współpracy między państwami, włączając w to bloki wschodni i zachodni.

Ostatecznie przyjęto, że idea rozwoju zrównoważonego powinna stanowić wizję ładu zintegrowanego, który wyraża się w dążeniu do gospodarczej sprawności, społecznej harmonii, równowagi systemów przyrodniczych oraz kształtowania struktur przestrzennych w sposób przeciwdziałający chaotycznej, ekspansywnej i bezładnej zabudowie oraz zapewniający ochronę krajobrazu. Rozwój zrównoważony, mówiąc krótko, powinien zapewnić przyrodnicze podstawy egzystencji człowieka oraz wprowadzić ład gospodarczy, funkcjonalny i estetyczny w środowisku ludzkiego

życia [Hałas, Rumianowska 2007, s. 538]. Idea ta ma charakter wybitnie moralny. Sprowadza się ona do następujących kwestii: (1) należy ograniczyć nieokiełznaną konsumpcję i związaną z nią dewastację zasobów środowiska naturalnego (gleba, powietrze, woda) oraz ekosystemów; (2) w skali globalnej należy przeciwdziałać coraz bardziej uwidaczniającym się nierównościom cywilizacyjnym oraz wyzyskowi, który wyrządza krzywdę zarówno ludziom, jak i środowisku; (3) należy dążyć do stworzenia ponadnarodowych systemów ochrony przed katastrofami naturalnymi, ekonomicznymi i społecznymi (głód, brak wody, wojny, epidemie, analfabetyzm) [Woleński, Hartman 2008, s. 344].

Obecne strategie CSR buduje się z uwzględnieniem m.in. celu, którym jest podjęcie takich wyzwań, jak: zmiany klimatyczne, degradacja środowiska naturalnego, wykluczenie społeczne, bieda itp. W dokumentach Komisji Europejskiej wskazuje się, że idea społecznej odpowiedzialności biznesu powinna stanowić swoistą doktrynę gospodarczą UE. Pomijając wszelkie spory, które toczono są między zwolennikami a przeciwnikami społecznej odpowiedzialności biznesu, warto pamiętać, że w 2001 roku Komisja Europejska zainicjowała debatę na temat CSR, przyjmując dokument pt. *Promoting an European Framework for Corporate Social Responsibility* [Green Paper], w którym stwierdza się, że CSR jest dobrowolnie przyjmowaną strategią firmy, polegającą na uwzględnieniu wymiaru społecznego i ekologicznego w jej ekonomicznych działaniach oraz w relacjach ze wszystkimi interesariuszami, których należy traktować jako: osoby, grupy osób, a również naturalne środowisko. Zakłada się, że strategia ta ma przyczynić się do efektywności ekonomicznej firmy w dłuższej perspektywie czasowej, a jej upowszechnianie powinno wywołać pozytywne skutki na poziomie makroekonomicznym. W pojmowaniu Komisji Europejskiej społeczna odpowiedzialność biznesu oznacza nie tylko przestrzeganie tego, czego wymaga prawo, lecz m.in. dobrowolne inwestowanie w kapitał ludzki, środowisko naturalne oraz właściwe relacje z interesariuszami [Lewicka-Strzałecka 2009, s. 190].

Polityka Komisji Europejskiej w sferze CSR polega na promowaniu prospołecznych i proekologicznych działań przedsiębiorstw oraz innych instytucji. Nie składa się jednak z obligatoryjnych katalogów zachowań biznesowych. Zgodnie z przekonaniem Rady Europy CSR powinno być budowane od dołu, rozpoczynając od poziomu lokalnego, przechodząc następnie na poziom narodowy, poprzez wspólne zrozumienie działań biznesowych oraz wymianę doświadczeń mogących służyć jako punkt odniesienia dla przedsiębiorstw.

W ostatnich latach również międzynarodowe organizacje, m.in. takie jak ONZ, zwracają się do świata biznesu z propozycją zwrócenia większej uwagi na przestrzeganie praw człowieka i ochronę środowiska naturalnego. Przykładem może być zgłoszony przez Kofiego Annana program pod nazwą *Global Compact* (por. [Rasche, Kell 2010; Kell 2005, s. 69-79]), nawołujący do budowy społecznych i ekonomicznych podstaw niezbędnych do utrzymania zrównoważonej gospodarki w skali

globalnej. Ciekawostką może być to, że nawet nurt inwestorów giełdowych zainteresował się projektami CSR. W 1999 r. *Dow Jones* stworzył zrównoważone indeksy przedsiębiorstw, służące ocenie wyników finansowych największych globalnych firm stawiających na rozwój zrównoważony [Poszewiecki 2007, s. 240]. Uczestnictwo we wskaźnikach *Dow Jones Sustainability* [Hope, Fowler 2007 (76), s. 243-252] stanowi duże wyróżnienie i oznacza prestiż, gdyż spółki w nim uczestniczące notowane są jako największe w branży i z reguły osiągają też najwyższe wyniki.

4. Zakończenie

Niewątpliwie ważne są wszelkie zgłaszane inicjatywy społecznej odpowiedzialności biznesu, które odgrywają nieocenioną rolę na rzecz wdrażania idei rozwoju zrównoważonego. Nie powinno się jednak zapominać o sile mechanizmów rynkowych we wprowadzaniu zmian społecznych i środowiskowych. Często nie zwraca się jednak uwagi na fakt, że rynek jest systemem wzajemnie powiązanych ze sobą stosunków społeczno-ekonomicznych o wewnętrznie sprzecznym charakterze. Po pierwsze, podmioty życia gospodarczego to prywatni posiadacze (indywidualni lub zbiorowi) towarów, kapitałów, siły roboczej. Działają oni jedynie w swoim własnym interesie, niezależnie od poczynań innych uczestników wolnego rynku. Po drugie, w rzeczywistości jednak działania tych niezależnych podmiotów wzajemnie się warunkują, np. za pośrednictwem konkurencji czy wspólnego oddziaływania na siebie popytu i podaży. Nie można jednak zapominać, że owa zależność pozostaje zupełnie poza możliwością jej kontrolowania przez poszczególnych aktorów życia gospodarczego. Funkcjonowanie na wolnym rynku jest uwarunkowane koniecznością zaistnienia w odpowiedniej przestrzeni publicznej, która bywa zwykle obszarem rywalizacji, gdzie każdy podejmuje niemalże agonalną walkę o swoje istnienie.

Wprowadzanie zasad CSR nie musi oznaczać jednak osłabienia konkurencyjności firm i korporacji. Promowanie odpowiedzialnego biznesu przyczynia się niewątpliwie do zwiększenia wiarygodności i zaufania społecznego. Towar, który został wyprodukowany lub jest sprzedawany zgodnie z normami ekologicznymi, będzie zdecydowanie różnił się jakościowo od oferty konkurentów, którzy w swojej działalności biznesowej nie biorą pod uwagę takich uwarunkowań.

Ponadto postępowanie zgodne wytycznymi CSR sprowadza się do „dobrego zarządzania”, które zawsze uwzględnia zasady zdroworozsądkowej etyki biznesu. Bycie zaś etycznym w działalności gospodarczej to nic innego jak kierowanie się ideami „zwykłej przyzwoitości” oznaczającej uczciwość i zachowania *fair play* oraz „sprawiedliwości”, według której należy dążyć do takiego rozdziału dóbr, aby osiągnięty zysk przyczyniał się do podnoszenia jakości życia wszystkich interesariuszy zarówno obecnych, jak i ich przyszłych pokoleń. Takie rozumienie CSR ma, przynajmniej w sferze teoretycznej, fundamentalne znaczenie dla wdrażania idei rozwoju zrównoważonego.

Literatura

- Arystoteles, *Polityka. Dzieła wszystkie*, t. 6, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Filek J., *Wolność i odpowiedzialność w działalności gospodarczej*, [w:] W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, D. Miller (red.), *Etyka biznesu, gospodarki i zarządzania*, Wydawnicwo Wyższej szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, Fundacja „Wiedza i Działanie im. L. von Missesa i T. Kotarbińskiego”, Łódź–Warszawa 1999.
- Green Paper: *Promoting an European Framework for Corporate Social Responsibility*, Commission for the European Communities, Brussels 18.07.2001, COM (2001) 366 final.
- Hałasa J.M., Rumianowska J., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu a środowiskowe aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 1190, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, 2007.
- Hope Ch., Fowler S.J., *A critical review of sustainable business indices and their impact*, Journal of Business Ethics, 2007(76).
- Kaczocha W., *Podstawowe wartości i normy etyczne dla demokracji oraz gospodarki*, [w:] P. Kulawczuk, A. Poszewiecki (red.), *Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu i etyki biznesu na zarządzanie przedsiębiorstwami*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007.
- Kell G., *The global compact: selected experiences and reflection*, Journal of Business Ethics, 2005(59).
- Lewicka-Strzałecka A., *Miejsce CSR w europejskiej strategii na rzecz rozwoju zrównoważonego*, [w:] J. Belniak i in. (red.), *Annales – etyka w życiu gospodarczym*, t. 12, nr 1, Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania, Łódź 2009.
- Poszewiecki A., *Kontrowersje wokół społecznej odpowiedzialności biznesu*, [w:] P. Kulawczuk, A. Poszewiecki (red.), *Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu i etyki biznesu na zarządzanie przedsiębiorstwami*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007.
- Rasche A., Kell G. (ed.), *The United Nations Global Compact: Achievement, Trends and Challenges*, Cambridge University Press, Cambridge/New York 2010.
- Tyburski W., *O niektórych aksjologicznych przesłankach zrównoważonego rozwoju*, [w:] A. Pawłowski (red.), *Filozoficzne, społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju zrównoważonego*, Monografie Komitetu Inżynierii Środowiska PAN, vol. 26, Lublin 2004.
- Weizsäcker E.U., Lovins A.B., Lovins L.H., *Factor Four: Doubling Wealth, Halving Resource Use*, Earthscan, London 1997.
- Weizsäcker E.U., Lovins A.B., Lovins L.H., *Mnożnik cztery: podwójny dobrobyt – dwukrotnie mniejsze zużycie zasobów naturalnych*, Polskie Towarzystwo Współpracy z Klubem Rzymskim, Wydawnictwo Rolewski, Toruń 1999.
- Wojtyła K., *Miłość i odpowiedzialność*, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1982.
- Woleński J., Hartman J., *Wiedza o etyce*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa–Bielsko-Biała 2008.
- Zientara P., *Czy rzeczywiście potrzebujemy CSR?*, [w:] P. Kulawczuk, A. Poszewiecki (red.), *Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu i etyki biznesu na zarządzanie przedsiębiorstwami*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007.
- Żemigala M., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – budowanie zdrowej, efektywnej organizacji*, Oficyna Wolters Kluwer, Kraków 2007.

THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Summary: The article attempts to investigate a role of CSR for the implementation of sustainable development. Recently it has often been noticed that the aim of business company depends not only on maximizing profits. It is difficult to imagine the possibility of achieving the economic, social and environmental order without paying attention to the activity of particular firms, corporations or big cartels, which are in fact the main players on the market. There are other – noneconomic – spheres of business responsibility. CSR appears as a postulate of adjusting an economic practice to expectations of its particular stakeholders. However, there are also some long term purposes such as environment protection, eliminating causes of the climate changes, reducing barriers of development between rich countries of the North and poor ones in the South. In this sense CSR is an indispensable tool for the implementation of the idea of sustainable development.

Keywords: sustainable development, corporate social responsibility, stakeholders, environment protection.