

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 Ejdys, 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

Wiesław Urban

Politechnika Białostocka
e-mail: w.urban@pb.edu.pl

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU WSPIERANA PRZEZ SYSTEM ISO 9001

Streszczenie: Przedmiotem zainteresowania w artykule jest społeczna odpowiedzialność biznesu, zagadnienie nabierające coraz większego znaczenia w działalności przedsiębiorstw. Wychodząc naprzeciw ograniczonym informacjom co do zasad praktycznej implementacji tej koncepcji w przedsiębiorstwie, postawiono za cel określenie, na ile koncepcja społecznej odpowiedzialności jest spójna z systemem ISO 9001, oraz opracowanie wskazówek co do realizacji społecznej odpowiedzialności z wykorzystaniem tego systemu. W artykule prezentuje się również przegląd dorobku literatury z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu z uwzględnieniem normy ISO 26000. W głównych wnioskach stwierdzono, że mimo iż system według ISO 9001 nie uwzględnia wszystkich elementów społecznej odpowiedzialności, to jest on odpowiednim wsparciem dla tej koncepcji. Oparcie się na ISO 9001 pozwala zaimplementować ją na trwale w przedsiębiorstwie, pozwala uniknąć tworzenia dodatkowych sub-systemów oraz departamentalizacji.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, ISO 9001, ISO 26000.

DOI: 10.15611/pn.2015.378.17

1. Wstęp

Prowadzenie działalności biznesowej wymaga uwzględnienia potrzeb i interesów partnerów otaczających przedsiębiorstwo. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest koncepcją, która mówi o konieczności aktywnego zaangażowania się przedsiębiorstwa w sprawy społeczeństwa oraz odpowiedzialnego podejścia do pozostałych partnerów, w tym przede wszystkim pracowników przedsiębiorstwa. Koncepcja społecznej odpowiedzialności nabiera coraz większego znaczenia [Urbaniak 2007]. Jest ona coraz częściej dyskutowana i badana; najwięcej uwagi poświęca się działaniom zewnętrznym podejmowanym przez przedsiębiorstwa, jak akcje dobroczynne albo akcje społeczne wspierające pożądane zachowania i postawy. Mniej uwagi poświęca się natomiast sposobowi, w jaki praktycznie społeczna odpowiedzialność jest/powinna być zorganizowana w przedsiębiorstwie.

Niniejszy artykuł analizuje zagadnienie społecznej odpowiedzialności biznesu w kontekście funkcjonowania systemu zarządzania jakością według norm ISO 9000. Głównym celem jest określenie, na ile koncepcja społecznej odpowiedzialności jest spójna z systemem ISO 9001, a także opracowanie wskazówek, w jaki sposób można realizować społeczną odpowiedzialność w przedsiębiorstwie z wykorzystaniem tego systemu jako narzędzia wspomagającego społeczną odpowiedzialność. W artykule przeprowadzony jest również przegląd literatury dotyczącej społecznej odpowiedzialności biznesu oraz normy międzynarodowej ISO 26000 dostarczającej wskazówek odnośnie do społecznej odpowiedzialności organizacji.

2. Społeczna odpowiedzialność biznesu według literatury

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu, według Gonda i Moona [2011], w swoim podstawowym znaczeniu dotyczy przede wszystkim zaangażowania przedsiębiorstw na rzecz społeczeństwa (kompensowanie negatywnych czynników zewnętrznych, dawanie wkładu do bezpieczeństwa socjalnego) i odpowiedzialności wobec społeczeństwa (rozliczanie się ze swojej działalności). Ponadto, według wymienionych autorów, społeczna odpowiedzialność biznesu wiąże się z odpowiedzialnym prowadzeniem działalności gospodarczej (zapewnienie stabilności rynkowej i zyskowności), a także zarządzaniem relacją przedsiębiorstwo–społeczeństwo. Według często cytowanej w literaturze przedmiotu definicji podanej przez World Business Council for Sustainable Development, społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi ciągłe zaangażowanie biznesu w prowadzenie działań w sposób etyczny i wnoszenie wkładu do rozwoju gospodarczego, przy jednoczesnej poprawie jakości życia pracowników i ich rodzin, a także społeczności lokalnej i całego społeczeństwa [Holme, Watts 2000].

Część dostępnych definicji odnosi społeczną odpowiedzialność biznesu do systemu prawnego. Według brytyjskiego rządu społeczna odpowiedzialność biznesu to rodzaj dobrowolnych działań, ponad przestrzeganie minimalnych wymogów prawnych, które przedsiębiorstwo może podjąć, aby realizować zarówno własne interesy konkurencyjne, jak i interesy całego społeczeństwa [Business Innovation and Skills 2008]. Inni autorzy zwracają uwagę na rangę społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwie. Idea społecznej odpowiedzialności jest rodzajem DNA organizacji, jest wbudowana w strategię jej rozwoju, system zarządzania oraz jej kulturę organizacyjną [Gadomska-Lila 2012]. Podobny pogląd wyraża Zuzek [2012], podkreślając, że społeczna odpowiedzialność jest elementem budowania długofalowej strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Przedstawione opinie dowodzą, że społecznej odpowiedzialności nie można postrzegać jedynie jako zestawu działań ukierunkowanych zewnętrznie, realizowanych przez wyspecjalizowany dział przedsiębiorstwa, który je planuje i przeprowadza. Do takiej roli sprowadza się nierzadko tę koncepcję. Potwierdza to Polowczyk [2013], który krytykuje departamentalizację społecznej odpowiedzialności. Píše on, że w praktyce firmy wyznaczają sobie spe-

cialną „działkę” społecznej odpowiedzialności, odseparowaną od reszty swej aktywności, już niekoniecznie moralnie pozytywnej lub moralnie zaangażowanej. W literaturze przedmiotu nie znajdujemy jednak zbyt wielu praktycznych wskazówek, jak wdrożyć społeczną odpowiedzialność w przedsiębiorstwie i jak ją realizować na poziomie operacyjnym.

2.1. Działania społecznie odpowiedzialne i ich znaczenie biznesowe

Badania empiryczne problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu skupione są przede wszystkim na działaniach podejmowanych przez przedsiębiorstwa w przedmiotowym obszarze. Na tej podstawie przykładowo wyróżnia się poziomy zaangażowania społecznego przedsiębiorstwa – od poziomu podstawowego do poziomu działalności filantropijnej [Rok 2004].

Pastrana i Sriramesh [2014] w swoich badaniach uwzględnili następujące działania społecznie odpowiedzialne podejmowane przez przedsiębiorstwa: projekty umacniające wspólnotę lokalną, projekty edukacyjne, działalność kulturalną i artystyczną, sport, ochronę zdrowia, działalność dobroczynną, donacje, wolontariat w przedsiębiorstwie na rzecz społeczności, szkolenia i rozwój pracowników, pomoc materialną pracownikom, projekty ochrony środowiska, kodeksy etyczne. Zauważyć należy, że spośród wymienionych działań prawie w równym stopniu reprezentowane są zarówno skierowane do wewnątrz, jak i na zewnątrz przedsiębiorstwa.

Pytanie o korzyści, w tym implikacje, dla wyników finansowych przedsiębiorstwa jest naturalne, jeśli chodzi o perspektywę zarządzania prywatnym przedsiębiorstwem działającym w warunkach wolnego rynku. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że rodzaj i skala osiągniętych korzyści dzięki społecznej odpowiedzialności zależy od rodzaju i skali podjętych działań [Sznajder 2013]. Pośród korzyści mogą wystąpić takie, które mają kluczowe znaczenie dla prowadzonej działalności, jak wzrost lojalności klientów, poprawa motywacji i satysfakcji pracowników, pozytywne zmiany w kulturze organizacyjnej przedsiębiorstwa, poprawa pozycji konkurencyjnej, obniżka kosztów czy wzrost osiągniętych dochodów.

Mniej jest badań empirycznych potwierdzających lub fałszyfikujących pozytywny wpływ prowadzenia działań społecznie odpowiedzialnych na wyniki przedsiębiorstw. Jak twierdzą Russo i Fouts [1997], przywołując sferę środowiskową społecznej odpowiedzialności, dobre wyniki przedsiębiorstwa w zakresie ochrony środowiska naturalnego mają pozytywny wpływ na pracowników, technologie oraz reputację przedsiębiorstwa, co prowadzi do wyższej zyskowności. Margolis i Elfenbein [2008] na łamach Harvard Business Review powołują się na przeprowadzoną przez siebie szeroką analizę projektów badawczych związanych z wpływem społecznej odpowiedzialności na wyniki przedsiębiorstw. Według nich, tylko bardzo nieliczne badania wykazują negatywną zależność pomiędzy społeczną odpowiedzialnością biznesu i wynikami, podkreślają natomiast, że naprawdę negatywne skutki dla wyników przedsiębiorstwa mają działania nieodpowiedzialne społecznie.

Z dorobku literatury wyłania się obraz społecznej odpowiedzialności, która w wielu sytuacjach przynosi pozytywne skutki w sferze wyników przedsiębiorstwa, ale jednocześnie nieuwzględniona i niepotraktowana wystarczająco poważnie przez przedsiębiorstwo może niejednokrotnie doprowadzić do negatywnych skutków dla wyników ekonomicznych.

2.2. Norma ISO 26000

Rodzina norm ISO proponuje także normę poświęconą społecznej odpowiedzialności [Norma PN-ISO 26000:2012], podaje ona zestaw wytycznych dla organizacji odnośnie do społecznej odpowiedzialności. Jest to norma uniwersalna, tj. przeznaczona do stosowania zarówno w biznesie, jak i w administracji. Nie jest to norma, która może być przedmiotem certyfikacji przez jednostki zewnętrzne, nie ustanawia też systemu organizacyjnego.

Norma ISO 26000 zawiera bardzo ważne wyjaśnienia oraz definicje związane ze społeczną odpowiedzialnością. Jednak szczególne znaczenie ma rozdział szósty normy, w którym omówione są podstawowe obszary społecznej odpowiedzialności. Są to:

- ład korporacyjny,
- prawa człowieka,
- praktyki w miejscu pracy,
- środowisko,
- praktyki rynkowe,
- kwestie konsumenckie,
- zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności [Norma PN-ISO 26000:2012].

Norma uwzględnia szeroki zakres społecznej odpowiedzialności, szerszy niż najczęściej analizowane ujęcia w literaturze naukowej. Zwraca ona uwagę na problem praw człowieka, dotyczący sposobu traktowania pracowników zatrudnionych w przedsiębiorstwie. Oprócz zagwarantowania typowych praw wynikających z uznanych norm społecznych i konwencji międzynarodowych, a także prawa pracy, norma zwraca uwagę na eliminowanie dyskryminacji grup społecznych zagrożonych takim procederem. Zwrócenie uwagi na problem praw człowieka jest wyrazem globalnego podejścia przyjętego przez normę – jest bowiem jeszcze wiele krajów na świecie, gdzie dochodzi do łamania podstawowych praw ludzkich.

W obszarze „praktyki rynkowe” przedstawiono główne zadania w relacjach z partnerami handlowymi oraz konkurentami. Chodzi tu m.in. o nieangażowanie się w relacje o korupcyjnym charakterze. Norma określa także wytyczne do odpowiedzialnego angażowania się w działalność polityczną, co wynika z uniwersalności normy, która ma zastosowanie także w instytucjach publicznych. W podrozdziale dotyczącym kwestii konsumenckich znajduje się szereg wytycznych związanych z relacjami z konsumentami, m.in. wymaganie co do uczciwego marketingu czy dbałość o zrównoważoną konsumpcję. Jest to kwestia rzadko podnoszona w literaturze pod hasłem

społecznej odpowiedzialności biznesu, dlatego trzeba ją uznać za szczególnie ważny wkład ze strony normy. Norma specyfikuje wiele spraw i daje na nie pogłębiony pogląd. Prezentuje ona szczególną użyteczność, jeśli chodzi o zdiagnozowanie przez przedsiębiorstwo stanu własnych działań w zakresie społecznej odpowiedzialności.

3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a system ISO 9001

Rodzina norm ISO 9000 jest szeroko rozpowszechniona w gospodarce, systemy oparte na tych normach stosowane są przez przedsiębiorstwa przemysłowe i usługowe, a także urzędy i instytucje usług publicznych. Podstawowe wytyczne do stosowania systemu w przedsiębiorstwie są zawarte w czterech rozdziałach normy [Norma PN-ISO 9001:2009] (od piątego do ósmego, wymagania rozdziału czwartego dotyczą dokumentacji). Rozdział piąty zawiera zestaw wymagań dotyczących odpowiedzialności kierownictwa przedsiębiorstwa w związku z funkcjonowaniem systemu zarządzania jakością. W rozdziale tym znajduje się wymaganie dotyczące funkcjonowania polityki jakości w przedsiębiorstwie (p. 5.3 normy ISO 9001). Polityka jest rodzajem deklaracji złożonej przez najwyższe kierownictwo w imieniu całej załogi odnośnie do znaczenia jakości w przedsiębiorstwie. W przedsiębiorstwach stosujących społeczną odpowiedzialność biznesu praktykuje się również formułowanie podobnej deklaracji, która ma znaczenie analogiczne do polityki jakości. Przykładowo w Volkswagenu społeczna odpowiedzialność jest zadeklarowana jako „zdolność firmy do włączania się w odpowiedzialność wobec społeczeństwa w celu opracowania i realizowania rozwiązań wzrostu gospodarczego i problemów społecznych” [Moir 2001].

Wiele kwestii dotyczących odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa w relacji do konsumentów zawiera się w ogólnie sformułowanej wytycznej normy ISO 9001 (p. 5.2), która mówi, że kierownictwo przedsiębiorstwa powinno zapewnić wyczerpujące określenie wymagań klienta i ich spełnienie w celu zwiększenia satysfakcji klientów. Norma wymaga też, aby satysfakcja klientów była systematycznie monitorowana (p. 8.2.1). Natomiast w wytycznych społecznej odpowiedzialności wspomina się m.in. o prawdziwej i obiektywnej informacji o produkcie czy zapewnieniu właściwego poziomu obsługi. Są to ewidentne punkty wspólne ISO 9001 i społecznej odpowiedzialności.

Jak wykazano w przeglądzie literatury, społeczna odpowiedzialność biznesu pełni ważną funkcję wewnętrzną w przedsiębiorstwie, jednym z elementów tego typu jest dbałość o rozwój i szkolenie pracowników. Wytyczne zawarte w normie ISO 9001 również zwracają uwagę na to zagadnienie. Punkt 6.2.2 normy mówi, że przedsiębiorstwo powinno zadbać o rozwój zasobów wiedzy przez podnoszenie kompetencji pracowników, organizację szkoleń i budowanie świadomości wśród pracowników. System zarządzania jakością dostarcza sprawdzonych rozwiązań systemowych w tym zakresie.

Kolejną kwestią wspólną jest dążenie do trwałego sukcesu i ciągłego rozwoju przedsiębiorstwa. Stabilność rozwoju ekonomicznego przedsiębiorstwa stanowi ważny filar społecznej odpowiedzialności biznesu – przedsiębiorstwo jest wówczas w stanie dostarczać trwały wkład społeczeństwu. W zestawie norm dotyczących zarządzania jakością ważną funkcję pełni norma ISO 9004, której zadaniem jest dostarczenie wytycznych do rozwijania systemu zarządzania jakością, aby przedsiębiorstwo osiągało trwały sukces.

Norma ISO 9004 zaleca, aby przedsiębiorstwo systematycznie angażowało zainteresowane strony i dostarczało im informacji o swojej działalności oraz planach [Norma PN-EN ISO 9004:2010]. Wskazówka ta jest spójna z postulatem koncepcji społecznej odpowiedzialności dotyczącym funkcjonowania przedsiębiorstwa w sposób przejrzysty dla społeczeństwa, a przede wszystkim akcjonariuszy, w tym rozliczania się przed nim ze swej działalności. Norma często w swej treści odwołuje się do „zainteresowanych stron”, do których zalicza także społeczeństwo (tab. 1, p. 4.4) jako jedną z kluczowych grup. Wytyczne osiągnięcia trwałego sukcesu zawarte w normie ISO 9004 wskazują na potrzebę ustanowienia wzajemnie korzystnych relacji z „zainteresowanymi stronami”, w tym także ze społeczeństwem. Utrzymywanie relacji przedsiębiorstwa ze społeczeństwem ma również podstawowe znaczenie w społecznej odpowiedzialności, niemniej warunek obopólności korzyści, zapisany w normie ISO 9004, wymaga odpowiedniego zinterpretowania.

4. Społeczna odpowiedzialność w przedsiębiorstwie stosującym ISO 9001

Problem łączenia wielu systemów zarządzania w jeden zintegrowany system jest niezmiernie ważny ze względu na sprawność i skuteczność zarządzania przedsiębiorstwem. W przedsiębiorstwach funkcjonują systemy powołane do realizacji różnych celów, jak doskonalenie jakości, bezpieczeństwo pracy czy ochrona środowiska. Społeczna odpowiedzialność biznesu nie ma charakteru odrębnego systemu, a norma ISO 26000 nie zawiera wytycznych do budowy systemu, jest jedynie zbiorem wskazówek. Jest to wprawdzie przewodnik obszerny, ale nie proponuje on szczegółowych instrukcji [*Handbook for Implementers of ISO 26000...* 2011]. Jak wykazano wyżej, wiele zagadnień dotyczących społecznej odpowiedzialności stanowi również obszary regulacji systemu zarządzania jakością według normy ISO 9001. Przedsiębiorstwa traktujące poważnie odpowiedzialność społeczną, jako element strategii, która ma implikacje zarówno zewnętrzne, jak i wewnętrzne, stają przed pytaniem, czy i ewentualnie w jaki sposób społeczna odpowiedzialność powinna „integrować się” z systemem zarządzania jakością? Z tym że nie chodzi tu dokładnie o integrację, ale o wzajemne harmonijne współistnienie oraz wspieranie koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu przez system zarządzania jakością.

Określenie wzajemnych relacji pomiędzy systemem zarządzania jakością i realizacją społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie powinno najpierw brać pod

uwagę nadrzędne cele obu z nich. Otóż zarówno w przypadku systemów funkcjonujących w oparciu o ISO 9001, jak i w przypadku społecznej odpowiedzialności jest nim zapewnienie trwałego zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwu. Ta wspólnota nadrzędnego celu stanowi ważne ramy oraz punkt odniesienia przy formułowaniu praktycznych rozwiązań, jeśli chodzi o stosowanie społecznej odpowiedzialności z uwzględnieniem funkcjonującego w przedsiębiorstwie ISO 9001.

Najważniejszym dokumentem systemu ISO 9001 jest polityka jakości. Polityka jakości narzuca ramy całemu systemowi zarządzania jakością. Jej treść może wyrażać również dążenia przedsiębiorstwa do postępowania według zasad społecznej odpowiedzialności. Wówczas cały system jakości będzie musiał uwzględniać wartości i zasady społecznej odpowiedzialności biznesu zawarte w polityce jakości. W podobny sposób, wykorzystując funkcjonujący w przedsiębiorstwie system ISO 9001, można rozwinąć punkty wspólne pomiędzy ISO 9001 i społeczną odpowiedzialnością. Relacje z klientami i sposób postępowania wobec nich są bardzo ważną częścią systemu jakości. Przyjmując zasady biznesu społecznie odpowiedzialnego, szczegółowe podejście do klientów, jakie przedsiębiorstwo określa w swojej dokumentacji systemu i praktykach postępowania, będzie poszerzone o te zasady.

W systemie ISO 9001 pracownicy mają duże znaczenie, ale przede wszystkim podkreśla się ich znaczenie jako zasobów kompetencji i wiedzy, uwzględnia się również dbałość o warunki pracy. Rozwój pracowników jest ważnym, ale nie jedynym zadaniem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. System ISO 9001 wspiera więc tylko jeden aspekt społecznej odpowiedzialności w obszarze pracowniczym, wobec tego powinien być przez przedsiębiorstwo poszerzony przede wszystkim o odpowiednią politykę antidyskryminacyjną i zadania ochrony socjalnej pracowników. Jeśli chodzi o relacje z właścicielami, a w tym przejrzystość działań i rzetelność informacyjną, oraz relacje ze społeczeństwem, to w systemie funkcjonującym według ISO 9001 mieszczą się one w dodatkowych wytycznych służących doskonaleniu systemu (ISO 9004). Dlatego też podejmując społeczną odpowiedzialność biznesu, przedsiębiorstwo powinno najpierw podążyć za zaleceniami normy ISO 9004, oczywiście tam, gdzie jest to zasadne, stosując odpowiednie rozwinięcia oraz uszczegółowienia.

Bazą funkcjonowania systemu ISO 9001 są procesy zachodzące w przedsiębiorstwie; system tworzy rodzaj „infrastruktury” procesowej w formie dokumentacji. Infrastruktura ta umożliwia stabilny przebieg procesów, a także ich systematyczne doskonalenie. Właściwe jest przeprowadzenie oceny funkcjonowania procesów ze względu na przyjęte w przedsiębiorstwie priorytety społecznej odpowiedzialności. Szczegółowa diagnoza wymagań procesowych ze względu na społeczną odpowiedzialność prowadzić będzie do korekty tych wymagań, dzięki czemu koncepcja społecznej odpowiedzialności znajdzie praktyczną realizację na poziomie operacyjnym przedsiębiorstwa. Powinny znaleźć tu swoje odbicie pozostałe zasady społecznej

odpowiedzialności, niepowiązane bezpośrednio z systemem, a uznane za priorytetowe przez przedsiębiorstwo.

Zwrócić należy jeszcze uwagę na wymagania związane z oceną stanu systemu, które są nieodłącznie wpisane w funkcjonowanie systemu ISO 9001. Jednym z nich jest przegląd zarządzania (p. 5.6 normy ISO 9001), który w przypadku podjęcia w przedsiębiorstwie społecznej odpowiedzialności biznesu powinien również dostarczać oceny zorganizowania tej sfery przedsiębiorstwa. Przegląd zarządzania kończy się zawsze wnioskami co do zmian w funkcjonowaniu systemu zarządzania w przedsiębiorstwie, tym samym będzie pozwalał na doskonalenie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.

5. Zakończenie

Odpowiedzialność społeczna biznesu jest wyrazem dojrzałości zarządzających przedsiębiorstwem oraz wyrazem dążenia do trwałego sukcesu. Odpowiedzialność społeczna nie polega jedynie na organizacji sporadycznych lub nawet systematycznych akcji dobroczynnych i sponsoringowych na rzecz wybranych grup społecznych oraz osób potrzebujących. Jest to dążenie do postępowania odpowiedzialnie wobec wewnętrznych i zewnętrznych partnerów przedsiębiorstwa. Uczynienie ze społecznej odpowiedzialności funkcji przedsiębiorstwa i przypisanie jej do wybranego działu, np. działu PR, prowadzić będzie do spłaszczenia tej koncepcji.

Społeczna odpowiedzialność w przedsiębiorstwie nie tworzy oddzielnego podsystemu zarządzania, jest natomiast obecna i przejawia się w wielu procesach i działaniach przedsiębiorstwa. Literatura przedmiotu niewiele mówi o tym, w jaki sposób społeczna odpowiedzialność powinna funkcjonować w przedsiębiorstwie, z wyjątkiem wyspecyfikowania typowych działań. Dokładana analiza koncepcji społecznej odpowiedzialności w zestawieniu z wymaganiami standardu ISO 9001 wskazuje, że jest wiele obszarów kluczowych dla społecznej odpowiedzialności, które są uregulowane w wymaganiach co do systemu zarządzania jakością. Stanowi to dobrą podstawę do wprowadzenia społecznej odpowiedzialności jako ważnego składnika funkcjonowania przedsiębiorstwa. Oparcie społecznej odpowiedzialności na systemie jakości chroni przed powstawaniem dodatkowych podsystemów i obszarów odpowiedzialności, które będą wymagały dodatkowej koordynacji i oddzielnych zasobów. Mimo że w systemie zarządzania jakością według normy ISO 9001 występują, oprócz zagadnień wspólnych z koncepcją społecznej odpowiedzialności, także obszary niepozostające w związku, to można stwierdzić, że społeczna odpowiedzialność może skutecznie funkcjonować, wykorzystując ten system. Wówczas społeczna odpowiedzialność uniknie zagrożenia przekształceniem się w funkcję o charakterze zewnętrznym zbliżoną do roli *public relations*.

Przedstawiona praca ma charakter koncepcyjny, z założenia więc zaprezentowała ona problem na zasadzie uproszonego modelu. Problem ten jest natomiast na tyle

ważny, że wymaga dalszych badań koncepcyjnych oraz weryfikacji empirycznej. Szczególnie ważne będą pogłębione studia przedsiębiorstw stosujących ISO 9001 i jednocześnie na serio traktujących społeczną odpowiedzialność biznesu.

Literatura

- Business Innovation and Skills. Corporate responsibility report*, 2008, UK Government Publication, <http://www.berr.gov.uk> (1 kwietnia 2014).
- Gadomska-Lila K., 2012, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w obliczu kryzysu gospodarczego. Współczesne wyzwania gospodarowania i zarządzania*, Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Uniwersytet Szczeciński, nr 28, s. 23-35.
- Gond J.P., Moon J., 2011, *Corporate Social Responsibility in Retrospect and Prospect: Exploring The Life-Cycle of an Essentially Contested Concept*, [w:] J.P. Gond, J. Moon (red.), *Corporate Social Responsibility: Critical Perspectives in Business and Management Reprinted in ICCSR Research Paper Series*, International Centre for Corporate Social Responsibility, Nottingham.
- Handbook for Implementers of ISO 26000. Global Guidance Standard on Social Responsibility*, 2011, ECOLOGIA, Middlebury.
- Holme R., Watts P., 2000, *Corporate social responsibility: Making good business sense*, World Business Council for Sustainable Development, Genewa.
- Margolis J., Elfenbein H., 2008, *Doing well by doing good: Don't count on it*, Harvard Business Review, nr 86(1), s. 19-20.
- Moir L., 2001, *What do we mean by corporate social responsibility?*, Corporate Governance, nr 1,2, s. 16-22.
- Norma PN-EN ISO 9001:2009.
- Norma PN-EN ISO 9004:2010.
- Norma PN-ISO 26000:2012.
- Pastrana N.A., Sriramesh K., 2014, *Corporate Social Responsibility: perceptions and practices among SMEs in Colombia*, Public Relations Review, nr 40, s. 14-24.
- Połowczyk P., 2013, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu a biznes społeczny: analiza etyczna*, Zarządzanie Zmianami, Zeszyty Naukowe, nr 1(58), s. 1-28.
- Rok B., 2004, *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa.
- Russo M.V., Fouts P.A., 1997, *A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability*, Academy of Management Journal, nr 40(3), s. 534-559.
- Sznajder M., 2013, *Korzyści z wdrożenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (z uwzględnieniem koncepcji interesariuszy)*, Economics and Management, nr 2, s. 194-211.
- Urbaniak M., 2007, *Znaczenie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w doskonaleniu działań organizacji*, Problemy Jakości, nr 6, s. 11-18.
- Zuzek D.K., 2012, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, t. 21, nr 2, s. 197-207.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SUPPORTED BY ISO 9001 SYSTEM

Summary: The article is focused on Corporate Social Responsibility concept, this issue becoming increasingly important in business activities. To meet the limited information about practical implementation of this concept in a company, the article aims to recognize how far Corporate Social Responsibility concept is consistent with ISO 9001 requirements and to develop guidelines for its implementation by support of ISO 9001 quality system. There is presented a literature review in the field of Corporate Social Responsibility, including the ISO 26000 standard. The article provides a conceptual contribution. The main conclusion announces that although the ISO 9001 system does not enclose all the elements of Corporate Social Responsibility, it is an appropriate support of this concept. Relying on the ISO 9001 a company is allowed to implement it in a permanent way, avoiding to set additional subsystems and redundant departmentalization.

Keywords: Corporate Social Responsibility, ISO 9001, ISO 26000.