

**Justyna Kaźmierczak**

Uniwersytet Szczeciński

## **CSR – Polska na tle wybranych krajów UE. Analiza porównawcza**

### **Streszczenie:**

Tematem niniejszego artykułu jest przedstawienie specyfiki społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w Polsce na tle wybranych krajów UE. Biorąc pod uwagę takie kraje jak: Polska, Wielka Brytania i Irlandia przedstawiono podobieństwa i różnice w obszarze koncepcji CSR. Artykuł rozpoczyna się od przedstawienia zagadnienia CSR: przeglądu definicji oraz zaprezentowaniu jej istoty. W kolejnej części mowa o poszczególnych krajach, ich ustroju oraz o polityce prowadzonej w kontekście CSR: czym tak naprawdę jest i jaki stosunek mają do niej wymienione kraje, jak powiązana jest z ich polityką społeczno-gospodarczą. Celem artykułu jest porównanie wybranych krajów, jak również zwrócenie uwagi na stosowanie praktyk i działań, które zgodne są z koncepcją biznesu społecznie odpowiedzialnego jak również próba wskazania miejsca CSR w przedsiębiorstwach. Pracę kończą wnioski dotyczące Polski, a dokładniej działań jakie powinny zostać zrealizowane by rozwijać CSR w naszym kraju. Artykuł powstał na podstawie przeglądu literatury jak również przeglądu czasopism o tematyce CSR

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność biznesu, praktyka, kraje Unii Europejskiej

### Wstęp

Społeczna odpowiedzialność biznesu pełni ważną rolę w rozwoju współczesnych państw oraz funkcjonujących na ich terenie przedsiębiorstw. Obecnie od przedsiębiorstwa wymaga się nie tylko wysokiej jakości oferowanych wyrobów i usług, ale także aktywności w sferze rozwiązywania problemów społecznych, ekonomicznych czy ekologicznych. Społeczna odpowiedzialność biznesu ma swój początek w latach sześćdziesiątych XX wieku, a dokładniej w czasie niepokojów, kiedy to obwiniano przedsiębiorstwa o wywołanie problemów społecznych oraz żądano, by skłoniły się one do ich rozwiązania. To właśnie poczucie odpowiedzialności wobec społeczności lokalnych, czy szerszych zbiorowości, stało się fundamentem idei CSR.

Firmy funkcjonujące na terenie Polski, będące zainteresowanymi współpracą międzynarodową, powinny zintensyfikować swoje działania w obszarze CSR, gdyż obecnie idea społecznej odpowiedzialności biznesu w realiach polskich, nadal jest na wczesnym etapie rozwoju, w innych natomiast krajach rozwinęła się zdecydowanie szybciej i doczekała się znormalizowanych działań w tym obszarze. Analizując realia polskie, irlandzkie oraz brytyjskie, można obserwować istotne różnice w podejściu do praktyki CSR, co dało impuls do przygotowania artykułu o takiej właśnie tematyce.

Celem artykułu jest porównanie wspomnianych wyżej krajów, jak również zwrócenie uwagi na stosowanie praktyk i działań, które zgodne są z koncepcją biznesu społecznie odpowiedzialnego, ponad to, podjęto się próby wskazania miejsca CSR w przedsiębiorstwach. Artykuł powstał na podstawie przeglądu literatury jak również przeglądu czasopism o tematyce CSR. Pracę kończą wnioski dotyczące Polski, a dokładniej działań jakie powinny zostać zrealizowane, by rozwijać CSR w naszym kraju.

## CSR – idea i przegląd definicji

Źródeł koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, od ang. Corporate Social Responsibility, należy doszukiwać się w filozoficznej idei odpowiedzialności, która zakłada, że konsekwencją przynależnej ludziom wolności jest nałożenie na nich właśnie odpowiedzialności<sup>1</sup>. W związku z tym, podmioty, czerpiące korzyści z wolności gospodarczej, powinny cechować się odpowiedzialnością funkcjonując na tym właśnie rynku<sup>2</sup>, przy tym również powinny wypełniać zobowiązania społeczne<sup>3</sup>.

Rozkwit koncepcji *Corporate Social Responsibility* nastąpił dopiero w drugiej połowie XX wieku w Stanach Zjednoczonych, tam też pojawiły się pierwsze prace omawiające CSR<sup>4</sup>.

Początkowo bazowano na działaniach o charakterze filantropijnym, by następnie rozwinąć je w kierunku dobrych praktyk pracy, działań uczciwych, mających na uwadze dobro środowiska, ochronę praw konsumentów, praw człowieka i zapobieganiu przejawom korupcji.

A.B. Carroll podaje, że po raz pierwszy kształt definicyjny społecznej odpowiedzialności biznesu nadał H.R. Bowen, który zauważył, iż istnieje wciąż rosnąca grupa dużych przedsiębiorstw, które swoim działaniem są w stanie oddziaływać na jakość życia społeczeństwa. Uznał przy tym, że obowiązkiem owych przedsiębiorstw jest stosowanie pewnych reguł działania, a dokładniej praktykowanie takiej polityki biznesu, która będzie pożądana również przez społeczeństwo<sup>5</sup>. Definicję tę można jednak określić jako nie dość precyzyjną, gdyż nie wskazuje ona pożądanym przez społeczeństwo czynności, wartości, celów.

Wg Komisji Europejskiej społeczną odpowiedzialność biznesu można tłumaczyć jako dobrowolnie przyjmowaną działalność, która ma poprawiać życie interesariuszy, a także korzystnie wpływać na środowisko. Definicja ta jest połączeniem wielu innych definicji widniejących w literaturze, aczkolwiek najczęściej używaną w tej odsłonie.

Warto również przywołać definicję zaproponowaną przez PN-ISO 26000:2012, która mówi, że społeczna odpowiedzialność to zobowiązanie podmiotów działających na rynku do włączenia aspektów społecznych i środowiskowych w proces podejmowania decyzji i przy tym również, wzięcie na siebie odpowiedzialności za wpływ tychże decyzji i aktywności na społeczeństwo i środowisko. Takie działania powinny dążyć do zrównoważonego rozwoju, zachowując przy tym cechy transparentności. Ważnym jest także, aby w owej aktywności rynkowej stosować siedm zasad społecznej odpowiedzialności: rozliczalności, przejrzystości, postępowania etycznego, poszanowania interesów interesariuszy, poszanowania prawa, poszanowania międzynarodowych norm postępowania i poszanowania praw człowieka<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> J. Filek, O wolności i odpowiedzialności podmiotu gospodarczego, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002, s. 158–159.

<sup>2</sup> J. Filek, Społeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2006, s. 6–7.

<sup>3</sup> B. Rok, Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2004, s. 19.

<sup>4</sup> Szerzej w: M. Chojnacka: Idea społecznej odpowiedzialności, etyki i zrównoważonego rozwoju jako instrument kreowania wizerunku przedsiębiorstwa na przykładzie polskich organizacji pro jakościowych, w: Problemy etyczne w organizacji uczącej się, red. E. Skrzypek, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2010 s. 39–54.

<sup>5</sup> H.R. Bowen, *Social Responsibilities of the businessman*, Harper & Row, New York 1953.

<sup>6</sup> Norma PN-ISO 26000:2012.

Źródło	Definicja
Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna Zatrudnienia i Spraw Społecznych (Forbes, 2011)	CSR jest koncepcją przez którą przedsiębiorstwa integrują potrzeby społeczne i środowiskowe ze swoją działalnością biznesową i kontaktami z interesariuszami na zasadzie dobrowolności.
Starbucks, (CSR Report, 2004)	Odpowiedzialne przedsiębiorstwo to takie, które słucha swych interesariuszy i uczciwie odpowiada na ich sprawy.
Dymowski J., Szymańska M. (Warszawa, 2004)	CSR to „sposób, w jaki tworzymy zyski, a nie czy się nimi dzielimy [...], oraz strategia zarządzania oparta na wielowymiarowych relacjach, a nie «charytatywny wybielacz» wizerunku”.
Mazur-Wierzbicka E. (Szczecin, 2012)	Prawidłowe postrzeganie CSR polega na odbieraniu go jako nowej koncepcji prowadzenia działalności gospodarczej, której elementy są dobrowolnie i świadomie wkomponowywane w strategię jednostki.
Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (Forbes, 2011)	CSR to ciągłe zobowiązanie biznesu do zachowania etycznego oraz przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego poprzez poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako całości.
Rok B. (Warszawa, 2004)	CSR przyjmuje poszukiwanie tzw. złotego środka, który ma zostać osiągnięty poprzez podejmowanie działań spełniających w odpowiednim stopniu oczekiwania interesariuszy.

**Tabela 1. Wybrane definicje społecznej odpowiedzialności biznesu**

Źródło: opracowanie własne.

Społeczną odpowiedzialność biznesu ujmuje się także jako filozofię działania podmiotów na rynku, która mocno akcentuje budowanie trwałych i transparentnych relacji między interesariuszami, a przedsiębiorstwem<sup>7</sup>, przy czym koncepcja ta powinna być opracowana w unikalny sposób i podporządkowana oczekiwaniom interesariuszy<sup>8</sup>. Bardzo ważnym jest, aby podmioty rynkowe, zasadnie określające się mianem społecznie odpowiedzialnych, nie skupiały całej swej aktywności na dbaniu o zyski, ale przede wszystkim na przestrzeganiu prawa.

Praktyka CSR wyraża się w samoregulacji, chęci do tworzenia kodeksów etycznych, kształtowaniu większej przejrzystości pozafinansowych aspektów organizacji, to zaangażowanie w aspekty społeczne, to wreszcie zobowiązanie przedsiębiorstwa do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju społeczno-ekonomicznego<sup>9</sup>.

Wartość idei społecznej odpowiedzialności wyraża się przez zinternalizowanie określonych zasad i postaw, mogących służyć wszystkim uczestnikom rynku.

Koncepcja CSR jest dzisiaj organizacjom niezbędna, ponieważ stwarza możliwości świadomego i odpowiedzialnego angażowania się w kwestie dotyczące wszystkich obszarów działalności podmiotu gospodarującego. Daje przedstawicielom biznesu cenne wskazówki i wiązki możliwości, pozostawiając im jednocześnie swobodę wyboru względem konkretyzacji implementacji tychże zasad.

### CSR w Polsce, Irlandii oraz Wielkiej Brytanii

CSR w Polsce jest stosunkowo nowym zjawiskiem. Rozpowszechnienie tej koncepcji jest nieco inne niż w wybranych krajach, na co wpływają odmienne uwarunkowania chociażby historyczne, społeczne czy też gospodarcze. W dobie komunizmu przedsiębiorstwa zapewniały zatrudnienie, świadczenia społeczne dla pracowników oraz społeczności lokalnych. Natomiast okres po 1989 r. przyniósł wiele niepokojących zmian. Zadaniem firm było sprostanie szybko tworzącej się konkurencji, osiągnięcie

<sup>7</sup> T. Wołowicz, Społeczna odpowiedzialność nową formułą zarządzania, „Ekonomika i Organizacja przedsiębiorstw” 2004, nr 3, s. 3.

<sup>8</sup> M. Palazzi, G. Starcher, Corporate Social Responsibility and Business Success, <http://www.ebbf.org> z dn. 22.02.2017.

maksymalnego sukcesu finansowego, czego skutkiem było ograniczenie wydatków na cele społeczne, a za tym zaniechanie działalności prospołecznej. W czasie tych zmian regulacja prawna nie była dostateczna, co spowodowało rosnące zachowania nieetyczne. Bardzo często spotykanym zjawiskiem była korupcja, czy też łapówkarstwo. Ogólnie rzecz biorąc, wszystko to działało na szkodę pracowników i organów państwa. Znaczna część społeczeństwa została bezrobotna. Narastała nierówność wśród społeczeństwa. Wielkim przełomem dla gospodarki polskiej było pojawienie się korporacji międzynarodowych, które spopularyzowały zachowania moralne, etykę biznesu. Ogromną rolę odegrały w zakresie rozpowszechnienia CSR ośrodki akademickie i instytucje, np.: Krajowa Izba Gospodarcza, Akademia Rozwoju Filantropii czy też Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jak wynika z badania przeprowadzonego przez GoodBrand oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu, wśród menadżerów firm znajdujących się na liście 500 największych firm w Polsce (badanie w okresie sierpień-październik w roku 2010), Polska jest dopiero na początku drogi rozwoju CSR<sup>10</sup>. Wiedza na temat społecznej odpowiedzialności rośnie, menadżerowie zaczynają rozumieć funkcjonowanie swojej firmy w szerszym spektrum, co wiąże się z wywieraniem korzystnego wpływu na środowisko. To firmy zagraniczne zlokalizowane w Polsce, w dużej mierze nadają tempo CSR. **Postęp we wdrażaniu CSR odbywa się głównie za sprawą międzynarodowych korporacji (78%), które otwierając swoje siedziby dokonały jednocześnie transferu międzynarodowych standardów<sup>11</sup>.**

Obecnie istotne jest, jak biznes realizuje CSR w praktyce. Według badania „Menedżerowie CSR”<sup>12</sup> społeczna odpowiedzialność biznesu jest obecnie w Polsce na tyle istotna, w tak dużym stopniu wpływa na jego funkcjonowanie, że przedstawiciele firm w zdecydowanej większości są zgodni co do jej dalszego rozwoju<sup>13</sup>.

Jeśli zaś chodzi o Irlandię, to irlandzki rząd postrzega odpowiedzialność przedsiębiorstw jako dobrowolne podejście biznesu i popiera poglądy Komisji Europejskiej w tym zakresie. Nie ma konkretnego zestawu przepisów, które odnoszą się do raportowania odpowiedzialności korporacyjnej lub praktyk odpowiedzialnego biznesu, z wyjątkiem instytucji kredytowych (wsparcie finansowe). Znaczenie odpowiedzialności biznesu dla konkurencyjności przedsiębiorstw jest szeroko omawiane na obradach parlamentu (Oireachtas) wciąż jednak pozostając praktyką dobrowolną. Kluczowymi czynnikami odpowiedzialności biznesu w Irlandii są inwestycje w kwestie społeczne i w zaangażowanie pracowników w wykonywane zadania. Stopień świadomości wśród społeczności Irlandii zwiększył się w ciągu ostatnich kilku lat, zwłaszcza wśród konsumentów.

Najbogatsze doświadczenie związane z CSR wśród członków Unii Europejskiej, posiada właśnie Wielka Brytania. W przypadku przedsiębiorstw brytyjskich, to rząd odgrywa najważniejszą rolę, nazywany jest głównym „sponsorem” CSR. Ramy CSR w państwie tym wyznaczone są przez wiele regulacji mających charakter obligatoryjny jak i dobrowolny. Lata 2001-2003 to okres wzmożonego zainteresowania CSR. Rząd zaangażował się kreowanie koncepcji poprzez stworzenie grup roboczych, organizowaniem konferencji czy też powołanie ministra do spraw CSR. Zostały wprowadzone także

<sup>9</sup> M. Chojnacka, Zagrożenia społecznej odpowiedzialności w architekturze współczesnego otoczenia, w: Społeczna odpowiedzialność biznesu, red. J. Rossa, M. Chojnacka, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski 2013, s. 53–54.

<sup>10</sup> Raport z badań CSR w Polsce. Menedżerowie/ Menedżerki 500, Lider/Liderka CSR, GoodBrand & Company Polska, Warszawa, grudzień 2010, s. 7-9.

<sup>11</sup> Raport „Managerowie CSR”, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/wyniki-badania-menedzerowie-csr/>, z dn. 05.04.2018.

<sup>12</sup> Badanie „Menedżerowie CSR” zrealizowane zostało w Polsce w okresie maj-lipiec 2015 roku przez firmę badawczą PBS na zlecenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Partnerem badania jest firma Deloitte. Badanie „Menedżerowie CSR” miało na celu sprawdzenie jakie są opinie managerów na temat tego, co udało się osiągnąć dzięki CSR w polskim biznesie na przestrzeni ostatnich 15 lat, a także jak postrzegają rozwój tej koncepcji na polskim gruncie w najbliższej przyszłości. W badaniu menadżerowie CSR wzięły udział osoby zajmujące się na co dzień społeczną odpowiedzialnością biznesu. Byli to pracownicy i pracownice firm funkcjonujących na terenie Polski, reprezentujących cały przekrój dziedzin gospodarki, w większości duże firmy, zatrudniające minimum 250 osób.

<sup>13</sup> Raport „Managerowie CSR” <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/wyniki-badania-menedzerowie-csr/>, z dn. 05.04.2018.

kursy związane z koncepcją przez uczelnie wyższe. Ze strony państwa organami zaangażowanymi są przede wszystkim: Departament for Business Enterprise and Regulatory Reform (BERR), Departament Handlu i Przemysłu i inne. Do organizacji prywatnych można zaliczyć przede wszystkim organizację Business in the Community (BITC), która koncentruje ponad 750 przedsiębiorstw. Zadaniem organizacji jest mobilizowanie, wspieranie przedsiębiorstw w zakresie pozytywnego działania na społeczeństwo.

W. Visser<sup>14</sup> uważa, iż należy rozróżnić CSR w krajach rozwiniętych, będących eksporterami kapitału zagranicznego, a CSR w krajach rozwijających się - czyli krajach przyjmujących kapitał. Mając tu na myśli, że kraje rozwijające się:

- to kraje o dynamicznych gospodarkach, a więc rynki najbardziej dochodowe dla biznesu,- kraje, w których postęp technologiczny może mocno wpływać na społeczność i środowisko naturalne,
- kraje, rozwijające się to zupełnie inne wyzwania dla CSR niżeli kraje rozwinięte.

Do kraju rozwijającego się należy Polska, która po transformacjach gospodarczych i ustrojowych, stale podwyższa swoją pozycję na arenie politycznej i gospodarczej. Mimo to polska gospodarka nie zalicza się, w przeciwieństwie do brytyjskiej, do wysoce konkurencyjnej gospodarki. Analizując ranking GCI( indeks globalnej konkurencyjności)z roku 2010-2011 Polska zajęła 49 miejsce na 139, gdzie Wlk. Brytania uplasowała się na miejscu 12<sup>15</sup>. Jak już wcześniej wspomniano, Polska dopiero uczy się, można pokusić się o stwierdzenie, że „uczy się chodzić” ścieżkami CSR. Wkroczenie do państwa polskiego firm międzynarodowych nadało tempa rozwojowi koncepcji CSR. Wiele spraw zostało naświetlonych. Polskie przedsiębiorstwa zrozumiały, że prowadzenie działalności samej w sobie i osiągnięcie zysków, to jednak trochę za mało.

Tymczasem Irlandia jako „inteligentna gospodarka” biorąca się z połączenia innowacyjności i przedsiębiorczości , swój związek z CSR ma zupełnie inny. Kraj ten kładzie coraz większy nacisk na rozwój technologii ekologicznych oraz innowacje w zakresie usług . Irlandia tworzy również bardzo ważny ośrodek dla europejskich mediów cyfrowych. Właśnie tu wiele międzynarodowych korporacji zakłada swoje europejskie siedziby i rozpoczyna działania biznesowe. Mimo pojawiających się problemów ekonomicznych, Irlandia to nadal przodujący kraj w strefie euro pod względem łatwości prowadzenia działalności gospodarczej. Zajmuje pierwsze miejsce w rankingach światowych jeśli chodzi o dostępność wykwalifikowanej siły roboczej. Natomiast drugie w rankingach, co do atrakcyjności dla bezpośrednich inwestycji zagranicznych. W sektorze badań, rozwoju i innowacji w Irlandii także w ostatnich latach zaistniał wzrost, który wciąż trwa, czego odzwierciedleniem jest istotny wzrost działalności gospodarczej i funduszy publicznych. Sektor badań i rozwoju jest jednym z głównych elementów strategii gospodarczej rządu irlandzkiego. Celem jest wzrost ekonomiczny i tworzenie nowych miejsc pracy. Rozwój państwa, jego przychylne warunki do prowadzenia działalności sprawiają, że CSR rośnie w siłę.

Wielka Brytania to jedno z najważniejszych centrów finansowych i handlowych na świecie. Największą część brytyjskiego PKB tworzą ubezpieczenia, bankowość i usługi biznesowe. Zatrudniają oni 80% ogółu siły roboczej. Państwo to odgrywa ogromną rolę w światowej produkcji surowców, poprzez bogate złoża ropy i gazu. Poprzez rozbudowaną gospodarkę, angażowanie się rządu w prowadzenie działalności, państwo brytyjskie, ma wielkie szanse na coraz większy rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu. Krajowy plan działania jest taki, że nowy rząd koalicyjny będzie kontynuować ambitny plan rozwoju gospodarki niskoemisyjnej, tworzenia zielonych miejsc pracy, a także inwestycje w wychwytywanie i składowanie dwutlenku węgla i rozwój alternatywnych źródeł energii.

<sup>14</sup> W. Visser, Rewolucja w CSR, Harvard Business Review Polska, Odpowiedzialny Biznes, lipiec 2011.

<sup>15</sup> The Global Competitiveness Report 2010–2011, Columbia University, s.25.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości przeprowadziła badania, których celem było sprecyzowanie wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności oraz analiza stanu wdrażania CSR w polskich przedsiębiorstwach. Zgodnie z wynikami badań, jedynie 1/3 polskich przedsiębiorców zna pojęcie społecznej odpowiedzialności<sup>16</sup>. Większa część respondentów – 60% - zauważa korzyści z praktykowania CSR. Zaś około 33% firm planuje większe zaangażowanie w określonych obszarach CSR.

Sumując, można zauważyć instytucjonalizację społecznej odpowiedzialności biznesu, która stopniowo pojawia się także w Polsce. Polega ona na opracowywaniu strategii oraz stanowisk koordynujących działania w obszarze CSR. Dzięki temu, działania te otrzymują odpowiednią rangę lecz także możliwe staje się prowadzenie ich w sposób planowy, spójny oraz długookresowy. Polska wizja CSR jest w wielkim stopniu kojarzona z działalnością filantropijną, w momencie, gdy w Wielkiej Brytanii oraz w Irlandii wizja ta jest daleka od pojęcia CSR. W Polsce CSR utożsamiona jest z działalnością na rzecz lokalnych społeczności i różnego rodzaju krokami podejmowanymi na płaszczyźnie polityki społecznej, a niestety rzadziej z pewnym wymiarem strategicznym, rozumianym jako narzędzie poprawy pozycji przedsiębiorstwa na rynku. Niestety takie właśnie podejście owocuje niedoborem motywacji do wdrażania CSR w biznesie, a co za tym idzie, uniemożliwia wręcz osiągnięcie korzyści ekonomicznych, które umożliwia społeczna odpowiedzialność. Niewątpliwie wspólnym mianownikiem CSR w poszczególnych krajach jest to, że przedsiębiorstwa tych krajów zdają sobie sprawę z wielkiego znaczenia ciągłego inwestowania w pracowników. Przedsiębiorstwa chcą brać udział w poszerzaniu wiedzy i umiejętności pracowników, dlatego też umożliwiają im uczestnictwo w różnego rodzaju szkoleniach, warsztatach, zachęcają do podejmowania studiów podyplomowych. Jest to niewątpliwie efektywny sposób by dostosować się do zmiennych oczekiwań interesariuszy.

Podmioty gospodarcze danych krajów przywiązują dużą wagę do przeciwdziałania wszelkim przejawom dyskryminacji. Nie powinno to dziwić, ponieważ takie działania są oczekiwane przez społeczeństwo, w Polsce dodatkowo ta kwestia regulowana jest przez przepisy prawa min. Konstytucję RP, Kodeks Pracy. Polska wypada niekorzystnie na tle charakteryzowanych Państw pod względem zapewnienia pracownikom możliwości zachowania porządku w życiu, a mianowicie, zachowania równowagi pomiędzy życiem zawodowym, a życiem osobistym. Powodem takiego stanu rzeczy jest materializm, cechujący polskie społeczeństwo. Polacy pragną czuć bezpieczeństwo fizyczne i ekonomiczne, mniejszą wagę przywiązują do min. rozwoju intelektualnego oraz niezależności.

Cechą wspólną irlandzkich, brytyjskich oraz polskich przedsiębiorstw jest zabieganie o ochronę, a nawet poprawę środowiska naturalnego. Większość podmiotów gospodarczych podejmuje działania w obszarze ochrony środowiska oraz w obszarze racjonalnego gospodarowania zasobami naturalnymi.

Polskie przedsiębiorstwa w przeciwieństwie do Irlandii oraz Wielkiej Brytanii nie przywiązują znacznej wagi do informowania swoich interesariuszy zewnętrznych o wpływie swoich produktów na stan przyrody. Polska wypada słabo na tle wyżej wspomnianych, jeżeli chodzi o znakowanie społeczne i ekologiczne produktów. Jeżeli chodzi o wszelkiego rodzaju inne informacje przepływające między przedsiębiorstwem, a interesariuszami, wszystkie państwa praktykują zabezpieczanie danych. Jest to oczywiście obwarowane różnego rodzaju przepisami prawnymi, dlatego też przedsiębiorstwa, które postępują wbrew – chociażby- ustawie o ochronie danych osobowych, narażone są na dotkliwe kary. Powszechnym jest stosowanie standardów z zakresie zarządzania bezpieczeństwem informacji. Państwa, czyli Polska, Irlandia ni Wielka Brytania działają na forum branżowych i biznesowych organizacji. Przedsiębiorstwa poszczególnych krajów praktykują udział w krajowych i międzynarodowych organizacjach branżowych, specjalistycznych. Podmioty zarówno polskie, irlandzkie jak i brytyjskie

<sup>16</sup> P. Tyrakowski, Cała prawda o polskim CSR, PARP 2012, z dn. 22.02.2017.

wspierają promocje inicjatyw łączących działania proekologiczne z budowaniem społeczeństwa obywatelskiego. Celem tego działania jest permanentne zwiększanie wrażliwości społecznej oraz świadomości ekologicznej. W przeciwieństwie do Irlandii i Wielkiej Brytanii, w Polsce nie ma jasno określonej polityki w zakresie CSR. Zatem, polska administracja powinna podjąć działania w tym kierunku, by móc doścignąć państwa przodujące w praktyce CSR.

Warto również zaznaczyć, iż **transfer dobrych praktyk** w ramach koncernów działających w skali globalnej znacznie wpływa na rozwój koncepcji CRS w Polsce. Dobrym przykładem jest Małopolska, gdzie działa wiele korporacji międzynarodowych, lokując tam swoje centra usług i obsługi procesów biznesowych (BPO/SSC). Te wielkie międzynarodowe marki dbają o to, aby ich polskie oddziały szukały sposobów na stosowanie i wdrażanie centralnie opracowanych rozwiązań CSR na poziomie lokalnym. Polska powinna stać się państwem uczącym się, w kontekście poruszanego tematu, CSRu, powinna szeroko przyswajać inne dobre praktyki z krajów, w których odniosły one pożądany sukces. Polska zdecydowanie różni się pod kątem polityczno-ustrojowym społecznym od Irlandii i Wielkiej Brytanii, czego wynikiem jest także odmienne podejście do zjawiska CSR. Można natomiast wskazać na takie instrumenty, narzędzia, wytyczne do funkcjonowania, które mogą być z powodzeniem transferowane do naszego państwa w zakresie CSRu.

Wielka Brytania może stać się wzorem dla Polski jeżeli chodzi o przeprowadzanie konsultacji społecznych. Konsultacje społeczne powinny być bazą do budowania efektywnych i racjonalnych przepisów, które wychodzą naprzeciw oczekiwaniom społecznym, budowania zaufania do polityki rządu czy też przede wszystkim tworzenia środowiska sprzyjającego rozwojowi CSR. Koniecznym jest stworzenie w naszym kraju dokumentu, który unormowałby relacje pomiędzy administracją publiczną, a trzecim sektorem.

Możliwą i przyszłościową perspektywą do wdrożenia w Polsce jest – na wzór Wielkiej Brytanii – tworzenie międzysektorowych partnerstw strategicznych opracowujących priorytety rozwoju regionalnego, które następnie uzgadniane by były z administracją centralną<sup>17</sup>. Owocem owych uzgodnień mogłyby być długookresowe umowy definiujące rozwój poszczególnych regionów.

Irlandia powinna stać się dla Polski wzorem w kwestii ZZL. Irlandzkie firmy przykładają dużą rolę do rozwoju i motywacji pracowników oraz do budowania dobrych relacji z nimi. Irlandzcy przedsiębiorcy widzą potencjał w zatrudnionych i nie oszczędzają na ich rozwoju.

Tego czego stanowczo brak w polskich realiach, to uregulowanie kwestii lobbingu. Wielka Brytania oraz Irlandia od lat podejmują starania na rzecz zmiany społecznego nastawienia do rzecznictwa interesów. Aby stworzyć podłoże do poprawnej percepcji lobbingu bezwzględnie potrzebne są właściwe ramy instytucjonalne.

## Wnioski

Niezaprzeczalnym jest fakt, że CSR w Polsce znacząco różni się od CSR krajów zachodnich. Należy przyznać, że polski CSR jest w początkowej fazie rozwoju, w porównaniu do międzynarodowych korporacji. Z drugiej jednak strony jest wiele pozytywnych prognoz na przyszłość polskiego CSR.

Jak wyżej wspomniano Polska jest państwem demokratycznym, którego władza w niewielkim stopniu ingeruje w obszar CSR, co może przekładać się właśnie na niską znajomość tematyki społecznej odpowiedzialności biznesu w polskich przedsiębiorstwach. Jednak, co warto zaznaczyć i o czym trzeba mówić, Polska wciąż rozwija się w tym kierunku. Niewątpliwie przyczyną tego stanu rzeczy jest rozwój

<sup>17</sup> Ibidem, s. 229.

gospodarczy, a także - co ważniejsze, przystąpienie do Unii Europejskiej. Istotną funkcję w krzewieniu etycznych zasad w sferze gospodarczej i budowaniu świadomości wśród polskiego społeczeństwa odegrało środowisko akademickie (tj. Centrum Etycznego Biznesu powstałe przy obecnej Akademii Leona Koźmińskiego) oraz instytucje międzynarodowe, takie jak Agenda ds. Rozwoju ONZ, i polskie organy rządowe<sup>18</sup>.

Niskie zaufanie do teorii społecznej odpowiedzialności może wynikać oczywiście z polskich doświadczeń, czyli z przyczyn historycznych oraz społeczno-gospodarczych, jednak powodów takiego stanu rzeczy można doszukiwać się również w innych obszarach.

Wśród czynników, wpływających na małą popularność idei CSR w Polsce można wskazać: przeciętną sytuację ekonomiczną polskich firm, niewiedzę i zanikające zaangażowanie społeczne<sup>19</sup>.

CSR nadal zostaje domeną dużych przedsiębiorstw nad Wisłą, które w znacznej części bazują na kapitale zagranicznym. Spółki są poddawane obserwacji oraz są porównywane w Rankingu Odpowiedzialnych Firm. Dodatkowo, w Polsce istnieją już inicjatywy weryfikujące postawy społecznie odpowiedzialne, min.: konkurs „Przedsiębiorstwo Fair Play oraz działający od 2009, indeks giełdowy oparty o spółki zorientowany na działalność społeczną – RESPECT<sup>20</sup>.

Przed wszystkim w Polsce brakuje:

- narodowej strategii CSRu, która mogłaby kontrolować działania rządu, biznesu i organizacji społeczeństwa obywatelskiego,
- ciągłego dialogu, rozmów z przedsiębiorcami, które miałyby dotyczyć odpowiedzialnego prowadzenia interesów,
- aktywnego uczestnictwa w procesie opracowywania, wdrażania i rozpowszechniania społecznych i środowiskowych standardów, które mogą być certyfikowane przez kompetentne organizacje.

Wśród kadry zarządzającej przedsiębiorstw działających w Polsce wiedza dotycząca problematyki społecznej odpowiedzialności wciąż rozwija się. Zauważa się pozytywny trend, a mianowicie, idea społecznej odpowiedzialności biznesu staje się coraz bardziej rozpoznawalna. Niepokojące jest natomiast nadal to, że wprowadzenie jej w życie to podstawowe wyzwanie stojące przed przedsiębiorstwami. **CSR wspiera managerów za pomocą określonych narzędzi i metod działania. Mimo wszystko jednak, w opinii kadry zarządzającej, to wciąż krótka i zamknięta lista**, m.in. dlatego, że odpowiedzialny biznes jest często ograniczany jest do działań operacyjnych, a także traktuje się go wybiórczo. Dialog z interesariuszami (46%) i wolontariat pracowniczy (35%) to najwyżej oceniane przez managerów narzędzia CSR, zaś najniżej (11%), cenione zostały narzędzia zarządzania: jak normy ISO czy SA 8000 oraz działania charytatywne i filantropia (13%)<sup>21</sup>.

Jak wyżej wspomniano, idea koncepcji CSR rozwija się i wciąż ewoluuje w polskich realiach, co jest bezapelacyjnie pozytywnym zjawiskiem. Z uwagi jednak na uwarunkowania np. historyczne czy społeczno-gospodarcze, Polska potrzebuje więcej czasu niż Irlandia czy Wielka Brytania. Obserwując dynamikę rozwoju koncepcji w Polsce, można wskazać pozytywne rokowania.

<sup>18</sup> N. Ćwik, *Rozwój CSR w Polsce*. [w:] *Polskie i Szwedzkie MSP wobec wyzwań CSR. Respen Odpowiedzialna Przedsiębiorczość*, Warszawa 2011, s. 22.

<sup>19</sup> M. Bąk, P. Kulawczuk, *Społeczna odpowiedzialność biznesu w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa 2008, s. 63.

<sup>20</sup> N. Ćwik, *Rozwój CSR w Polsce*. [w:] *Polskie i Szwedzkie MSP wobec wyzwań CSR. Respen Odpowiedzialna Przedsiębiorczość*, Warszawa 2011, s. 23.

<sup>21</sup> Raport „Managerowie CSR” <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/wyniki-badania-menedzerowie-csr/>, z dn. 05.04.2018.



## **CSR - Poland on the background of selected EU countries. Comparative analysis**

### **Summary:**

The topic of this article is to present the specifics of corporate social responsibility (CSR) in Poland against the background of selected EU countries. Taking into consideration such countries as: Poland, Great Britain and Ireland, similarities and differences in the area of the CSR concept are presented. The article begins with presenting the issue of CSR: reviewing the definition and presenting its essence. In the next part, we talk about individual countries, their political system and about the policy pursued in the context of CSR: what really is and what attitude they have towards these countries, how it is related to their socio-economic policy. The aim of the article is to compare selected countries, as well as to draw attention to the application of practices and activities that are consistent with the concept of socially responsible business as well as an attempt to indicate the place of CSR in enterprises. The work ends with conclusions regarding Poland, and more specifically, actions that should be implemented to develop CSR in our country. The article was based on a literature review as well as a review of CSR magazines.

**Keywords:** corporate social responsibility, practice, European Union countries

