

ZN WSH Zarządzanie 2019 (1), s. 99-116

Artykuł przeglądowy
Review Article

Data wpływu/Received: 29.10.2018

Data recenzji/Accepted: 5.12.2018/5.02.2019

Data publikacji/Published: 31.03.2019

Źródła finansowania publikacji: środki własne

DOI: 10.5604/01.3001.0013.2424

Authors' Contribution:

(A) Study Design (projekt badania)

(B) Data Collection (zbieranie danych)

(C) Statistical Analysis (analiza statystyczna)

(D) Data Interpretation (interpretacja danych)

(E) Manuscript Preparation (redagowanie opracowania)

(F) Literature Search (badania literaturowe)

mgr inż. Mariola Szrajnert^{B C D E F}

Akademia WSB

**OCENA STANU WDRAŻANIA WYTYCZNYCH
NORMY ISO 26000:2012 DOTYCZĄCYCH
KLUCZOWYCH OBSZARÓW
SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU**

**ASSESSMENT OF THE CONDITION
OF THE IMPLEMENTATION OF ISO 26000:2012
STANDARD GUIDELINES CONCERNING
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Streszczenie: W artykule dokonano oceny stanu wdrażania przez polskie przedsiębiorstwa wytycznych normy PN-ISO 26000:2012 *Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności* (dalej: ISO 26000) dotyczących kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)¹ na podstawie raportów Forum Odpowiedzialnego Biznesu² *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*. W tym celu omówiono normę ISO 26000 i w oparciu o nią zdefiniowano CSR oraz przedstawiono kluczowe obszary społecznej odpowiedzialności. Dokonano także analizy wprowadzania dobrych praktyk we wszystkich siedmiu obszarach odpowiedzialności przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017. Wykorzystano metodę analizy: literatury przedmiotu, norm, publikowanych w Internecie raportów FOB *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki* i opracowań innych instytucji, a także metodę opisową i metodę graficznej prezentacji danych.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, obszary CSR, norma PN-ISO 26000:2012, dobre praktyki, raporty FOB

Abstract: The article evaluates the state of implementation the guidelines of ISO 26000 : 2012 *Guidelines for Corporate Social Responsibility* by Polish enterprises concerning key areas of corporate social responsibility (CSR) based on Responsible Business Forum reports *Responsible business in Poland. Good practices*. To this end, the PN-ISO 26000 standard was discussed and CSR was defined based on it and the key areas of social responsibility were presented. An analysis was also made of the introduction of good practices in all seven areas of responsibility by enterprises in Poland in 2015-2017. The method of analysis was used: literature on the subject, standards, FOB reports published on the Internet such as *Responsible business in Poland. Good practices* and studies of other institutions, as well as a descriptive method and a method of graphical data presentation.

Keywords: corporate social responsibility, CSR areas, standard ISO 26000:2012, good practices, FOB reports

Wstęp

Od wielu lat na całym świecie obserwuje się wzrost zainteresowania społeczną odpowiedzialnością biznesu. Te pozytywne zmiany wzrostu świadomości przedsiębiorców i zwiększenia ich społecznego zaangażowania miały wpływ na zainteresowanie się tym tematem przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną ISO, która po wieloletnich pracach opublikowała normę ISO 26000, porządkującą wiedzę w materii społecznej odpowiedzialności biznesu, a tym samym stając się praktycznym przewodnikiem po zasadach odpowiedzialnego biznesu. Celem artykułu jest przedstawienie normy

¹ Społeczna odpowiedzialność biznesu pochodzi od angielskich słów: Corporate Social Responsibility – CSR, dlatego też w artykule określenia te, jak i skrót CSR będą używane zamiennie.

² Forum Odpowiedzialnego Biznesu (dalej: FOB) – stowarzyszenie, organizacja typu think-and-do-tank zajmująca się ideą społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób. Misja organizacji to: „Działając na rzecz zrównoważonego rozwoju, inspirujemy biznes, który zmienia świat, łączymy ludzi, którzy zmieniają biznes”.

ISO 26000, zaprezentowanie społecznej odpowiedzialności i jej kluczowych obszarów w świetle zapisów tej regulacji, dokonanie analizy i oceny stanu wdrażania jej wytycznych dotyczących głównych zakresów CSR w oparciu o coroczne raporty FOB *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki w latach 2015-2017*, zawierające zestawienia podejmowanych działań z zakresu CSR realizowanych przez przedsiębiorstwa.

1. Norma ISO 26000

ISO 26000 jest normą międzynarodową zawierającą wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności. Nie jest normą systemu zarządzania, ale posiada elementy, które mogą być włączone do istniejących już systemów. Nie zawiera wymagań i nie jest przeznaczona do certyfikacji, dlatego może być stosowana dobrowolnie przez wszystkie organizacje³. Jej celem jest przekonanie organizacji do dobrowolnego angażowania się w działania z zakresu społecznej odpowiedzialności.

Niniejsza norma zawiera wytyczne dotyczące:

- ✓ zasad społecznej odpowiedzialności;
- ✓ rozpoznania społecznej odpowiedzialności i angażowania interesariuszy;
- ✓ kluczowych obszarów i zagadnień związanych ze społeczną odpowiedzialnością, których analiza jest przedmiotem tego artykułu;
- ✓ sposobów integrowania społecznej odpowiedzialności z działaniami organizacji.

2. Definicja CSR i wytyczne dotyczące kluczowych obszarów CSR w świetle normy ISO 26000

Podanie jednej, konkretnej definicji CSR, jest trudne, ponieważ społeczna odpowiedzialność dotyczy wielu różnych dziedzin nauki, dlatego traktowana jest w sposób interdyscyplinarny i wielowymiarowy⁴. Według B. Roka w literaturze przedmiotu jest przynajmniej kilkaset definicji CSR⁵. Na potrzeby tego artykułu przyjęto definicję zawartą w normie ISO 26000, która społeczną odpowiedzialność biznesu określa jako „odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, zapewniana przez przejrzyste i etyczne postępowanie, które:

- ✓ przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa;

³ Odkrywając ISO 26000, Polski Komitet Normalizacyjny, Warszawa 2010, s. 2, 4.

⁴ B. Buczkowski, T. Dorożyński, A. Kuna-Marszałek, T. Serwach, J. Wieloch, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Studia przypadków firm międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016, s. 13.

⁵ B. Rok, *Podstawy odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2013, s. 73.

- ✓ uwzględnia oczekiwania interesariuszy;
- ✓ jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania;
- ✓ jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach”⁶.

Norma ISO 26000 wyodrębnia 7 kluczowych obszarów CSR:

1. ład organizacyjny,
2. prawa człowieka,
3. praktyki z zakresu pracy,
4. środowisko,
5. uczciwe praktyki operacyjne,
6. zagadnienia konsumenckie,
7. zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej⁷.

Zagadnienia poruszane w kluczowych obszarach CSR przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Kluczowe obszary i zagadnienia związane z CSR

Table 1. Key areas and issues related to CSR

| Kluczowe obszary | Zagadnienia związane z CSR |
|---------------------------------|---|
| Ład organizacyjny | |
| Prawa człowieka | 1. Należyta staranność |
| | 2. Sytuacje zagrożenia praw człowieka |
| | 3. Unikanie współudziału |
| | 4. Rozpatrywanie skarg |
| | 5. Dyskryminacja i grupy szczególnie wrażliwe |
| | 6. Prawa obywatelskie: osobiste i polityczne |
| | 7. Prawa gospodarcze, społeczne i kulturalne |
| | 8. Fundamentalne zasady i prawa w pracy |
| Praktyki z zakresu pracy | 1. Zatrudnienie i stosunki pracy |
| | 2. Warunki pracy i ochrona socjalna |
| | 3. Dialog społeczny |
| | 4. Bezpieczeństwo i higiena pracy |
| | 5. Rozwój człowieka i szkolenia w miejscu pracy |

⁶ PN-ISO 26000:2012 *Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, Polski Komitet Normalizacyjny (PKN), s. 16.

⁷ PN-ISO 26000:2012 *Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, Polski Komitet Normalizacyjny (PKN), s. 31-32.

| | |
|---|--|
| Środowisko | 1. Zapobieganie zanieczyszczeniom |
| | 2. Zrównoważone wykorzystanie zasobów |
| | 3. Łagodzenie skutków oraz adaptacja do zmian klimatu |
| | 4. Ochrona środowiska, różnorodność biologiczna i przywracanie siedlisk przyrodniczych |
| Uczciwe praktyki operacyjne | 1. Przeciwdziałanie korupcji |
| | 2. Odpowiedzialne angażowanie się w działalność polityczną |
| | 3. Uczciwa konkurencja |
| | 4. Promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości |
| | 5. Poszanowanie praw własności |
| Zagadnienia konsumenckie | 1. Uczciwy marketing, prawdziwe i obiektywne informacje oraz uczciwe praktyki dotyczące umów |
| | 2. Ochrona zdrowia i bezpieczeństwo konsumentów |
| | 3. Zrównoważona konsumpcja |
| | 4. Obsługa konsumenta, wsparcie oraz reklamacje i rozstrzyganie sporów |
| | 5. Ochrona danych i prywatności konsumenta |
| | 6. Dostęp do podstawowych usług |
| | 7. Edukacja i świadomość |
| Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej | 1. Zaangażowanie społeczne |
| | 2. Edukacja i kultura |
| | 3. Tworzenie miejsc pracy i rozwijanie umiejętności |
| | 4. Rozwój i dostęp do technologii |
| | 5. Tworzenie bogactw i dochodu |
| | 6. Zdrowie |
| | 7. Inwestycje społeczne |

Źródło: opracowanie własne na podstawie PN-ISO 26000:2012, s. 10.

3. Definicja dobrych praktyk CSR oraz analiza ich wdrażania w przedsiębiorstwach na podstawie raportów FOB

Odpowiedzialny biznes w Polsce w latach 2015-2017

Dobra praktyka CSR to dobrowolne działanie stanowiące wyraz społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, wykraczające poza wymogi określone przepisami prawa, mające charakter aktywności podejmowanej w dłuższej perspektywie i przyczyniające się do realizacji celów zdefiniowanych, w oparciu o normę ISO 26000, w siedmiu kluczowych jej obszarach⁸.

Analiza zaangażowania przedsiębiorstwa w poszczególne obszary odpowiedzialności przeprowadzana jest najczęściej w oparciu o informacje publikowane w raportach społecznej odpowiedzialności⁹. Badaniami tymi interesują się przede wszystkim środowiska biznesowe oraz firmy doradcze, które zapoznają się z dobrymi praktykami w obszarze CSR, a następnie wdrażają je w swoich firmach. W Polsce Forum Odpowiedzialnego Biznesu od 2002 r. prowadzi badania i na ich podstawie corocznie publikuje raporty *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, będące podsumowaniem zaangażowania firm w realizację zasad odpowiedzialnego biznesu oraz przeglądem podejmowanych inicjatyw związanych z CSR w danym roku. Dane w raportach prezentowane są zgodnie z siedmioma kluczowymi obszarami CSR wyróżnionymi w normie ISO 26000. Analiza informacji zawartych w tych materiałach była podstawą do oceny stanu wdrażania wytycznych przedmiotowej normy w jej kluczowych obszarach w latach 2015-2017.

Pierwszy obszar to ład organizacyjny, system, poprzez który organizacja podejmuje i wdraża decyzje zmierzające do realizacji jej celów. Może obejmować zarówno formalne mechanizmy zarządzania oparte na zdefiniowanych strukturach i procesach, jak i mechanizmy nieformalne, wynikające z kultury organizacji i wyznawanych przez nią wartości, na które często mają wpływ osoby kierujące organizacją. Ład organizacyjny to główna funkcja organizacji każdego rodzaju, ponieważ tworzy on strukturę decyzyjną w organizacji¹⁰.

Dobre praktyki z tego obszaru powinny stawiać sobie za cel poprawę efektywności zarządzania organizacją, a w konsekwencji poprawę jej funkcjonowania przy uwzględnieniu interesu społecznego, poszanowania interesariuszy oraz zasad etycznych.

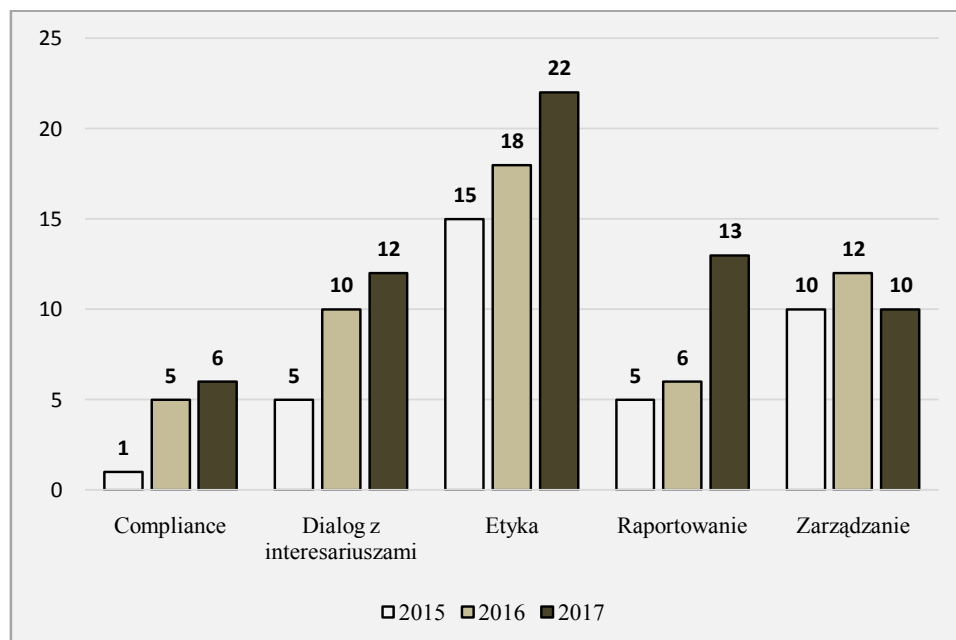
⁸ Dobra Praktyka CSR, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Warszawa 2010, s. 38.

⁹ P. Roszkowska, *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa 2011, s. 42.

¹⁰ Norma PN-ISO 26000, s. 34.

Rysunek 1. Obszar praktyk z zakresu ładu organizacyjnego realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 1. Areas of organizational order practices implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

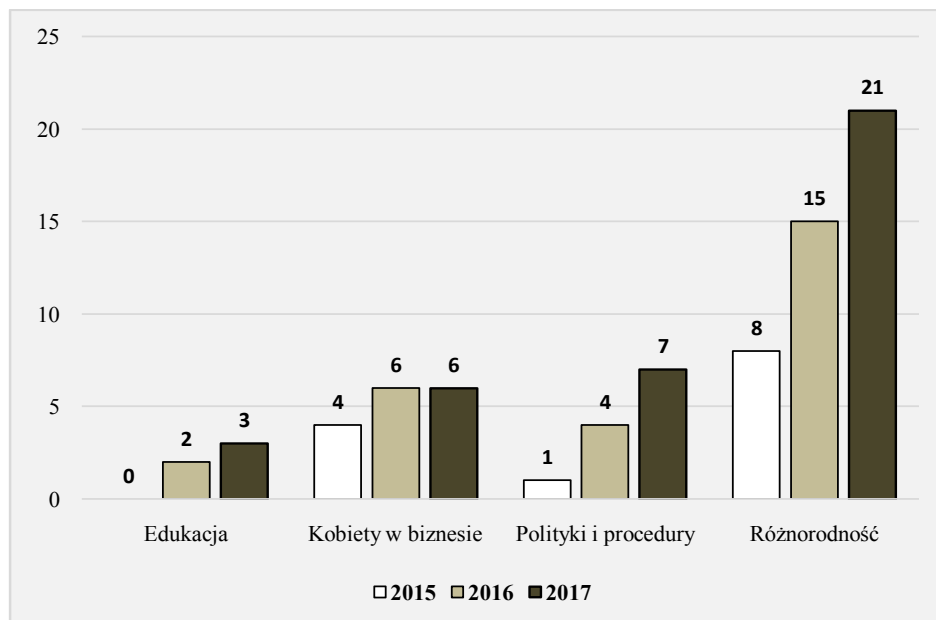
Jak wynika z raportów (zob. rysunek 1) kodeksy etyki i postępowania etyczne (42% praktyk w 2015 r. i po 35% praktyk w kolejnych dwóch latach) nadal stanowią najważniejszy element zarządzania CSR w firmach w obszarze ładu organizacyjnego. Na uwagę zasługuje ponad 100% wzrost w 2017 r. w porównaniu z 2016 r. działań organizacji związanych z raportowaniem.

Drugi obszar dotyczy fundamentalnych praw wszystkich ludzi. Istnieją dwie szerokie kategorie praw człowieka. Pierwsza dotyczy praw obywatelskich oraz politycznych i obejmuje takie prawa jak prawo do życia i wolności, równego traktowania w obliczu prawa oraz swobody wypowiedzi. Druga kategoria odnosi się do praw gospodarczych, społecznych i kulturalnych i obejmuje takie prawa jak prawo do pracy, prawo do wyższości, prawo do możliwie najwyższych standardów w zakresie zdrowia, prawo do edukacji oraz prawo do bezpieczeństwa socjalnego¹¹. W polskich organizacjach dobre praktyki realizowane w ramach tego obszaru wynikają z potrzeby przeciwdziałania wszelkiej dyskryminacji lub wzmacniania ochrony praw pracowniczych.

¹¹ Norma PN-ISO 26000, s. 35-36.

Rysunek 2. Obszar praktyk z zakresu praw człowieka realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 2. Areas of human rights practices implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

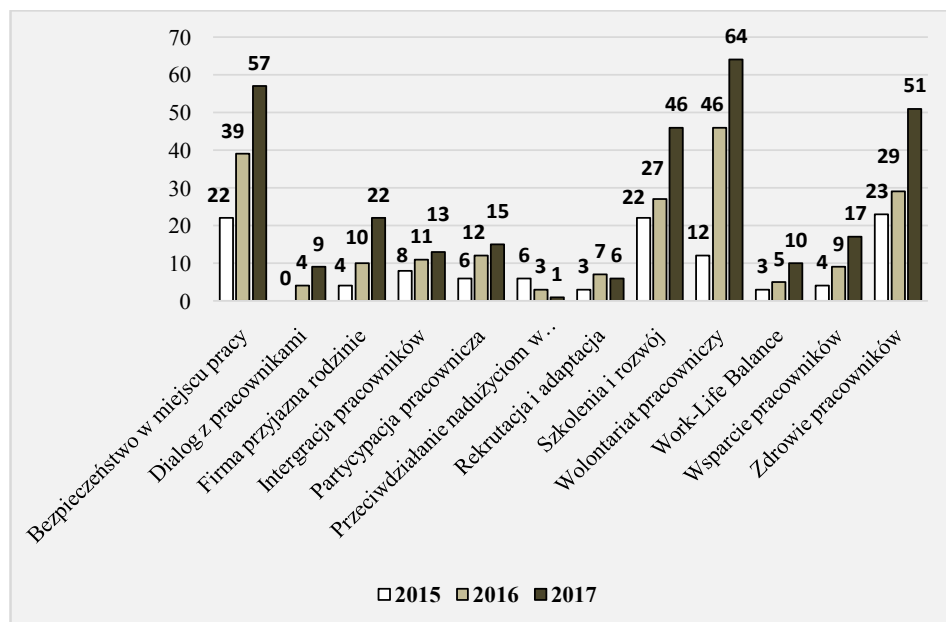
Do dobrych praktyk, związanych z prawami człowieka, stosowanymi przez organizacje należą edukacja, wyrównywanie szans kobiet, działania z zakresu polityk i procedur oraz upowszechnianie różnorodności, które tak jak w latach poprzednich cieszyło się największym zainteresowaniem, stanowiąc 57% wszystkich realizowanych w tym obszarze praktyk w 2017 r. (zob. rysunek 2). Niestety, nadal w obszarze praw człowieka zgłaszana jest najmniejsza liczba praktyk.

Kolejny, trzeci obszar, to praktyki organizacji z zakresu pracy, które obejmują wszystkie polityki i praktyki związane z pracą wykonywaną przez organizację, w jej obrębie lub w imieniu organizacji, łącznie z pracą zlecaną podwykonawcom. Wykraczają one poza relację organizacji z jej bezpośrednimi pracownikami lub obowiązki organizacji w związku z miejscem pracy, które posiada lub które bezpośrednio kontroluje¹². Dobre praktyki z tego obszaru powinny mieć na uwadze warunki pracy i opiekę społeczną, bezpieczeństwo i higienę pracy, rozwój społeczny (szkolenia), potrzebę prowadzenia stałego dialogu społecznego oraz utrzymywania otwartych i uczciwych relacji z podmiotami współpracującymi.

¹² Norma PN-ISO 26000, s. 46.

Rysunek 3. Obszar praktyk z zakresu pracy realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 3. Areas of work practices implemented by enterprises in Poland in 2015-2017

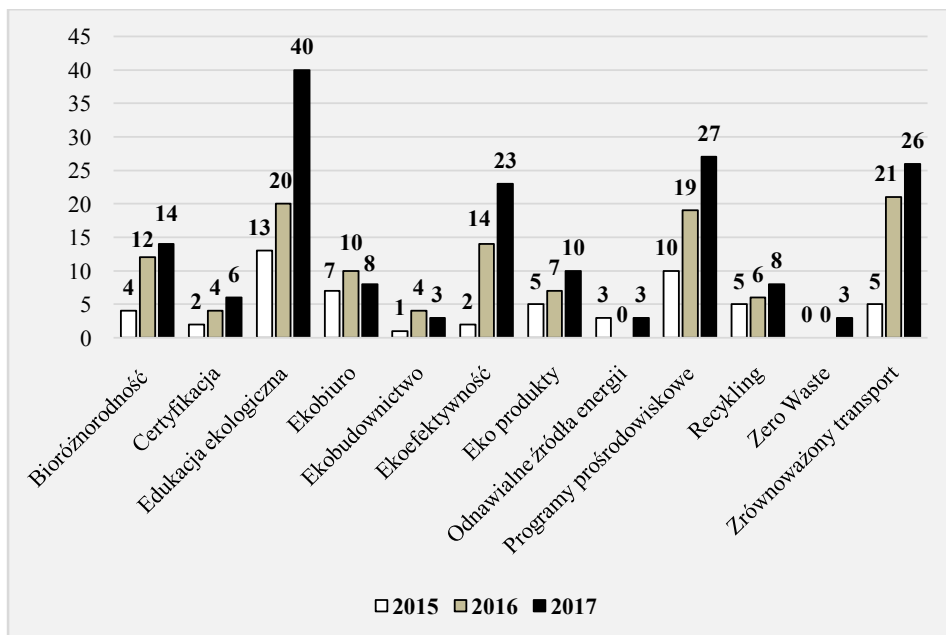


Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

Od 2016 r. wolontariat pracowniczy to kategoria ciesząca się największym zainteresowaniem w tym obszarze (zob. rysunek 3). Aż co piąta inicjatywa podejmowana w latach 2016-2017 to akcje pracowników na rzecz wolontariatu. W 2015 r. natomiast najczęściej podejmowane były działania dotyczące zdrowia pracowników (23 praktyki), ich szkolenia i rozwoju oraz bezpieczeństwa w miejscu pracy (po 22 praktyki każda). W 2016 r., ze względu na wzrost zainteresowania wolontariatem pracowniczym, szkolenia i rozwój spadły na czwartą pozycję, którą utrzymały również w kolejnym roku. W 2017 r. odnotowano ponad dwukrotny wzrost inicjatyw adresowanych do przyszłych rodziców (z 10 praktyk w 2016 r. do 22 praktyk w 2017 r.). Niepokoić może spadek zainteresowania przez organizacje kategorią przeciwdziałanie nadużyciom w miejscu pracy (z 6 praktyk w 2015 r. do symbolicznej 1 praktyki w 2017 r.).

Rysunek 4. Dobre praktyki z obszaru środowiska realizowane przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 4. Good practices from the environmental area implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

Czwarty obszar CSR dotyczący środowiska rozważany jest w 12 kategoriach. Decyzje i działania organizacji zawsze mają wpływ na środowisko, niezależnie od lokalizacji organizacji. W celu ograniczenia wpływu na środowisko zaleca się, aby organizacja przyjęła zintegrowane podejście uwzględniające bezpośrednie i pośrednie skutki ekonomiczne, społeczne, zdrowotne i środowiskowe swoich decyzji i działań¹³. Dlatego dobre praktyki z tego właśnie obszaru powinny koncentrować się na monitorowaniu, kontroli i ograniczaniu ilości zanieczyszczeń emitowanych do środowiska oraz podejmowaniu wszelkich kroków zmniejszających poziom zużycia zasobów naturalnych.

W obszarze tym liczba dobrych praktyk realizowanych przez firmy w 2017 r. wzrosła o ponad 46% w porównaniu z 2016 r., a o 200% w stosunku do 2015 r. Nadal największą popularnością cieszą się działania związane z edukacją ekologiczną skierowaną do pracowników i do lokalnej społeczności, co potwierdza dwukrotny wzrost liczby praktyk w 2017 r. w porównaniu z 2016 r. (zob. rysunek 4). Organi-

¹³ Norma PN-ISO 26000, s. 54.

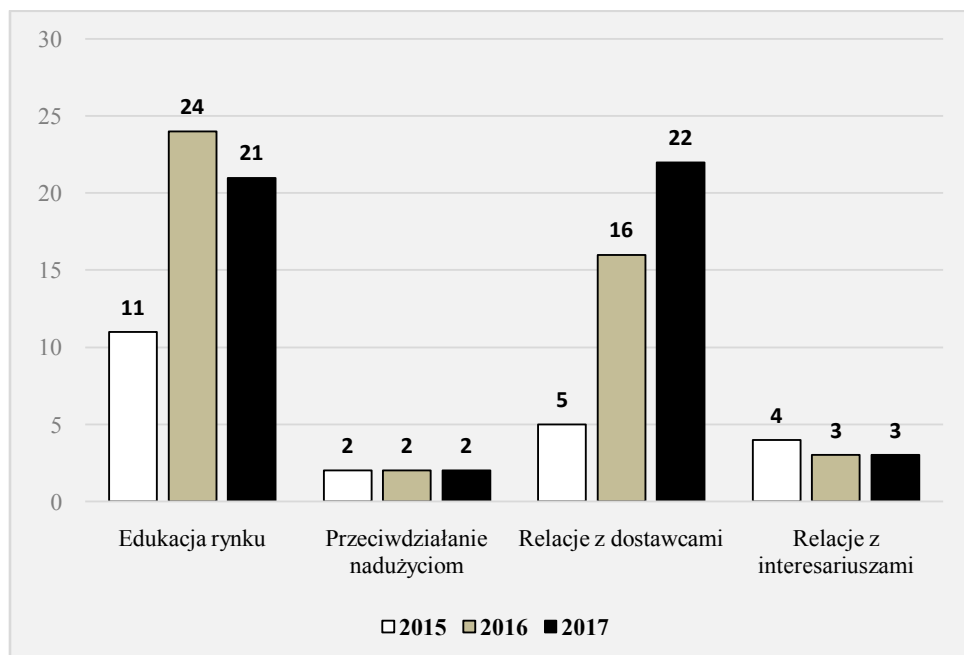
zacje nadal zainteresowane są programami prośrodowiskowymi oraz działaniami z zakresu efektywności. Dynamika wzrostu w kategorii zrównoważony transport wyraźnie zmalała.

Uczciwe praktyki operacyjne to piąty obszar, w którym mieszczą się w szczególności etyczne zachowania firmy w relacjach z innymi organizacjami, w tym z organizacjami rządowymi, partnerami, dostawcami, wykonawcami, konkurencją oraz zrzeszeniami, których jest członkiem. Firma, chcąc być uważana za podmiot stosujący uczciwe praktyki rynkowe, a tym samym odpowiedzialny społecznie, powinna realizować dobre praktyki służące uczciwej współpracy, poszanowaniu praw własności oraz przeciwdziałaniu nieuczciwej konkurencji.

Jak wynika z zaprezentowanych danych (rys. 5), obszar ten, cieszący się dużym zainteresowaniem w 2016 r., przechodzi okres stagnacji, notując w 2017 r. jedynie ok. 7% wzrost liczby dobrych praktyk, podczas gdy w 2016 r. wzrosła ona dwukrotnie w porównaniu z 2015 r. Wśród podejmowanych inicjatyw od lat zdecydowanie przeważają działania na rzecz poprawy relacji z dostawcami i edukacją rynku.

Rysunek 5. Obszar uczciwych praktyk operacyjnych realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 5. Areas of fair operating practices implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



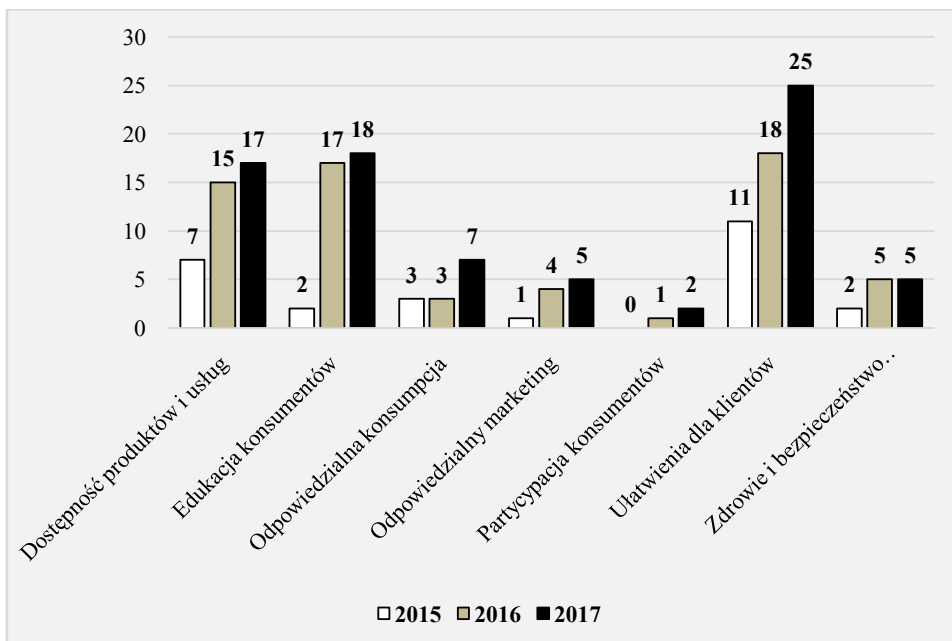
Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

Obszar szósty obejmuje praktyki skierowane do konsumentów. Organizacje, które dostarczają produkty i usługi konsumentom oraz innym klientom, mają wobec nich określone obowiązki. Obowiązki obejmują edukowanie i rzetelne informowanie, stosowanie uczciwych, przejrzystych i pomocnych informacji marketingowych oraz procesów dotyczących umów, promowanie zrównoważonej konsumpcji oraz projektowanie produktów i usług, do których dostęp mogą mieć wszyscy oraz, w razie potrzeby, umożliwianie dostępu do nich odbiorcom szczególnie wrażliwym i znajdującym się w niekorzystnej sytuacji społecznej¹⁴.

W ostatnich latach obserwujemy wyraźny wzrost świadomości i oczekiwań polskiego konsumenta w zakresie praw i obowiązków. Do 2016 r. firmy próbowały odpowiadać na potrzeby tej grupy interesariuszy, notując w 2016 r. ponad 140% wzrost ilości dobrych praktyk w porównaniu z rokiem poprzednim. W 2017 r. liczba inicjatyw co prawda wzrosła, ale tylko o 25% w porównaniu z 2016 r. Dobre praktyki wprowadzono jedynie w kategoriach: ułatwienia dla klientów (25 praktyk), edukacja konsumentów oraz dostępność produktów i usług (łącznie 35 praktyk). Zainteresowaniem cieszyła się także odpowiedzialna konsumpcja z 7 praktykami i ponad 100% wzrostem w porównaniu z 2016 r. Zwrócono się w stronę klienta wrażliwego, szczególnie osób starszych i niepełnosprawnych, wprowadzając np. obsługę w języku migowym.

Rysunek 6. Obszar zagadnień konsumenckich realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 6. Areas of consumer issues implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

¹⁴ Norma PN-ISO 26000, s. 65.

Obszar zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej stanowi najobszerniejszą część raportu i zawiera, jak co roku, największą liczbę praktyk CSR. Zaangażowanie społeczne polega na proaktywnej postawie organizacji wobec społeczności lokalnej. Ma ono na celu zapobieganie problemom i rozwiązywanie ich, rozwijanie partnerstwa z lokalnymi organizacjami i interesariuszami oraz dążenie do tego, aby jako organizacja stać się dobrym członkiem tej społeczności¹⁵.

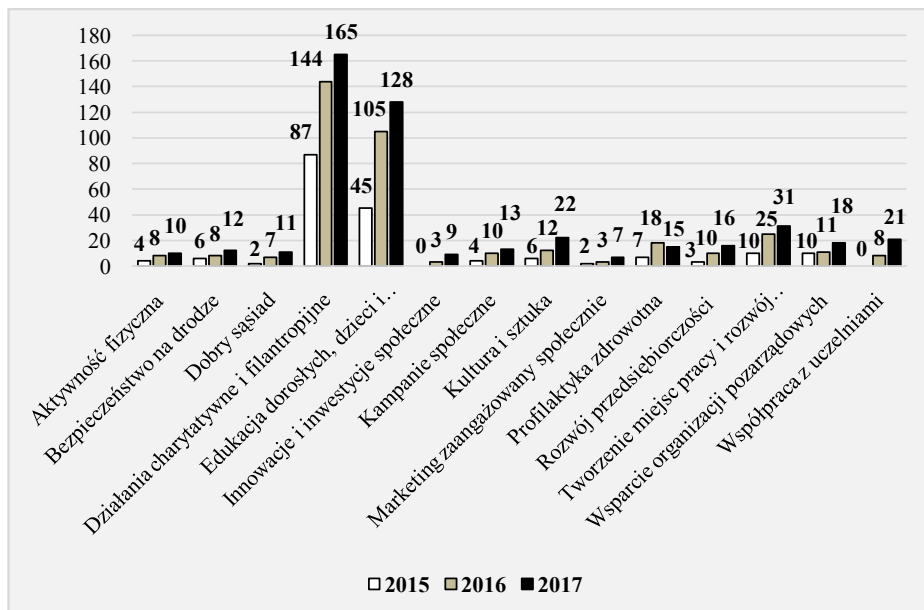
Ten obszar normy PN-ISO 26000 zawiera działania pogrupowane w 16 kategorii. Raport pokazuje ciągły wzrost zainteresowania organizacji wszystkimi sferami od wielu lat. Firmy nie tylko inicjują jednorazowe akcje, ale angażują się też w projekty długofalowe lub cykliczne.

Tradycyjnie już zdecydowanie najwięcej praktyk, bo aż 46% w 2016 r., 39% w 2016 r. i 34% w 2017 r. tego obszaru, to działania charytatywno-filantropijne, w ramach których firmy wspomagają osoby potrzebujące. Średnio co czwarty projekt realizowany w tym obszarze dotyczy edukacji – zarówno osób dorosłych, jak i młodzieży oraz dzieci. Projekty te są szczególnie cenne, jeśli obejmują tematy powiązane z podstawową działalnością firm i angażują pracowników. Pozostałe kategorie reprezentowane były w latach 2015-2016 wyłącznie w sposób symboliczny. Rok 2017 przyniósł zmiany. W porównaniu z 2016 r. 2,5-krotnie więcej firm podjęło współpracę ze szkołami i uczelniami wyższymi, a inicjatywy w dziedzinie kultury i sztuki wzrosły o 100%. Inicjatywy związane z rozwojem przedsiębiorczości, tworzeniem miejsc pracy i rozwojem kompetencji oraz wsparciem organizacji pozarządowych zyskały również na znaczeniu.

¹⁵ Norma PN-ISO 26000, s. 77.

Rysunek 7. Obszar zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 7. Areas of social involvement and development of the local community implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

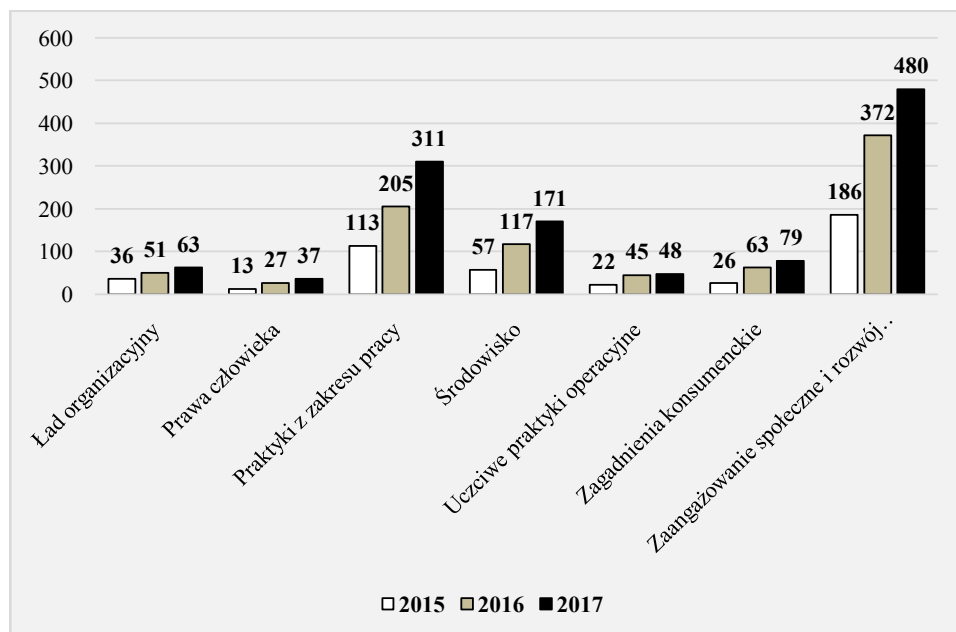
Wyniki analizy raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki* za lata 2015-2017 jednoznacznie pokazują (zob. rysunek 8), że każdego roku we wszystkich siedmiu obszarach CSR zwiększa się ilość podejmowanych przez organizacje inicjatyw (z 453 praktyk w 2015 r., 880 praktyk w 2016 r. do 1189 praktyk w 2017 r.).

Niezmiennie od lat, najwięcej działań (40-42%) zarówno nowych, jak i długoletnich, dotyczyło zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnych wspierających rozwój kompetencji różnych grup, budujących partnerstwo i kapitał społeczny, odpowiadających na aktualne wyzwania. Jak wynika z danych, corocznie 23-26% dobrych praktyk zawartych w raportach stanowiły praktyki z zakresu pracy skierowane bezpośrednio do pracowników, a 13-15% praktyk dotyczyło środowiska naturalnego, gdzie coraz częściej pojawiają się praktyki związane z gospodarką obiegu zamkniętego.

Zdecydowanie rzadziej firmy podejmowały inicjatywy w obszarach przestrzegania praw człowieka (ok. 3%), uczciwych praktyk operacyjnych (4-5%) oraz ładu organizacyjnego (spadek z 8% w 2015 r. do 5% w 2017 r.).

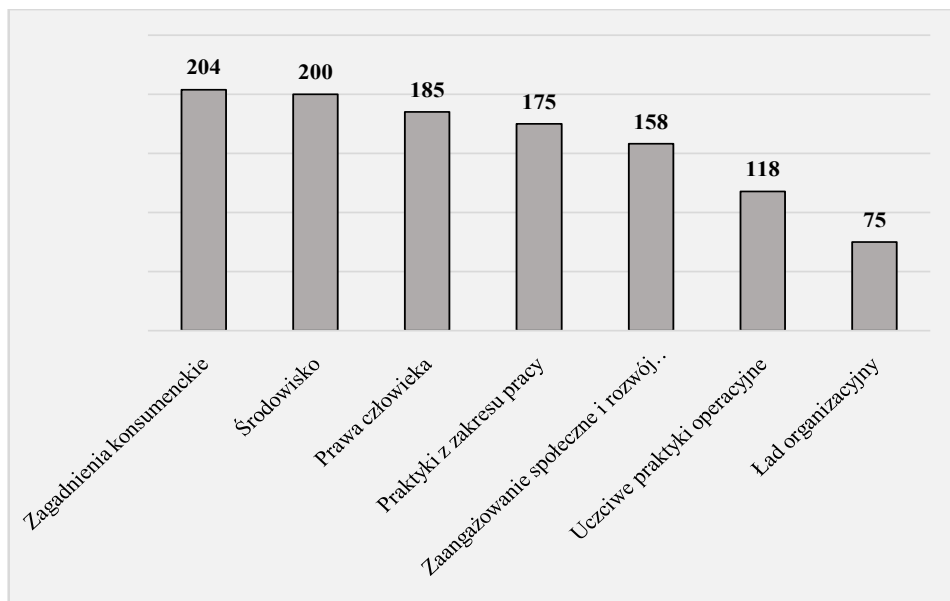
Rysunek 8. Dobre praktyki w kluczowych obszarach społecznej odpowiedzialności biznesu realizowane przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017

Figure 8. Good practices in key areas of corporate social responsibility implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017.

Rysunek 9. Procentowy wzrost dobrych praktyk w kluczowych obszarach społecznej odpowiedzialności biznesu realizowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce w latach 2015-2017
 Figure 9. Percentage increase of good practices in key areas of corporate social responsibility implemented by enterprises in Poland in 2015-2017



Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, FOB, Warszawa 2015-2017

Z powyższych danych (zob. rysunek 9) wynika, że do obszarów o największym procentowym wzroście liczby dobrych praktyk realizowanych przez polskie przedsiębiorstwa w latach 2015-2017 należą: zagadnienia konsumenckie (wzrost o 204%), środowisko (wzrost o 200%), prawa człowieka i praktyki z zakresu pracy (wzrost odpowiednio o 185% i 175%). Obszar zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnych mimo że zdecydowanie przewodzi pod względem ilości realizowanych dobrych praktyk, ma niższą dynamikę wzrostu (ponad 2,5-krotną) niż np. działania środowiskowe mające 3-krotną.

Podsumowanie

W artykule, zgodnie z jego celem, zaprezentowano definicję i kluczowe obszary CSR w świetle normy ISO 26000, przedstawiono wyniki raportów FOB *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, dokonano ich analizy we wszystkich kluczowych obszarach w latach 2015-2017 i na jej podstawie oceniono stan wdrażania wytycznych normy ISO 26000 przez firmy.

Przeprowadzona analiza pokazała, że kadra zarządzająca w Polsce coraz częściej, coraz chętniej i w coraz szerszym zakresie angażuje się w działania społecznie odpowiedzialne, deklarując także ich wpisywanie w ramy działań strategicznych. Jednakże mimo rosnącego zainteresowania koncepcją przedsiębiorcy nadal głównie koncentrują się na działalności społecznej i charytatywnej, która często jest krytykowana jako najprostsze i najbardziej podstawowe narzędzie CSR, na działaniach będących wyrazem odpowiedzialności za pracowników, zwracając uwagę na kluczowe znaczenie kapitału ludzkiego, oraz na aspektach środowiskowych, których rosnąca popularność nie jest przypadkowa, ponieważ zmiany zachodzące w środowisku (zanieczyszczenie powietrza i wody, zmiany klimatu) wymuszają podejmowanie odpowiednich inicjatyw. Należy pamiętać, że CSR jest zagadnieniem kompleksowym, a firmy odpowiedzialne za swoją działalność biznesową najczęściej koncentrują się tylko na tych obszarach, które decydują o ich przewadze marketingowej lub kosztowej. Dojrzałe podejście do CSR wymaga jednak dostrzeżenia zmian i wdrażania konkretnych praktyk także w innych obszarach CSR, dla których wytyczne wyznaczyła norma ISO 26000. Zapewne jej zalecenia będą uzupełniane nowymi zagadnieniami, ponieważ społeczna odpowiedzialność ma charakter dynamiczny i reaguje na pojawiające się bieżące problemy społeczne, środowiskowe i ekonomiczne.

Bibliografia

Buczkowski B., Dorożyński T., Kuna-Marszałek A., Serwach T., Wieloch J., *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Studia przypadków firm międzynarodowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.

Dobra Praktyka CSR, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Warszawa 2010.

Norma PN-ISO 26000 *Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, PKN, Warszawa 2012.

Odkrywając ISO 26000, PKN, Warszawa 2010.

Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki, FOB, Warszawa 2015.

Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki, FOB, Warszawa 2016.

Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki, FOB, Warszawa 2017.

Rok B., *Podstawy odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2013.

Roszkowska P., *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa 2011.

Nota o Autorze:

Mgr inż. Mariola Szrajnert – doktorantka Akademii WSB, studentka III semestru Studiów Doktoranckich Akademii WSB na Wydziale Nauk Stosowanych, kierunku Zarządzanie. Autorka publikacji *Split payment w kontekście zarządzania płynnością finansową i ryzykiem podatkowym przedsiębiorstwa* (maj 2018).

Author`s resume:

Mariola Szrajnert MSc – PhD student at the WSB Academy, student of the third semester of Doctoral Studies at WSB Academy at the Faculty of Applied Sciences, Department of Management. The author of the article *Split payment in the context of liquidity management and tax risk of the enterprise* (May 2018).

Kontakt/Contact:

e-mail: mariola.anna21@gmail.com