

Spis treści

Wstęp	7
1. Wpływ polityki społecznej na rolę i zadania przedsiębiorstw	15
1.1. Przedmiot badań w polityce społecznej.....	15
1.2. Modele polityki społecznej a rola przedsiębiorstw.....	26
1.3. Przedsiębiorstwo jako podmiot polityki społecznej – fakty sprzed transformacji	36
1.4. Podmioty trzech sektorów a realizacja zadań społecznych.....	40
2. Społeczne aspekty zarządzania przedsiębiorstwem	49
2.1. Najważniejsze nurty badawcze społecznych aspektów w zarządzaniu	49
2.2. Współczesna interpretacja istoty zarządzania.....	55
2.3. Definicje i rodzaje przedsiębiorstwa.....	59
2.4. Miejsce społecznej odpowiedzialności w teorii przedsiębiorstwa.....	67
3. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – ujęcie teoretyczne	75
3.1. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w perspektywie deficytowej	75
3.2. Etapy rozwoju CSR.....	84
3.3. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw i terminy bliskoznaczne	88
3.4. Modele społecznej odpowiedzialności	92
4. Metodyka badania poziomu CSR	103
4.1. Problem badawczy, cele i metoda badań	103
4.2. Opis modelu	108
4.2.1. Podstawy teoretyczne modelu	108
4.2.2. Autorski model kontinuum społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.....	112
4.3. Opis narzędzia badawczego	115
4.4. Charakterystyka próby badawczej.....	119
5. Poziom CSR w przedsiębiorstwach w Polsce	126
5.1. Ogólny poziom CSR w Polsce	126

5.2.	Poziom CSR w obszarze pracowniczym	135
5.3.	Poziom CSR w obszarze klientów i dostawców.....	142
5.4.	Poziom CSR w obszarze społeczności lokalnej.....	156
5.5.	Poziom CSR w obszarze środowiska przyrodniczego	164
5.6.	Posumowanie wyników badań.....	171
	Zakończenie	175
	Literatura.....	178
	Załącznik	186
	Spis rysunków	196
	Spis tabel	197
	Summary	201

Wstęp

Poszukując odpowiedzi na pytanie o poziom rozwoju społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (SOP, ang. CSR – *Corporate Social Responsibility*)¹ w Polsce, nie sposób prowadzić dyskusji bez nawiązania do pojęcia ładu społecznego. Dążąc do wytłumaczenia tego terminu, bardzo często posługujemy się takimi określeniami, jak spójność, integracja społeczna czy świadomość społeczna. Parafrazując wspomniane pojęcia, można dokonać próby wytłumaczenia terminu ładu społecznego jako ogółu czynników społecznych, gospodarczych i politycznych, które składają się na zaakceptowany w danym czasie porządek społeczny. Bez względu na to, czy źródeł owego ładu społecznego będziemy poszukiwać w istnieniu wzajemnych interesów własnych oraz porozumieniach kontraktowych (zgodnie z myślą proponowaną przez H. Spencera), czy w moralności jako centralnej części integracji społecznej (nawiązując do E. Durkheima), czy (analogicznie do T. Parsonsa) w akceptacji wartości, przez uwewnętrznienie norm (na podstawie: [*Słownik Socjologii i Nauk Społecznych* 2006, s. 175, hasło: ład społeczny]), powinniśmy mieć świadomość istnienia wielu okoliczności, które determinują nasze funkcjonowanie jako jednostek zależnych społecznie.

Spoglądając z perspektywy minionych (prawie już trzydziestu) lat okresu potransformacyjnego, można zauważyć, że pojawiające się w rzeczywistości społeczno-gospodarczej wydarzenia stają się katalizatorem zmian także w ładzie społecznym. Przykładem takiej przebudowy jest transformacja systemowa. Wszelkie organizacje, będące nie tylko świadkami, ale i uczestnikami ówczesnych wydarzeń, zostały zobligowane do partycypacji w nadchodzących przemianach. Patrząc z dzisiejszej perspektywy, można dokonać próby stwierdzenia, że chęć zaspokojenia potrzeb i rozwiązania wszelkich problemów przez aparat państwowy nie przyniósł oczekiwanych rezultatów. Dlatego też pewne obszary, które w początkowych latach transformacji były kosztocionną „kulą u nogi” dla niektórych przedsiębiorców (jak np. świadczenia socjalne dla pracowników), z biegiem lat stają się ważnym aspektem w ramach prowadzonej działalności.

Obserwując nie tylko przemiany w kształtowaniu się potransformacyjnego ładu społecznego, ale i nową (w polskim piśmiennictwie) nomenklaturę, która obejmuje społeczne zaangażowanie przedsiębiorstw, możemy dostrzec znaczny

¹ Ze względu na to, że termin CSR jest obecnie szeroko rozpoznawalny w Polsce, w niniejszej monografii (celem ujednoczenia stosowanej terminologii) będzie używany wyłącznie skrót CSR.

już dorobek polskich naukowców w ramach prowadzonych badań nad społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw. Obszerne zestawienia tej problematyki w ramach nauk o zarządzaniu prezentują B. Rok [2013], J. Adamczyk [2009], P. Płoszajski [2013], A. Stachowicz-Stanusch [2015], A. Paliwoda-Matiolańska [2009]. W ramach szczegółowych rozważań poruszane są zagadnienia: małych przedsiębiorstw (opracowanie A. Sokołowskiej [2013]), odpowiedzialności szkół wyższych (M. Geryk [2010]), uwarunkowań rozwoju tej koncepcji, na przykładzie wybranych państw (D. Teneta-Skwiercz [2013]), nowych wyzwań w ramach gospodarki sieciowej (J. Szumniak-Samolej [2013]) czy roli komunikacji społecznej (I. Kuraszko [2010]).

Coraz częściej, wraz z problematyką społecznej odpowiedzialności, poruszane są m.in. zagadnienia zrównoważonego rozwoju (*sustainable development*) i potrójnej linii przewodniej (tzw. TBL – *Triple Bottom Line*). W ten sposób próbuje się znaleźć wspólny mianownik rozwoju współczesnego świata i niwelowania dysproporcji w warunkach bytu i jakości życia. „To, co łączy te trzy pojęcia, nawiązuje do wspólnej idei poszukiwania równowagi systemowej, która nie musi oznaczać »punktowej« równości i stałości w czasie relacji między poszczególnymi rodzajami kapitału. Jeśli zrównoważenie ma być zarazem celem i narzędziem, to można sobie wyobrazić zrównoważenie o charakterze »przedziałowym«. W jego ramach pożądane stany równowagi systemowej będą występować również przy dopuszczalnych różnicach strukturalnych. Jest to szczególnie istotne w przypadku analiz odnoszących się do systemów krajowych lub do konkretnych organizacji biznesowych.

W przypadku praktycznego wykorzystania ogólnej idei łączącej potrójną linię przewodnią, rozwój zrównoważony oraz odpowiedzialność społeczną w biznesie, a zwłaszcza przy podejmowanych próbach oceny uzyskiwanych efektów, niezbędne są instrumenty umożliwiające obserwację w czasie i przestrzeni [...]” [Pisz 2010, s. 11-12].

Pojawiające się głosy w dyskusji, dotychczasowe analizy i raporty dotyczące postrzegania społecznej odpowiedzialności przez różne grupy interesariuszy, tworzone rankingi odpowiedzialnych społecznie podmiotów, a także własna obserwacja codziennej rzeczywistości to przykładowe bodźce skłaniające do zainicjowania badań nad stopniem rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Dokonując próby formalnego ujęcia pojawiających się pytań w ramy problemu badawczego, można wskazać, iż jest to chęć odpowiedzi na pytanie o stopień zaawansowania realizacji koncepcji CSR w przedsiębiorstwach w Polsce.

Tak zarysowany problem badawczy implikuje możliwość wskazania kilku celów szczegółowych, do których zaliczono:

- opracowanie teoretycznego modelu, który umożliwi empiryczną weryfikację stopnia zaawansowania realizacji koncepcji CSR w przedsiębiorstwach w Polsce,
- przeprowadzenie empirycznej weryfikacji umożliwiającej wskazanie stopnia zaawansowania rozwoju koncepcji CSR w przedsiębiorstwach w Polsce,

- wskazanie newralgicznych obszarów rozwoju koncepcji CSR, które umożliwią podjęcie dalszych, ukierunkowanych już prac doskonalących.

Dążąc do osiągnięcia celów badawczych, autorka będzie w dalszej kolejności udzielała odpowiedzi na kilka kluczowych pytań:

1. Na jakim poziomie realizowana jest obecnie koncepcja społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwach w Polsce?

2. Czy duże przedsiębiorstwa są bardziej zaawansowane w realizacji założeń CSR (są na wyższym poziomie rozwoju) niż przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie?

3. Czy podmioty powstałe po 1989 r. są bardziej zaawansowane w realizacji założeń CSR niż te, które powstały przed rokiem 1989?

4. Czy przedsiębiorstwa państwowe są na wyższym poziomie rozwoju CSR niż podmioty z prywatną formą własności?

5. Czy przedsiębiorstwa o tylko krajowym pochodzeniu kapitału są na niższym poziomie realizacji założeń CSR niż te z kapitałem zagranicznym?

O społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw można mówić na wiele sposobów, kładąc nacisk na różne aspekty. W zależności od autora, możemy się spotkać z określeniem CSR jako filozofii prowadzenia działalności, sposobem interakcji z interesariuszami, odpowiedzialnością biznesu za dobro społeczne, strategią i sposobem prowadzenia biznesu czy zobowiązaniem przedsiębiorstwa. Pamiętając o postawionym problemie badawczym i wyznaczonych celach, należy zaznaczyć, że przyjęto następującą definicję tej koncepcji, ujmując ją jako: świadome działania podjęte w danej organizacji, inspirowane rezultatami dialogu społecznego i nakierowane na tworzenie społecznie istotnych wartości odpowiadających oczekiwaniom interesariuszy.

W przytoczonej definicji pojawia się kilka słów kluczowych, takich jak – świadomość działań, dialog społeczny, oczekiwania interesariuszy oraz wartości. Na kanwie tych pojęć można zbudować logikę funkcjonowania podmiotów gospodarczych. Podstawą wszelkich działań powinny być uświadomione, przemyślane i odpowiednio zhierarchizowane plany postępowania. W planach tych powinno się uwzględnić nie tylko własne potrzeby wynikające z konieczności funkcjonowania na konkurencyjnym rynku, ale także możliwe tendencje zmian i potrzeby społeczne. Skutecznym narzędziem ułatwiającym poznanie potrzeb i oczekiwań społecznych jest dialog interesariuszy, podczas którego zainteresowane strony, przedstawiając swój punkt widzenia, mają możliwość wspólnej dyskusji i nakreślenia pożądanych kierunków dalszego działania. Metaforyczną klamrą łączącą wszelkie uświadomione oczekiwania są wartości, które w danym społeczeństwie stanowią fundament wszelkich decyzji kierujących bieżącym i przyszłym postępowaniem uczestników życia społeczno-gospodarczego. Warto zaznaczyć, że pojęcie wartości w niniejszej pracy będzie rozumiane zgodnie z ujęciem prezentowanym przez J. Szczepańskiego [1970], zgodnie z którym jest to dowolny przedmiot materialny lub idealny, w stosunku do którego jednostka lub zbiorowość przyjmują postawę

szacunku, przypisują mu ważną rolę w swoim życiu i dążenie do jego osiągnięcia traktują często jako przymus.

Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w niniejszym opracowaniu została ukazana ze szczególnym uwzględnieniem dwóch perspektyw. Mianowicie chodzi o determinanty związane z jednej strony z problematyką polityki społecznej, z drugiej zaś – nauk o zarządzaniu. Połączenie wspomnianych dwóch perspektyw w prowadzonych rozważaniach pozwoliło na przedstawienie szerokiego spojrzenia na problematykę CSR.

Włączenie zagadnień z obszaru polityki społecznej umożliwi przedstawienie warunków (także sprzed okresu transformacji systemowej), które w istotny sposób rzutują na dzisiejszy nurt rozważań o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Nie należy bowiem zapominać, że determinanty ukształtowane w ramach gospodarki centralnie planowanej (choć różnie oceniane z dzisiejszej perspektywy) mają jednak wpływ na aktualny obraz sytuacji społeczno-gospodarczej, w której funkcjonują przedsiębiorstwa. Początkowo bowiem, w ramach zadań społecznych przedsiębiorstw i w efekcie narzuconych rozwiązań systemowych, tworzono i (w mniejszym lub większym stopniu) zapewne realizowano plany w ramach działalności socjalno-bytowej. Warto pamiętać, że każda zmiana niesie ze sobą ryzyko niepowodzenia i trudności, które należy pokonać na drodze do wyznaczonego celu. Z różnymi przeciwnościami borykali się rządzący w czasie przemian ustrojowych. Jak wspomina Z. Pisz, „w okresie przejściowym (dostosowawczym) każda koncepcja reformy zasad polityki społecznej powinna uwzględniać powszechnie występujące ograniczenia związane z:

- koniecznością bieżącego rozwiązywania problemów socjalnych, powstających w trakcie transformacji,
- kondycją ekonomiczną gospodarki decydującą o wielkości środków, które mogą być przeznaczone na cele społeczne,
- malejącą, w miarę rosnących kosztów społecznych transformacji, skłonnością społeczeństwa do akceptacji kolejnych zmian” [Pisz 2001, s. 74].

Na skutek procesu transformacji systemowej konieczna była optymalizacja kosztowa, dlatego też częstym zjawiskiem było „organizacyjne wyodrębnianie jednostek sfery pomocniczej i pozaoperacyjnej (socjalno-bytowej, inwestycyjnej itd.), a przynajmniej dążenie w tym kierunku [...], ze względu na perspektywę małej opłacalności działalności tych jednostek oraz brak chętnych do zajęcia się ich prowadzeniem” [Lichtarski 1992, s. 22]. Nie sposób jednak było bezpowrotnie zrezygnować z realizacją prospołecznych funkcji w przedsiębiorstwie. Poniżej wymienione motywy:

- konieczność zachowania przynajmniej podstawowych standardów pracy (wynikających z wymogów formalnoprawnych),
- troska o pracownika (wynikająca z jednej strony z potrzeby utrzymania pozyskanych już i wysoko ocenianych zasobów pracy oraz z drugiej strony – z opłacalności ekonomicznej, zgodnie z którą należy się zastanowić, czy warto

wielokrotnie powtarzać dany cel finansowy, np. na szkolenie coraz to nowych pracowników, zamiast dokonać starań, by rotacja na danym stanowisku pracy była niższa),

- chęć utrzymania się na konkurencyjnym rynku (co implikuje konieczność i potrzebę bycia atrakcyjnym pracodawcą),

mogły być w czasach przekształceń własnościowych i wciąż mogą być przykładowymi motywami, które skłaniają do prospołecznego zaangażowania lub potwierdzają jego zasadność. Ponadto, w ramach istniejącego porządku społecznego kształtowanego przez przyjęty model polityki społecznej państwa, nakreślane są ramy możliwej swobody działania. Na przykład jako kryteria różnicujące sposób charakterystyki przedsiębiorstw w ramach poszczególnych modeli można wskazać stopień uzwiązkowienia, wpływ na zbiorowe stosunki pracy, systemy wynagrodzeń czy model zarządzania zasobami ludzkimi.

Z perspektywy całego przedsiębiorstwa oraz wszystkich jego interesariuszy ważne jest nie tylko zarządzanie zasobami ludzkimi, ale i ogólny model zarządzania przyjęty w danym podmiocie. Dlatego też drugim filarem prowadzonych w niniejszym opracowaniu rozważań jest perspektywa nauki o zarządzaniu. Śledząc rozwój szkół w nauce o zarządzaniu i odnosząc kluczowe wytyczne poszczególnych twórców do koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, warto zauważyć, że nie zawsze aspekt pracowniczy stał w pierwszej linii problemów, którym przypisywano największą wagę. Wydajność, maksymalizacja zysku, optymalizacja kosztowa, osiągnięcie pozycji lidera, utrzymanie przewagi konkurencyjnej – to przykładowe wiodące cele przedsiębiorstw na przestrzeni minionych lat. Z upływem czasu i na skutek zmian warunków funkcjonowania podmiotów gospodarczych oraz świadomości kształtującej oczekiwania pracownicze zmianom ulegały także priorytety stawiane przed biznesem. Wyrazem tego są opracowania H. Fayola, H. Emersona, Ch. Bedauxa czy Ch. Barnarda. Formułując zasady wydajności (Emerson), proponując sposób ustalania wysokości wynagrodzenia (Bedaux) czy tworząc ogólne zasady funkcjonowania organizacji (Barnard), wyraźnie podkreślano konieczność uwzględnienia także społecznych aspektów zarządzania.

Prowadząc rozważania i analizy na gruncie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, należy pamiętać, że koncepcja ta nie jest „zawieszona w próżni”, lecz dotyczy konkretnej jednostki gospodarczej, która prowadzi swoją działalność w danych uwarunkowaniach politycznych, ekonomicznych i społecznych. Ponadto ze względu na przyjęte cele niniejszego opracowania logika i porządek prowadzonych dyskusji zostały ukazane w poszczególnych rozdziałach tej książki.

Podejmując się omówienia i analizy problematyki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, należy pamiętać o możliwych determinantach wyznaczanych przez istniejący ustrój społeczno-polityczny, przejawiający się m.in. w wymiarze rozwiązań polityki społecznej realizowanych w ramach ogólnie przyjętych zało-

żeń prezentowanych przez modele polityki społecznej. Wspomniane determinanty mają istotne znaczenie dla stworzenia i wykorzystania szczególnych warunków, w których przychodzi funkcjonować podmiotom prowadzącym działalność gospodarczą. Dlatego też w pierwszym rozdziale opracowania zaprezentowano rolę i zadania przedsiębiorstw z perspektywy polityki społecznej. Kluczowe aspekty poruszone w tym rozdziale dotyczą, po pierwsze, określenia obszaru badawczego polityki społecznej (z uwzględnieniem dychotomii podziału na politykę społeczną jako naukę i działalność praktyczną), po drugie – wskazania typologii modeli polityki społecznej ze szczególnym uwzględnieniem miejsca przedsiębiorstw w każdym z wyodrębnionych modelowych ujęć polityki społecznej, po trzecie – miejsca i roli przedsiębiorstwa w okresie przedtransformacyjnym i po czwarte – ukazania możliwości realizacji zadań społecznych z perspektywy podmiotów sektora rynkowego, publicznego i społecznego.

W drugim rozdziale podjęto kwestię przedsiębiorstwa widzianego z perspektywy teorii zarządzania. W tej części pracy ukazano pojęcie przedsiębiorstwa w odniesieniu do różnych ujęć definicyjnych oraz szerokiego spektrum możliwych wymiarów analizy. Omawiając zagadnienia związane z przedsiębiorstwem, w prowadzonym toku rozważań poczyniono nawiązania do szerokiego sposobu interpretowania pojęcia zarządzania, a także podkreślono współczesne wyzwania stojące przed tą nauką. Zwracając uwagę na miejsce społecznej odpowiedzialności biznesu w teoriach przedsiębiorstwa, wskazano na szczególnie nurtu behawioralnego, teorii interesariuszy oraz teorii agencji.

Dwa pierwsze rozdziały stanowią istotne wprowadzenie do dalszych, bardziej szczegółowych rozważań nad zagadnieniami społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw *sensu stricto*. Dlatego też w rozdziale trzecim zostały szeroko omówione ujęcie definicyjne i etapy rozwoju CSR. Dodatkowo zwrócono uwagę na znaczenie pojęć bliskoznacznych pojęciu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw oraz przedstawiono wybrane modelowe ujęcia tej koncepcji.

Wymienione trzy rozdziały, stanowiące podstawę pojęciową niniejszej książki, są kanwą opracowania modelu kontinuum (ujętego jako pierwszy cel szczegółowy), na bazie którego możliwa będzie empiryczna weryfikacja stopnia zaawansowania realizacji koncepcji CSR w przedsiębiorstwach w Polsce. Wspomniany model kontinuum CSR jest kluczowym punktem w czwartym rozdziale, w którym ponadto omówiono problem, cele i metody badawcze wykorzystane do realizacji badań własnych. W rozdziale tym opisano także narzędzie badawcze oraz scharakteryzowano próbę badawczą.

Ostatni, piąty rozdział zawiera dokładne omówienie uzyskanych wyników badania, tym samym – przez przeprowadzenie empirycznej weryfikacji stopnia zaawansowania rozwoju koncepcji CSR w przedsiębiorstwach w Polsce oraz wskazanie newralgicznych obszarów rozwoju tej koncepcji – możliwe było zasugerowanie i odpowiednie ukierunkowanie prac zmierzających do doskonalenia sytuacji na

polu społecznej odpowiedzialności. Piąty rozdział zawiera także podsumowanie omówionego badania empirycznego oraz wnioski związane z realizacją drugiego i trzeciego celu szczegółowego przyjętego w niniejszym opracowaniu.

W toku prac podjętych w ramach realizacji wspomnianych celów badawczych zostały wykorzystane analiza literatury przedmiotu oraz metoda sondażu diagnostycznego z użyciem kwestionariusza ankiety jako narzędzia badawczego.