

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 338

**Spółeczna odpowiedzialność  
organizacji**

**Diagnoza i doskonalenie**

Redaktorzy naukowci

Zdzisław Pisz

Magdalena Rojek-Nowosielska



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Agnieszka Flasińska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: K. Halina Kocur

Łamanie: Adam Dębski

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),  
w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej [www.dbc.wroc.pl](http://www.dbc.wroc.pl),  
The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon  
[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](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](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2014

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-425-7**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.  
ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

## Spis treści

Wstęp .....	7
<b>Jadwiga Adameczyk:</b> Obszary i kryteria oceny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw .....	9
<b>Anna Baraniecka:</b> Raportowanie o poziomie kapitału społecznego w Polsce – stan obecny i perspektywy .....	20
<b>Marcin Geryk:</b> Rola skutecznej komunikacji z interesariuszami jako narzędzie kształtowania polityki w zakresie społecznej odpowiedzialności uczelni .....	40
<b>Ewa Głuszek:</b> CSR wśród czołowych przedsiębiorstw Rankingu Odpowiedzialnych Firm – podejście tradycyjne czy nowoczesne? .....	52
<b>Sylvia Jarosławska-Sobór:</b> Praktyczny wymiar paradygmatu społecznej odpowiedzialności w polskim górnictwie węgla kamiennego .....	68
<b>Ewa Jastrzębska:</b> Kodeks etyczny jako element zarządzania przez wartości .....	78
<b>Magdalena Kaźmierczak:</b> Bezpieczeństwo pracy – istotny element całościowej strategii działań CSR .....	88
<b>Katarzyna Klimkiewicz:</b> Społeczna odpowiedzialność pracodawców – perspektywa teoretyczna a oczekiwania uczestników rynku pracy .....	97
<b>Elżbieta Kolasińska:</b> Blaski i cienie praktyk społecznej odpowiedzialności organizacji .....	107
<b>Janusz Kroik, Jan Skonieczny:</b> Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa w perspektywie granic organizacji .....	118
<b>Paweł Kuźbik:</b> Odpowiedzialność społeczna w sporcie .....	130
<b>Adrian Pyszka:</b> Wychodząc poza CSR, czyli jak tworzyć wartość w relacji firmy z interesariuszami, wykorzystując hybrydowe łańcuchy wartości .....	141
<b>Marcin Ratajczak:</b> Koncepcja CSR w aspekcie osiągniętych korzyści społecznych na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu .....	156
<b>Piotr Rogala:</b> Wysoka jakość życia jako nadrzędny cel społecznej odpowiedzialności biznesu .....	166
<b>Anna Stankiewicz-Mróz:</b> CSR w obszarze personalnym po przejęciach w sektorze farmaceutycznym .....	174
<b>Ewa Stawicka:</b> Stosowanie norm i standardów społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwach sektora MŚP .....	185
<b>Justyna Szumniak-Samolej:</b> Inicjatywy B Lab jako wsparcie w tworzeniu innowacyjnych modeli biznesowych opartych na idei CSR .....	195
<b>Przemysław Wolczek:</b> Ewolucja podejścia do koncepcji zrównoważonego rozwoju na arenie międzynarodowej .....	206

## Summaries

<b>Jadwiga Adamczyk:</b> Areas and criteria of assessment of Corporate Social Responsibility .....	19
<b>Anna Baraniecka:</b> Reporting on the level of social capital in Poland – current state and perspectives .....	39
<b>Marcin Geryk:</b> The role of effective communication policy as a tool for social responsibility of university .....	51
<b>Ewa Głuszek:</b> Corporate Social Responsibility among ROF corporations – traditional or modern approach? .....	67
<b>Sylwia Jarosławska-Sobór:</b> Practical dimension of social responsibility paradigm in Polish hard coal mining .....	77
<b>Ewa Jastrzębska:</b> Code of ethics as a part of management by values .....	87
<b>Magdalena Kaźmierczak:</b> Occupational safety – an important element of the overall strategy of CSR .....	96
<b>Katarzyna Klimkiewicz:</b> Employers social responsibility – theoretical perspective vs. expectations on the labour market .....	106
<b>Elżbieta Kolańska:</b> Pros and cons of practices of Corporate Social Responsibility .....	117
<b>Janusz Kroik, Jan Skonieczny:</b> Corporate Social Responsibility from the perspective of organisational frontiers .....	129
<b>Paweł Kuźbik:</b> Social responsibility in sport .....	140
<b>Adrian Pyszka:</b> Moving beyond CSR, that is how to create value between company and stakeholders using hybrid value chains .....	155
<b>Marcin Ratajczak:</b> The concept of CSR in the context of social benefits achieved by small and medium-sized enterprises of agribusiness .....	165
<b>Piotr Rogala:</b> High quality of life as a top priority of Corporate Social Responsibility .....	173
<b>Anna Stankiewicz-Mróz:</b> CSR in the HR area after acquisitions in the pharmaceutical sector .....	184
<b>Ewa Stawicka:</b> The use of norms and standards of social responsibility in the SME sector .....	194
<b>Justyna Szumniak-Samolej:</b> B Lab’s solutions as support for development of innovative business models based on the CSR idea .....	205
<b>Przemysław Wolczek:</b> The evolution of the approach to the concept of sustainable development on the international scene .....	218

**Ewa Stawicka**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

---

## STOSOWANIE NORM I STANDARDÓW SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W PRZEDSIĘBIORSTWACH SEKTORA MŚP

---

**Streszczenie:** W artykule przedstawiono wyniki badań związane z implementacją norm i standardów społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwach sektora MŚP. Omówiono normy i standardy społecznej odpowiedzialności, dokonano ich oceny, omówiono także ich funkcjonalność i rolę w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw. Artykuł oparty jest na wynikach badań przeprowadzonych w 2011 r. Badaniami objęto 158 przedsiębiorstw, które tworzyły dwie odrębne próby badawcze. Pierwsza próba to przedsiębiorstwa sektora MŚP branży agrobiznesu z województwa mazowieckiego. Druga próba to przedsiębiorstwa wylosowane z dwóch ogólnopolskich baz danych: REGON i EFEKT. Badania przeprowadzili MillwardBrown SMG/KRC oraz PwC w 2011 r. na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

**Słowa kluczowe:** normy, standardy, społeczna odpowiedzialność.

DOI: 10.15611/pn.2014.338.16

### 1. Wstęp

Standardy społecznej odpowiedzialności (CSR) i zachęty do ich stosowania znajdują się w wielu dokumentach i zaleceniach dotyczących gospodarczego rozwoju Polski, m.in. w założeniach strategii rozwoju kraju czy strategii Europa 2020. Również strategiczne dokumenty, które tworzone są w przedsiębiorstwach, takie jak kodeksy etyczne, pisemne sformułowanie misji, wizji czy wartości organizacji zawierają odwołania do zasad CSR i podkreślenie ich ważności z punktu widzenia rozwoju firmy. Do tych zasad zalicza się: relacje z konsumentami, relacje z pracownikami, organizację pracy w firmie czy uczciwe praktyki rynkowe. Podkreślanie wagi etyki w biznesie i wzrastające poczucie odpowiedzialności różnych grup interesariuszy zapoczątkowały poszukiwanie metod i narzędzi włączania CSR do codziennych działań przedsiębiorstw. Efektem tych zamierzeń jest powstanie wielu instrumentów do wdrażania społecznej odpowiedzialności w biznesie, zarządzania nią, jej mierzenia i komunikowania.

Faktem jest, że w Polsce po akcesji do Unii Europejskiej normy i standardy przestały być obowiązkowe, a stały się dobrowolne w stosowaniu przez przedsiębiorców, chyba że ich wdrażanie określone jest obowiązkiem wynikającym z ustawy prawnej. Jednak wraz z ograniczeniem roli państwa w regulacji poszczególnych rynków i wzrostem znaczenia sił rynkowych pojawiła się potrzeba stworzenia reguł w celu zapewnienia i utrzymania standardów postępowania. Wdrażanie norm i standardów wśród przedsiębiorców jest jednak w dużej mierze dobrowolne.

Celem artykułu jest zbadanie wykorzystywania w praktyce norm i standardów dotyczących działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw.

Badaniami objęto przedsiębiorstwa, które tworzyły dwie odrębne próby badawcze. Pierwsza próba to przedsiębiorstwa sektora MŚP branży agrobiznesu z województwa mazowieckiego. Badania przeprowadzone przez J. Wołoszyna, E. Stawicką i M. Ratajczaka dotyczyły przedsiębiorców z sektora MŚP w województwie mazowieckim, próba badawcza objęła 137 przedsiębiorców z branży agrobiznesu z obszarów wiejskich (małe przedsiębiorstwa – 62%, mikro – 31%, średnie 7%), badania przeprowadzono w 2011 r. W obrębie metod ilościowych zastosowano badania ankietowe, a kwestionariusz ankiety wysłano do wszystkich przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie mazowieckim (otrzymano 137 wypełnionych ankiet). Druga próba to przedsiębiorstwa wylosowane z dwóch ogólnopolskich baz danych: REGON i EFEKT. Badania przeprowadzili MillwardBrown SMG/KRC oraz PwC w 2011 r. na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Badania przeprowadzono na próbie 158 przedsiębiorstw (cała próba ogólnopolska uczestnicząca w badaniu  $n = 850$ , natomiast 158 podmiotów gospodarczych stanowiło grupę firm, których przedstawiciele znali pojęcie CSR i w których działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu były realizowane według norm i standardów CSR). W obrębie metod ilościowych wykorzystano technikę CAPI, w obrębie metod jakościowych badanie zrealizowano z wykorzystaniem wywiadów pogłębionych z przedsiębiorcami lub z pracownikami.

## 2. Normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu

Normy i standardy stanowią rodzaj aspiracyjnych zasad w odniesieniu do zachowań biznesowych na rynku. Standard i norma w praktyce zapewniają odpowiedni poziom jakości i bezpieczeństwa, wygody lub zgodności z innymi wytworami techniki. Z reguły w przypadku społecznej odpowiedzialności w biznesie definicja standardu określa inicjatywę mającą na celu zmianę zachowań podmiotów gospodarczych w sposób zauważalny i powtarzalny, możliwą do implementacji w przedsiębiorstwie, przełożenia na procesy, systemy i mechanizmy<sup>1</sup>. Standard zawiera wytyczne, sposób postępowania, instrumenty zarządcze, metody badań, oceny i porównań oraz

<sup>1</sup> W praktyce używane są zamiennie nazwy: norma, standard, instrument, narzędzie, inicjatywa, kodeks.

normy podlegające audytowi<sup>2</sup>. Założeniem i celem standardów CSR jest stworzenie podstaw do wdrażania dobrych praktyk, a także zachęta do doskonalenia, tworzenia indywidualnych ścieżek rozwoju w zależności od branży czy strategii organizacji oraz wdrażania innowacji. Normy pomagają również zarządzać społeczną odpowiedzialnością oraz zaspokajając potrzeby interesariuszy, podsuwają wzory postępowania i uczą oceniać wpływ działań organizacji na otoczenie.

W związku ze wzrostem znaczenia samej koncepcji społecznej odpowiedzialności na rynku i w kontaktach biznesowych zwiększają się również znaczenie i potrzeba standaryzacji działań z zakresu CSR. Wytycznych, norm, standardów i zasad odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej jest wiele. Najbardziej znane są wytyczne do raportowania społecznego Global Reporting Initiative (GRI), czyli wytyczne do raportowania danych finansowych. Są to działania stosowane przez większe przedsiębiorstwa, które publikują informacje w raportach społecznych, opisując swoją aktywność w zakresie CSR. Ta forma przeszła znaczącą ewolucję w czasie, od początkowych raportów informujących przede wszystkim o kwestiach środowiskowych, zdrowia czy bezpieczeństwa pracy po informacje zintegrowane dotyczące zarówno kwestii środowiska, jak i kwestii społecznych, etycznych czy ekonomicznych. W przypadku dużych przedsiębiorstw powstały również inne standardy, takie jak wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych czy inicjatywa Global Compact.

Natomiast na skutek wymagań i żądań świadomych klientów, którzy mocniej zaczęli domagać się dowodów na prowadzenie działalności społecznie odpowiedzialnej przez przedsiębiorców, zaczęły powstawać szczegółowe uregulowania. Ustaleniem reguł i standardów postępowania potwierdzających i weryfikujących stosowanie dobrych praktyk, norm i zasad zajęły się niezależne ośrodki ułatwiające wprowadzanie CSR do systemu przedsiębiorstw. Również sami przedsiębiorcy, szczególnie ci, którzy są świadomi konieczności wdrażania transparentnych działań, coraz częściej dobrowolnie wdrażają normy i standardy w codziennej praktyce. Przedsiębiorcy mają do dyspozycji wiele rozmaitych narzędzi ułatwiających obiektywizację społecznej odpowiedzialności. Wśród nich wyróżnić można:

- standardy procesu, które pozwolą określić procedury kształtowania relacji z interesariuszami (AA 1000, GRI);
- standardy wyników, które określają, co jest dopuszczalne, a co nie (Global Compact, konwencja MOP);
- standardy zasad ułatwiające określenie najlepszych praktyk w poszczególnych obszarach (np. wytyczne OECD);
- standardy certyfikowania, które określają, jaki powinien być system zarządzania w danym obszarze, potwierdzony certyfikatem (SA 8000, ISO 14001, EMAS);

---

<sup>2</sup> Ł. Makuch, *Normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 2011.

- standardy przeglądów określające, jakie warunki należy spełnić, aby przedsiębiorstwo zostało zakwalifikowane do danej grupy firm (FTSE4Good, DJSGI)<sup>3</sup>.

Natomiast coraz bardziej znane i coraz częściej stosowane w praktyce są standardy etycznego postępowania, tj. normy. Do najbardziej powszechnych i wdrażanych przez przedsiębiorców norm należą: norma ISO 26000, standard SA 8000, norma AA 1000, system ek zarządzania i audytu EMAS (*Eco Management and Audit Scheme*). Są również inne normy i standardy, które świadczą o wyższej jakości świadczonych usług, takie jak normy ISO: 9001, 14001, 18001 czy standard związany z bezpieczeństwem żywności HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Points*).

Norma ISO 26000 jest uporządkowaniem zasad, definicji i narzędzi CSR. Dotyczy ona różnych organizacji, zarówno biznesowych, jak i organów administracji państwowej czy instytucji trzeciego sektora. Jest to swoisty przewodnik z wytycznymi, nie jest jednak przeznaczony do certyfikacji. Trudno też w praktyce faktycznie zweryfikować, ile organizacji postępuje zgodnie z CSR, gdyż część przedsiębiorców zna samo pojęcie społecznej odpowiedzialności i świadomie wdraża działania zgodnie z wytycznymi normy, a zdarzają się również praktyki przedsiębiorstw, które realizują działania CSR, nawet nie kojarząc samego pojęcia, po prostu od zawsze działają w zgodzie z etyką biznesu.

Norma SA 8000 (*Social Accountability 8000*) jest praktyką z obszaru przestrzegania praw człowieka, praw pracowniczych i systemu zarządzania kapitałem ludzkim. W praktyce reguluje ona przede wszystkim relacje wewnątrz przedsiębiorstwa i z pracownikami. Jednym z kluczowych elementów normy SA 8000 jest obowiązek przestrzegania zasad zawartych w normie (w zakresie 9 obszarów) nie tylko przez firmę, która chce uzyskać certyfikat, ale także przez dostawców organizacji i ich dostawców. Takie ostre wymagania nie są zawarte nawet w normie ISO 9001 czy 14001.

Natomiast norma AA 1000 (AA 1000 SES – *Stakeholders Engagement Standard*) dotyczy budowania relacji i prowadzenia dialogu z interesariuszami. Norma uznawana jest za uniwersalną, ponieważ stosować ją mogą nie tylko firmy, lecz także organizacje pozarządowe i instytucje publiczne. Norma ta nie jest normą certyfikującą, lecz narzędziem stymulującym zaangażowanie społeczne.

Innymi normami dotyczącymi również CSR, choć nie bezpośrednio, są: ISO 9001, czyli norma dotycząca zarządzania jakością, ISO 14001 związana z zarządzaniem środowiskiem oraz ISO 18001 dotycząca zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy. W przypadku przedsiębiorstw związanych z branżą spożywczą, przetwórstwem czy dostawców żywności istotny jest standard HACCP, który koncentruje się na bezpieczeństwie żywności i od 1 maja 2004 r. jest obowiązkowy dla wszystkich firm w Polsce z branży spożywczej. Również coraz większe znaczenie na polskim rynku ma system EMAS, który wykazuje duże podobieństwo do normy ISO 14001. Od 2001 r. treść normy ISO 14001 została włączona do rozporządze-

<sup>3</sup> J. Nakonieczna, *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008, s. 109.



nia EMAS, pozwalając na ograniczenie się do identyfikacji dodatkowych wymagań stawianych organizacjom w systemie EMAS. Wdrożenie systemu zarządzania środowiskowego w oparciu o wymagania normy ISO 14001 można traktować jako krok w kierunku rejestracji w systemie EMAS<sup>4</sup>. Natomiast wprowadzenie normy ISO 14001 wpływa na cały system zarządzania przedsiębiorstwem. Wiąże się ze zmianami w misji i strategii, które muszą uwzględniać cele polityki środowiskowej wynikające z realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju. Istotnym ogniwem są również pracownicy, którzy muszą być przygotowani, nadzorowani i odpowiednio zarządzani przez kierowników, pełniących funkcję przywódców w zakresie ochrony środowiska. Przedsiębiorcy, którzy wdrożyli normę ISO 14000, nie mają możliwości podejmowania decyzji bez uwzględniania aspektów środowiskowych. Według danych The ISO Survey z 2004 r. liczba wdrożonych certyfikatów na świecie jest coraz większa i wynosiła od 14 106 w 1999 r. do 90 567 w 2004 r.<sup>5</sup> Największą popularnością cieszyła się w Japonii i Hiszpanii. Również w Polsce coraz więcej przedsiębiorców interesuje się wdrożeniem standardu, choć ich liczba jest orientacyjna.

Dotychczas nie opracowano jednego powszechnie przyjętego schematu normy dotyczącej społecznej odpowiedzialności, która byłaby normą certyfikującą. Najnowszym i uniwersalnym rozwiązaniem jest norma ISO 26000, która nie jest normą systemu zarządzania. Nie została pomyślana i nie nadaje się do stosowania do celów certyfikacyjnych, regulacyjnych czy w zapisach umów.

### **3. Wdrażanie norm i standardów w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw**

Wdrażanie norm i standardów w polskich przedsiębiorstwach, szczególnie w sektorze małych i średnich, to działania doraźne. Również dane dotyczące wdrażania norm i standardów w polskich przedsiębiorstwach są często orientacyjne. Faktem jest jednak, że popularność koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu oraz potwierdzenia dobrych praktyk w tym zakresie poprzez posiadanie certyfikatów czy informowania o nich interesariuszy wzrasta. Również coraz bardziej świadomi konsumenci, ich oczekiwania i wymagania, a także media, które szybko dzielą się informacjami o praktykach firm, wymuszają na przedsiębiorcach potwierdzenie wdrażania zasad społecznej odpowiedzialności, jakości i bezpieczeństwa. Opinia publiczna i media są i będą coraz bardziej sceptyczne wobec deklaracji składanych bez pokrycia i będą domagać się „dowodów”, czyli zgodności postępowania z przyjętymi normami. Brak tych działań może być źródłem ryzyka związanego z niezadowoleniem interesariuszy. Nie ma dokładnych badań wskazujących, ile firm na rynku polskim

<sup>4</sup> Podstawowe zasady systemu określa Rozporządzenie 761/2001 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 marca 2001 r. dopuszczające dobrowolny udział organizacji we wspólnotowym systemie ek zarządzenia i audytu (EMAS), Dz.U. EU L 42/2009. Rozporządzenie z dniem 1 maja 2004 r. zaczęło obowiązywać w Polsce.

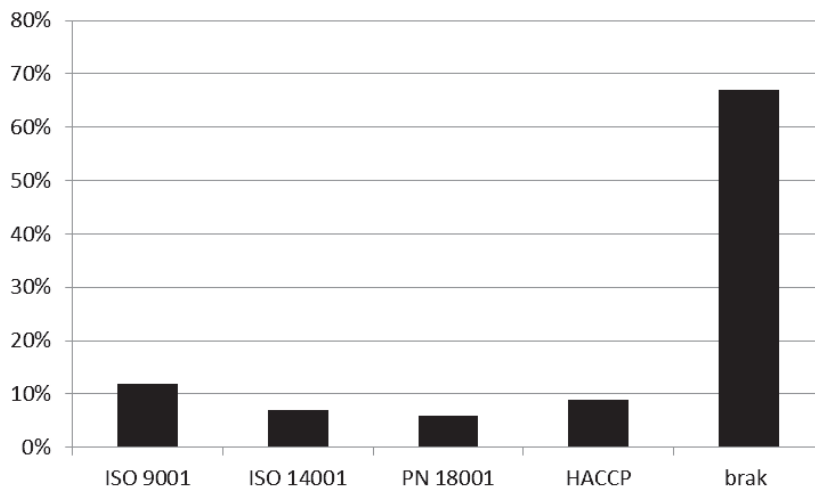
<sup>5</sup> *The ISO Survey – 2004*, [www.iso.org/iso/survey2004.pdf](http://www.iso.org/iso/survey2004.pdf).

stosuje w praktyce CSR, jest to raczej niewielka ilość. Brak też dokładnych danych dotyczących wdrożonych norm i standardów, w szczególności tych związanych z praktykami społecznej odpowiedzialności.

Badania przeprowadzone przez autorkę artykułu dotyczą deklaracji przedsiębiorców z województwa mazowieckiego z branży agrobiznesu i z obszarów wiejskich. Wykorzystano również wyniki badań przeprowadzonych dla PARP. Analiza dotyczy wdrażania norm i standardów w sektorze MŚP w Polsce.

Badani przedsiębiorcy z obu analizowanych grup w nieznacznym stopniu znali pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu i realizowali działania z nią związane. Zdarzają się również przypadki, że przedsiębiorcy nie znają pojęcia CSR, a działają zgodnie z wytycznymi, normami i w zgodzie z etyką biznesu, wdrażając praktyki dobrowolnie.

Wśród badanych przedsiębiorców z województwa mazowieckiego 62% badanych zadeklarowało, że w żaden sposób nie zwraca uwagi na aspekt społecznej odpowiedzialności w swoich praktykach biznesowych, pozostała grupa przedsiębiorców twierdziła, że podejmuje działania w zakresie przeprowadzania audytu wobec dostawców pod kątem etycznym i środowiskowym (10%), analizuje dostawców i oferty pod kątem CSR (28%). Wśród 137 badanych podmiotów gospodarczych 67% nie posiadało certyfikatów czy też wdrożonych norm i standardów. Natomiast pozostali przedsiębiorcy deklarowali, że wdrożyli w przedsiębiorstwie najczęściej normę ISO 9001 (15 przedsiębiorców), system HACCP (11 przedsiębiorców), normę ISO 14000 (8 przedsiębiorców), ISO 18000 (7 przedsiębiorców) (rys. 1).



**Rys. 1.** Normy i standardy wdrożone w systemie zarządzania w sektorze MŚP agrobiznesu (%)

Źródło: badania własne, J. Wołoszyn, E. Stawicka, M. Ratajczak, *Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012.

Jeśli chodzi o normę AA 1000 dotyczącą budowania relacji i prowadzenia dialogu z interesariuszami, przedsiębiorcy nie wskazywali na wdrażanie działań w tym kierunku. Podkreślali natomiast, że prowadzą dialog z interesariuszami, ale raczej ma on charakter nieformalny. W celu określenia statystycznej niezależności między sekcją działalności a prowadzeniem udokumentowanego dialogu z interesariuszami został przeprowadzony test niezależności  $\chi^2$ , który wykazał, że badane zmienne są wzajemnie zależne (tab. 1).

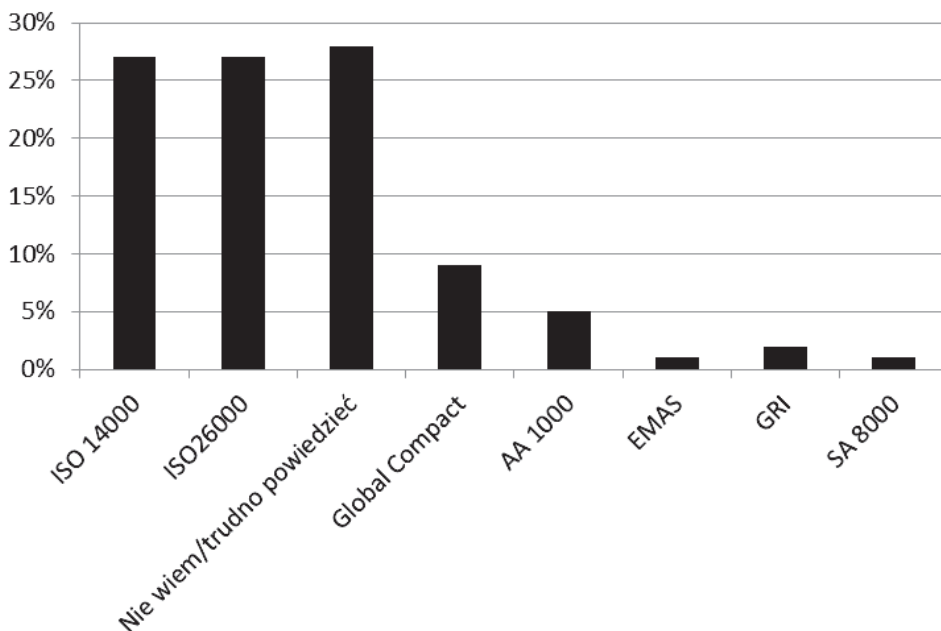
**Tabela 1.** Określenie statystycznej niezależności między sekcją działalności a prowadzeniem udokumentowanego dialogu/konsultacji z interesariuszami

TEST NIEZALEŻNOŚCI $\chi^2$	
Hipotezy: H <sub>0</sub> : [badane zmienne są wzajemnie niezależne] H <sub>1</sub> : [badane zmienne nie są wzajemnie niezależne]	
$\chi^2 = 14,39 > \chi^2_{\alpha} = 11,07$ , zatem odrzucamy hipotezę H <sub>0</sub> na rzecz H <sub>1</sub> przy $\alpha = 0,05$	
Współczynnik zbieżności T Czuprowa	T <sub>xy</sub> = 0,43
Współczynnik kontyngencji C Pearsona – zwykły	C <sub>xy</sub> = 0,52
Współczynnik kontyngencji C Pearsona – skorygowany	skorC <sub>xy</sub> = 0,64
Zmienna X: Sekcja działalności (PKD)	
Zmienna Y: Prowadzenie udokumentowanego dialogu/konsultacji z interesariuszami	

Źródło: badania własne; J. Wołoszyn i in., wyd. cyt.

Badania wykazały, że w sposób dość regularny z wybranymi grupami interesariuszy dialog prowadzili przedsiębiorcy z branży przetwórstwa przemysłowego. Z kolei w sposób nieformalny oraz nieregularny z wybranymi grupami interesariuszy dialog był prowadzony przez badane podmioty gospodarcze działające w sekcji handlowej oraz rolnictwa. Praktycznie formy takiego dialogu w ogóle nie występowały w badanych firmach z sekcji transportowej. Obliczone współczynniki pokazały, że siła zależności między tymi cechami jest umiarkowana.

Natomiast wyniki badań przeprowadzonych dla PARP na próbie 158 podmiotów gospodarczych potwierdziły, że ponad połowa badanych przedsiębiorców, którzy potwierdzili znajomość pojęcia społecznej odpowiedzialności biznesu, deklarowała, że realizowane były w przedsiębiorstwach działania zgodnie z jedną z dwóch norm, mianowicie ISO 26000 (27% przedsiębiorców) i ISO 14001 (27% przedsiębiorców). Również 27% badanych przedsiębiorców deklarowało, że realizują działania CSR, lecz nie potrafili wskazać, jaka jest to norma (rys. 2).



**Rys. 2.** Rodzaje wykorzystywanych w przedsiębiorstwach norm dotyczących działań związanych z CSR

Źródło: opracowanie własne na podstawie; *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport*, MillwardBrown SMG/KRC, PwC, Warszawa 2011.

Normy i standardy najczęściej wdrożone były w większych przedsiębiorstwach. W podziale na branżę najczęściej w firmach produkcyjnych (67%), firmach związanych z budownictwem (69%), usługowych (53%), natomiast najrzadziej w firmach handlowych (42%). Częściej również wdrożone normy i standardy posiadały przedsiębiorstwa zlokalizowane na zachodzie kraju. Może to świadczyć o dobrowolnym wdrażaniu wysokich standardów przez przedsiębiorców, którzy współpracują z partnerami biznesowymi z zachodu, np. z Niemiec, gdzie wysokie standardy prowadzenia działalności gospodarczej są wymagane w stosunku do różnych grup interesariuszy.

Natomiast przedsiębiorcy zapytani o znajomość norm i standardów CSR w ogóle deklarowali, że znają normy i standardy, ale często nie potrafili ich wymienić. Według danych PARP do najbardziej znanych przedsiębiorcom norm należała ISO 14001 (znajomość tej normy deklarowało 31% badanych), ISO 26000 (30%), EMAS (16%), AA 1000 (16%). Jednak bardzo duża grupa przedsiębiorców nie potrafiła wymienić żadnego określonego przewodnika ani normy CSR. Znajomością norm i standardów cechowali się przede wszystkim przedsiębiorcy z firm średnich i dużych, zdecydowanie rzadziej wiedzę na temat działań społecznie odpowiedzialnych oraz norm i standardów posiadali przedsiębiorcy z sektora mikro.

## 4. Podsumowanie

Spółeczna odpowiedzialność jest coraz częściej stosowaną praktyką przedsiębiorstw, nabiera również znaczenia w odbiorze społecznym. Coraz bardziej powszechna staje się również presja w kierunku tworzenia i stosowania narzędzi i instrumentów CSR w sektorze nie tylko dużych, lecz także małych i średnich przedsiębiorstw. Standardy CSR pomagają ulepszyć zarządzanie, zwiększyć wiarygodność, prowadzić dialog i angażować interesariuszy, a wszystko po to, by poprawić efektywność oraz zidentyfikować i zarządzać ryzykami związanymi ze społecznymi, środowiskowymi i etycznymi czynnikami.

Każda firma jest indywidualnie tworzona oraz posiada swoją filozofię funkcjonowania w zależności od tego, przez kogo jest kierowana. Natomiast zbiór norm i standardów CSR stanowi swoisty przewodnik, jak zarządzać w sposób etyczny i odpowiedzialny, a jednocześnie wydajnie i efektywnie. Również wraz z ograniczeniem roli państwa w regulacji poszczególnych rynków i wzrostem znaczenia sił rynkowych pojawiła się potrzeba stworzenia reguł w celu zapewnienia i utrzymania standardów postępowania. Wdrażanie norm i standardów wśród przedsiębiorców jest jednak w dużej mierze dobrowolne. W przypadku sektora MŚP stosowanie norm i standardów CSR nie jest jednak powszechną praktyką, nie są znane samo pojęcie, a przede wszystkim korzyści płynące z bycia społecznie odpowiedzialnym przedsiębiorcą. Istnieje również niebezpieczeństwo, że brak zaangażowania i konsekwencji sektora MŚP w kierunku wdrażania wysokich standardów może powodować znaczne opóźnienia w tych kwestiach w stosunku do innych przedsiębiorców z Europy.

## Literatura

- Makuch Ł., *Normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 2011.
- Nakonieczna J., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.
- Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport*, MillwardBrown SMG/KRC, PwC, Warszawa 2011.
- Rozporządzenie 761/2001 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 marca 2001 r. dopuszczające dobrowolny udział organizacji we wspólnotowym systemie ek zarządzenia i audytu (EMAS), Dz.U. EU L 42/2009.
- The ISO Survey – 2004*, [www.iso.org/iso/survey2004.pdf](http://www.iso.org/iso/survey2004.pdf).
- Wołoszyn J., Stawicka E., Ratajczak M., *Spółeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012.

## **THE USE OF NORMS AND STANDARDS OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE SME SECTOR**

**Summary:** This paper presents the results of research related to the implementation of norms and standards of Corporate Social Responsibility in the SME sector. The paper describes and assesses the norms and standards of social responsibility, their function and role in small and medium-sized enterprises. The article is based on the results of surveys carried out in 2011. The study included 158 companies that create two separate pools. The first one refers to SME businesses from agribusiness industry from the Mazovian Voivodeship. The second pool are the companies drawn from two national databases: REGON and EFFECT. The research was conducted by Millward Brown, SMG/KRC and PwC in 2011 on the request of the Polish Agency for Enterprise Development.

**Keywords:** norms, standards, Corporate Social Responsibility.