

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

318

Polityka zrównoważonego i zasobooszczędnego gospodarowania



Redaktor naukowy

Andrzej Graczyk



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redakcja wydawnicza: Anna Grzybowska

Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz

Łamanie: Agata Wiszniewska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się

na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie

wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2013

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-339-7

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	11
-------------	----

Część 1. Reorientacja strategii zrównoważonego rozwoju

Małgorzata Gotowska, Mitsuo Shigenobu: Diagnosis actions for sustainable development – a comparative study	15
Ewa Jastrzębska, Paulina Legutko-Kobus: Reorientacja strategii zrównoważonego rozwoju – w stronę ekonomii społecznej i ekonomii daru	23
Joost Platje: A theoretical assessment of the EU's smart, sustainable and inclusive growth policy on resource use	37
Bożena Ryszawska: Koncepcja zielonej gospodarki jako odpowiedź na kryzys gospodarczy i środowiskowy	47
Bożydar Ziółkowski: Ewolucja idei zrównoważonego rozwoju	57
Andrzej Graczyk: Strategia Europa 2020 a rynkowa orientacja polityki ekologicznej	65
Małgorzata Śliczna: Charakterystyka ustawodawstwa i wybranych metod certyfikacji „zielonego budownictwa”	75
Adam Zawadzki: Outsourcing jako narzędzie zasobooszczędnego gospodarowania	84
Justyna Zabawa: Inwestycje w odnawialne źródła energii. Próba oceny wybranych przykładów i ich efektywności	95
Jerzy Mieszaniec, Romuald Ogrodnik: Zakres działalności innowacyjnej przynoszącej korzyści dla środowiska w przedsiębiorstwach górniczych .	105
Romuald Ogrodnik, Jerzy Mieszaniec: Górnictwo węgla kamiennego w kontekście zrównoważonego rozwoju	116
Agnieszka Ciechelska, Zbigniew Szkop: Instrumenty ekonomiczne w gospodarce odpadami komunalnymi na przykładzie uprawnień zbywalnych do składowania odpadów biodegradowalnych w Anglii	126

Część 2. Polityka ekologiczna i jej instrumenty

Elżbieta Broniewicz: Analiza efektywności kosztowej polityki ekologicznej – przegląd teorii i doświadczeń	139
Agnieszka Ciechelska: Poprawa wykorzystania instrumentów opłatowych w gospodarce odpadami - propozycje modyfikacji prawnych.....	147
Joanna Sikora: Jak zmniejszyć emisyjność gospodarki?	157

Agnieszka Lorek: Problemy i uwarunkowania gospodarki odpadami komunalnymi w województwie śląskim.....	168
Joanna Godlewska: Instrumenty wspierania lokalnej polityki energetycznej zgodnej z zasadami zrównoważonego rozwoju.....	178
Małgorzata Karpińska-Karwowska: Kreatywność i przedsiębiorczość mieszkańców miasta i gminy Pisz w świetle badań	188
Krzysztof Posłuszny: Etykietowanie opon jako element programu zrównoważonej mobilności Unii Europejskiej.....	200
Bartosz Bartniczak: Udzielanie pomocy publicznej w kontekście zasad zrównoważonego rozwoju.....	210
Anna Dubel: Regionalne preferencje dotyczące dofinansowania przez Unię Europejską adaptacji do zmian klimatycznych na poziomie regionalnym na przykładzie zlewni Warty.....	220

Część 3. Zarządzanie w duchu zrównoważonego rozwoju

Radosław Dziuba: Możliwości wdrożeniowe założeń hotelu ekologicznego na przykładzie certyfikatu „Czysta Turystyka” w regionie łódzkim. Częściowe wyniki badań.....	231
Barbara Kryk: Polityka regionalna w kontekście wyzwania efektywnego wykorzystania zasobów	242
Agnieszka Panasiewicz: Zarządzanie ryzykiem środowiskowym jako narzędzie wspierania gospodarki bardziej przyjaznej środowisku	255
Ksymena Rosiek: Przedsiębiorstwo społeczne jako odpowiedź na wyzwania rozwoju zrównoważonego	264
Agnieszka Rzeńca: Kłastory energetyczne w Polsce – nowa forma współpracy w ochronie środowiska	275
Łukasz Szalata: Zarządzanie środowiskiem poprzez implementację modelu miasta niskowęglowego/niskoemisyjnego drogą do zrównoważonego rozwoju aglomeracji miejskich.....	286
Dorota Bargiel: Bariery we wdrażaniu idei społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwie.....	294
Lidia Kłos: Ślad ekologiczny jako wskaźnik zrównoważonej konsumpcji i produkcji.....	303
Agnieszka Sobol: Ekoinnowacje w gospodarce komunalnej jako narzędzie realizacji polityki zrównoważonego rozwoju – na przykładzie miasta Bielsko-Biała ..	314

Część 4. Zrównoważona konsumpcja

Robert Karaszewski, Małgorzata Gotowska, Grzegorz Hoppe, Anna Jakubczak: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw i konsumentów – studium przypadku	325
--	-----

Robert Karaszewski, Anna Jakubczak, Grzegorz Hoppe, Małgorzata Gotowska, Piotr Dudziński: Znaczenie społecznej odpowiedzialności konsumentów i biznesu w zrównoważonym rozwoju.....	334
Dariusz Kielczewski: Zasobooszczędne gospodarowanie a modele konsumpcji zrównoważonej	343
Monika Paradowska: Wybrane problemy kształtowania zrównoważonych zachowań konsumpcyjnych w transporcie indywidualnym	353
Irena Rumianowska: Ekokonsumpcja jako warunek efektywniejszego wykorzystania zasobów przyrodniczych a świadomość i zachowania konsumentów polskich.....	364
Sylvia Słupik: Uwarunkowania rozwoju zrównoważonej konsumpcji energii w Polsce	376

Summaries

Part 1. Reorientation of sustainable development strategy

Małgorzata Gotowska, Mitsuo Shigenobu: Działania diagnostyczne na rzecz zrównoważonego rozwoju – studium porównawcze: Japonia i Polska.....	22
Ewa Jastrzębska, Paulina Legutko-Kobus: Reorientation of strategies for sustainable development – towards a social economy and the gift economy ...	36
Joost Platje: Teoretyczna ocena inteligentnej, zrównoważonej i sprzyjającej społecznemu włączeniu polityki Unii Europejskiej korzystania z zasobów ..	45
Bożena Ryszawska: The concept of the green economy as an answer to the economic and environmental crisis	56
Bożydar Ziółkowski: Evolution of sustainable development idea.....	64
Andrzej Graczyk: Strategy Europe 2020 and the market orientation of ecological policy.....	74
Małgorzata Śliczna: Description of regulations and chosen certification's methods of green buildings.....	83
Adam Zawadzki: Outsourcing as a tool of resource-efficient use	94
Justyna Zabawa: Investments in renewable energy sources. An attempt to evaluate selected examples and their effectiveness	104
Jerzy Mieszaniec, Romuald Ogrodnik: The scope of innovation activity for the benefit of environment in mining enterprises	115
Romuald Ogrodnik, Jerzy Mieszaniec: Hard coal mining in the context of sustainable development.....	124
Agnieszka Ciechelska, Zbigniew Szkop: Economic instruments for municipal waste management – case study of the Landfill Allowance Trading Scheme in England	135

Part 2. Ecological policy and its tools

Elżbieta Broniewicz: Cost-effectiveness analysis of environmental policy – theory and practice overview.....	146
Agnieszka Ciechelska: Charge instruments using improvement in waste management – law adjustments proposals.....	156
Joanna Sikora: How to reduce the emission level of economy?	167
Agnieszka Lorek: Problems and conditions of municipal waste management in Silesian Voivodeship.....	177
Joanna Godlewska: Support instruments for local energy policy compatible with sustainable development principles	187
Małgorzata Karpińska-Karwowska: Creativity and entrepreneurship of citizens from town and community of Pisz in the light of analysis.....	198
Krzysztof Posłuszny: Labelling of tyres as a part of sustainable mobility policy in the European Union	209
Bartosz Bartniczak: Granting state aid in the context of sustainable development principles	219
Anna Dubel: Regional preferences concerning European Union subsidies to climate change adaptation at the regional level: case study of the Warta catchment.....	228

Part 3. Management in the spirit of sustainable development

Radosław Dziuba: Possibilities of implementation of ecology hotel assumptions on the example of ecological certification “Clean Tourism” in the region of Lodz. Partial research results	241
Barbara Kryk: Regional policy in the context of the challenge of effective use of resources	254
Agnieszka Panasiewicz: Environmental risk management as a tool of greener economy support.....	263
Ksymena Rosiek: Social enterprises as a response to the challenges of sustainable development.....	273
Agnieszka Rzeńca: Renewable energy clusters in Poland – a new form of cooperation in the area of environmental protection	284
Lukasz Szalata: Environmental management through the implementation of low-carbon city model as a way to sustainable urban development.....	293
Dorota Bargiel: Barriers in implementing the idea of Corporate Social Responsibility in company.....	302
Lidia Kłos: Ecological footprint as an indicator of sustainable consumption and production	313

Agnieszka Sobol: Ecoinnovations in municipal economy as a tool towards the policy of sustainable development – a case study of Bielsko-Biała city	322
--	-----

Part 4. Sustainable consumption

Robert Karaszewski, Małgorzata Gotowska, Grzegorz Hoppe, Anna Jakubczak: Corporate Social Responsibility and Consumers Social Responsibility – case study	333
Robert Karaszewski, Anna Jakubczak, Grzegorz Hoppe, Małgorzata Gotowska, Piotr Dudziński: The importance of Consumer Social Responsibility and Corporate Social Responsibility in sustainable development	342
Dariusz Kielczewski: Resource efficient economy and sustainable models of consumption.....	352
Monika Paradowska: Selected problems of creating sustainable consumer behaviour in individual transport.....	363
Irena Rumianowska: Eco-consumption as a condition for more effective use of natural resources and the awareness and behavior of Polish consumers	374
Sylwia Słupik: Determinants for the development of sustainable energy consumption in Poland	385

Dorota Bargiel

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

BARIERY WE WDRAŻANIU IDEI SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Streszczenie: Artykuł ma na celu zidentyfikowanie czynników, które utrudniają lub wręcz blokują proces wdrażania rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwie. Opracowanie rozpoczyna się od zdefiniowania pojęcia CSR, następnie zostaną zidentyfikowane główne bariery we wdrażaniu idei oraz nastąpi ich odniesienie do wyników badań zewnętrznych i tych przeprowadzonych przez autorkę. We wnioskach artykułu znajdują się zalecenia wspomagające efektywne wdrażanie rozwiązań CSR w przedsiębiorstwie.

Słowa kluczowe: CSR, społeczna odpowiedzialność biznesu, bariery, edukacja.

DOI: 10.15611/pn.2013.318.28

1. Wstęp

Idea społecznej odpowiedzialności to koncepcja, która już zakorzeniła się w świecie nauki i biznesu. Powstaje coraz więcej firm, które wdrażają społecznie odpowiedzialne rozwiązania, pojawiają się również organizacje wspomagające ich rozwój. Niemniej jednak nadal spotkamy się z wieloma problemami, którym musi stawić czoło przedsiębiorstwo pretendujące do miana społecznie odpowiedzialnego. Artykuł ma na celu zidentyfikowanie głównych grup barier i odniesienie ich do wyników badań zewnętrznych oraz tych przeprowadzonych przez autorkę.

2. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu – główne założenia

Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR – Corporate Social Responsibility) to koncepcja, w której przedsiębiorstwa, konstruując strategię rozwoju i zarządzania, biorą pod uwagę nie tylko zysk, ale także potrzeby i oczekiwania interesariuszy oraz otoczenia, w jakim funkcjonują. Według normy ISO 26000 społeczna odpowiedzialność to zobowiązanie organizacji do włączania aspektów społecznych i środowiskowych w proces podejmowania decyzji oraz wzięcie odpowiedzialności za wpływ podejmowanych decyzji i aktywności na społeczeństwo i środowisko [Discovering ISO ... 2010].

Przedsiębiorstwo powinno w sposób prawidłowy zidentyfikować swoich interesariuszy i zdecydować, na kogo i w jaki sposób chce wpływać. Przez pojęcie interesariuszy rozumiemy grupy i pojedyncze podmioty, które są w sposób bezpośredni lub pośredni powiązane z przedsiębiorstwem, mające „... swój umyślny lub nieumyślny wkład w możliwości wytwarzania majątku przez firmę” [Laszlo 2008, s. 154]. Do tego grona najczęściej zalicza się: pracowników, dostawców, społeczności lokalne, udziałowców, konsumentów, klientów, środowisko naturalne (rys. 1). W każdej gałęzi gospodarki i każdym sektorze, a także w każdej usłudze i produkcji „działania biznesowe na wielu etapach łańcucha wartości wywierają wpływ na szerokie spektrum interesariuszy, którzy zyskują tym samym wpływ na możliwości lub zagrożenia zysków firm” [Laszlo 2008, s. 144].



Rys. 1. Interesariusze przedsiębiorstwa

Źródło: opracowanie własne

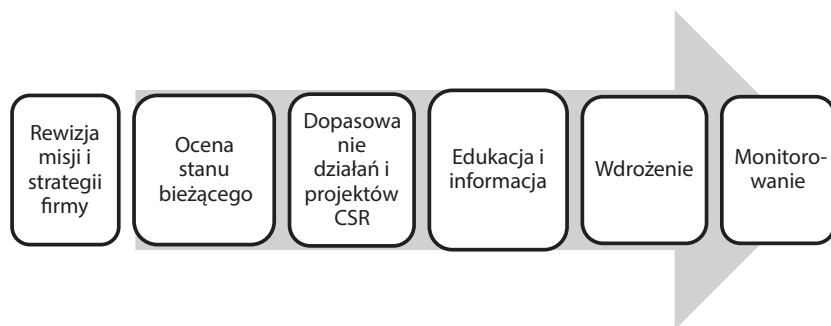
Idea społecznej odpowiedzialności biznesu to również szeroki wachlarz działań mających na celu prowadzenie ciągłego dialogu ze wszystkimi interesariuszami, który w perspektywie długofalowej prowadzić będzie do rozwoju przedsiębiorstwa. Wśród działań CSR możemy wyróżnić te ukierunkowane na:

- ludzi,
- system zarządzania,
- lokalną społeczność,
- inne organizacje,
- środowisko,
- obszar administracyjny.

Metody wdrażania i podejmowania decyzji na temat idei społecznej odpowiedzialności biznesu:

- Na każdym szczeblu struktury organizacyjnej – każdy zespół w całej strukturze firmy może podejmować nowe inicjatywy związane z CSR lub zgłaszać ich propozycje.
- Decyduje dział marketingu – często działania te mogą być bardziej ukierunkowane na zwiększenie rozpoznawalności marki lub promocji niż na faktyczny dialog. W momencie, kiedy ten właśnie dział podejmuje decyzje w sprawie CSR, bardzo ważne są odpowiednie kompetencje członków zespołu z zakresu CSR, aby oprócz celu marketingowego, osiągać cel społecznie odpowiedzialny.
- Decyduje dział *public relations* (PR) – tutaj sytuacja wygląda podobnie jak w dziale marketingu. Dział PR skupia się na dialogu, ale czasem ukierunkowanym tylko na cel promocyjny.
- Decyduje zarząd – wyedukowani menedżerowie, którzy pracują nad zwiększaniem swoich umiejętności i kompetencji, dbający o ciągłą edukację własną, jak również zespołu, decydujący się na wdrożenie idei CSR.
- Decyduje zespół ds. CSR – idealny zespół decyzyjny to taki, który składa się z osób reprezentujących różne działy w firmie. Kluczowe jest zebranie wiedzy, doświadczenia z obszarów: działu zakupów, IT, zarządzania budynkiem/flotą, *human resources* (HR), marketingu, prawnego.

Bez względu na to, jaki zespół podejmuje decyzje na temat działań CSR w danym przedsiębiorstwie, najważniejsze, żeby były to osoby posiadające wymagane kompetencje z tego zakresu. Bardzo ważne jest też zachowanie kilkuetapowego programu wdrażania projektu (rys. 2).



Rys. 2. Etapy wdrażania społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w przedsiębiorstwie

Źródło: opracowanie własne.

Takie podejście pozwala na efektywne i systematyczne wdrażanie idei społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwie. Pozwala na zidentyfikowanie słabych elementów planu i systematyczne jego polepszanie.

3. Potencjalne bariery i problemy przy wdrażaniu idei społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwie

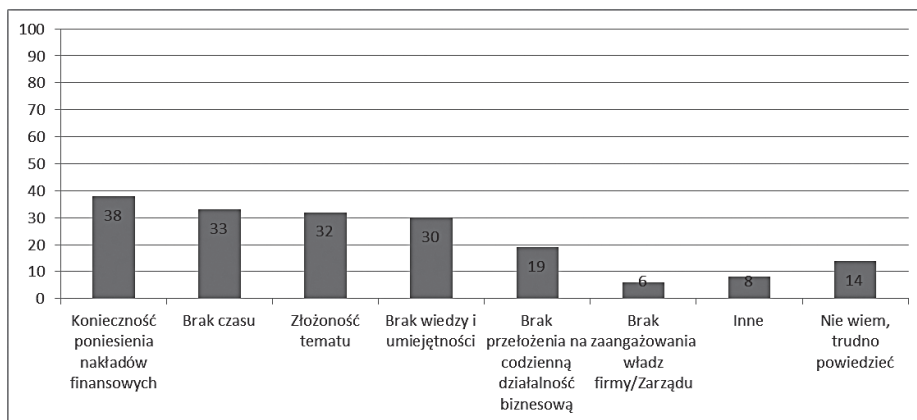
Biorąc pod uwagę to, jak powinien przebiegać proces wdrażania i kontroli projektów z zakresu CSR zaprezentowany powyżej, wśród potencjalnych barier można wyróżnić:

- Brak jednego z etapów wdrażania programu CSR (rewizja misji i strategii firmy, ocena stanu bieżącego, dopasowanie działań i projektów CSR, edukacja i informacja, wdrożenie, monitorowanie), który uniemożliwia kompleksowe wdrożenie projektu i osiągnięcie konkretnych korzyści z tego tytułu.
- Niedopasowanie działań CSR – każda firma posiada konkretne unikatowe zestawy narzędzi CSR, które przyniosą jej wymierne korzyści. Firma powinna brać pod uwagę branżę, w której działa, konkurencję, pozycję na rynku, wielkość, etap rozwoju przedsiębiorstwa, typ produktu, a także specyfikę odbiorców i konsumentów.
- Brak monitorowania w celu sprawdzenia efektywności i oszczędności – bez pomiaru firma nie jest w stanie ocenić, czy wprowadzone rozwiązania przyniosły korzyści, czy też nie. Należy monitorować i mierzyć wyniki, aby móc korygować błędy i dopasowywać działania w celu osiągnięcia większych korzyści.
- Niekompetencja osób wdrażających, koordynujących działania CSR – jeżeli działania CSR będą opierać się tylko na promocji i budowaniu wizerunku, nie będą one przekładać się na długofalowe korzyści dla całego przedsiębiorstwa. Rozwiązania z zakresu CSR to działania mające na celu nawiązanie i pielęgnowanie dialogu ze wszystkimi interesariuszami, zarówno tymi zewnętrznymi, jak i wewnętrznymi.
- Niezrozumienie działań przez pracowników – pracownicy to bardzo ważni interesariusze każdego przedsiębiorstwa, to oni budują wartość firmy i pracują na jej sukces. Jeżeli działania CSR mają być skuteczne i przynosić wymierne efekty, pracownicy muszą rozumieć, dlaczego firma zdecydowała się na takie, a nie inne rozwiązania, jaki jest ich cel, co przyniesie firmie i pracownikom. Bez zrozumienia nie można liczyć na pełne zaangażowanie, a co za tym idzie, zrealizowanie projektów CSR.

Wystąpienie choć jednej z wymienionych barier będzie miało bezpośredni wpływ na jakość realizacji projektów skupionych na społecznej odpowiedzialności biznesu. Tak jak każde przedsięwzięcie w firmie, tak i koncepcja CSR musi być wdrażana w sposób systemowy i kontrolowany. W momencie, kiedy brakuje odpowiedniej wiedzy fachowej z zakresu CSR, zwiększa się ryzyko wystąpienia trudności i nieosiągnięcia zamierzonych celów.

Odnosząc te założenia do wyników przeprowadzonych badań z zakresu CSR, autorka postara się zidentyfikować największe bariery powstrzymujące firmę przed działaniami społecznie odpowiedzialnymi.

Wśród problemów we wdrażaniu idei społecznej odpowiedzialności biznesu respondenci wskazują następujące, zaprezentowane na rys. 3.



Rys. 3. Problemy we wdrażaniu idei społecznej odpowiedzialności biznesu – odsetek respondentów którzy wskazali konkretną przyczynę jako barierę

Źródło: [Ocena stanu wdrażania ... 2011].

Obok konieczności poniesienia nakładów finansowych pojawia się złożoność tematu, brak wiedzy i umiejętności, a także brak zaangażowania władz firmy czy też brak przełożenia na codzienną działalność biznesową. Te kategorie wynikają z braku kompetencji i posiadanej wiedzy z zakresu CSR. Brak czasu natomiast jest tylko argumentem operacyjnym, przedsiębiorstwo, które nie jest w stanie wygospodarować czasu poprzez ulepszenie procesu, nie pretenduje do rozwoju.

Czy faktycznie chodzi o wiedzę i umiejętności? Spoglądając na kolejne wyniki badań: na pytanie: „Czy spotkał/a się Pan/i z pojęciem społeczna odpowiedzialność biznesu?”, 31% respondentów odpowiedziało tak, 62% nie, natomiast 8% nie wiem, trudno powiedzieć [Ocena stanu wdrażania ... 2011]. W podsumowaniu raportu [Ocena stanu wdrażania ... 2011] przygotowanego dla PARP pojęcie „społeczna odpowiedzialność biznesu” zna 31% przedstawicieli firm działających w Polsce – szczególnie zaś reprezentujący firmy duże (70% wskazań), powstałe ponad 15 lat temu (52%) oraz prowadzące działania na rynkach zagranicznych (59%)” [Ocena stanu wdrażania ... 2011]. Zaledwie jedna trzecia firm w Polsce spotkała się z pojęciem CSR, co wydaje się wynikiem mało zadowalającym, biorąc pod uwagę poziom rozwoju i okres obecności w Unii Europejskiej.

Autorka postanowiła sprawdzić, jak wygląda sytuacja na jednej z uczelni wyższych. Badanie przeprowadzono na grupie 97 studentów magisterskich studiów zaocznych na kierunku zarządzanie i finanse (rys. 4).

Na pytanie, czy spotkali się z pojęciem społecznej odpowiedzialności biznesu, 53 osoby przyznały, że miały styczność z tym pojęciem, co stanowi 55% wszystkich

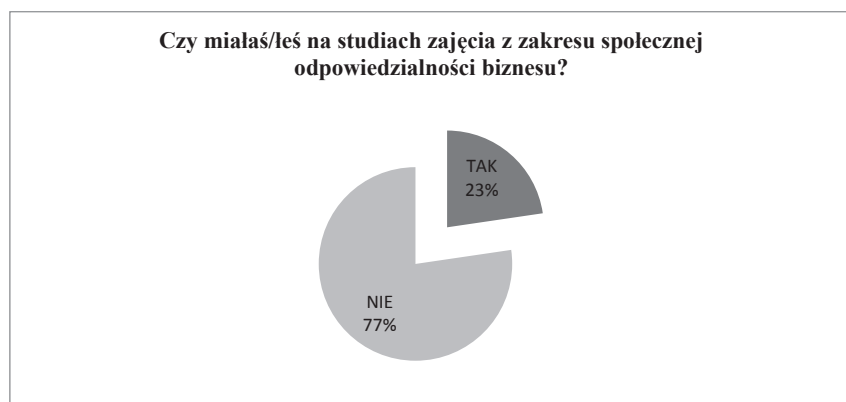
respondentów. W tym samym pytaniu – 44 osoby nie znają pojęcia CSR, grupa ta stanowi 45% respondentów.



Rys. 4. Odsetek respondentów, którzy spotkali się z pojęciem społecznej odpowiedzialności biznesu

Źródło: badania własne.

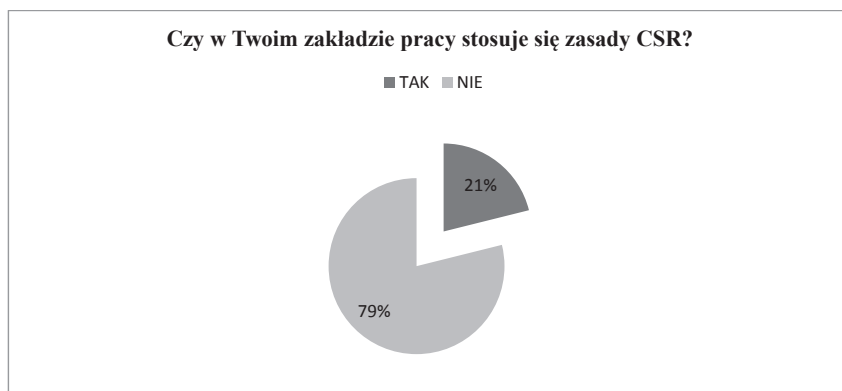
Kolejne postawione pytanie brzmiało: "Czy miałas/miałeś na studiach zajęcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu?" Zaledwie 22 respondentów, czyli 23% badanych przyznało, że w swoim dotychczasowym programie studiów miało zajęcia poświęcone zagadnieniom związanym z CSR. Warto podkreślić, że w obecnym systemie studiowania 3+2 studenci na studiach magisterskich mają za sobą doświadczenie naukowe wyniesione z różnych kierunków i uczelni (rys. 5).



Rys. 5. Odsetek respondentów, którzy na studiach mieli zajęcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu

Źródło: badania własne.

Kolejne pytanie miało na celu sprawdzenie, na ile pracownicy firm zdają sobie sprawę ze stosowania zasad CSR w miejscu pracy, o ile takie istnieją. Wśród wszystkich respondentów, 90 to osoby pracujące, z czego 19 przyznało, że w jego zakładzie pracy stosuje się zasady CSR, co stanowi 21% (rys. 6).



Rys. 6. Odsetek respondentów, którzy deklarują, że w ich zakładzie pracy stosuje się zasady Corporate Social Responsibility

Źródło: badanie własne.

Na podstawie zaprezentowanych wyników badań warto zwrócić uwagę na potrzebę edukacji i usystematyzowania wiedzy z zakresu CSR we wszystkich grupach społecznych, zarówno uczniów, studentów, pracowników, interesariuszy, jak i kadry zarządzającej. Nadzwyczaj trafne jest, często już promowane, podejście mające na celu uczenie się przez całe życie, na przykład Lifelong Learning Programme, koordynowany przez Unię Europejską mający na celu ciągłe podnoszenie kompetencji poprzez wymianę doświadczeń. Do podnoszenia kwalifikacji obywateli przyczyniają się również wszelkiego rodzaju kursy, szkolenia realizowane poza programem studium magisterskich. W związku z tym obszary, gdzie powinno się zwrócić szczególną uwagę na edukację z zakresu CSR, to:

- Gimnazja i licea – zajęcia z podstaw CSR będą doskonałym wprowadzeniem do dalszej edukacji z tego zakresu, jak również zwiększą świadomość interesariuszy na temat przedsięwzięć, których są oni bezpośrednimi beneficjentami. Lepsze zrozumienie prowadzi do lepszego dialogu.
- Studia wyższe wszystkich kierunków – włączenie do programu tematyki CSR, wykłady dodatkowe, koła naukowe. Poszerzanie wiedzy z tego zakresu na studiach przyczynia się do zwiększenia konkurencyjności absolwentów w przyszłości na rynku pracy. Szerszy dostęp do wiedzy z zakresu CSR pozwala być na bieżąco z trendami obecnymi w innych krajach i może być inspiracją do przeno-

szenia najlepszych rozwiązań, na przykład z zakresu CSR, do własnej firmy lub przedsiębiorstwa, w którym się pracuje.

- Kadra zarządzająca – ciągłe podnoszenie umiejętności poprzez studia podyplomowe, MBA i oraz udział w dodatkowych inicjatywach, pozwalają menedżerom być na bieżąco z najnowszymi rozwiązaniami z zakresu zarządzania i CSR. Wyedukowany i świadomy menedżer/zarząd to kluczowy element sukcesu działań społecznie odpowiedzialnych. To kadra zarządzająca jest podstawowym elementem budowania efektywnej strategii CSR
- *Coaching* – promowanie szkoleń z zakresu CSR wśród komercyjnych firm szkoleniowych.
- Organizacje pozarządowe – odgrywają nieocenioną rolę w budowaniu większej świadomości na temat CSR. Obecnie najprężniej działająca organizacja w Polsce to Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB), które poprzez swoją działalność aktywnie promuje społeczną odpowiedzialność biznesu. Publikacje, konferencje, szkolenia i konkursy organizowane przez FOB przyczyniają się do propagowania wiedzy z zakresu CSR, jak również wymiany doświadczeń i dobrych praktyk pomiędzy różnymi firmami i instytucjami. Organizacje pozarządowe to także źródło rekomendacji i wskazówek dla firm szukających informacji, jak skutecznie wprowadzić ideę CSR w przedsiębiorstwie. Wśród pozostałych organizacji warto wspomnieć także o ISO (International Organization for Standardization) oraz GRI (Global Reporting Initiative).

4. Podsumowanie – wnioski

Zrozumienie idei CSR jest konieczne do efektywnego wdrożenia działań społecznie odpowiedzialnych. Brak kompetencji i znajomości podstawowych pojęć i narzędzi z zakresu społecznej odpowiedzialności może prowadzić do sytuacji, w której projekty mogą generować dodatkowe koszty, zamiast oszczędności staną się (tylko) elementami promocji i *public relations* zamiast strategii.

Rzetelna wiedza na temat CSR jest niezbędna do wdrożenia realnych zmian i oszczędności, które przyczynią się do faktycznego długofalowego rozwoju i ciągłego dialogu z interesariuszami. Na podstawie zaprezentowanych badań można stwierdzić, że obecnie obserwuje się pewne braki w wiedzy posiadanej przez polskie firmy z zakresu CSR. Obserwujemy pozytywny trend wśród studentów, którzy są częścią rynku pracy, jednak nadal nie są to wyniki pozwalające stwierdzić, że idea CSR jest znana i rozumiana przez większą część świata biznesu. Warto podkreślić, że dzięki edukacji działania CSR będą przynosiły więcej korzyści dla przedsiębiorstw, a także dla lepiej wyedukowanych interesariuszy.

Literatura

Discovering ISO 26000, broszura International Organization for Standardization, 2010, <https://pl.scribd.com/doc/190987393/Discovering-Iso-26000> [dostęp: 10.11.2012].

Laszlo C., *Firma zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2008.

Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu dla PARP opracowane przez: Millward Brown SMG/ KRC, PwC (dawniej PricewaterhouseCoopers), Warszawa, 9 grudnia 2011.

BARRIERS IN IMPLEMENTING THE IDEA OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN COMPANY

Summary: The purpose of this article is to identify key factors that make implementing process of CSR idea more difficult or even impossible. The author starts with defining CSR, then he diagnoses the biggest barriers in introducing CSR into the company. The next step is a comparison of gathered thoughts together with the results of field work conducted by external institutions and the author herself. In conclusion some recommendations for the effective implementation of CSR into the company are listed.

Keywords: Corporate Social Responsibility, barriers, education.