

Monika Szewczyk

Uniwersytet Łódzki, Instytut Ekonomii
e-mail: szewczyk.monikaa@gmail.com

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W WARUNKACH GLOBALIZACJI

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

DOI: 10.15611/pn.2018.516.09

JEL Classification: A13, F60, F64, M14

Streszczenie: Globalizacja to proces wpływający na funkcjonowanie firm oraz kształtowanie się warunków gry rynkowej. Poza poszerzającymi się możliwościami rozwoju, globalizacja może być także przyczyną wielu zagrożeń. Zmieniające się warunki wymagają uwrażliwienia biznesu, w szczególności na kwestie społeczne i środowiskowe. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR) podnosi wagę tych aspektów i jest formą odpowiedzi na pojawiające się problemy. Firmy działające na skalę międzynarodową wpływają na różne grupy interesariuszy, tym samym powinny brać pod uwagę ich potrzeby. Koncepcja CSR zaznacza rolę biznesu w rozwiązywaniu problemów społecznych i środowiskowych. Celem artykułu było ukazanie roli CSR w czasach postępującego procesu globalizacji. W pracy podkreśla się negatywne oraz pozytywne aspekty globalizacji i rozpoznaje się znaczenie koncepcji CSR w łagodzeniu niekorzystnych skutków. Autorka osiąga cel pracy poprzez wnikliwą analizę literatury przedmiotu.

Słowa kluczowe: globalizacja, społeczna odpowiedzialność biznesu, skutki globalizacji.

Summary: Globalization is a process that influences the functioning of companies and the development of market conditions. Besides expanding development opportunities, globalization may also be the cause of many threats. Changing conditions require make the business more sensitive about social and environmental issues. The idea of Corporate Social Responsibility (CSR) raises the importance of these aspects and is a form of response to emerging problems. Companies operating on an international scale affect various groups of stakeholders and should take into consideration their needs. The CSR concept highlights the role of business in solving social and environmental problems. The aim of the article was to show the role of CSR in the times of the ongoing globalization process. The article marks the negative and positive aspects of globalization and recognizes the importance of the CSR concept in elimination adverse effects.

Keywords: globalization, corporate social responsibility, effects of globalization.

1. Wstęp

Jednym z elementów, który w sposób szczególny wpływa na biznes, także w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR), jest zmiana warunków funkcjonowania firm związana z globalizacją. Jest to zjawisko odnoszące się do przedsiębiorstw, w szczególności tych najbardziej zaawansowanych w procesie umiędzynarodowienia. Z globalizacją ściśle wiąże się również konkurencja globalna, która jest skutkiem postępu technicznego, społecznego i politycznego. Siłą napędową globalizacji stanowi przede wszystkim neoliberalna filozofia wolnego rynku oraz ostra konkurencja na rynkach światowych [Dylus 2005, s. 18]. Globalizacja umożliwia zdobycie przewagi konkurencyjnej poprzez wykorzystanie nowych możliwości, ale także niesie ze sobą pewne zagrożenia. Z perspektywy korporacji procesy globalizacyjne to przede wszystkim wzrost poziomu umiędzynarodowienia, wzrost współzależności ekonomicznych oraz możliwości otwierania nowych filii w krajach całego świata [Chwistecka-Dudek 2016, s. 30]. Ponadto globalizacja stanowi czynnik mający wpływ na dostępność produktów oraz wybór konsumentów na całym świecie [Harrington 2012, s. 487]. Poza poszerzającymi się możliwościami wzrostu i rozwoju, globalizacja może być też przyczyną wielu zagrożeń. Zmieniające się warunki wymagają dostosowania zasad gry rynkowej do zmieniających się wymogów otoczenia i uwrażliwienia biznesu na kwestie społeczne i środowiskowe, związane z procesami umiędzynarodowienia i rozszerzania się przedsiębiorstw. Celem artykułu jest zaznaczenie roli społecznej odpowiedzialności biznesu w kontekście procesu globalizacji. Wyszczególniono negatywne oraz pozytywne aspekty postępującej globalizacji, jednocześnie wskazując obszary CSR mające znaczący wpływ na łagodzenie niekorzystnych skutków. Dokonano przeglądu literatury przedmiotu i na tej podstawie wyodrębniono obszary społecznej odpowiedzialności biznesu powiązane z globalizacją. Struktura artykułu umożliwia przejrzyste spojrzenie na podejmowany problem.

2. Dylematy globalizacji

Globalizacja to ogół procesów prowadzących do zwiększania się współzależności i coraz większej integracji państw, społeczeństw, gospodarek i kultur. Prowadzi to do tworzenia się tzw. jednego świata, a efektem tych procesów jest kurczenie się przestrzeni społecznej, wzrost znaczenia organizacji ponadnarodowych, w tym korporacji, czy też zwiększające się tempo interakcji poprzez wykorzystanie technologii informacyjnych [Sztompka 2005, s. 93-94]. Z pojęciem globalizacji wiąże się wiele kwestii odnoszących się do jej negatywnych i pozytywnych stron i skutków. A. Dylus wymienia je i opisuje, a do najważniejszych z nich z punktu widzenia odpowiedzialności społecznej należą [Dylus 2005, s. 17]:

1. Minimalizacja kosztów własnych, która wyklucza maksymalizację sprzedaży – globalni aktorzy rynku walczą o maksymalizację zysków, co skłania ich do redu-

kowania kosztów własnych. Przekłada się to na wprowadzanie niestałych form zatrudnienia, obniżanie płac, ograniczanie świadczeń socjalnych. Skutkiem takich działań jest wzrost bezrobocia i nierówności społecznych i zarazem ograniczenie siły nabywczej potencjalnych klientów. Ta pojawiająca się sprzeczność odnosi się do powstawania efektu kosztowego, związanego z naciskiem na obniżanie płac i zatrudnienia i jednoczesnym zaburzeniem efektu dochodowo-popytowego. Pokazuje to zależność między mikroekonomicznym funkcjonowaniem korporacji ponadnarodowych a globalną skalą działania.

2. Procesy globalizacyjne są przyczyną wzrostu nierówności oraz kryzysu państwa społecznego. Chodzi o zwiększające się trudności w wyrównywaniu poziomu życia oraz szans rozwoju. Coraz częściej podnosi się problem zjawiska „dziedziczenia biedy”, nawet w krajach europejskich. Ponadto skrajne nierówności, powodujące społeczne interwencje i konflikty społeczne mogą stanowić niebezpieczeństwo zakłócenia demokratycznego ładu politycznego.

3. Warunki, jakie stwarza globalizacja, są nie tylko szansą rozwoju, ale także wymuszają na jednostce gotowość do ciągłej zmiany. Chęć osiągnięcia ekonomicznego sukcesu wiąże się współcześnie z nieograniczoną mobilnością, zdolnością do permanentnego uczenia się, zmiany stanowiska, miejsca zamieszkania czy specjalizacji. Prowadzi to do dezintegracji przestrzeni społecznej, destrukcji relacji międzyludzkich, podważenia poczucia bezpieczeństwa i potrzeby przynależności, a nawet obcości kulturowej i wykorzeniania.

4. Globalna gospodarka odpowiada za kreowanie potrzeb, korporacje usiłują pobudzać nowe rynki i ożywiać popyt, często wykorzystując rozmaite narzędzia marketingowe i techniki reklamowe. Tworzą w ten sposób sztuczne pragnienia, zaburzając istotę gospodarki, do której należy właśnie zaspokajanie potrzeb. W ten sposób dochodzi do marginalizacji podstawowych potrzeb szerokich kręgów bądź do zaspokajania potrzeb luksusowych, w szczególności u wąskiej elity.

5. Funkcjonowanie rynku w warunkach globalnych sprowadza się także do prowokowania postaw konsumpcjonistycznych. Rynkiem kieruje klient, korporacja zaś spełnia jego wymagania. Jednak w perspektywie agresywnej reklamy i chęci sprzedaży konsumentka wolność staje pod znakiem zapytania. Zatem dochodzi do sytuacji, kiedy klient wypełnia swój koszyk nie zawsze racjonalnym zestawem dóbr. Z drugiej strony, to właśnie ożywione zakupy dóbr konsumpcyjnych nakręcają koniunkturę, co prowadzi do powstawania miejsc pracy i stwarza szansę redukcji ubóstwa.

Wymienione dylematy pokazują, iż funkcjonowanie gospodarki i biznesu w warunkach globalizacji otwiera nowe horyzonty i wyzwania, ale też niesie za sobą poważne niebezpieczeństwa zarówno ekonomiczne, jak i społeczne oraz środowiskowe. W kontekście poruszonych problemów koncepcja CSR nabiera dużego znaczenia. Wdrożenie jej zasad w działalność gospodarczą może się przyczynić do niwelowania i łagodzenia negatywnych efektów procesu globalizacji. Z tego powodu globalizacja może być uznana za czynnik kształtowania się idei odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw [Rojek-Nowosielska 2006, s. 66].

3. Największy twór globalizacji – korporacja

Procesy globalizacyjne przyczyniły się w znacznym stopniu do rozwoju przedsiębiorstw oraz ukształtowania się korporacji transnarodowych, będących obecnie głównymi podmiotami stosunków międzynarodowych. Korporacje w niektórych przypadkach mocno upodabniają się do państw [Drzymała 2016, s. 22]. Według definicji UNCTAD, korporacje transnarodowe lub inaczej ponadnarodowe (*Transnational Corporations – TNC*) to przedsiębiorstwa obejmujące podmioty zlokalizowane w co najmniej dwóch krajach. Działają w ramach systemu podejmowania decyzji, umożliwiającego spójną politykę oraz wspólną strategię. W celach roboczych UNCTAD określa także korporacje transnarodowe jako podmioty kontrolujące aktywa za granicą [UN, Structure of TNCs]. Ze względu m.in. na swoje rozmiary przedsiębiorstwa te mają większe możliwości całościowej realizacji celów i założeń CSR. Skala ich działania sprawia, że poszerzają zdolności oddziaływania na otoczenie nie tylko w kraju pochodzenia, ale także tam, gdzie lokują swoje bezpośrednie inwestycje zagraniczne [Drzymała 2016, s. 22]. Wywieranie wpływu na otoczenie i tak szeroki zakres interesariuszy może przynosić korzyści, ale także i obciążenia. W kontekście funkcjonowania korporacji transnarodowej wyjątkowe znaczenie ma rozwój rynków globalnych, pojawiają się także możliwości kreowania miejsc pracy. Jednocześnie istnieje zagrożenie wyzyskiwania pracowników, w szczególności w krajach rozwijających się, gdzie prawo jest słabo ukształtowane. Otwartość granic i dostępność rynków to nie tylko szansa dla firm do poszukiwania nowych rynków zbytu, ale także możliwość na wykorzystywanie nowych czynników produkcji. Dla przedsiębiorstw poszukujących redukcji kosztów procesy globalizacyjne są szansą pozwalającą na pozyskanie np. tańszej siły roboczej lub atrakcyjnej pod względem prawa podatkowego lokalizacji na nową fabrykę lub filię. Globalizacja zatem może być uważana za negatywny czynnik, powodujący maksymalizowanie zysków z jednocześnie minimalizacją kosztów związanych z płacami, świadczeniami czy warunkami pracy [Harrington 2012, s. 487].

4. Negatywne i pozytywne aspekty globalizacji

Krytycy i przeciwnicy globalizacji podkreślają jej negatywne aspekty i prezentują niekorzystną perspektywę procesów globalizacyjnych związanych z życiem gospodarczym oraz społecznym. Wiele z niekorzystnych skutków przypisuje się powstaniu i działalności korporacji transnarodowych. Wśród negatywnych efektów procesów globalizacyjnych wymienia się przede wszystkim takie jak [Sobuś 2011, s. 51]:

1. Unikanie opodatkowania za pomocą działań logistycznych, w sposób szczególnie praktykowane przez korporacje transnarodowe.

2. Marginalizacja wpływu regionalnych preferencji na produkcję oraz tworzenie nowej, światowej kultury handlowej poprzez standaryzację gustów i preferencji konsumentów w skali światowej, czyli tzw. kalifornizacja potrzeb.

3. Destabilizacja gospodarki światowej poprzez rosnącą mobilność przepływów kapitałowych w ramach globalnego systemu finansowego.

4. Utrata tożsamości krajów biedniejszych, a także stały wzrost dysproporcji pomiędzy państwami biednymi i bogatymi.

5. Przestępstwa finansowe, w szczególności coraz trudniejsza do wykrycia korpucja na ogromną skalę.

6. Zagrożenie spowodowane międzynarodowym terroryzmem.

7. Zniekształcenie tradycyjnych wartości, a także upadek solidarności społecznej i standardów opieki społecznej.

8. Ujednoczenie stylów życia, homogenizacja kultury oraz konsumpcjonizm.

9. Nadmierna eksploatacja i pogorszenie się stanu środowiska naturalnego.

Globalizacja wpłynęła także na powstanie nowych problemów, związanych ze wzrostem wielkości światowej populacji czy wymieraniem gatunków zwierząt i roślin w wyniku przeobrażeń zachodzących w ekosystemach. Konflikt powstały między potrzebami ludzkimi a dążeniem biznesu do rozwoju nasila konieczność zmian w polityce międzynarodowych korporacji w kierunku odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonego [Adamus-Matuszyńska 2005, s. 169].

Pomimo wielu niekorzystnych aspektów związanych ze zmianami w globalnym świecie, należy również pamiętać, że istnieją zwolennicy czy też obrońcy globalizacji, którzy podkreślają jej dodatnie aspekty oraz pozytywne skutki dla rozwoju i integracji gospodarek i społeczeństw. Wśród nich wyróżnia się przede wszystkim [Sobuś 2011, s. 51]:

1. Powiększające się zyski, generowane poprzez wykorzystanie wyróżniających się możliwości przedsiębiorstwa w skali globalnej.

2. Większe możliwości wzrostu i ekspansji, które nie są możliwe do osiągnięcia, gdy działa się tylko w ramach rynku krajowego.

3. Polepszenie pozycji konkurencyjnej firm przez wykorzystywanie czynników produkcji pochodzących z różnych państw.

4. Wzrost efektywności przedsiębiorstw.

5. Możliwość umiejscowienia przedsiębiorstw lub ich oddziałów w oparciu o rachunek ekonomiczny, dzięki swobodnemu przepływowi kapitałów oraz zacieraaniu się granic administracyjnych.

6. Uczenie się oraz wykorzystywanie doświadczenia innych państw bądź firm.

7. Poprawa poziomu życia, a także rozwój różnorodności kulturowej na świecie, przenikanie się kultur.

8. Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do wielu państw poprzez istnienie dogodnych warunków dla inwestycji.

9. Większy oraz bardziej upowszechniony dostęp do rozwiązań technologicznych.

Wymienione punkty są dowodem na to, że globalizacja wpływa również pozytywnie na życie społeczno-gospodarcze oraz daje szanse rozwoju zarówno biznesu, jak i jednostek. Wobec tego nasuwa się wniosek, że powinno się wykorzystywać

możliwości wzrostu, jakie daje otwartość gospodarek spowodowana przez procesy globalizacyjne i jednocześnie łagodzić i neutralizować negatywne skutki tych procesów.

5. Społeczna odpowiedzialność biznesu – odpowiedź na nowe potrzeby

W perspektywie procesów globalizacyjnych, a szczególnie ich negatywnych skutków, podkreśla się potrzebę wdrażania idei rozwoju zrównoważonego oraz odpowiedzialności społecznej, głównie w kontekście funkcjonowania biznesu w skali globalnej. Globalizacja, otwartość granic i możliwości, jakie niesie ze sobą zwiększająca się wolność działania, wymagają szczególnej świadomości i podejmowania odpowiedzialności za aktywność mającą wpływ na otoczenie społeczno-gospodarcze. Ponadto współczesne społeczeństwo oczekuje od przedsiębiorstw więcej niż tylko realizacji zadań ekonomicznych. Naprzeciw tym wymaganiom i oczekiwaniom wychodzi idea społecznej odpowiedzialności biznesu. Współczesne ujęcie CSR w sposób szczególny odnosi się do korporacji transnarodowych. Zainteresowanie koncepcją odpowiedzialności społecznej wśród firm ponadnarodowych powiązane jest również z licznymi aferami, oszustwami oraz pogwałceniem praw człowieka czy pracownika, a także z nadużyciami w ochronie środowiska. Można wymienić elementy, które przyczyniły się do zauważalnego wzrostu zainteresowania CSR. M. Hopkins wskazuje siedem istotnych punktów [Hopkins 2006, s. 299]:

1. Skandale korporacyjne – po fali afer i nadużyć wizerunek korporacji został zaburzony, w związku z tym zaangażowały się w działalność CSR i wydają raporty dotyczące aktywności na rzecz społeczeństwa i środowiska. Zauważa się jednak, że zabiegi te mają na celu wybielanie wizerunku, a biznes nadal działa na tych samych, nieetycznych zasadach.

2. Nadal niesprecyzowana terminologia – wiele organizacji pozarządowych mocno wyeksponowało środowiskowy aspekt CSR. Toczą się dyskusje, również w środowisku akademickim, dotyczące silniejszego podkreślania aspektu społecznego oraz ekonomicznego.

3. Etapy CSR – poziom zainteresowania CSR jest odmienny w różnych częściach świata. Większe zainteresowanie tą koncepcją zauważalne jest w krajach rozwijających się, w szczególności w Indiach i w krajach południowej Afryki.

4. Podstawa prawna – obszar aktywności CSR został scharakteryzowany przez liczne standardy, takie jak SA8000, AA1000 czy ISO26000. Zauważa się jednak, że podejście do CSR jest dużo bardziej złożone i nie może być zdefiniowane tylko przez legislację.

5. Zaangażowanie rządów w CSR – rządy państw, a także ponadpaństwowe organizacje międzynarodowe wykazują zaangażowanie w tym zakresie poprzez sporządzanie raportów czy zakreślanie standardów.

6. Międzynarodowy rozwój – wyróżnia się trzy główne typy aktywności rozwojowej odnoszącej się do CSR – typ 1: filantropia rozwoju, typ 2: udział w rozwoju krajów rozwijających się poprzez lokowanie w nich działalności, typ 3: udział w rozwoju jako część budowy wizerunku.

7. Sceptycyzm w sferze finansów – z punktu widzenia finansowego dostrzega się, że CSR wytwarza koszty, jednak nie zapewnia natychmiastowych wpływów, co automatycznie przywołuje dyskusję dotyczącą głównej funkcji przedsiębiorstwa, jaką jest maksymalizacja zysków. Jednocześnie zauważa się, że społecznie odpowiedzialne inwestycje były najszybciej rozwijającym się instrumentem finansowym na rynku finansowym USA i Europy w ostatnich 10 latach.

Wymienione elementy stanowią główne przyczyny zainteresowania odpowiedzialnością społeczną wśród korporacji transnarodowych. Zainteresowanie koncepcją CSR doprowadziło do ukształtowania się różnych definicji CSR. W odnowionej strategii UE na lata 2011-2014 dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw Komisja Europejska przedstawiła nową definicję, obrazując CSR jako „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo” [Komisja Europejska 2011, s. 7]. W Polsce zaś Ministerstwo Gospodarki posiłkuje się definicją: „społeczna odpowiedzialność i 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” [CSR. Społeczna odpowiedzialność..., s. 6]. Określenia te wskazują na zachowanie transparentności, podejście oparte na etyce oraz dążenie do zrównoważonego rozwoju. Nieco szerzej ujmuje społeczna odpowiedzialność Hopkins. Według niego CSR oznacza traktowanie interesariuszy przedsiębiorstwa w sposób etyczny lub społecznie odpowiedzialny. Interesariusze istnieją zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Celem społecznej odpowiedzialności jest tworzenie coraz lepszych standardów życia dla interesariuszy firmy, zewnętrznych i wewnętrznych, z jednoczesnym zachowaniem zyskowności korporacji [Hopkins 2006, s. 299]. Szczególnie podkreśla on wymiar społeczny, ale akcentuje również konieczność zysku finansowego dla przedsiębiorstwa.

6. CSR lekiem na globalizację?

Społecznie odpowiedzialne działania niewątpliwie budują atrakcyjność i pozycję firmy na rynku. Wpływają na jej pozytywny wizerunek i dobre imię wśród klientów. Także wewnątrz firmy podnoszą swoją wartość poprzez działania skierowane do pracowników. Wdrażanie działań proekologicznych i prospołecznych prowadzi pośrednio do budowy konkurencyjności na rynku poprzez redukcję kosztów produkcji, polepszenie stosunków z interesariuszami, zwiększenie wydajności pracy czy oszczędność czasu.

Poprzez akcje CSR czy też wdrażanie całych strategii odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa mogą się skupić na aspektach leżących u podstaw koncepcji CSR. Należą do nich obszary takie jak [Social responsibility: 7 core subjects...]:

1. Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej – polega na podejmowaniu dialogu społecznego oraz włączeniu społeczności lokalnych w proces planowania w firmie, szczególnie w odniesieniu do inwestycji społecznych.

2. Prawa człowieka – obszar odnoszący się do poszanowania godności człowieka, przeciwdziałania dyskryminacji, a także ochrony praw pracowniczych.

3. Uczciwe praktyki operacyjne – odnoszą się do etycznej działalności wobec innych podmiotów, dbałości o uczciwą konkurencję oraz przeciwdziałania korupcji.

4. Środowisko naturalne – to obszar działalności CSR określający dbałość o zmniejszanie negatywnego wpływu przedsiębiorstwa na otoczenie naturalne, zmniejszanie emisji zanieczyszczeń, ograniczanie wykorzystywania energii i zasobów naturalnych oraz pozostałe działania proekologiczne.

5. Praktyki w miejscu pracy – odnoszą się do zapewniania odpowiednich warunków pracy, dbałości o rozwój i potrzeby pracowników.

6. Sprawy konsumenckie – obszar ten podkreśla konieczność utrzymywania relacji z klientami oraz uczciwą i przejrzystą politykę marketingową. Odnosi się także do edukacji klientów, przekazywania rzetelnych informacji na temat oferowanych produktów i usług oraz ich wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo klienta.

7. Ład organizacyjny – obszar związany z efektywnym zarządzaniem firmą.

Podkreśla się, że społeczna odpowiedzialność biznesu powinna być wdrażana na każdym szczeblu funkcjonowania przedsiębiorstwa, a sama firma powinna brać pod uwagę potrzeby i oczekiwania wszystkich jej interesariuszy.

Poprzez zaangażowanie w działania CSR w ramach wyżej wymienionych obszarów przedsiębiorstwa mogą się przyczynić do łagodzenia negatywnych skutków będących następstwem procesów globalizacyjnych. Aktywność skupiająca się wokół aspektów społecznych może wpłynąć na polepszenie w firmie relacji między pracownikami a pracodawcą poprzez zapewnienie odpowiednich dla danego regionu warunków pracy, a także poprzez uwzględnienie kultury danej społeczności, religii czy tradycji. Może się przyczynić do zwiększenia satysfakcji pracowników dzięki utrzymywaniu pozytywnych relacji oraz zapewnieniu warunków do rozwoju, np. w ramach szkoleń, czy kursów. W kontekście społeczności lokalnych jest to odpowiadanie na potrzeby otoczenia przedsiębiorstwa, np. w pobliżu oddziału czy fabryki. Ponadto aktywność skupiająca się wokół aspektów społecznych to również podejmowanie przez firmę działań na rzecz organizacji pozarządowych poprzez formę wolontariatu pracowniczego, prowadzenie kampanii społecznych mających na celu podnoszenie świadomości klientów, np. w kontekście dbałości o środowisko naturalne lub ograniczania nadmiernego konsumpcjonizmu, a także uczciwe praktyki operacyjne, w sposób szczególnie przeciwdziałanie nadużyciom finansowym, w tym korupcji.

Ponadto firma w ramach swojej strategii CSR może się skupić bardziej na aspektach środowiskowych związanych z jej funkcjonowaniem. Dbałość o otoczenie naturalne jest bardzo ważna w skali globalnej. Działania te przyczyniają się również do niwelowania negatywnych skutków związanych z otwartością granic i wolnością

korzystania z różnorodnych czynników produkcji, w tym zasobów naturalnych. Wśród takich działań możemy wyodrębnić zakup i wykorzystywanie surowców i półproduktów wytwarzanych z poszanowanie środowiska naturalnego, pozbawionych niebezpiecznych dla zdrowia substancji, a także dbałość o fazę produkcji i pakowanie produktów, w sposób szczególnie zmniejszanie zużycia energii czy wody głównie poprzez inwestycje w odpowiednie maszyny oraz aparaturę. Ponadto do czynników niwelujących negatywne skutki globalizacji można zaliczyć także prawidłowe gospodarowanie odpadami, ograniczanie emisji szkodliwych substancji, dbałość o bezpieczeństwo i higienę pracy, odpowiednie magazynowanie – optymalizację powierzchni magazynowej, a także dobieranie odpowiednich środków transportu towaru, o ograniczonej emisji gazów do atmosfery. Inne działania środowiskowe mające również znaczenie to zaangażowanie w działania na rzecz gospodarki okrężnej – odpowiednie projektowanie produktów oraz dbałość o obieg surowców w procesie produkcji i konsumpcji, a także podnoszenie świadomości środowiskowej klientów m.in. poprzez odpowiednie znakowanie produktów, umieszczanie informacji o zmniejszonym obciążeniu dla środowiska naturalnego.

Wymienione przykłady działań w zakresie CSR, odnoszące się do aspektów zarówno społecznych, jak i środowiskowych, są dowodem na to, iż zaangażowanie firmy w tym kontekście może niwelować negatywne efekty procesów globalizacyjnych. Należy jednak pamiętać, że funkcjonowanie podmiotów w globalnym świecie jest bardzo złożone. Społeczna odpowiedzialność może być dobrym krokiem, podejmowanym przez firmy, głównie ogromne korporacje, ukazującym konieczność rozwiązywania przez przedsiębiorstwa problemów nie tylko gospodarczych, ale i społeczno-środowiskowych. Jednak by idea CSR mogła uleczyć rany powstałe podczas procesów związanych z globalizacją, to przedsiębiorstwa muszą zrozumieć, że ich najważniejszym zasobem są człowiek i przyroda.

7. Zakończenie

Globalizacja odnosi się głównie do korporacji transnarodowych, które ukształtowały się na skutek procesów związanych z zacieraniem się granic i powiększającymi się możliwościami wykorzystywania czynników produkcji znajdujących się w różnych częściach świata. Przez swój ogromny zasięg korporacje wpływają na szerokie spektrum interesariuszy, jednocześnie mogą kierować do nich działania społecznie odpowiedzialne, docierając tym samym do wielu grup. Rozpoznaje się wiele pozytywnych, jak i negatywnych skutków globalizacji. Zmiany zachodzące w świecie wolności gospodarczej kształtują nowe potrzeby, oczekiwania, a także problemy dotyczące społeczeństw. Społeczna odpowiedzialność biznesu może się przyczynić do niwelowania i łagodzenia negatywnych efektów procesu globalizacji. Wiele działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w kontekście ich strategii CSR może rozwiązać wiele problemów powstałych na skutek globalizacji. Jednak sama idea, bez zrozumienia, iż podstawą działalności biznesu jest człowiek i jego otoczenie, może być niewystarczająca.

Literatura

- Adamus-Matuszyńska A., 2005, *Spoleczna odpowiedzialność firm w dobie globalizacji*, Studia Ekonomiczne, Akademia Ekonomiczna w Katowicach.
- Chwistecka-Dudek H., 2016, *Globalne aspekty społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas, Sosnowiec.
- CSR. Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce, Krajowy Program Reform Europa 2020, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa.
- Drzymała A., 2016, *Korporacje transnarodowe a standardy CSR w zakresie ochrony środowiska*, Annales. Etyka w życiu gospodarczym, Vol. 19, No. 1.
- Dylus A., 2005, *Globalizacja. Refleksje etyczne*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, Wrocław.
- Harrington A.R., 2012, *Corporate Social Responsibility, Globalization, the multinational corporation, and labor: An unlikely alliance*, Albany Law Review, Vol. 2/5.
- Hopkins M., *Commentary. What is Corporate Social Responsibility all about?*, Journal of Public Affairs, Aug-Nov 2006.
- Komisja Europejska, 2011, *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela.
- Rojek-Nowosielska M., 2006, *Kształtowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- Sobuś P.B., 2011, *Etyczne aspekty globalizacji gospodarki*, Annales. Etyka w życiu gospodarczym, Vol. 14, No. 1.
- Social responsibility: 7 core subjects, www.iso.org/iso/sr_7_core_subjects.pdf (30.12.2017).
- Sztompka P., 2005, *Socjologia zmian społecznych*, Znak, Kraków.
- UN, Structure of TNCs, <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Investment%20and%20Enterprise/Structure-of-TNCs.aspx> (22.10.2017).