

Piotr Rogala

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ WEDŁUG PROJEKTU NORMY MIĘDZYNARODOWEJ ISO 26000

Streszczenie: W 2010 r. Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna opublikowała normę ISO 26000 dotyczącą społecznej odpowiedzialności. W artykule omówiono najważniejsze elementy tego dokumentu i dokonano ich syntetycznej oceny. Następnie podjęto próbę wskazania przewidywanych następstw ukazania się tej normy. Szczególną uwagę zwrócono na to, że norma ISO 26000 ma kompleksowy, ale jednocześnie dość ogólny charakter, co może negatywnie odbić się na skali jej wykorzystania. Ponadto wskazano działania mogące zwiększyć, szczególnie w sektorze małych i średnich firm, popularność koncepcji społecznej odpowiedzialności.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność, normalizacja, norma ISO 26000, certyfikacja.

1. Wstęp

Analizując praktykę zarządzania, łatwo można wykazać, że w ciągu ostatnich lat dużego znaczenia nabrały rozwiązania znormalizowane. Stało się tak przede wszystkim za sprawą systemu zarządzania jakością, dla którego wymagania zostały opisane w międzynarodowej normie ISO 9001. Zyskał on wielką popularność w różnego rodzaju organizacjach na całym świecie. Na podstawie tego rozwiązania powstało wiele kolejnych norm dotyczących różnych aspektów zarządzania (środowiskowego, bezpieczeństwem i higieną pracy, bezpieczeństwem informacji, łańcuchem dostaw, ciągłością działania itd.).

W 2010 r. Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ISO) zakończyła prace związane w przygotowaniem kolejnej normy dotyczącej zarządzania. Otrzymała ona oznaczenie ISO 26000, a zakresem swoim obejmuje społeczną odpowiedzialność (SO)¹.

Celem artykułu jest scharakteryzowanie kluczowych elementów tego dokumentu, przeprowadzenie ich oceny i zaproponowanie działań mogących zwiększyć praktyczne jego wykorzystanie.

¹ P. Rogala, *Odpowiedzialność społeczna jako wyznacznik nowoczesnego podejścia do zarządzania*, „Problemy Jakości” 2006, nr 5, s. 6.

2. Normalizacja i certyfikacja

Normalizację definiuje się jako działalność zmierzającą do uzyskania optymalnego – w danych okolicznościach – stopnia uporządkowania w określonym obszarze, poprzez ustalanie postanowień przeznaczonych do powszechnego i wielokrotnego stosowania, dotyczących istniejących lub mogących wystąpić problemów. Bardzo trafnie istotę normalizacji ujął T.C. Ashton, który stwierdził, że normalizacja jest przede wszystkim sztuką upraszczania, będącą rezultatem świadomych działań społeczeństwa².

Podstawowe cele normalizacji to:

- 1) racjonalizacja produkcji i usług poprzez stosowanie uznanych reguł technicznych lub rozwiązań organizacyjnych,
- 2) usuwanie istniejących barier technicznych w handlu i zapobieganie ich powstawaniu,
- 3) zapewnianie ochrony życia, zdrowia, środowiska i interesu konsumentów oraz bezpieczeństwa pracy,
- 4) poprawa funkcjonalności, kompatybilności i zamienności wyrobów, procesów i usług oraz regulowanie ich różnorodności,
- 5) zapewnianie odpowiedniej jakości i niezawodności wyrobów, procesów i usług,
- 6) działania na rzecz uwzględnienia interesów krajowych w normalizacji europejskiej i międzynarodowej,
- 7) ułatwianie porozumiewania się przez określanie terminów, definicji, oznaczeń i symboli do powszechnego stosowania³.

W praktyce działalność normalizacyjna koncentruje się na opracowywaniu i publikowaniu norm, czyli dokumentów przyjmowanych na zasadzie konsensu oraz zatwierdzonych przez upoważnioną jednostkę organizacyjną i ustalających – do powszechnego i wielokrotnego stosowania – zasady, wytyczne lub inne charakterystyki odnoszące się do różnych rodzajów działalności lub ich wyników i zmierzających do uzyskania optymalnego stopnia uporządkowania w określonej dziedzinie.

Działalność normalizacyjna prowadzona jest na różnych poziomach: międzynarodowym, regionalnym i krajowym. Niemal każdy kraj organizuje swój własny system normalizacyjny i powołuje własne jednostki normalizacyjne (np. ANFOR we Francji, BSI w Wielkiej Brytanii, DIN w Niemczech, CSNI w Czechach). W Polsce system normalizacji regulowany jest zapisami ustawy o normalizacji. Na jej mocy funkcjonuje Polski Komitet Normalizacyjny (PKN), który wydaje Polskie Normy. W normalizacji regionalnej mogą uczestniczyć odpowiednie jednostki z

² D. Lock (red.), *Podręcznik zarządzania jakością*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 141.

³ www.pkn.pl.

krajów jednego geograficznego, politycznego lub ekonomicznego regionu świata. Przykładami takich instytucji są: Panamerykańska Komisja Normalizacyjna COPANT oraz Afrykańska Regionalna Komisja Normalizacyjna ARSO. Z punktu widzenia Polski najważniejszą regionalną jednostką normalizacyjną jest Europejski Komitet Normalizacyjny (CEN) z siedzibą w Brukseli. Z kolei normalizację międzynarodową prowadzą organizacje, w których uczestniczyć mogą jednostki ze wszystkich zainteresowanych krajów. Członkiem ISO może być wyłącznie organ normalizacyjny, przy czym z jednego kraju może pochodzić tylko jeden członek. Najbardziej znaną instytucją tego szczebla jest Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna. Organizacja ta opracowuje normy oznaczane symbolem ISO⁴.

Obecnie opublikowanych jest około 17,5 tys. norm ISO i ponad 32 tys. Polskich Norm (w części są to te same normy, ponieważ PKN przejmuje normy ISO, które adaptuje do polskich warunków). Znajdują się wśród nich normy terminologiczne, badań, wyrobów, usług, procesów, interfejsów itd. Bardzo nieliczną i specyficzną część stanowią normy odnoszące się do zarządzania. Szczególną popularność zyskały normy zawierające wymagania dla systemów zarządzania (takie jak ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000). Organizacje spełniające te kryteria mogą poddać się certyfikacji rozumianej jako działanie jednostki kompetentnej i niezależnej od użytkowników, konsumentów, sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela, polegające na przeprowadzeniu oceny. Następnie, w przypadku jej pozytywnego wyniku, organizacja uzyskuje odpowiednie poświadczenie, czyli certyfikat⁵. Według najbardziej aktualnych danych na całym świecie wydano i obowiązuje 982 tys. certyfikatów ISO 9001, 188 tys. ISO certyfikatów 14001 oraz 8 tys. certyfikatów ISO 22000⁶.

Należy jednak pamiętać, że istnieją także normy dotyczące zarządzania, ale nie dające podstawy do prowadzenia procesu certyfikacji. Należą do nich m.in. ISO 9000, ISO 9004, ISO 10014 oraz ISO 14004. Prezentują one definicje, zasady, narzędzia zarządzania itd. Ich popularność jest jednak mniejsza niż norm zawierających wymagania dla systemów zarządzania.

3. Projekt normy ISO 26000⁷

We wrześniu 2004 r. Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna zdecydowała o ustanowieniu wewnętrznej grupy roboczej, której zadaniem było opracowanie normy zawierającej wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności. Grupa ta doprowadziła do wydania w 2010 r. normy ISO26000. Dokument ten składa się z 7 rozdziałów oraz załączników.

⁴ L. Wasilewski, *Rozważania o jakości*, OBJW ZETOM, Warszawa 1999, s. 82-83.

⁵ T. Borys, P. Rogala (red.), *Systemy zarządzania jakością i środowiskiem*, UE, Wrocław 2007, s. 38.

⁶ www.iso.org.

⁷ Rozdział napisany na podstawie: ISO/DIS 26000:2009.

W pierwszym rozdziale określony został zakres normy. Stwierdza się w nim, że norma ma charakter przewodnika, który może być zastosowany w każdego rodzaju organizacji niezależnie od jej wielkości czy lokalizacji. Celem tego standardu jest wsparcie różnych podmiotów w realizacji idei zrównoważonego rozwoju. Wyraźnie podkreśla się również, że w dokumencie nie zapisano wymagań dla systemu zarządzania i dlatego nie powinien on być wykorzystywany jako podstawa certyfikacji.

Rozdział drugi definiuje obszerny zestaw pojęć związanych z tematem normy. Wśród omawianych terminów znalazły się m.in.: odpowiedzialność, klient, środowisko, społeczna odpowiedzialność, interesariusz, łańcuch dostaw oraz przejrzystość. Niestety, jak to zwykle bywa w przypadku norm, prezentowane sformułowania są mało precyzyjne. Dotyczy to np. usług, które zostały zdefiniowane jako działania podejmowane w celu spełnienia oczekiwań lub potrzeb.

Trzeci rozdział poświęcony został przedstawieniu istoty społecznej odpowiedzialności. W tej części m.in. zaprezentowano współczesne trendy występujące w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności, wyjaśniono rolę, jaką odgrywają interesariusze, oraz określono relacje występujące pomiędzy zrównoważonym rozwojem a społeczną odpowiedzialnością. Rozdział ten precyzuje znaczenie społecznej odpowiedzialności i osadza ją w szerszym kontekście.

W czwartym rozdziale przedstawiony został zestaw 7 zasad społecznej odpowiedzialności.

1. Odpowiedzialność – organizacja powinna być odpowiedzialna za swój wpływ na społeczeństwo i środowisko.

2. Przejrzystość – decyzje i działania organizacji oddziałujące na społeczeństwo i środowisko powinny być transparentne.

3. Etyczne zachowanie – działania organizacji powinny się opierać na etyce uczciwości, równości i prawości.

4. Szacunek dla potrzeb interesariuszy – organizacja powinna szanować, brać pod uwagę i uwzględniać oczekiwania swoich interesariuszy.

5. Respektowanie przepisów prawa – organizacja powinna akceptować i respektować przepisy obowiązującego prawa.

6. Szacunek dla międzynarodowych standardów zachowania – organizacja powinna szanować międzynarodowe normy zachowań mieszczące się w ramach obowiązujących przepisów prawnych.

7. Respektowanie praw człowieka – organizacja powinna szanować prawa człowieka, uwzględniając zarówno ich wagę, jak i uniwersalność.

Rozdział piąty zwraca uwagę na to, że w ramach społecznej odpowiedzialności organizacja musi określić zakres własnego oddziaływania i zidentyfikować zainteresowane strony. Zwraca się przy tym uwagę na konieczność uwzględnienia trzech rodzajów relacji, tj. pomiędzy organizacją a społeczeństwem, pomiędzy organizacją a interesariuszami oraz między interesariuszami a społeczeństwem. Organizacja powinna dążyć do nawiązania dialogu z zainteresowanymi stronami i włączenia ich w procesy podejmowania decyzji.

W rozdziale szóstym przedstawiony został przewodnik po 6 kluczowych elementach społecznej odpowiedzialności. Pierwszy z nich dotyczy zarządzania. Organizacja powinna wprowadzić takie rozwiązania (systemy, struktury, procesy) które umożliwią realizację zasad i praktyk społecznej odpowiedzialności. Drugi z obszarów odnosi się do przestrzegania praw człowieka. Organizacja zobligowana jest do uwzględniania zarówno praw obywatelskich oraz politycznych (np. prawa do życia i wolności, równości wobec prawa), jak i tych, które mają charakter ekonomiczny, społeczny oraz kulturowy (np. prawo do pracy, prawo do zdrowia, prawo do edukacji). W normie zwraca się uwagę, że organizacja powinna z należytą starannością planować i wprowadzać działania zapewniające przestrzeganie praw człowieka. W tej części mówi się także o potrzebie unikania współudziału w łamaniu praw człowieka. Uwzględnić tu należy sytuacje, w których organizacja czerpie korzyści z tego, że ktoś inny (np. dostawca) w swoim działaniu łamie prawa człowieka oraz tzw. cichy współudział, polegający na tym, że organizacja nie reaguje w sytuacji, gdy jest świadkiem łamania praw człowieka. Trzeci z obszarów związany jest z pracownikami. Nie ogranicza się on jednak tylko do relacji z bezpośrednio zatrudnionymi, lecz obejmuje dodatkowo pracę wykonywaną przez innych w imieniu organizacji. Koncentruje się na zagadnieniach związanych z relacjami z zatrudnionymi, warunkami pracy, wsparciem socjalnym, dialogiem społecznym (obejmującym m.in. wymianę informacji, konsultacje, negocjacje), bezpieczeństwem i higieną pracy, rozwojem pracowników oraz szkoleniami w miejscu pracy. Czwarty element dotyczy środowiska. Każda organizacja wywiera określony wpływ na środowisko, dlatego powinna podejmować działania mające minimalizować negatywne oddziaływanie. W tym celu powinna brać pod uwagę ekonomiczne, społeczne i środowiskowe skutki podejmowanych decyzji i działań. Norma szczególnie akcentuje konieczność zapobiegania zanieczyszczeniom, zrównoważonego zużycia surowców, zmniejszania zmian klimatycznych, ochrony i restytucji środowiska przyrodniczego. Piąty z wyodrębnionych obszarów odnosi się do uczciwości w prowadzonej działalności. Obejmuje on relacje zarówno z agendami rządowymi, jak i z partnerami, dostawcami, konkurentami itd. W jego ramach zwraca się uwagę na zagadnienia związane z przeciwdziałaniem korupcji, odpowiedzialnym zaangażowaniem politycznym, uczciwą konkurencją, promowaniem społecznej odpowiedzialności w sferze swojego oddziaływania, a także respektowaniem praw autorskich. Tematem obszaru szóstego są relacje z klientami. Organizacja dostarczająca swoje produkty i usługi konsumentom powinna czuć się za nich odpowiedzialna. Jej powinnością jest więc zwrócenie szczególnej uwagi na uczciwy marketing, rzetelność i obiektywną informację, uczciwe praktyki przy zawieraniu umów, zapewnienie zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów, zrównoważoną konsumpcję, zagwarantowanie właściwej obsługi oraz zapewnienie potrzebnych usług i wsparcia (odpowiednie zarządzanie reklamacjami, oferowanie systemów doradczych itd.), ochronę danych i prywatności klientów, edukację i świado-

mość konsumentów. Ostatni z wyodrębnionych obszarów dotyczy zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności. W jego ramach zaakcentowane zostały zagadnienia związane z zaangażowaniem społecznym (np. przez udział w opracowywaniu i monitorowaniu realizacji strategii rozwoju lokalnego), edukacją i kulturą, kreowaniem zatrudnienia i rozwojem umiejętności pracowników, rozwojem technologii, tworzeniem dobrobytu, zdrowiem, a także społecznymi inwestycjami. Rozdział szósty stanowi najbardziej rozbudowaną i najbardziej wartościową część normy. Zawiera wiele praktycznych (choć niezbyt szczegółowych) wskazówek co do tego, na jakie aspekty powinna zwrócić uwagę organizacja społecznie odpowiedzialna.

W rozdziale siódmym przedstawione zostały wskazówki dotyczące wdrażania społecznej odpowiedzialności w organizacji. Wyjaśniają one poszczególne kroki, które powinny być podjęte w takim procesie, m.in. określenie, które z zagadnień uwzględnianych w ramach koncepcji SO dotyczą organizacji i które z nich mają kluczowe znaczenie, zidentyfikowanie własnego obszaru oddziaływania na szeroko rozumianą społeczność, ustanowienie priorytetów, wbudowanie SO w funkcjonujące w organizacji systemy i procedury, podnoszenie świadomości pracowników, komunikowanie społecznej odpowiedzialności (w tym nawiązanie dialogu z interesariuszami), ocenianie i doskonalenie wprowadzonych rozwiązań.

4. Podsumowanie

A. Lewicka-Strzałecka uważa, że wielkie zainteresowanie problematyką społecznej odpowiedzialności, oprócz wielu słusznych postulatów i cennych inicjatyw praktycznych, sprzyja pojawieniu się koncepcji mętnych i ogólnikowych, a w praktyce podejmowaniu działań pozorowanych mających kamuflować naganne praktyki firm. Twierdzi też, że koncepcja ta jest w związku z tym niejednoznaczna i rozmyta, co prowadzi do głoszenia mętnych, niespójnych i nieweryfikowalnych poglądów na ten temat⁸. Można więc oczekiwać, że pojawienie się normy międzynarodowej dotyczącej SO poprawi sytuację w tym zakresie. Po pierwsze samo pojawienie się tego dokumentu prawdopodobnie wpłynie na wzrost zainteresowania społeczną odpowiedzialnością. Sprzyjać temu będą duża popularność norm ISO i ich globalny zasięg. Po drugie, poprzez wprowadzenie jednolitych definicji i zasad oraz zarysowanie zakresu i sposobu implementacji koncepcja społecznej odpowiedzialności stanie się bardziej jednoznaczna. W ten sposób realizowany będzie jeden z podstawowych celów normalizacji. Nie można jednak zakładać, że dzięki temu uzyskana zostanie całkowita jednoznaczność w tym zakresie. Tym bardziej że, jak już wcześniej wspomniano, wiele zapisów znajdujących się w normie ma ogólnikowy, a czasem dyskusyjny charakter.

⁸ B. Rok, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w kontekście strategii osiągnięcia obopólnej korzyści*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, UE, Wrocław 2008, s. 76.

Wydaje się jednak, że pojawienie się nowej normy będzie miało ograniczone oddziaływanie w wymiarze praktycznym, gdyż z punktu widzenia funkcjonujących organizacji norma ISO 26000 może okazać się mało przydatnym narzędziem. Jej poradnikowy i ogólny charakter oraz brak zdefiniowanych wymagań, które powinny spełniać organizacje, może istotnie ograniczyć wykorzystanie tego rozwiązania. Należy się spodziewać, że zainteresowanie nią okażą przede wszystkim duże przedsiębiorstwa, które już teraz są głównym propagatorem koncepcji SO. Po normę z pewnością sięgną także przedstawiciele świata nauki. Wydaje się jednak, że norma zdobędzie znikomą popularność w gronie małych i średnich przedsiębiorstw oraz w administracji publicznej. Być może dobrym rozwiązaniem byłoby opracowanie uzupełniającej normy (np. ISO 26001) zawierającej zestaw kryteriów dla systemu zarządzania, podobnie jak w przypadku normy ISO 9001 czy ISO 14001, lub precyzyjnie określającej zestaw wymagań mogących mieć zastosowanie w badaniu „dojrzałości” organizacji w zakresie społecznej odpowiedzialności, podobnie jak w przypadku normy ISO 10014.

Literatura

- Borys T., Rogala P. (red.), *Systemy zarządzania jakością i środowiskiem*, UE, Wrocław 2007.
- ISO/DIS 26000, Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna, Genewa 2009.
- Lock D. (red.), *Podręcznik zarządzania jakością*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Rogala P., *Odpowiedzialność społeczna jako wyznacznik nowoczesnego podejścia do zarządzania*, „Problemy Jakości” 2006, nr 5, s. 4-6.
- Rok B., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w kontekście strategii osiągania obopólnej korzyści*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, UE, Wrocław 2008, s. 76-79.
- Wasilewski L., *Rozważania o jakości*, OBJW ZETOM, Warszawa 1999.
- www.iso.org.
- www.pkn.pl.

SOCIAL RESPONSIBILITY ACCORDING TO THE PROJECT OF INTERNATIONAL STANDARD ISO 26000

Summary: The International Standardization Organization predicted earlier that a new standard, ISO 26000, concerning social responsibility would be announced in 2010. The article discusses and synthetically evaluates the main components of the document. Next, the article tries to point out the potential outcome of publishing the standard. It focuses mostly on the problem that the norm has an extensive and broad nature at the same time which might influence the popularity of the solution. Finally, the paper identifies the actions which may increase the popularity of social responsibility.