

Lulewicz-Sas A., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w wybranych krajach Unii Europejskiej*, „Ekonomia i Prawo”, Polszakiewicz B., Boehlke J. (red.), Tom XII, nr 4/2013, ss. 537-550.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/EiP.2013.039>

AGATA LULEWICZ-SAS\*

## SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W WYBRANYCH KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ\*\*

### STRESZCZENIE

Mimo że koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *corporate social responsibility*, CSR) narodziła się w Stanach Zjednoczonych, to najbardziej intensywną jej implementację obserwuje się w krajach Unii Europejskiej.

W artykule przedstawiono wyniki przeglądu literatury na temat CSR w wybranych krajach UE. Szczegółowej analizie poddano modele instytucjonalne promocji CSR, instrumenty wdrażania oraz raportowanie CSR.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że w krajach UE stosowane są następujące modele promocji CSR: obserwator (Węgry), patron (Hiszpania, Włochy), promotor (Francja, Niemcy, Szwecja), partner (Belgia, Dania, Holandia, Wielka Brytania).

Najwięcej instrumentów CSR wdrażają przedsiębiorstwa z: Danii, Hiszpanii, Szwecji, najmniej zaś z Czech, Niemiec, Polski, Wielkiej Brytanii.

Odmienne jest także w poszczególnych krajach podejście do raportowania CSR. Szwecja, Francja, Wielka Brytania, Dania wprowadziły obowiązek raportowania wybranych zagadnień odnoszących się do CSR. Wytyczne *Global Reporting Initiative* (GRI) są najczęściej wykorzystywane w Szwecji, Włoszech, Hiszpanii, Danii, Francji, Holandii, najrzadziej zaś w Czechach, Polsce, Niemczech i Wielkiej Brytanii.

Słowa kluczowe: raportowanie CSR, instrumenty CSR, modele instytucjonalne CSR

Klasyfikacja JEL: M14, O52

\* Agata Lulewicz-Sas, Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Katedra Zarządzania Produkcją, ul. Ojca Tarasiuka 2, 16-001 Kleosin, tel.: +48 85 746 74 65, e-mail: [a.lulewicz@pb.edu.pl](mailto:a.lulewicz@pb.edu.pl).

\*\* Artykuł został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/01/D/HS4/05665.

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SELECTED EU COUNTRIES

### SUMMARY

Although the concept of CSR derives from the United States, its most extensive implementation is observed in the countries of the European Union.

The article presents the results of a literature review on CSR in selected EU countries. The following institutional models were analysed: CSR promotion, implementation and reporting activities of CSR.

The analysis shows that in the EU countries the following models are used to promote CSR: Observer (Hungary), patron (Spain, Italy), promoter (France, Germany, Sweden), partner (Belgium, Denmark, Netherlands, United Kingdom).

Most companies which implement CSR instruments come from Denmark, Spain, Sweden and the fewest from the Czech Republic, Germany, Poland and the UK.

The approach to CSR reporting also differs from country to country. Sweden, France, the United Kingdom and Denmark introduced an obligation to report various CSR issues. GRI guidelines are most commonly used in Sweden, Italy, Spain, Denmark, France, the Netherlands, and least likely in the Czech Republic, Poland, Germany and the UK.

Keywords: reporting, CSR instruments CSR, institutional models of CSR

JEL Classification: M14, O52

### WSTĘP

Początki rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *corporate social responsibility*, CSR) wiązać należy ze Stanami Zjednoczonymi. W rozwoju współczesnej koncepcji CSR niewątpliwie znaczącą rolę odegrał amerykański ekonomista Howard R. Bowen. W 1953 r. opublikował on książkę *Social responsibilities of the businessman*<sup>1</sup>, w której przedstawił jedną z pierwszych definicji CSR. Termin „społeczna odpowiedzialność biznesu” zdefiniował jako zobowiązanie do realizowania takich strategii, podejmowania takich decyzji i kierunków działania, które są pożądane z punktu widzenia celów i wartości społecznych<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> H.R. Bowen, *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Brothers, New York 1953.

<sup>2</sup> Ł. Makuch, *Firma i społeczeństwo: wspólne tworzenie wartości*, „Harvard Business Review”, nr 96/2011.

Mimo że koncepcja CSR narodziła się w Stanach Zjednoczonych, to najbardziej intensywną implementację tej koncepcji obserwuje się w krajach Unii Europejskiej. Obecnie to Europa postrzegana jest jako lider CSR. Unia Europejska opracowała szereg dokumentów, których celem jest propagowanie CSR. Wspomnieć należy chociażby o takich dokumentach, jak: Strategia Lizbońska, Zielona Księga dotycząca CSR (*Green Paper: Promoting framework for Corporate Social Responsibility*), Biała Księga w zakresie upowszechniania CSR (*White Paper: Communication on CSR*), czy przyjęta w 2011 r. nowa strategia dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw<sup>3</sup>.

W artykule przedstawione zostały wyniki przeglądu literatury na temat implementacji CSR w wybranych państwach Unii Europejskiej. Szczegółowej analizie poddano modele instytucjonalne promocji CSR, instrumenty wdrażania oraz raportowanie CSR.

## 1. ISTOTA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu posiada wiele odpowiedników używanych zamiennie. W literaturze przedmiotu i światowej praktyce biznesowej najczęściej stosowane terminy to: *Corporate Sustainability Management*, *Business Responsibility*, *Corporate Citizenship*, *Global Business Citizenship*, *Corporate Social Performance*, *Corporate Social Responsiveness*, *Social Responsibility*, *Corporate Responsibility*, *Community Relations*<sup>4</sup>. R.E. Freeman, S.R. Velamuri i B. Moriarty zaproponowali nową interpretację *Corporate Social Responsibility*, określając ją jako *Company Stakeholder Responsibility* (odpowiedzialność przedsiębiorstw wobec interesariuszy)<sup>5</sup>. W Polsce *Corporate Social Responsibility* nie ma jednoznacznego tłumaczenia. W literaturze używane są takie terminy, jak: społeczna odpowiedzialność biznesu, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, odpowiedzialność przedsiębiorstwa, społeczna odpowiedzialność korporacji.

Niektórzy badacze traktują mnogość terminów bliskoznacznych jako dowód na to, że podstawowy termin „społeczna odpowiedzialność bi-

---

<sup>3</sup> Komisja Europejska, *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu ekonomiczno-społecznego i Komitetu Regionów. Odnowiona strategia Unii Europejskiej na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela 2011, KOM(2011) 681 wersja ostateczna.

<sup>4</sup> P. Roszkowska, *Rewolucja w raportowaniu biznesowym*, Difin, Warszawa 2011, s. 23.

<sup>5</sup> Szerzej na ten temat: R.E. Freeman, S.R. Velamuri, B. Moriarty, *Company Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR*, Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2006.

znesu” jest całkowicie nieudany, mylący i dlatego powinno się z niego zrezygnować<sup>6</sup>.

W literaturze przedmiotu spotkać się można z różnymi definicjami charakteryzującymi CSR. Według Komisji Europejskiej społeczna odpowiedzialność biznesu to koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają kwestie społeczne i ekologiczne w swojej działalności operacyjnej oraz w kontaktach z interesariuszami<sup>7</sup>. W Raporcie Banku Światowego społeczną odpowiedzialność biznesu zdefiniowano jako zobowiązanie biznesu do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju z udziałem pracowników, ich rodzin, lokalnych społeczności oraz całego społeczeństwa, w celu poprawy jakości życia, co przyniesie pozytywne skutki zarówno biznesowi, jak i społecznemu rozwojowi<sup>8</sup>. Społeczna odpowiedzialność sprowadza się nie tylko do przestrzegania obowiązujących przepisów prawnych, ale także wychodzi na przeciw oczekiwaniom etycznym społeczeństwa<sup>9</sup>. Uwzględnia ona aspekty ekonomiczne, społeczne i ekologiczne<sup>10</sup>.

Precyzyjna definicja społecznej odpowiedzialności znalazła się w opublikowanej 1 listopada 2010 r. przez Międzynarodową Organizację Normalizacji normie ISO 26000. Społeczną odpowiedzialność zdefiniowano jako odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowania, które:

- przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, włączając zdrowie i dobrobyt społeczeństwa;
- uwzględniają oczekiwania interesariuszy;
- są zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania;
- są wprowadzone w całej organizacji i praktykowane w jej działaniach w obrębie jej strefy wpływów<sup>11</sup>.

Definicje społecznej odpowiedzialności biznesu akcentują dobrowolny charakter podejmowanych działań, generujących efekty społeczne, ekologicz-

---

<sup>6</sup> B. Rok, *Społeczna odpowiedzialność biznesu*, [w:] W. Gasparski (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Profesjonalne PWN, Warszawa 2012, s. 427–428.

<sup>7</sup> Commission of The European Communities, *Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM 366, Brussels 2001.

<sup>8</sup> World Bank, *What Does Business Think about Corporate Social Responsibility. Part II. Comparison of Attitudes and Practices in Hungary, Poland and Slovakia*, 2005.

<sup>9</sup> A.B. Carrol, *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, „Academy of Management Review”, Vol. 4, No. 4/1979, s. 497–505.

<sup>10</sup> M. Mikkilä, A. Toppinen, *Corporate Responsibility Reporting by Large Pulp and Paper Companies*, „Forest Policy and Economics”, Vol. 10, No. 7–8/2008, s. 500–506.

<sup>11</sup> ISO, *ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility*, 2010.

ne i ekonomiczne. Koncepcja ta wychodzi poza wymogi stawiane przez prawo. I. Kuraszko<sup>12</sup> do cech wyróżniających działania społecznie odpowiedzialne zaliczyła: uwzględnianie w prowadzeniu podstawowej działalności biznesowej wartości etycznych; uczciwe wypełnianie zobowiązań; stosowanie przejrzystych praktyk biznesowych opartych na szacunku dla pracowników i społeczności; osiąganie długotrwałego zysku przy jednoczesnym rozsądnym budowaniu i wzmacnianiu relacji ze wszystkimi interesariuszami; wykorzystywanie dialogu z interesariuszami do usprawniania strategii rozwoju przedsiębiorstwa; budowanie strategii przewagi konkurencyjnej na rynku, która oparta jest na zapewnieniu trwałej wartości, zarówno dla udziałowców, jak i dla innych interesariuszy.

Zarówno rozwiązania instytucjonalne, jak i implementacja koncepcji CSR przebiegają w różny sposób w poszczególnych przedsiębiorstwach i państwach. W dalszej części artykułu przedstawiono podejście przedsiębiorstw z krajów Unii Europejskiej do różnych aspektów społecznej odpowiedzialności biznesu.

## 2. MODELE INSTYTUCJONALNE W ZAKRESIE CSR W WYBRANYCH PAŃSTWACH EUROPEJSKICH

W poszczególnych krajach europejskich istnieją różne modele instytucjonalne promocji CSR. W raporcie przygotowanym przez CSRinfo na zlecenie Ministerstwa Gospodarki na temat *Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach* wyłoniono cztery modele promocji CSR: model obserwator, model patron, model promotor oraz model partner. Modele rozwiązań instytucjonalnych wyłoniono, opierając się na roli instytucji rządowych w promocji CSR. Charakterystykę poszczególnych modeli przedstawiono w tabeli 1.

Stopień zaangażowania i intensywność działań na rzecz promocji CSR jest różny w poszczególnych krajach. Do czynników wpływających na postawy rządów w zakresie promocji CSR mają przede wszystkim uwarunkowania gospodarcze i społeczne, a także naciski różnych grup interesariuszy. Dojrzały rynek CSR funkcjonuje tylko w modelu partner. W przypadku pozostałych modeli rządy powinny podjąć szereg działań, a także stworzyć odpowiedni wachlarz instrumentów promocji CSR.

---

<sup>12</sup> I. Kuraszko, *Nowa komunikacja społeczna wyzwaniem odpowiedzialnego biznesu*, Difin, Warszawa 2010, s. 83.

Tabela 1. Charakterystyka modeli instytucjonalnych promocji CSR w wybranych krajach Unii Europejskiej

MODEL INSTYTUCJONALNEJ PROMOCJI CSR	PAŃSTWA	CHARAKTERYSTYKA MODELU
Obserwator	Węgry	<ul style="list-style-type: none"> <li>– brak wyraźnego lidera CSR w instytucjach rządowych</li> <li>– działania rządu nie są spójne</li> <li>– rząd podejmuje ograniczone działania CSR, w związku z czym ciężar promocji spoczywa na organizacjach społecznych i biznesowych</li> <li>– brak rządowej polityki, strategii czy planu CSR</li> <li>– istnieją regulacje dotyczące poszczególnych obszarów CSR jak prawo pracy, ochrona środowiska, kwestie socjalne</li> </ul>
Patron	Hiszpania Włochy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– istnieje jednostka rządowa dominująca w zakresie CSR</li> <li>– aktywność przejawia więcej niż jedno ministerstwo</li> <li>– przy rządzie tworzone są ciała doradcze lub wspólnie z interesariuszami instytucje promujące CSR</li> <li>– rząd inicjuje działania na rzecz społecznej odpowiedzialności i tworzy partnerstwa</li> <li>– rząd podejmuje dialog z interesariuszami, niekiedy w instytucjonalizowanej formie, jednak nie jest to praktyka długoterminowa lub mająca istotny wpływ na działania CSR</li> <li>– istnieją regulacje dotyczące poszczególnych obszarów CSR jako prawo pracy, prawo ochrony środowiska, dotyczące kwestii socjalnych; obok tych podstawowych regulacji pojawiają się wytyczne (soft-law) dedykowane wyłącznie CSR</li> <li>– brak sformułowanej polityki czy strategii CSR</li> </ul>
Promotor	Francja Niemcy Szwecja	<ul style="list-style-type: none"> <li>– większe zaangażowanie administracji publicznej w działania CSR</li> <li>– można zidentyfikować wiodącą jednostkę rządową w zakresie CSR; aktywność przejawia więcej niż jedno ministerstwo, a ich działania są w pewnym stopniu skoordynowane</li> <li>– tworzone są rządowe instytucje dedykowane CSR, które mają przełożenie na rozwój CSR</li> <li>– rządy przyjmują politykę, strategię lub plan działań CSR</li> <li>– funkcjonują wytyczne i soft-law w zakresie CSR; obecne są wszystkie podstawowe regulacje dotyczące poszczególnych obszarów CSR</li> <li>– pojawiają się uregulowania nakładające na firmy obowiązek raportowania</li> </ul>
Partner	Belgia Dania Holandia Wielka Brytania	<ul style="list-style-type: none"> <li>– istnieje wiodąca jednostka rządowa</li> <li>– oprócz wiodącej jednostki rządowej, często koordynującej działania pozostałych ministerstw, funkcjonują ciała doradcze oraz centra promocji CSR, których rząd jest uczestnikiem</li> <li>– prowadzony przez rząd dialog z interesariuszami jest podstawą przyjmowanych zarówno rządowych polityk, jak i planów interesariuszy</li> <li>– funkcjonuje przyjęty przez rząd plan, polityka, strategia; rząd posiada doświadczenie w jego wdrażaniu</li> <li>– działania rządowe, tworzą ramy pozostałym aktorom społecznym do podejmowania działań promocji CSR, w rezultacie czego wysiłki rządu, biznesu i organizacji społecznych są integrowane i pozwalają na osiągnięcie efektu synergii</li> </ul>

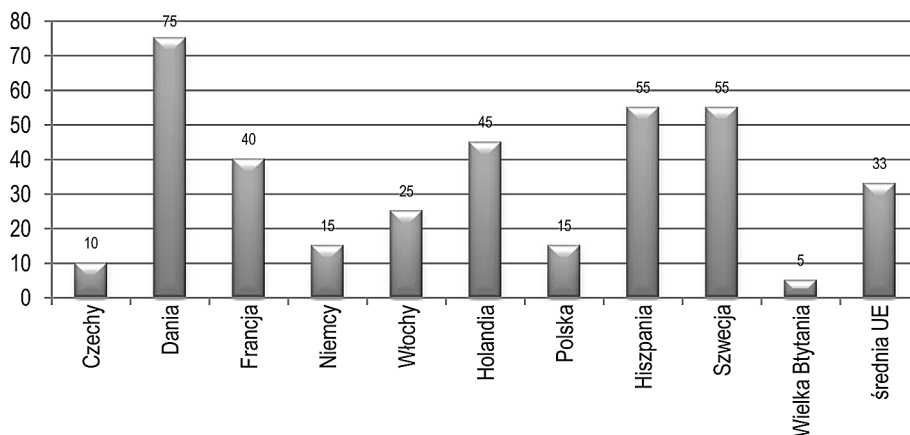
Źródło: opracowanie własne na podstawie: CSRinfo, *Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach*, Warszawa 2011.

### 3. INSTRUMENTY CSR W WYBRANYCH KRAJACH EUROPEJSKICH

W 2013 r. Komisja Europejska opublikowała dokument, w którym podano analizę wdrażania instrumentów CSR w poszczególnych krajach Unii Europejskiej<sup>13</sup>. W tym celu zostały przeprowadzone badania w 200 przypadkowo wybranych przedsiębiorstwach zatrudniających ponad 1000 pracowników z dziesięciu krajów członkowskich. Celem badań była analiza stosowania następujących instrumentów CSR:

- United Nations Global Compact;
- Universal Declaration on Human Rights;
- United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights;
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises (OECD Guidelines);
- ISO 26000 Guidance Standard of Social Responsibility (ISO 26000);
- ILO Core Conventions and the Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work (Instruments of the ILO);
- ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises on Social Policy (ILO MNE Declaration);
- Global Reporting Initiative (GRI).

Wyniki badań Komisji Europejskiej prezentujących wykorzystanie przynajmniej jednego instrumentu CSR przedstawiono na wykresie 1.



Wykres 1. Procent organizacji wykorzystujących co najmniej jeden instrument CSR – Global Compact, Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz ISO 26000

Źródło: Komisja Europejska, *An Analysis of Policy References made by large EU Companies to Internationally Recognised CSR Guidelines and Principles*, March 2013.

<sup>13</sup> Komisja Europejska, *An Analysis of Policy References made by large EU Companies to Internationally Recognised CSR Guidelines and Principles*, March 2013.

Z przeprowadzonych przez Komisję Europejską badań wynikają następujące wnioski:

- 68% badanych przedsiębiorstw uwzględnia w swojej działalności kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu;
- 40% badanej próby wykorzystuje przynajmniej jeden instrument CSR;
- badane przedsiębiorstwa podzielić można na trzy grupy w zależności od wykorzystania instrumentów CSR: przedsiębiorstwa z państw, takich jak Dania, Hiszpania i Szwecja wykorzystują najwięcej instrumentów CSR; wykorzystanie instrumentów CSR przez przedsiębiorstwa z Francji, Holandii i Włoch jest porównywalne ze średnią dla krajów Unii Europejskiej; najmniejsze zaś wykorzystanie instrumentów CSR jest w przedsiębiorstwach z takich państw, jak: Czechy, Niemcy, Polska, Wielka Brytania.

Katalog instrumentów CSR nie jest ograniczony tylko do wymienionych w powyższym badaniu. Często wdrażanymi instrumentami są dobrowolne normy określające wymagania dla systemów zarządzania jakością (ISO 9001), zarządzania środowiskowego (ISO 14001) i zarządzania bhp (OHSAS 18001)<sup>14</sup>.

#### 4. RAPORTOWANIE CSR W WYBRANYCH KRAJACH EUROPEJSKICH

Dyskusje na temat raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu rozpoczęły się w USA i w Europie Zachodniej w latach sześćdziesiątych XX wieku. Pierwsze raporty dotyczyły tylko wpływu działalności przedsiębiorstw na środowisko przyrodnicze. Z czasem zaczęto integrować w raportach informacje związane z działalnością organizacji z wielu obszarów – aspekty ekonomiczne, środowiskowe, społeczne (*triple bottom line*).

Raportowanie społeczne jest rozszerzeniem sprawozdawczości przedsiębiorstwa. Ogólnie można przyjąć, że jest to sprawozdanie organizacji z realizacji działań społecznie odpowiedzialnych, czyli mających wpływ na społeczeństwo. Realizowane jest ono przez upublicznienie danych z dziedzin tradycyjnie nieprezentowanych szerszemu gronu, takich jak informacje o zatrudnieniu, produktach, pomocy społecznościom lokalnym oraz zapobieganiu lub ograniczaniu zanieczyszczenia środowiska<sup>15</sup>. Raport społeczny, wydawany przez organizację w formie publikacji lub umieszczany na stronie interneto-

---

<sup>14</sup> Zob. szerzej J. Ejdyś, U. Kobylńska, A. Lulewicz-Sas, *Zintegrowane systemy zarządzania jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem pracy*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2012.

<sup>15</sup> P. Wachowiak, *Raportowanie społeczne przedsiębiorstwa jako przejaw jego odpowiedzialności*, „Przegląd Organizacji”, nr 10/2008, s. 34.



wej, przedstawia w sposób całościowy strategię, jej politykę społeczną i wyniki w zakresie odpowiedzialności społecznej wobec kluczowych grup interesariuszy. Przygotowane w prawidłowy sposób raporty społeczne stanowią integralny element zarządzania CSR w organizacji.

Raporty CSR są doskonałym narzędziem komunikacji<sup>16</sup> zewnętrznej (otoczenie organizacji) i wewnętrznej. Raporty ukazują informacje dotyczące funkcjonowania organizacji (prezentowane są wyniki, plany, sukcesy, czasami też porażki), dając możliwość szerokiej jej oceny przez interesariuszy. Publikowanie raportów pomaga w procesie budowania odpowiedzialności organizacji dzięki temu, że zewnętrzne zainteresowane strony mają możliwość oceny działań organizacji, a także wywierania na nią nacisku do poprawy i ciągłego doskonalenia. Informacje przedstawione w raportach pozwalają na identyfikację obszarów wymagających poprawy, a następnie podjęcia działań w celu usprawnienia funkcjonowania organizacji.

Corocznie publikowane raporty społeczne pozwalają na porównywanie swoich osiągnięć, a także na porównywanie się z innymi. Raporty CSR można więc uznać jako narzędzie benchmarkingu, polegającego na porównywaniu się z najlepszymi, dorównywanie im, orientacji na najlepszą klasę wyrobów lub usług, uczeniu się od konkurentów<sup>17</sup>.

Raporty społeczne są bardzo istotnym źródłem wiedzy, na podstawie której możliwe jest przemyślane planowanie, rozwiązywanie problemów istniejących w organizacji, wdrażanie nowych pomysłów i zarządzanie organizacją. Raporty pozwalają monitorować postęp organizacji w osiągnięciu celów CSR.

Raporty mogą być obligatoryjne (ang. *mandatory*), zamawiane (ang. *solicited*) i dobrowolne (ang. *voluntary*). Zwolennicy przymusowego raportowania uważają, że kwestia ta powinna być uregulowana przez państwo w celu ochrony interesów społeczeństwa<sup>18</sup>. Raporty zamawiane, które nie zdobyły jeszcze dużej popularności, powstają na wniosek interesariuszy<sup>19</sup>. Najczęściej jednak jest stosowane dobrowolne raportowanie.

---

<sup>16</sup> J. Gruning, *Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory*, [w:] C. Botan, J. Hazleton (eds.), *Public relations theory*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale–New Jersey–London 1989, s. 17–44.

<sup>17</sup> K. Zimniewicz, *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa 2000, s. 36.

<sup>18</sup> D. Doane, *Market Failure: The Case for Mandatory Social and Environmental Reporting*, Presentation at IPPR seminar 2002, <http://www.hapinternational.org/pool/files/doanepaper1.pdf> (12.03.2012).

<sup>19</sup> S.L. van der Laan, *The Role of Theory in Explaining Motivation for Corporate Social Disclosures: Voluntary Disclosures vs. „Solicited” Disclosures*, [w:] *Fourth Asia Pacific internationaly reserch in accounting conference in 2004*, cyt. za: U. Golob, J.L. Bartlett, *Communicating about Corporate Social Responsibility: A Comparative Study of CSR Reporting in Australia and Slovenia*, „Public Relations Review”, Vol. 33, No. 1/2007.

W poszczególnych krajach różne jest podejście do raportowania CSR. Rozwiązania instytucjonalne w zakresie raportowania przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Rozwiązania instytucjonalne dotyczące raportowania w wybranych państwach Unii Europejskiej

PAŃSTWO	ROZWIĄZANIA INSTYTUCJONALNE DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA
Szwecja	W 2007 r. rząd szwedzki jako jeden z pierwszych wprowadził Wytyczne raportowania dla przedsiębiorstw publicznych (Guidelines for external reporting by state-owned companies), które nakładają obowiązek raportowania CSR według standardu Global Reporting Initiative.
Francja	W 2001 r. Francja przyjęła ustawę o nowych regulacjach gospodarczych (Loi sur les nouvelles regulations economiques NRE), która nałożyła na firmy obowiązek raportowania wpływu środowiskowego i społecznego.
Wielka Brytania	W 2006 r. w Wielkiej Brytanii na mocy ustawy dotyczącej funkcjonowania firm Companies Act na przedsiębiorstwa został nałożony obowiązek raportowania czy i w jaki sposób firmy ujmują kwestie CSR w swoich działaniach biznesowych. W 2000 r. rząd Wielkiej Brytanii przyjął Amendment to the Pension Act, zobowiązujący fundusze emerytalne do informowania o tym w jaki sposób uwzględniają w swoich inwestycjach kwestie etyczne, społeczne i środowiskowe.
Holandia	Nie ma regulacji wprowadzającej obowiązkowe raportowanie, natomiast funkcjonują wytyczne dotyczące raportowania społecznego. Holandia jest jednym z niewielu krajów posiadających własny standard assurance raportowania CSR (COS 3410 of the Royal NIVRA).
Dania	W Danii istnieją trzy regulacje dotyczące raportowania: ustawa o sprawozdaniach finansowych (2001), która wymaga ujawniania kwestii zasobów ludzkich oraz kwestii środowiskowych w raportach firm ustawa o sprawozdaniach środowiskowych (1995) ustawa wprowadzona w 2009 r. nakładająca obowiązek sporządzania raportów CSR przez 1100 największych duńskich spółek, zarówno giełdowych, jak i państwowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie: CSRinfo, *Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach*, Warszawa 2011.

Wytyczne *Global Reporting Initiative* (GRI) są najpopularniejszym standardem w zakresie raportowania społecznej odpowiedzialności. Ze standardów raportowania GRI mogą korzystać wszystkie organizacje niezależnie od wielkości, sektora czy lokalizacji, ale także organizacje pozarządowe i agendy rządowe.

Zgodnie z wytycznymi GRI raport społeczny powinien zawierać:

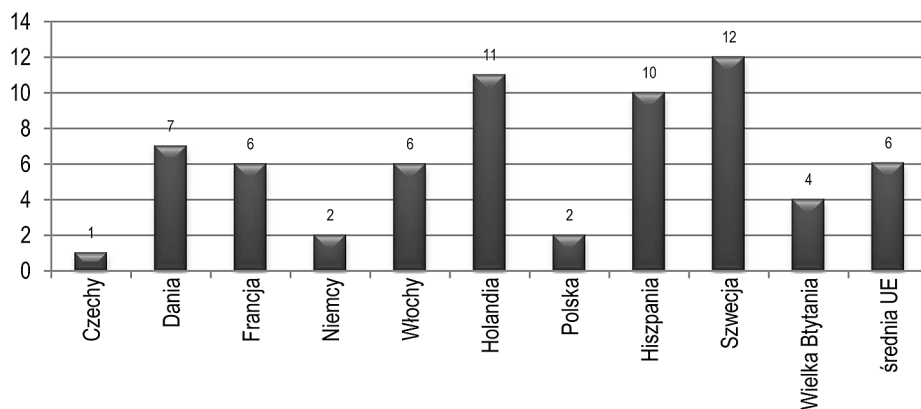
- informacje niezbędne do zrozumienia funkcjonowania organizacji, np. opis strategii przedsiębiorstwa, profilu działalności;
- informacje dotyczące struktury organizacyjnej i systemu zarządzania.

Ponadto, według GRI, w raportach powinny znaleźć się informacje dotyczące oceny skutków działania organizacji (wskaźniki wyników). Wyróżnia się trzy podstawowe wskaźniki wyników:

- wskaźniki działalności ekonomicznej (ang. *economic performance indicators*): wyniki ekonomiczne, obecność na rynku oraz pośrednie wpływy ekonomiczne;

- wskaźniki działalności środowiskowej (ang. *environmental performance indicators*), np. zużycie materiałów, energii, wody, bioróżnorodność, emisje do powietrza, ścieki i odpady, produkty i usługi, transport, ogólne wydatki i inwestycje na ochronę środowiska;
- wskaźniki działalności społecznej (ang. *social performance indicators*): praktyki w pracy i godne warunki pracy (zatrudnienie, stosunki między pracownikami, higiena pracy, szkolenia i edukacja, różnorodność i równość szans); prawa człowieka (dyskryminacja, wolność stowarzyszeń i negocjacji w sprawie zbiorowych układów pracy, praca dzieci, przymus pracy, bezpieczeństwo, prawa rdzennych mieszkańców); odpowiedzialność wobec społeczeństwa (korupcja, polityka publiczna); odpowiedzialność za produkt (zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów, znakowanie produktów i usług, komunikacja marketingowa)<sup>20</sup>.

Wytyczne GRI w krajach Unii Europejskiej cieszą się zróżnicowanym zainteresowaniem. Wyniki badań przeprowadzonych w dziesięciu krajach Unii Europejskiej na próbie 200 przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 1000 pracowników dotyczących wykorzystania tych wytycznych przedstawiono na wykresie 2.



Wykres 2. Procent organizacji wykorzystujących wytyczne GRI (n = 200)

Źródło: Komisja Europejska, *An Analysis of Policy References made by large EU Companies to Internationally Recognised CSR Guidelines and Principles*, March 2013.

<sup>20</sup> GRI, *Sustainability Reporting Guidelines*, GRI 2000-2006, version 3.0; J.M. Moneva, P. Archel, C. Correa, *GRI and Camouflaging of Corporate Unsustainability*, „Accounting Forum”, Vol. 30, No. 2/2006.

Z przeprowadzonych badań wynika, że wytyczne GRI są najczęściej wykorzystywane w Szwecji, Włoszech, Hiszpanii, Danii, Francji, Holandii. Przedsiębiorstwa z krajów takich jak Czechy, Polska, Niemcy i Anglia stosują wytyczne GRI rzadziej niż średnio w krajach Unii Europejskiej.

## ZAKOŃCZENIE

Implementacja koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w krajach Unii Europejskiej cieszy się dużym zainteresowaniem. Z przeprowadzonej analizy wynika, że w poszczególnych państwach stosowane są odmienne podejścia do CSR.

W krajach Unii Europejskiej, w zależności głównie od stopnia rozwoju społeczno-gospodarczego, stosowane są różne modele promocji CSR. Węgry zaliczyć należy do modelu obserwator, Hiszpanię i Włochy do modelu patron, Francję, Niemcy, Szwecję do modelu promotor, a dojrzały rynek CSR (model partner) istnieje w Belgii, Danii, Holandii, Wielkiej Brytanii. Biorąc pod uwagę przedstawione modele instytucjonalne CSR, Polskę zaliczyć można do modelu patron. Na szczeblu rządowym powstają pierwsze inicjatywy promujące CSR. Ważnym krokiem w tym zakresie było powołanie zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów nr 38 z dnia 8 maja 2009 r. Zespołu ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, jako organu pomocniczego Rady Ministrów. Ponadto kwestie związane z CSR coraz częściej znajdują odzwierciedlenie w krajowych dokumentach strategicznych.

Analizując wykorzystanie instrumentów CSR w poszczególnych państwach, stwierdzić można, że najwięcej instrumentów CSR wykorzystują takie państwa jak Dania, Hiszpania, Szwecja, kraje, w których wykorzystanie instrumentów CSR jest porównywalne ze średnią dla krajów Unii Europejskiej to: Francja, Holandia i Włochy, najmniejsze wykorzystanie instrumentów CSR jest zaś w przedsiębiorstwach z takich państw jak Czechy, Niemcy, Polska, Wielka Brytania.

W poszczególnych krajach Unii Europejskiej różne jest podejście do raportowania CSR. Niektóre kraje, jak na przykład Szwecja, Francja, Wielka Brytania, Dania wprowadziły obowiązek raportowania różnych kwestii CSR. Wytyczne *Global Reporting Initiative*, najpopularniejszego standardu w zakresie raportowania CSR, cieszą się zróżnicowanym zainteresowaniem. Wytyczne te są najczęściej wykorzystywane w Szwecji, Włoszech, Hiszpanii, Danii, Francji, Holandii. Przedsiębiorstwa z krajów takich jak Czechy, Polska, Niemcy i Anglia stosują wytyczne GRI rzadziej niż średnio w krajach Unii Europejskiej.

## BIBLIOGRAFIA

- Bowen H.R., *Social responsibilities of the businessman*, Harper & Brothers, New York 1953.
- Carrol A.B., *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, „Academy of Management Review”, Vol. 4, No. 4/1979, <http://dx.doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>.
- Commission of the European Communities, *Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM 366, Brussels 2001.
- CSRinfo, *Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach*, Warszawa 2011.
- Doane D., *Market Failure: The Case for Mandatory Social and Environmental Reporting*, Presentation at IPPR seminar 2002, <http://www.hapinternational.org/pool/files/doanepaper1.pdf> (12.03.2012).
- Ejdys J., Kobylińska U., Lulewicz-Sas A., *Zintegrowane systemy zarządzania jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem pracy*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2012.
- Freeman R.E., Velamuri S.R., Moriarty B., *Company Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR*, Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2006.
- GRI, *Sustainability Reporting Guidelines, GRI 2000–2006*, version 3.0.
- Gruning J., *Symmetrical presuppositions as a framework for public relations theory*, [w:] C. Botan, J. Hazleton (eds.), *Public relations theory*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, London, 1989.
- ISO, *ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility*, 2010.
- Komisja Europejska, *An Analysis of Policy References made by large EU Companies to Internationally Recognised CSR Guidelines and Principles*, March 2013.
- Komisja Europejska, *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Odnowiona strategia Unii Europejskiej na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela 2011, KOM(2011) 681 wersja ostateczna.
- Kuraszko I., *Nowa komunikacja społeczna wyzwaniem odpowiedzialnego biznesu*, Difin, Warszawa 2010.
- Makuch Ł., *Firma i społeczeństwo: wspólne tworzenie wartości*, „Harvard Business Review”, nr 96/2011.
- Mikkilä M., Toppinen A., *Corporate Responsibility Reporting by Large Pulp and Paper Companies*, „Forest Policy and Economics”, Vol. 10, No. 7–8/2008, <http://dx.doi.org/10.1016/j.forpol.2008.05.002>.
- Moneva J.M, Archel P, Correa C., *GRI and Camouflaging of Corporate Unsustainability*, „Accounting Forum”, Vol. 30, No 2/2006, <http://dx.doi.org/10.1016/j.acfor.2006.02.001>.
- Rok B., *Społeczna odpowiedzialność biznesu*, [w:] W. Gasparski (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Profesjonalne PWN, Warszawa 2012.

- Roszkowska P., *Rewolucja w raportowaniu biznesowym*, Difin, Warszawa 2011.
- Van der Laan S.L., *The Role of Theory in Explaining Motivation for Corporate Social Disclosures: Voluntary Disclosures vs. „Solicited” Disclosures*, [w:] *Fourth Asia Pacific internationaly reserch in accounting conference in 2004*, cyt. za: U. Golob, J.L. Bartlett, *Communicating about Corporate Social Responsibility: A Comparative Study of CSR Reporting in Australia and Slovenia*, „Public Relations Review”, Vol. 33, No. 1/2007.
- Wachowiak P., *Raportowanie społeczne przedsiębiorstwa jako przejaw jego odpowiedzialności*, „Przegląd Organizacji”, nr 10/2008.
- World Bank, *What Does Business Think about Corporate Social Responsibility. Part II. Comparison of Attitudes and Practices in Hungary, Poland and Slovakia*, 2005.
- Zimniewicz K., *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa 2000.