

Dr hab. Urszula Gołaszewska-Kaczan, prof. UwB

Uniwersytet w Białymstoku

ORCID: 0000-0003-2084-6268

e-mail: u.golaszewska@uwb.edu.pl

Uczciwe praktyki operacyjne jako obszar społecznej odpowiedzialności biznesu

Fair operating practices as area of corporate social responsibility

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie jednego z mniej popularnych obszarów działań społecznie odpowiedzialnych, a mianowicie obszaru uczciwych praktyk operacyjnych. Autorka przedstawia istotę tej aktywności oraz wskazuje konkretne praktyki, które mogą być podejmowane w jej ramach. Dodatkowo autorka podejmuje próbę oceny aktywności w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych wśród podmiotów działających w Polsce. Analiza aktywności firm w tym obszarze wydaje się szczególnie ważna, bowiem obszar ten dotyczy zachowań przedsiębiorstw na rynku, kształtowania stosunków z innymi podmiotami, rozwoju uczciwej konkurencji. Działania w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych budują także pozytywny wizerunek organizacji wśród wszystkich interesariuszy. Do oceny wykorzystano wyniki raportów Odpowiedzialny biznes w Polsce z lat 2011–2020. Przeprowadzona analiza pokazała, że zainteresowanie polskich organizacji działaniami w tym zakresie jest jeszcze niewielkie.

Słowa kluczowe

społeczna odpowiedzialność biznesu, uczciwe praktyki operacyjne, korupcja

Abstract

The purpose of this article is to introduce one of the less popular areas of socially responsible activities, namely fair operating practices. The author presents the principles of this activity and describes specific practices that may be undertaken within this framework. Additionally, the author attempts to assess the activity in the area of fair operating practices among businesses operating in Poland. The analysis of companies' activities in this area seems to be particularly important, as this area concerns companies' behaviors on the market, shaping relations with other entities and developing fair competition. Activities in the area of fair operating practices also build a positive image of the organization among all stakeholders. The results of the Responsible Business in Poland reports for the years 2011–2020 have been used for the assessment. The analysis has shown that Polish organizations are still not very interested in activities in this area.

Keywords

corporate social responsibility, fair operating practices, corruption

JEL: M21

Wstęp

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. corporate social responsibility — CSR) zakorzeniła się już na dobre w nauce i praktyce gospodarczej. Idea ta obliuguje przedsiębiorstwa do działań nakierowanych nie tylko na wypracowanie zysku, ale także na realizację określonych postulatów różnych grup interesariuszy. Zgodnie z normą ISO 26000 — Guidance on social responsibility (Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności), opublikowaną w 2010 r. przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną, odpowiedzialna aktywność podejmowana w interesie kibiców strategicznych może mieć miejsce w ramach następujących obszarów:

ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko naturalne, zagadnienia konsumenckie, uczciwe praktyki operacyjne oraz zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych (ISO, 2017). Każdy z tych obszarów ma swoją specyfikę związaną ze specyfiką grup interesariuszy, do których działania są kierowane, problemami, na rozwiązaniu których skupiają się te działania, oraz z wykorzystywanymi narzędziami. Ta różnorodność pól, na których może być podejmowana aktywność prospołeczna, powoduje, że firmy mogą dopasować ją do własnych celów komercyjnych, posiadanych środków czy kompetencji.

Praktyka i teoria pokazują jednak, że poszczególne obszary społecznej odpowiedzialności nie są tak

samo popularne wśród przedsiębiorstw. Firmy podejmują przede wszystkim działania skierowane do pracowników, środowiska naturalnego, konsumentów oraz społeczności lokalnych. Wydaje się więc, że z jednej strony podmioty gospodarcze uznają, iż to właśnie aktywność w tych obszarach najbardziej koresponduje ze specyfiką ich działalności, i tutaj mogą się wykazać największą kreatywnością i innowacyjnością. Z drugiej strony jednak warto wskazać, że są to także działania, których istota jest stosunkowo łatwa do zrozumienia, a efekty najłatwiejsze do dostrzeżenia przez samych interesariuszy.

Aktywność prospołeczna w pozostałych obszarach (ładu organizacyjnego, praw człowieka, a także uczciwych praktyk operacyjnych) jest natomiast podejmowana stosunkowo rzadziej (Gołaszewska-Kaczan, 2019; 2020). Może to wynikać zarówno z niezrozumienia istoty i wagi tych obszarów społecznej odpowiedzialności, jak i trudności z przełożeniem wytycznych ich dotyczących na konkretne działania.

Niniejszy artykuł jest poświęcony właśnie jednemu z tych mniej popularnych obszarów — obszarowi uczciwych praktyk operacyjnych. Autorka postawiła sobie za cel zarysowanie działań zaliczanych do tego obszaru społecznej odpowiedzialności oraz dokonanie oceny aktywności podmiotów działających w tym zakresie w Polsce. Na potrzeby opracowania przeprowadzono analizę w oparciu o publikowane corocznie raporty przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu pt. „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”. Warto podkreślić, że w literaturze ten obszar społecznej odpowiedzialności rzadko jest opisywany i analizowany. Oczywiście należące do niego poszczególne zagadnienia są podejmowane przez wielu autorów, jednak jako zagadnienia samodzielne, odrębne, a nie z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności.

Podstawowe informacje o obszarze uczciwych praktyk operacyjnych

Najogólniej mówiąc, uczciwe praktyki operacyjne to obszar społecznej odpowiedzialności, który dotyczy prawidłowych, etycznych kontaktów przedsiębiorstwa z innymi organizacjami. W jego ramach mieszczą się zatem stosunki zarówno z innymi podmiotami na rynku, czyli partnerami, dostawcami, wykonawcami, klientami, a nawet konkurentami, jak i relacje z innymi organizacjami z otoczenia, takimi jak na przykład instytucje rządowe, organizacje branżowe i zawodowe, podmioty sektora non-profit (ISO, 2017).

Tak szeroko zdefiniowany obszar obejmuje działania skierowane do różnych grup interesariuszy. Powoduje to możliwość nakładania się na siebie aktywności z obszaru uczciwych praktyk operacyj-

nych z działaniami z innych obszarów, jak np. praktyki konsumenckie, zaangażowanie społeczne czy prawa człowieka. Stwarza to często problemy w ramach prowadzonych analiz. Warto zatem przyrzeć się dokładniej, jakie konkretnie zagadnienia do obszaru uczciwych praktyk operacyjnych zalicza przytoczona wcześniej norma ISO 26000. Okazuje się, że są to następujące zagadnienia (ISO 26000):

- Przeciwdziałanie korupcji.
- Odpowiedzialne zaangażowanie się w działalność polityczną.
- Uczciwa konkurencja.
- Promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości.
- Poszanowanie praw własności.

Pierwszym zagadnieniem, na które powinna zwrócić uwagę organizacja podejmująca działania w obszarze praktyk operacyjnych, jest przeciwdziałanie korupcji. Definicję korupcji znajdujemy zarówno w aktach prawnych (np. kodeks karny, ustawa o Centralnym Biurze Antykorupcyjnym), jak i literaturze przedmiotu. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjęto, że korupcja to nadużywanie powierzonej władzy dla prywatnych korzyści (Cuervo-Cazurra, 2016), co pozwala odnieść tę sytuację zarówno do podmiotów z sektora państwowego, jak i prywatnego.

Odpowiedzialna organizacja podejmuje walkę ze zjawiskiem korupcji. Nie do zaakceptowania jest bowiem pogląd funkcjonujący jeszcze pół wieku temu, według którego korupcję można oceniać pozytywnie, bowiem łagodzi ona nieefektywne i sztywne regulacje prawne, a tym samym promuje wzrost gospodarczy (Akai, Horiuchi i Sakata, 2005). Przyjąć należy, co nie budzi żadnych wątpliwości, że korupcja prowadzi do wielu negatywnych zjawisk. Koncentrując się na sferze biznesu należy wskazać na ograniczanie wolnej konkurencji. Korupcja ogranicza mechanizm rynkowy, ponieważ walkę konkurencyjną wygrywają nie najlepsi, innowacyjni, efektywni, ale ci, którzy opierają swoją pozycję na znajomościach i przekupstwie. Z kolei w obszarze społecznym skutkiem nadmiernego skorumpowania mogą być na przykład pogłębiające się dysproporcje społeczne, które wynikają często z nierównego dostępu do kluczowych zasobów, które można zdobyć jedynie dzięki łapówce (Transparency International, 2008).

Firma odpowiedzialna społecznie powinna przykładowo w ramach przeciwdziałania korupcji:

- podnosić własną wiedzę o tym zjawisku, np. poprzez szkolenia zarówno kadry kierowniczej, jak i wszystkich pracowników w zakresie tego, czym jest korupcja, jakie mogą być jej przejawy, jak się jej przeciwstawiać,
- wprowadzać procedury eliminujące takie zachowania, np. poprzez wprowadzanie polityk antykorupcyjnych w firmie, wprowadzanie kodeksów etycznych,

- propagować stosowanie praktyk antykorupcyjnych wśród interesariuszy, np. poprzez wprowadzanie kodeksów etycznych dotyczących dostawców, organizowanie szkoleń w tym zakresie dla współpracowników, dostawców,
- zachęcać wszystkich interesariuszy do zgłaszania wszelkich zachowań korupcyjnych.

Następnym zagadnieniem w ramach obszaru uczciwych praktyk operacyjnych jest odpowiedzialne angażowanie się w działalność polityczną. Według normy ISO 26000 organizacje mogą wspierać publiczne procesy polityczne oraz propagować rozwój polityki publicznej korzystnej dla ogółu społeczeństwa, jednocześnie powinny jednak unikać wykorzystywania nadmiernych wpływów oraz zachowań takich jak manipulowanie, zastraszanie i wymuszanie (ISO, 2017).

Działania w tym obszarze najczęściej sprowadza się do odpowiedzialnego lobbingu. Lobbying według ustawy z 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa (Dz.U. z 2017 r. poz. 248) to każde działanie prowadzone metodami prawnie dozwolonymi zmierzające do wywarcia wpływu na organy władzy publicznej. I chociaż polski ustawodawca daje możliwość prowadzenia działań lobbingsowych, a lobbowanie jest jednym z przykładów kontaktów przedsiębiorstwa z otoczeniem, to firmy społecznie odpowiedzialne muszą zdawać sobie sprawę z tego, że zbyt duże zaangażowanie w ten proces może stanowić zagrożenie dla ich etyczności (Mastromarco, Saffer, Zielinski, Biedrzycka i Hryciuk, 2005). Dzieje się tak dlatego, że nieprawidłowo prowadzony lobbying może spowodować postrzeganie firmy jako dbającej jedynie o własne interesy, a nawet mogą pojawić się oskarżenia o korupcję (lobbying często w powszechnej opinii kojarzony jest właśnie z korupcją).

Aby lobbying był oceniany pozytywnie, musi być odpowiedzialny. Społeczna odpowiedzialność w lobbingu polega na otwartości i transparentności całego procesu lobbingsowego. Tę otwartość i transparentność firma może uzyskać kładąc nacisk na jawność relacji między lobbystami i politykami. W tym celu przedsiębiorstwa powinny na przykład prowadzić rejestry poszczególnych działań lobbingsowych, wprowadzać kodeksy postępowania, organizować otwarte konsultacje z przedstawicielami różnych grup interesariuszy (Lewicka-Strzałecka, 2011). Możliwe jest też mierzenie, a następnie raportowanie działalności lobbingsowej firmy w ramach raportowania niefinansowego. Jednocześnie przedsiębiorstwa powinny szkolić i uwrażliwiać poszczególnych pracowników w zakresie odpowiedzialnego angażowania się w politykę.

Kolejne zagadnienie, na które organizacje powinny zwrócić uwagę w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych, to uczciwa konkurencja. Uczciwa konkurencja z jednej strony stymuluje innowacje i efektywność, obniża ceny produktów i usług,

a z drugiej prowadzi do podnoszenia ich jakości, daje konsumentom większy wybór, przekłada się na rozwój gospodarczy oraz możliwość konkurencji na rynkach zagranicznych. Co ciekawe, odpowiedzialne praktyki na tym polu sprowadzają się przede wszystkim do powstrzymywania się przez przedsiębiorstwo od określonych działań, czyli takich, które zostały zaliczone do czynów nieuczciwej konkurencji (np. naśladownictwo, oszukańcze oznaczanie produktów i usług, utrudnianie dostępu do rynku, nieuczciwe reklamy). Społeczna odpowiedzialność na tym polu to także ciągła edukacja i podnoszenie świadomości wszystkich pracowników w zakresie tego, czym jest uczciwa konkurencja, oraz wprowadzanie np. kodeksów etycznych, procedur regulujących zachowania pracowników wobec klientów, partnerów biznesowych czy konkurencji.

W ramach uczciwych praktyk operacyjnych postuluje się promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości. Łańcuch wartości to uporządkowany ciąg działań generujących wartość produktu, która jest określona przez relacje rynkowe między firmą a nabywcą (Stabryła, 2007). Fizycznym urzeczywistnieniem łańcucha wartości jest łańcuch dostaw, będący siecią wzajemnie ze sobą powiązanych organizacji zaangażowanych w różne procesy i działania, których celem jest dostarczenie ostatecznemu odbiorcy pełnej oferty produktów i usług (Frankowska, 2015). Według N. Ćwik (2010) promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu dostaw może się odbywać m.in. poprzez:

- opracowanie kryteriów współpracy z dostawcami (ustalenie adekwatnych wymogów ekonomicznych, społecznych, środowiskowych) w formie odpowiednich dokumentów, kodeksów, kryteriów przetargowych i komunikowanie tych kryteriów dostawcom,
- prowadzenie audytu u dostawców, a w razie wykrycia nieprawidłowości przygotowywanie planu naprawczego,
- edukowanie dostawców w kwestiach związanych ze zrównoważonym rozwojem,
- wprowadzanie systemów monitorowania aspektów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych w łańcuchu dostaw (np. obliczanie śladu węglowego),
- wprowadzanie standardów i norm (np. normy jakości, normy środowiskowe, standardy CSR),
- tworzenie kanałów komunikacji z dostawcami (umożliwienie zgłaszania inicjatyw, komunikacja dwukierunkowa),
- partnerską współpracę nad innowacyjnymi rozwiązaniami.

Ostatnie z wymiennych zagadnień zaliczonych przez normę ISO 26000 do obszaru odpowiedzialnych praktyk operacyjnych to poszanowanie praw własności. Działania w tym zakresie skupiają się na uznawaniu tych praw, dotyczących zarówno własności fizycznej, jak i intelektualnej. W szczególności

ści mogą być to prawa dotyczące własności ziemi, innych aktywów materialnych, praw autorskich, patentów, prawa do oznaczeń geograficznych czy praw osobistych (ISO, 2017).

Podsumowując powyższe można stwierdzić, że poszczególne działania w ramach obszaru uczciwych praktyk operacyjnych w niektórych przypadkach nakładają się na siebie. Przykładowo, lobbing dotyka problemu etycznego konkutowania. Etyczne konkutowanie wiąże się z praktykami w ramach łańcucha wartości, poszanowania praw własności czy korupcji. Dokładne przydzielenie poszczególnych działań do określonych praktyk jest więc trudne, a czasami wręcz niemożliwe.

Niezależnie jednak od zasygnalizowanego problemu warto podkreślić znaczenie działań w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych; z pewnością aktywność ta pozwala realizować wszystkie korzyści, jakie wskazuje zarówno norma ISO 26000, jak i liczne badania (Gligor-Cimpoieru i Munteanu, 2015; Sprinkle i Maines, 2010) w stosunku do działań społecznie odpowiedzialnych. Przede wszystkim wpływa na reputację, budując wizerunek organizacji transparentnej, niezamieszanej w afery korupcyjne, konkurującej w sposób etyczny. Przekłada się to pozytywnie na relacje przedsiębiorstwa z innymi firmami, instytucjami rządowymi, mediami, klientami czy społecznością lokalną. Wpływa również na opinie inwestorów, banków. Przedsiębiorstwo budujące prawidłowe, etyczne kontakty ze wszystkimi interesariuszami jest jednocześnie atrakcyjnym pracodawcą dla obecnych pracowników i pożądanym miejscem pracy dla innych osób.

Obszar uczciwych praktyk operacyjnych w działaniach przedsiębiorstw w Polsce

Do oceny popularności działań w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych wśród podmiotów działających w Polsce wykorzystano dane prezentowane w corocznych raportach Forum Odpowiedzialnego Biznesu pt. „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”. Przedmiotem analizy były lata 2011–2020, bowiem od 2011 r. w raportach tych wykorzystywany jest podział odpowiedzialnych praktyk zgodny z normą ISO 26000. Należy podkreślić, że przedstawione niżej liczby nie są odzwierciedleniem wszystkich działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce, ale dotyczą jedynie praktyk zgłoszonych przez firmy do wspomnianych raportów w poszczególnych latach. Można jednak uznać, że dane te pokazują pewne tendencje dotyczące zainteresowania konkretnym obszarem CRS.

Analizując informacje zawarte w raportach można wysnuć kilka wniosków. Pierwszy z nich dotyczy

udziału praktyk z obszaru uczciwe praktyki operacyjne w całości praktyk zgłaszanych do raportów.

Liczbę zgłoszonych praktyk z zakresu uczciwych praktyk operacyjnych na tle wszystkich zgłoszonych praktyk w latach 2011–2020 przedstawiono w tabeli 1.

Dane zawarte w raportach Odpowiedzialny biznes w Polsce pokazują, że działania z obszaru uczciwe praktyki operacyjne stanowią (łącznie praktyki nowe i praktyki długookresowe) na przestrzeni wskazanych lat od 3,55% (w 2018 r.) do 5,99% (w 2014 r.) wszystkich zgłoszonych praktyk. Jest to bardzo mały udział, biorąc pod uwagę to, że obszarów działań społecznie odpowiedzialnych jest siedem. Przykładowo w 2020 roku praktyk z tego obszaru odnotowano jedynie 106 (na 1958 zgłoszonych). Dla porównania w tym samym roku odnotowano 525 praktyk (łącznie nowych i długookresowych) w obszarze z zakresu pracy, 382 — z zakresu środowiska, 631 — z zakresu zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej (Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2021).

Pozytywny jest fakt, że liczba uczciwych praktyk operacyjnych zwiększyła się na przestrzeni analizowanych lat ponad trzynastokrotnie, podczas gdy ogólna liczba wszystkich zgłaszanych praktyk wzrosła niespełna dziesięciokrotnie. Tempo wzrostu liczby zgłaszanych praktyk w tym obszarze jest więc wyższe niż tempo wzrostu liczby zgłaszanych praktyk ogółem. Należy również podkreślić, że obok kontynuacji w kolejnych latach praktyk, które zostały wcześniej zgłoszone, firmy podejmują także nowe działania w zakresie analizowanego obszaru. Prawie ośmiokrotnie zwiększyła się też liczba firm zgłaszających aktywność w obszarze uczciwe praktyki operacyjne, co świadczy o tym, że świadomość wagi działań w tym zakresie rośnie.

Obok wskazania miejsca praktyk z obszaru uczciwych praktyk operacyjnych w ogólnej liczbie wszystkich zgłaszanych praktyk społecznie odpowiedzialnych, warto się dowiedzieć, które działania w analizowanym obszarze są najpopularniejsze. Niestety, jest to zadanie trudne, ponieważ grupy aktywności wydzielone w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych w raportach Odpowiedzialny biznes w Polsce nie pokrywają się z tymi, jakie zaproponowano w ramach normy ISO 26000. Dodatkowo w ramach raportów grupy działań w analizowanym obszarze były na przestrzeni lat 2011–2020 ujmowane w niejednorodny sposób. Zmieniała się liczba grup działań będących przejawem społecznej odpowiedzialności, dochodziły grupy nowe, ulegały również zmianie nazwy niektórych grup. Przykładowo grupa praktyk działania antykorupcyjne funkcjonowała tylko w 2011 r. Od 2013 r. działania z tego zakresu mogą być zaliczane do obszaru przeciwdziałanie nadużyciom. W 2011 r. funkcjonowała grupa umowy z interesariuszami, ale w 2012 r. pojawiła się grupa dialog i konsulta-

Tabela 1. Liczba zgłoszonych praktyk z zakresu ładu organizacyjnego na tle wszystkich zgłoszonych praktyk w latach 2011–2020

Rok	Liczba zgłoszonych praktyk ze wszystkich obszarów CSR łącznie			Liczba zgłoszonych praktyk z obszaru praktyk operacyjnych			Liczba zgłoszonych praktyk z obszaru praktyk operacyjnych w liczbie zgłoszonych praktyk ze wszystkich obszarów CRS (w%)			Liczba firm zgłaszających praktyki z obszaru praktyk operacyjnych ogółem
	Ogółem	Praktyki nowe	Praktyki długoletnie	Ogółem	Praktyki nowe	Praktyki długoletnie	Ogółem	Praktyki nowe	Praktyki długoletnie	
2020	1958	1013	945	106	64	42	5,41	6,31	4,44	62
2019	1696	712	984	73	39	34	4,30	5,47	3,45	47
2018	1549	826	723	55	26	29	3,55	3,14	4,01	38
2017	1190	639	551	48	23	25	4,03	3,59	4,53	32
2016	880	461	419	45	28	17	5,11	6,07	4,05	33
2015	813	454	359	41	22	19	5,04	4,84	5,29	37
2014	684	420	264	41	29	12	5,99	6,90	4,54	31
2013	558	403	155	30	20	10	5,37	4,96	6,45	26
2012	368	262	106	16	16	—	4,34	6,10	—	15
2011	209	209	0	8	8	—	3,82	3,82	—	8

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2014a; 2014b; 2014c; 2015; 2016; 2017; 2018; 2019; 2020; 2021.

cje z interesariuszami., a w 2013 r. — relacje z interesariuszami. W 2014 r. obok relacji z dostawcami wystąpiła również grupa dialog z dostawcami. Z kolei w 2020 r. pojawił się obszar edukacja (obok obszaru edukacja rynku).

Niestety czasami trudno jest również stwierdzić, na jakiej zasadzie zgłoszona przez konkretną firmę praktyka została zaliczona do danej grupy działań. Analizując konkretne aktywności umieszczone w ramach danej grupy praktyk można wysnuć wnioski, że o miejscu danej praktyki decydowała po prostu deklaracja zgłaszającej praktykę firmy.

Na potrzeby analizy omawianej w artykule połączono ze sobą określone grupy działań, biorąc pod uwagę specyfikę praktyk zakwalifikowanych do danej grupy. W konsekwencji stworzono cztery grupy praktyk. Pierwsza zawiera działania o charakterze edukacyjnym, skierowane do różnych podmiotów na rynku. Druga grupa — to inne (pozaedukacyjne) praktyki realizowane na rzecz tych podmiotów. Trzecia grupa dotyczy działań związanych konkretnie z dostawcami, natomiast ostatnia, czwarta grupa obejmuje aktywności związane z przeciwdziałaniem nadużyciom.

Trudno jednak jednoznacznie odnieść tak stworzone grupy działań do tych wyliczonych przez normę ISO 26000. Można jedynie wskazać ogólne powiązania. I tak, przykładowo, zarówno pierwsza jak i druga ze stworzonych grup działań korespondują

z uczciwą konkurencją, ale również z promowaniem społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości. Trzecia zaproponowana grupa nawiązuje przede wszystkim do promowania społecznej odpowiedzialności w łańcuchu dostaw oraz do poszanowania praw własności. Z kolei ostatnia, czwarta grupa — do przeciwdziałania korupcji i odpowiedzialnego angażowania się w działalność polityczną.

W tabeli 2 przedstawiono liczbę praktyk zgłaszanych w analizowanym okresie w ramach grup wydzielonych na potrzeby artykułu. Pod uwagę wzięto przy tym jedynie praktyki nowe.

Jak pokazują przedstawione w tabeli 2 dane, największą popularnością na przestrzeni analizowanego okresu cieszyły się praktyki z zakresu edukacji rynku. Firmy zgłaszały tu przykładowo następujące praktyki:

- organizacja wydarzeń edukacyjnych (konferencje, warsztaty, spotkania) dotyczących problemów CSR w branży, w której działa firma, skierowanych do pracowników, współpracowników, dostawców,
- prowadzenie badań i wydawanie raportów dotyczących działań z zakresu CSR w określonych sektorach,
- tworzenie baz wiedzy niezbędnej dla podmiotów działających w określonych branżach,
- przystąpienie firmy do inicjatyw mających na celu

Tabela 2. Liczba nowych praktyk z zakresu praktyk operacyjnych i liczba zgłoszonych praktyk w poszczególnych obszarach

Rok	Liczba zgłoszonych nowych praktyk z zakresu praktyk operacyjnych ogółem	Edukacja rynku/Edukacja (od 2020 r.)	Relacje z dostawcami/Dialog z dostawcami (od 2014 r.)	Umowy z interesariuszami (2011 r.)/Dialog i konsultacje z interesariuszami (od 2012r.)/Relacje z interesariuszami (od 2013 r.)	Działania antykorupcyjne (2011 r.)/Przeciwdziałania nadużyciom (od 2013 r.)
2020	64	34	13	17	0
2019	39	27	12	0	0
2018	26	13	9	4	0
2017	23	10	11	1	1
2016	28	15	10	2	1
2015	22	11	5	4	2
2014	29	15	10	3	1
2013	20	9	7	3	1
2012	16	11	3	2	0
2011	8	3	2	2	1

Źródło: jak w tabeli 1.

podnoszenie i upowszechnianie standardów społecznej odpowiedzialności.

W 2020 roku inicjatywy tego typu znalazły się w obszarze określonym jako edukacja, natomiast w obszarze edukacja rynku pojawiły się przede wszystkim inicjatywy dotyczące walki z pandemią, np. webinaria, konferencje, bazy wiedzy dotyczące sposobów walki z pandemią, prowadzenia biznesu w okresie pandemii, w tym np. zmian na rynku pracy czy wsparcia prawnego.

Do roku 2019 na drugim miejscu znajdowały się działania z zakresu relacji z dostawcami. W tym obszarze firmy zgłaszały przykładowo takie działania, jak utworzenie standardów przetargowych i dotyczących współpracy z dostawcami, wprowadzenie kodeksów dla dostawców, zainicjowanie procesu ankietowania przyszłych dostawców pod kątem przestrzegania przez nich zasad społecznej odpowiedzialności czy szkolenia dla dostawców. Natomiast w 2020 roku na drugim miejscu znalazły się praktyki, które ogólnie można określić jako praktyki dotyczące interesariuszy. Był to znaczący wzrost zainteresowania. Wśród tych praktyk znalazły się przykładowo działania w zakresie wsparcia informacyjnego dla podmiotów z danej branży dotyczącego prowadzenia biznesu w czasie pandemii.

Z kolei najmniej zgłoszonych aktywności, na przestrzeni analizowanych lat, dotyczyło przeciwdziałania nadużyciom. Wśród zgłoszonych praktyk znalazły się takie, jak np. organizowanie wydarzeń mających na celu propagowanie walki z korupcją czy wprowadzanie w firmie polityki antykorupcyj-

nej. Mała liczba praktyk zgłoszonych w tym zakresie może jednak wynikać z tego, że działania związane z walką z korupcją firmy mogły zaliczyć i wykazać w innej grupie działań (np. mogły one zostać powiązane ze stworzeniem kodeksu etycznego czy kodeksu dotyczącego stosunków z dostawcami).

Zakończenie

Podsumowując powyższe informacje można stwierdzić, że polskie podmioty nie wykazywały do tej pory dużego zainteresowania działaniami z zakresu uczciwych praktyk operacyjnych. Dopiero w ostatnim roku odnotowano wyraźny wzrost liczby zgłoszonych aktywności. Wydaje się, że może to być spowodowane kryzysem wywołanym pandemią, który wymusił na organizacjach podjęcie określonych działań w obszarze rynku. Można też przewidywać, że wraz z przedłużającym się okresem pandemicznym liczba działań w tym obszarze, zwłaszcza działań dotyczących edukacji rynku, będzie zdecydowanie wzrastać.

Niezależnie jednak od rozwoju sytuacji zasadne wydaje się popularyzowanie wśród przedsiębiorców wiedzy o analizowanym w artykule obszarze społecznej odpowiedzialności, wskazywanie wagi tych działań oraz korzyści, które może odnieść organizacja podejmująca działania na tym polu. Niski poziom aktywności może bowiem wynikać po prostu z braku wiedzy o tym, jakie praktyki można tutaj realizować.

Na zakończenie należy podkreślić, że zainteresowanie organizacji działaniami z zakresu uczciwych praktyk operacyjnych jest niezbędne również dlatego, że obszar ten to także uczciwa walka konkuren-

cyjna. A ta powinna mieć miejsce niezależnie od warunków otoczenia. Konkurencja nie może bowiem być siłą destruktywną, ale powinna przynosić profity wszystkim podmiotom na rynku.

Bibliografia/References

- Akai, N., Horiuchi, Y. i Sakata, M. (2005). Short-run and Long-run Effects of Corruption on Economic Growth: Evidence from State-Level Cross — Selection Data for the United States. *International and Development Economics*, (1).
- Cuervo-Cazurra, A. (2016). Corruption in international business. *Journal of World Business*, (51). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.08.015>
- Ćwik, N. (2010). *Odpowiedzialny łańcuch dostaw*. <https://odpowiedzialnybiznes.pl/artykuly/odpowiedzialny-lancuch-dostaw/> (12.12.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2014a). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2011*. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2014/01/Raport2011.pdf> (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2014b). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2012*. http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2014/02/Raport-Odpowiedzialny-biznes-w-Polsce-2012_Dobre-praktyki-13651704581.pdf (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2014c). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2013*. http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2014/04/Raport_Odpowiedzialny_biznes_w_Polsce2013_Dobre_Praktyki.pdf (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2015). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2014*. http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2015/04/Raport-Odpowiedzialny-biznes-w-Polsce-2014-Dobre-praktyki_Forum_Odpowiedzialnego_Biznesu.pdf (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2016). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2015*. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2016/04/Raport-Odpowiedzialny-biznes-w-Polsce-2015-Dobre-praktyki.pdf> (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2017). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2016*. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/04/Raport2016-PDGL-popr.pdf> (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2018). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2017*. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2018/04/Raport2017.pdf> (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2019). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2018*. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2019/04/Raport2018.pdf> (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2020). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2019*. http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/04/FOB_Raport2019.pdf (30.10.2021).
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2021). *Raport Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2020*. https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/04/FOB_Raport2020.pdf (30.10.2021).
- Frankowska, M. (2015). Łańcuch logistyczny, łańcuch dostaw i łańcuch wartości — próba usystematyzowania koncepcji. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Biznesu i Logistyki*, (31). <https://doi.org/10.18276/ptl.2015.31-05>
- Gligor-Cimpoieru, D. C. i Munteanu V. P. (2015). CSR Benefits and Costs in a Strategic approach. *Annals of the University of Craiova. Economic Science Series*, (1).
- Golaszewska-Kaczan, U. (2019). Prawa człowieka jako obszar społecznej odpowiedzialności biznesu. W: M. Pawlak (Red.), *Nowe trendy w zarządzaniu*. Lublin: Wyd. KUL.
- Golaszewska-Kaczan, U. (2020). Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa — działania w obszarze wewnętrznym. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- ISO (2010). *ISO 26000 Guidance on social responsibility. Norma międzynarodowa dotycząca społecznej odpowiedzialności*. www.pkn.pl/informacje/2013/09/iso-26000 (17.01.2022).
- ISO (2017). *ISO 26000 and OECD Guidelines. Practical overview of the linkages*. <https://www.iso.org/publication/PUB100418.html> (13.01.2022).
- Lewicka-Strzałecka, A. (2011). Odpowiedzialny lobbying jako instrument CSR. *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, (1).
- Mastromarco, D., Saffer, A., Zieliński, M., Biedrzycka, U. i Hryciuk, K. (2005). *Sztuka lobbyngu w Polsce*. Warszawa: USAID/GEMI-NI Small Business Project.
- Sprinkle, G. B i Maines, L. A. (2010). The Benefits and Costs of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, (53). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2010.05.006>
- Stabryła, A. (2007). *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*. Warszawa: PWN.
- Transparency International (2008). *Working Paper — Poverty and Corruption*. (2). https://images.transparencycdn.org/images/WP_2302-2008_25_March_2008_poverty.pdf (5.02.2022).

Dr hab. Urszula Golaszewska-Kaczan, prof. UWB

Dr hab. nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, profesor Uniwersytetu w Białymstoku, kierownik Zakładu Zarządzania Operacyjnego w Instytucie Zarządzania UWB; autorka i współautorka ponad 100 publikacji naukowych; specjalizuje się w problematyce zarządzania zasobami ludzkimi oraz społecznej odpowiedzialności biznesu.

Dr hab. Urszula Golaszewska-Kaczan, prof. UWB

PhD in economic sciences within the scope of management sciences, professor at the University of Białystok, the head of the Department of Operational Management at the Institute of Management of the University of Białystok; the author and co-author of over 100 scientific publications; she specializes in the issues of human resources management and corporate social responsibility.