
Certyfikaty i nagrody jako formy upowszechniania koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji

Autor: Piotr Rogala

Artykuł opublikowany w „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2008, vol. 11, nr 1, s. 211-216

Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie

Stable URL: http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2008/2008_01_rogala_211_216.pdf

Certificates and Awards as the Form of Propagating the Concept of Corporate Social Responsibility

Author: Piotr Rogala

Source: 'Annales. Ethics in Economic Life' 2008, vol. 11, nr 1, pp. 211-216

Published by Lodz Archdiocesan Press

Stable URL: http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2008/2008_01_rogala_211_216.pdf

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2008

© Copyright by Piotr Rogala

Used under authorization. All rights reserved.

Piotr Rogala

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

Wydział Gospodarki Regionalnej i Turystyki w Jeleniej Górze

e-mail: p.rogala@interia.pl

<https://doi.org/10.18778/1899-2226.11.1.20>

Certyfikaty i nagrody jako formy upowszechniania koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji

1. Wprowadzenie

Jednym z najważniejszych czynników decydujących o powadzeniu koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (SOB) jest zaufanie, jakim społeczeństwo obdarza poszczególne firmy i biznes jako całość. Im wyższy poziom tego zaufania, tym większa szansa na podjęcie współpracy między interesariuszami i biznesem. W krajach o ugruntowanej gospodarce rynkowej tradycje takiej kooperacji i poziom społecznego zaufania do biznesu są wystarczająco wysokie. Jednak w Polsce, jak zauważa to Anna Lewicka – Strzałecka *ludzie biznesu nie cieszą się społecznym uznaniem, co przejawia się w niskich lokatach uzyskanych przez zawody związane z biznesem w hierarchii poważania dla poszczególnych zawodów*¹. W konsekwencji klienci często nie wierzą w deklarowane przez firmy społeczne zaangażowanie i nie wybierają ich produktów, czy usług.

W gospodarce ukształtowały się pewne mechanizmy służące zwiększaniu zaufania klientów do cech/walorów organizacji, np. w zakresie jakości, ochrony środowiska, itp. Wśród nich wymienić można m.in. akredytację, certyfikację, nagrody, wyróżnienia, itp. W niniejszym opracowaniu podjęta została próba zbadania, czy w polskiej gospodarce mechanizmy te są (a jeżeli tak to w jak jest ich zakres) wykorzystywane również w odniesieniu do społecznej odpowiedzialności biznesu.

2. Potwierdzanie spełnienia przyjętych kryteriów

We współczesne gospodarce wykształciło się wiele sposobów na potwierdzenie faktu spełnienia przez organizacje pewnych ustalonych kryteriów – zapisanych np. w przepisach prawnych, normach, umowach z klientami itp.) Najważniejszą ich część stanowi **ocena**

¹ A. Lewicka-Strzałecka, *Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce: ograniczenia i perspektywy*, [w:] „Annales. Etyka w życiu gospodarczym” 2006, nr 9.1, s. 286.

zgodności². Jest ona definiowana jako działalność zmierzającą do wykazania iż spełnione są ustalone wymagania. Ocena zgodności jest regulowana przepisami prawa. Ramy polskiego systemu oceny zgodności tworzy ustawa o ocenie zgodności³. Efektem oceny zgodności może być przyznanie certyfikatu, atestu, akredytacji, itp.⁴. Ze względu na charakter podmiotu prowadzącego ocenę zgodności (a ściślej rzecz ujmując – na stopień jego niezależności) można wyodrębnić trzy rodzaje oceny:

- a) pierwszej strony – organizacja zainteresowana oceną sama przeprowadza takie badanie, korzystając z własnych pracowników,
- b) drugiej strony – odbiorca przeprowadza badanie swojego dostawcy,
- c) trzeciej strony – wyspecjalizowana, niezależna jednostka przeprowadza badanie działalności organizacji lub jej produktów⁵. Jest to bez wątpienia najbardziej wiarygodna odmiana oceny zgodności. Wynika to nie tylko z faktu, że podmiot oceniający jest niezależny, ale także z tego, że jest on profesjonalną, wyspecjalizowaną w dokonywaniu ocen jednostką.

Z przeprowadzeniem oceny zgodności – w przypadku jej pozytywnego wyniku – związane jest zazwyczaj uzyskanie prawa do **stosowania znaku zgodności**, czyli symbolu wskazującego, iż dany wyrób lub proces są zgodne z określonymi wymaganiami lub specyfikacjami technicznymi⁶.

Najważniejsze formy oceny zgodności to akredytacja, certyfikacja oraz deklaracja zgodności.

Akredytacji to działanie, w wyniku którego upoważniona organizacja formalnie uznaje, że pewna jednostka organizacyjna lub osoba jest kompetentna do wykonywania określonych zadań. Dzięki akredytacji na rynku oceny zgodności działają organizacje kompetentne poddane nadzorowi specjalistycznych służb.

Certyfikację można zdefiniować jako działanie jednostki kompetentnej i niezależnej od użytkowników, konsumentów, sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela, polegające na przeprowadzeniu oceny i w oparciu o nią (w razie jej pozytywnego wyniku) wydanie poświadczenia (certyfikatu) potwierdzającego spełnienie przez produkt, system zarządzania lub personel przyjętych kryteriów.

Wystawianie deklaracji zgodności producenta to działanie polegające na udzieleniu przez dostawcę pisemnego zapewnienia, że wyrób, usługa lub proces są zgodne z określonymi wymaganiami⁷.

W praktyce gospodarczej wskazać można formy potwierdzania spełnienia określonych wymagań nie mieszczące się w ramach oceny zgodności. Do najważniejszych należą:

² Przedmiotem oceny zgodności mogą być produkty, personel (a precyzyjnej rzecz ujmując jego kompetencje personelu) oraz organizacje. Dla potrzeb niniejszego opracowania skoncentrowano się wyłącznie na ocenie organizacji.

³ Zob. Ustawa z 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności, DzU nr 166, poz. 1360.

⁴ Zob. P. Rogala, *Konkretyzacja pojęcia ocena zgodności*, „Problemy jakości” 2004, nr 8, s. 10–11.

⁵ Zob. M. Jedliński, *Jakość w nowoczesnym zarządzaniu*, Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie, Szczecin 2000, s. 178.

⁶ *Ocena zgodności oraz certyfikacja wyrobów i usług*, (red.) M. Walczak, Verlag Dashofer, Warszawa 2003, s. 25.

⁷ Zob. P. Rogala, T. Brzozowski, *Systemy zarządzania jakością i środowiskiem*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2003, s. 19–26.

- a) działania oparte na podobnych mechanizmach jak ocena zgodności (zwłaszcza certyfikacja) jednak prowadzone poza systemem oceny zgodności (np. prowadzone przez jednostki nie posiadające odpowiedniej akredytacji),
- b) konkursy, w których nagrody i wyróżnienia zdobywają najlepsze pod danym względem organizacje. Podstawową cechą wyróżniającą tą formę potwierdzania jest to, że w przypadku konkursów wyróżnione zostają wyłącznie najlepsze organizacje,
 - a w przypadku wszystkich pozostałych form wyróżniona zostaje każda organizacja spełniająca ustalone kryteria,
- c) systemy mieszane łączące elementy opisane w punktach a i b.

3. Przegląd wybranych programów certyfikacji i nagradzania przedsiębiorstw społecznie zaangażowanych

W Polsce funkcjonuje wiele systemów wyróżniania organizacji uwzględniających zasady społecznej odpowiedzialności. Do najważniejszych z nich należą (w kolejności alfabetycznej):

- a) **Dobroczyńca Roku** – w konkursie mogą uczestniczyć przedsiębiorstwa oraz fundacje utworzone przez firmy mające siedzibę w Polsce. Nagrody przyznawane są w dwóch kategoriach. Pierwsza z nich to „Współpraca firmy z organizacją pozarządową”. W jej ramach bierze się pod uwagę takie kryteria jak: wartość udzielonego wsparcia, długofalowość współpracy z NGO, wpływ udzielonej pomocy na rozwiązywanie problemów społecznych, poziom komunikacji między firmą a organizacją pozarządową, itp. Druga kategoria to „Strategiczne programy społecznego zaangażowania”. Uwzględnia ona takie wymagania jak: rezultaty działań w zakresie społecznego zaangażowania firmy, oryginalność i atrakcyjność podejścia, ocenę skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań (czy i w jaki sposób firma dokonuje ewaluacji swojej działalności społecznej). W każdym roku wybieranych jest około 20 najciekawszych wniosków złożonych w pierwszej kategorii oraz mniej więcej 10 najlepszych wniosków z drugiej kategorii⁸.
- b) **Filary Polskiej Gospodarki** – jest to ranking przygotowany przez „Puls Biznesu” i Coface Poland. Ma on na celu promowanie i nagradzanie firm, które są ważne w swoich regionach, nie tylko ze względu na skalę działania, ale także ze względu na ich znaczenie dla lokalnej społeczności. Filary Polskiej Gospodarki to średnie i duże przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność w sposób uczciwy i przejrzysty, osiągają wyśmienite wyniki finansowe, ale jednocześnie wykazują wysoki poziom wrażliwości społecznej i potrafią pozytywnie reagować na potrzeby okolicznych mieszkańców. Do głosowania zapraszane są osoby prywatne, przedstawiciele firm, instytucji publicznych, mediów i organizacji. Każdy może oddać dowolną liczbę głosów na dowolną liczbę firm, wysyłając SMS lub głosując online⁹.

⁸ www.dobroczyncaroku.pl

⁹ www.biznes-polska.pl

- c) **Firma Równych Szans** – na podstawie badań ankietowych przeprowadzanych wśród pracowników następuje ocena równouprawnienia w siedmiu obszarach: rekrutacja pracowników, dostęp do awansów, ochrona przed zwolnieniem, dostęp do szkoleń, wynagrodzenie za pracę, ochrona przed molestowaniem seksualnym i mobbingiem, możliwość łączenia obowiązków zawodowych z rodzinnymi. Dziecię najlepszych firm zostaje uhonorowanych godłem „Firma równych szans”¹⁰.
- d) **Global Compact** – organizacje zamierzające przystąpić do Global Compact przesyłają na adres Sekretarza Generalnego ONZ list, wyrażający poparcie dla programu i dostarczają raz do roku konkretnego przykładu, świadczącego o postępie w dziedzinie wdrażania zasad Global Compact¹¹.
- e) **Przedsiębiorca roku** – W konkursie może wziąć udział osoba fizyczna, która jest właścicielem lub współwłaścicielem uczestniczącym w zarządzaniu polskim, prywatnym przedsiębiorstwem lub założycielem uczestniczącym w zarządzaniu spółką notowaną na giełdzie. Kandydaci oceniani są wg kilku kryteriów (np. pomysł koncepcja i okoliczności powstania firmy, wyniki finansowe, itp.) wśród których znajdują się także relacje z pracownikami i otoczeniem, w tym również zasad współpracy i etyki, systemu motywacyjnego personelu oraz działalności w zakresie rozwoju społeczności lokalnej¹².
- f) **Przedsiębiorstwo Fair Play** – podmioty gospodarcze oceniane są ze względu na szeroki zestaw kryteriów, wśród których znajdują się m.in. relacje z konkurencją, stosunki z klientami oraz dostawcami, sposób załatwiania reklamacji, terminowość wywiązywania się ze zobowiązań, stosunki z pracownikami panujące w firmie (warunki i bezpieczeństwo w miejscu pracy, świadczenia socjalne, podnoszenie kwalifikacji pracowników itd.), wrażliwość społeczna (działalność charytatywna, społeczna, itp.), traktowanie środowiska naturalnego. 15 najlepszych przedsiębiorstw wyróżnianych jest certyfikatem i tytułem Przedsiębiorstwa Fair Play¹³.
- g) **Social Accountability 8000 (SA 8000)** – standard SA 8000 umożliwia organizacji, która go stosuje opracowanie, wdrażanie i utrzymywanie polityki społecznej odpowiedzialności firmy oraz procedur dotyczących zarządzania aspektami społecznej odpowiedzialności. Wymagania zapisane w tym standardzie dotyczą: pracy dzieci, pracy przymusowej, bezpieczeństwa pracy, wynagrodzeń, godzin pracy itp. Firmy spełniające wymagania SA 8000 mogą poddać się certyfikacji na zgodność z tym standardem. Certyfikacja przeprowadzana jest przez akredytowanych auditorów¹⁴.
- h) **Solidna firma** – W programie uczestniczyć mogą przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność gospodarczą od co najmniej dwóch lat. Organizacje oceniane są pod kątem takich kryteriów jak: terminowość rozliczeń z urzędami skarbowymi, terminowość rozliczeń z pracownikami, spełnienie warunków prawidłowo funkcjonującego zakładu pracy w rozumieniu aktualnych wymagań prawa pracy, udział czynny lub patronacki w szeroko pojętych, nieobowiązkowych działaniach związanych

¹⁰ www.genderindex.pl

¹¹ www.globalcompact.org.pl

¹² www.ey.com/pl/eoy

¹³ <http://przedsiębiorstwo.fairplay.pl>

¹⁴ www.sa8000.org

z ochroną środowiska, posiadanie ubezpieczenia związanego z prowadzoną działalnością gospodarczą, brak prawomocnych wyroków i orzeczeń dotyczących nieprzestrzegania lub naruszania praw konsumenta orzeczonych przez organy sądownicze lub Bankowy Arbitraż Konsumencki, itp. Organizacje, które w wystarczającym stopniu spełniają te kryteria otrzymują tytuł „Solidnej Firmy”¹⁵.

- i) **Solidny Partner** – Uczestnikami programu mogą być osoby prawne lub osoby fizyczne, jednostki organizacyjne prowadzące działalność gospodarczą zarejestrowane i istniejące na polskim rynku co najmniej dwa lata. Ocenie poddawane są: rzetelność rozliczeń, rozstrzyganie sporów i zgodność działania firmy z obowiązującymi przepisami prawa, funkcjonowanie firmy jako pracodawcy, funkcjonowanie firmy jako partnera w biznesie, uczciwa konkurencja oraz rzetelna informacja handlowa i reklama, funkcjonowanie firmy w otoczeniu lokalnym (w środowisku społecznym i naturalnym), a także przygotowanie firmy do funkcjonowania w UE. Organizacje, które w wystarczającym stopniu spełniają te kryteria otrzymują tytuł „Solidnego Partnera”¹⁶.

Na rysunku 1 przedstawione zostały wybrane znaki potwierdzające społeczne zaangażowanie organizacji.

Rys.1. Wybrane znaki potwierdzające spełnienie pewnych kryteriów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu



a) Dobroczyni Roku



c) Firma Równych Szans



d) Przedsiębiorstwo Fair Play



e) Global Compact



g) Solidna Firma



g) Solidny Partner

Ź r ó d ł o: opracowanie własne na podstawie stron internetowych poszczególnych projektów

¹⁵ www.solidnafirma.pl

¹⁶ www.solidnypartner.pl

4. Podsumowanie

Przeprowadzone badanie wykazały, że w Polsce ukształtowało się wiele rozwiązań umożliwiających przedsiębiorstwom potwierdzanie swojego społecznego zaangażowania. Rozwiązania te charakteryzują się dużym zróżnicowaniem zarówno pod względem merytorycznym (np. w zakresie uwzględnianych kryteriów) jak i formalnych (np. odnośnie stosowanych metod oceny podmiotów). Biorąc pod uwagę pierwsze kryterium wskazać można trzy grupy występujących rozwiązań:

- a) podejście kompleksowe – zmierzające do uwzględnienia jak największej liczby obszarów mieszczących się w ramach SOB. Przykładem takiego podejścia jest Przedsiębiorstwo Fair Play, oraz BS 8000;
- b) koncentracja na jednym zagadnieniu mieszczącym się w ramach SOB. Ilustracją takiego podejścia jest konkurs Firma Równych Szans;
- c) uwzględnienie wybranych zagadnień związanych z SOB łącznie z kryteriami dotyczącymi innych zagadnień, np. zysku finansowego. Przykładem takiego rozwiązania jest konkurs Filary Polskiej Gospodarki.

Warto wspomnieć o tym, że w gospodarce funkcjonuje szereg innych rozwiązań potwierdzających zaangażowanie na rzecz społecznej odpowiedzialności. Należą do nich m.in. formy potwierdzania jakości (ISO 9001, Polska Nagroda Jakości, itd.) oraz prośrodowiskowego działania (ISO 14001, EMAS, Lider Polskiej Ekologii, itd.). Ponadto organizacje starają się na różne sposoby uwiarygodniać swoje postępowanie, np. informowanie na stronach internetowych o zaangażowaniu w działalność Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Analizując powyższe rozwiązania pod względem stosowanych procedur postępowania należy stwierdzić, że dominują działania mieszczące się poza systemem oceny zgodności (cechujące się więc niższym uporządkowaniem i niższą wiarygodnością). Ponadto pojawiają się trudne do sklasyfikowania rozwiązania np. polegające na uwiarygodnieniu swojej działalności na podstawie deklarowanych działań jak to ma miejsce np. w przypadku Global Compact.

Przeprowadzone do tej pory badania nie pozwalają na dokonanie oceny wiarygodności, skuteczności oraz efektywności poszczególnych form. Można jednak stwierdzić (m.in. na podstawie analizy liczby podmiotów zaangażowania w poszczególne programy), że mają one bardzo istotne znaczenia dla promocji i popularyzacji zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu – pozwalają bowiem przekładać te zasady na konkretne działania. To natomiast ma istotne znaczenie dla przybliżania koncepcji SOB do praktyki gospodarczej.

Certificates and Awards as the Form of Propagating the Concept of Corporate Social Responsibility

Summary

The interest of the contemporary companies is not only in the fulfillment of social responsibility rules but also in the ways to reliably inform the community about their “ethical face” Such possibility is created by, functioning in economy, systems of awarding certificates, distinctions, prizes etc. (e.g. Przejrzysta Polska, SA 8000, Filary Polskiej Gospodarki, Gender Index, Firma Fair Play etc.). The article characterizes and performs a comparative analysis of the most important initiatives of this kind in Poland.

Key words: *social responsibility, conformity assessment, issuing certificates*