

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W RELACJACH Z DOSTAWCAMI PRZETWÓRCÓW ŻYWNOSCI EKOLOGICZNEJ

Krzysztof RUDZIŃSKI¹, Piotr KAFEL^{2*}, Magdalena WOJNAROWSKA³

¹Szkoła Doktorska UEK, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków, krzysztof.rudzinski@op.pl

²Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków, kafelp@uek.krakow.pl, ORCID 0000-0002-4140-8366

³Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków, wojnarom@uek.krakow.pl, ORCID 0000-0001-7068-1698

* Korespondencja: kafelp@uek.krakow.pl; Tel.: + 12 293 55 89

Streszczenie: Społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi koncepcję, w której organizacja przyjmuje odpowiedzialność za swoje działania w kontekście ekonomicznym, społecznym i środowiskowym. Takie podejście wywiera wpływ na podejmowane przez zarządzających decyzje związane z np. oceną i wyborem odpowiednich dostawców. W związku z tym organizacje stosując założenia społecznej odpowiedzialności biznesu mogą wymagać przestrzegania jej zasad przez swoich interesariuszy. Celem przeprowadzonych badań było określenie sposobu postrzegania wymagań społecznej odpowiedzialności biznesu przez organizacje zajmujące się produkcją żywności ekologicznej w relacjach z dostawcami. Wyniki opracowanych badań wskazują na występowanie różnic pomiędzy poszczególnymi grupami organizacji. W szczególności duże organizacje zwracają większą uwagę na przestrzeganie wymagań CSR przez swoich dostawców.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, CSR, dostawcy, PN-ISO 26000, żywność ekologiczna.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN RELATIONS WITH SUPPLIERS ORGANIC FOOD PRODUCERS

Abstract: Corporate social responsibility is a concept in which an organization takes responsibility for its actions in an economic, social and environmental context. Taking into account not only economic, but also environmental and social aspects in the functioning of the organization influences the decisions made by them, related to, for example, the selection of appropriate suppliers. Therefore, when applying the principles of corporate social responsibility, organizations may require compliance with its principles by their stakeholders. The aim of the research was to determine the way of perceiving the requirements of corporate social responsibility by organizations involved in the processing of organic food. The results of the research indicate the existence of differences between individual groups of organizations. These differences are, among others, in organizations of various sizes, where

organizations employing a larger number of people control compliance with CSR requirements by their suppliers.

Keywords: corporate social responsibility, CSR, suppliers, PN-ISO 26000, requirements, organic food.

1. Wprowadzenie

W obecnych czasach funkcjonowanie i działania organizacji wymagają ciągłego poszukiwania i wdrażania nowych rozwiązań, które pozwolą na utrzymanie przewagi konkurencyjnej. Wzrastająca konkurencyjność sprawia, że przetrwanie organizacji nie może być uzależnione tylko i wyłącznie od wypełniania celów podstawowych i kwestii ekonomicznych. Podejmowane przez organizacje działania powinny mieć na uwadze kreowanie więzi z otoczeniem zewnętrznym m.in. z dostawcami, klientami czy społecznością lokalną (Sikora, 2019). Istotną rolę w tym procesie odgrywa koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu.

Wykorzystanie zasad postępowania etycznego widoczne było w prowadzeniu działalności już za czasów starożytnych. Ówczesni filozofowie jak np. Platon i Sokrates uważali, że człowiek powinien kierować się moralnością w swoich poczynaniach. Arystoteles z kolei twierdził, że elementem cnoty człowieka jest etyka. Rozważania filozofów starożytnych stanowią początek pojawienia się społecznej odpowiedzialności biznesu (Michalik, 2018).

Za ojca koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu przyjmuje się H. Bowen'a, który w latach pięćdziesiątych XX wieku opublikował autorską książkę pt. „Social Responsibilities of the Businessman” (Bowen, 1953). W swoich założeniach postulował on, że zadaniem ludzi zajmujących się biznesem jest respektowanie, a także rozumienie interesów społeczeństwa podczas podejmowania decyzji związanych z różnymi sferami organizacji tj. produkcji czy sprzedaży (Doś, 2019). Według niego organizacja posiada siłę decyzyjną, która może mieć wpływ na podejmowane działania, a także na społeczeństwo. Przyjął on, że CSR ma charakter wspomagający dla biznesu, co stanowi cel stosowania tego mechanizmu. Zainteresowanie tym podejściem w kolejnych latach wzrosło i zaczęły pojawiać się szczegółowe rozwiązania oraz definicje (Isa, 2012).

Jedną z najczęściej przytaczanych w literaturze jest definicja opracowana i przedstawiona w normie PN-ISO 26000:2012. Zgodnie z treścią normy, CSR stanowi nic innego jak branie odpowiedzialności za konsekwencje podejmowanych decyzji oraz działań dla społeczeństwa i środowiska (ISO, 2012). Wiele z definicji przytaczanych w publikacjach wskazuje na to, że odpowiedzialność społeczna biznesu stanowi odpowiedzialność względem stron zainteresowanych (Idasiak, 2018; Smith, and Rhiney, 2020). Zatem niezwykle istotne jest

uwzględnianie relacji z różnymi interesariuszami w tworzeniu społecznie odpowiedzialnych organizacji.

Celem przedstawionych w artykule badań było określenie sposobu postrzegania wymagań społecznej odpowiedzialności biznesu przez organizacje zajmujące się produkcją żywności ekologicznej w ramach relacji z dostawcami.

Istota społecznej odpowiedzialności biznesu i jej kluczowe obszary

Społeczna odpowiedzialność biznesu powiązana jest z założeniami zrównoważonego rozwoju uwzględniając zasady etyczne, ekologiczne i ekonomiczne (Wolska, 2018). CSR skupia w sobie założenia zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialność koncentrującą swoją uwagę na potrzebach społecznych. Zrównoważony rozwój odgrywa istotną rolę w przyszłym funkcjonowaniu organizacji, natomiast podejmowanie odpowiednich decyzji musi opierać się na odpowiedzialności zorientowanej na potrzeby społeczeństwa (Żurek, 2017). Ponadto, ważnym aspektem CSR jest świadomość tej odpowiedzialności nie tylko na rzecz interesariuszy organizacji, ale również odpowiedzialność w zakresie otoczenia zewnętrznego wliczając w to środowisko naturalne (Kwarcieńska, 2018).

Zmiany w funkcjonowaniu organizacji w coraz większym stopniu uzależnione są od podnoszącego się poziomu świadomości ekologicznej jak i społecznej. W związku z tym wzrasta liczba organizacji opierających swoją strategię na koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (Michalczyk, and Konarzewska, 2020). Powoduje to coraz większe zainteresowanie ze strony organizacji kwestiami raportowania CSR jak również czynnikami wpływającymi na ten proces tj. presja interesariuszy czy wielkość organizacji (Hąbek, and Wolniak, 2015). Przyczynia się to do opracowania i wprowadzania standardów do raportowania kwestii związanych z CSR. Brak jednolitych standardów w tym zakresie skutkuje stosowaniem przez organizacje różnych norm i wytycznych opracowanych przez np. UNGC (United Nations Global Compact), OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju), ILO (Międzynarodowa Organizacja Pracy) czy ISO (Międzynarodowa Organizacja Normalizująca) (Kamiński, 2020). Raportowaniem zagadnień z obszaru CSR zajmuje się również organizacja GRI (Global Reporting Initiative). Wytyczne sprawozdawczości GRI związane są z innymi formami raportowania CSR proponowanymi m.in. przez UNGC. Działania tej organizacji dotyczą opracowywania wskaźników i zasad pozwalających na pomiar i raportowanie efektów związanych z obszarami zrównoważonego rozwoju: ekonomicznym, społecznym i środowiskowym (Różańska, 2015). Istotną rolę w raportowaniu kwestii związanych z CSR w krajach UE odgrywa Dyrektywa 2013/34/UE. Dotyczy ona w głównej mierze sprawozdawczości finansowej jednak wskazuje, że nie należy ograniczać się tylko i wyłącznie do aspektów finansowych, ale również skupiać uwagę na analizach społecznych, środowiskowych i aspektach pracowniczych, uwzględniając przy tym m.in. prawa człowieka (UE, 2013). Jedną z popularniejszych wytycznych dla wdrażania i sprawozdawczości społecznej odpowiedzialności biznesu jest norma PN-ISO 26000:2012.

Stanowi ona zbiór różnych narzędzi dostępnych na rynku z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Przedstawione w niej założenia CSR opierają się na podejściu systemowym i podstawowym założeniu wzajemnych relacji między interesariuszami organizacji tj. społeczeństwo czy środowisko (Żemigala, 2013). Istotnym elementem normy są kluczowe obszary do których odnosi się społeczna odpowiedzialność biznesu. Należą do nich: ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienia konsumenckie, zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej (ISO, 2012; Szrajnert, 2019). W tabeli 1 przedstawiono charakterystykę siedmiu kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu.

Tabela 1.
Kluczowe obszary społecznej odpowiedzialności biznesu

Obszar	Charakterystyka
Ład organizacyjny	Ład organizacyjny stanowi najważniejszy czynnik pozwalający organizacji postępować zgodnie z zasadami CSR. Istotnym elementem w tym obszarze jest uwzględnianie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu zarówno w procesach decyzyjnych jak również w przywództwie. Nie chodzi tutaj jedynie o podejmowanie decyzji ale również motywowanie pracowników do postępowania zgodnie z zasadami CSR.
Prawa człowieka	Prawa człowieka są uznawane i szanowane w każdym państwie, a ich ochrona oraz realizacja są obowiązkiem władz. W związku z tym organizacje również zobligowane są do ich przestrzegania. Prawa człowieka jako obszar CSR związane są z różnymi aspektami tj. kwestie dyskryminacji i grup szczególnie wrażliwych (np. kobiety, osoby niepełnosprawne, dzieci, itd.), fundamentalne zasady i prawa pracy (np. zakaz pracy przymusowej, zakaz pracy dzieci czy zakaz dyskryminacji, zakaz stosowania kar).
Praktyki z zakresu pracy	Posiadają one istotny wpływ na respektowanie obowiązujących praw oraz posiadają podstawowe znaczenie dla osiągnięcia sprawiedliwości społecznej, pokoju i stabilności. Ten obszar związany jest m.in. z warunkami pracy i ochroną socjalną (np. odpowiedni poziom wynagrodzeń, czas pracy), jak również z kwestiami bezpieczeństwa (np. zapewnienie odpowiednich warunków BHP).
Środowisko	Środowisko jest bardzo ważnym aspektem odpowiedzialności społecznej ze względu na to, że stanowi niezbędny warunek umożliwiający przetrwanie ludzkiemu gatunkowi. Aspekty środowiskowe są powiązane z pozostałymi obszarami CSR. Istotnym elementem ze strony CSR dla środowiska jest edukacja pozwalająca na promowanie założeń rozwoju zrównoważonego społeczeństwa. Obszar ten obejmuje również m.in. zapobieganie powstawaniu zanieczyszczeń czy zrównoważone wykorzystanie zasobów.
Uczciwe praktyki operacyjne	Związane są one z stosowanymi przez organizacje metodami pozwalającymi na osiągnięcie pozytywnych rezultatów z wykorzystaniem relacji z innymi organizacjami. Taki cel możliwy jest do osiągnięcia w wyniku odpowiedniego przywództwa, a także rozpowszechniania postaw odpowiedzialnych społecznie w organizacji. Obszar ten dotyczy takich działań jak: przeciwdziałanie korupcji, uczciwość konkurencyjna czy poszanowanie praw własności.
Zagadnienia konsumenckie	Związane są one z m.in. sprawiedliwymi praktykami marketingowymi, ochroną danych i prywatnością czy ochroną zdrowia i bezpieczeństwem jak również zrównoważoną konsumpcją.
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Relacje pomiędzy organizacją a społeczeństwem powinny być wynikiem zaangażowania społecznego, które pozwala na rozwój lokalnej społeczności. Obydwa te elementy stanowią ważne aspekty rozwoju zrównoważonego. Są to praktyki związane z m.in. zaangażowaniem społecznym czy edukacją i kulturą.

Źródło: opracowanie własne na podstawie PN-ISO 26000:2012, Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu, PKN 2012.

Organizacje budują swoją wartość poprzez korzystanie z różnych norm, narzędzi oraz standardów. Możliwe jest to do osiągnięcia poprzez m.in. respektowanie oczekiwań zainteresowanych stron, rozwój organizacji i ciągłe jej doskonalenie czy też podnoszenie świadomości w kontekście bycia społecznie odpowiedzialnymi (Mazur-Wierzbicka, 2017). Opisana powyżej wymagania normy PN-ISO 26000:2012 charakteryzuje koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu w ujęciu uniwersalnym dla organizacji. Istnieją jednak inne standardy za pomocą, których możliwe jest regulowanie założeń społecznej odpowiedzialności w wybranych obszarach. Należą do nich m.in. (Khovrak, 2017):

- PN-EN ISO 9001:2015 „System zarządzania jakością. Wymagania” – pozwala m.in. na zwiększenie skuteczności, wzrost zadowolenia klientów oraz przyciąganie nowych,
- Systemy zarządzania środowiskiem np. EMAS (minimalizacja zagrożeń środowiskowych, poprawa wizerunku organizacji, poprawa relacji z interesariuszami), PN-EN ISO 14001:2015 „Systemy zarządzania środowiskowego. Wymagania i wytyczne stosowania” (określa narzędzia za pomocą których organizacje mogą podejmować działania z zakresu kwestii środowiskowych),
- PN-ISO 45001:2018 „System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy. Wymagania i wytyczne stosowania” – ograniczenie ryzyka dla pracowników,
- SA 8000 „Odpowiedzialność społeczna” – zapewnienie godnej pracy dla sektorów przemysłowych.

Wdrażanie i opracowywanie standardów do raportowania zagadnień związanych z społeczną odpowiedzialnością biznesu jest trudnym zadaniem ze względu na to, że istnieją różne grupy interesariuszy, o różnych wymaganiach, które muszą zostać spełnione (Hąbek, and Wolniak, 2016). Konieczne w tym aspekcie jest korzystanie z dialogu odpowiedzialnego, który pozwala nie tylko na rozwój organizacji i jej pracowników, ale również daje możliwość głębszego przeanalizowania i rozpoznania określonych potrzeb stron zainteresowanych. Istotą dialogu odpowiedzialnego społecznie jest uznanie, że interesariusze organizacji nie są zasobami, które mogą wykorzystywać, lecz stanowią jej potencjał (Filek, 2018).

Spoleczna odpowiedzialność biznesu a relacje z dostawcami

Uwzględnianie aspektów społecznych, ekonomicznych oraz środowiskowych jest szczególnie widoczne w relacjach organizacji z dostawcami. Obecnie budowanie relacji w coraz większym stopniu związane jest właśnie z opracowywaniem oraz wdrażaniem zasad odpowiedzialności społecznej, a nie z jakością jak to było do tej pory (Jedynak et al., 2019). W ramach inicjatywy United Nations Global Compact opracowano 10 zasad wiążących ze sobą działania organizacji na poziomie strategicznym z zasadami dotyczącymi m.in. praw człowieka czy ochrony środowiska (UN Global Compact, 19.03.2021). W tabeli 2 przedstawione zostały zasady UN Global Compact.

Tabela 2.

Zasady społecznej odpowiedzialności biznesu według UN Global Compact

Obszar	Zasady
Prawa człowieka	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacje powinny respektować i wspierać ochronę międzynarodowych praw człowieka, • Organizacje powinny likwidować wszystkie incydenty powodujące łamanie praw człowieka przez organizacje.
Prawa pracy	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacje powinny być zwolennikami wolności zrzeszania się i uwzględniać prawo do zbiorowych negocjacji w praktyce, • Organizacje powinny wspierać walkę z niewolnictwem i pracą przymusową, • Organizacje powinny pomagać w eliminacji pracy dzieci, • Organizacje powinny przyczyniać się do eliminacji przejawów dyskryminacji w sferze zatrudnienia.
Ochrona środowiska	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacje powinny sprzyjać realizacji prewencyjnych postaw w zwalczaniu problemów środowiskowych, • Organizacje powinny podejmować działania, których celem jest szerzenie odpowiedzialności środowiskowej. • Organizacje powinny wspierać rozwój i propagować przyjazne środowisku technologie.
Przeciwdziałanie korupcji	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacje powinny zwalczać wszelkie przejawy korupcji (m.in. łapówkarstw i wymuszeniom).

Zródło: opracowanie własne na podstawie: <https://ungc.org.pl/o-nas/obszary-dzialan/> (data dostępu: 19.03.2021).

Zasady te dotyczą kwestii środowiskowych tj. ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko, jak również związane są z rozpowszechnianiem zachowań o charakterze etycznym wśród wewnętrznych jak i zewnętrznych stron zainteresowanych (Urbaniak, 2016). Istotne znaczenie wśród kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu mają prawa człowieka oraz prawa związane z pracą (np. zakaz dyskryminacji, zakaz pracy dzieci itd.). Oprócz tego, że organizacje same przestrzegają tych zasad, również często oczekują ich poszanowania przez dostawców i podwykonawców (Wratny, 2016).

Jednym z czynników cechujących społecznie odpowiedzialny biznes jest właściwy dobór dostawców. Sprawia to, że istotnym elementem relacji z dostawcami jest odpowiednie zarządzanie łańcuchem dostaw. Związane z nim ryzyko stanowi jedno z wyzwań dla organizacji w dobie globalizacji zaopatrzenia czy dystrybucji. W związku z tym organizacje powinny monitorować oraz kontrolować standardy wprowadzane przez podwykonawców oraz dostawców (Cywiński, 2018). W normie PN-ISO 26000:2012 wskazano, że uwzględnianie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu dostaw jest jednym z elementów wchodzących w skład obszaru związanego z uczciwymi praktykami rynkowymi (Kaźmierczak, 2016). Dodatkowo w przypadku organizacji, które wdrażają znormalizowane systemy zarządzania, wymagana jest formalna kwalifikacja i wybór dostawców. Częstym zabiegiem stosowanym przez organizacje jest wprowadzanie założeń społecznej odpowiedzialności biznesu jako integralnej części umowy w ramach współpracy z dostawcami (Sosnowski, and Bojanowska, 2018).

2. Metody

Celem przeprowadzanych badań było określenie sposobu postrzegania wymagań społecznej odpowiedzialności biznesu przez organizacje zajmujące się produkcją żywności ekologicznej w relacjach z dostawcami. Badania zostały przeprowadzone za pomocą ankiety elektronicznej, w której organizacje wskazywały czy podczas współpracy z dostawcami wymagają gwarancji oraz czy sprawdzają przestrzegania wymagań CSR. Próbę badawczą stanowili certyfikowani przetwórcy rolnictwa ekologicznego w Polsce. Według baz danych pochodzących z krajowego regulatora rolnictwa ekologicznego w 2018 roku do tej grupy należało 910 przetwórców. W badaniach uwzględniono warunek, że organizacje te muszą przez minimum 2 lata uczestniczyć w systemie certyfikacji ekologicznej. Spośród ustalonej liczby przetwórców wylosowano 300 organizacji do których następnie została przesłana ankieta elektroniczna. Kwestionariusze ankietowe wysłane zostały do kadry kierowniczej odpowiedzialnej za funkcjonowanie systemów jakości i bezpieczeństwa żywności w badanych organizacjach oraz procesy certyfikacji produktów ekologicznych. Informację zwrotną w przeprowadzonych badaniach uzyskano od 46 organizacji. Przeprowadzenie ankiety miało miejsce we wrześniu 2020 roku.

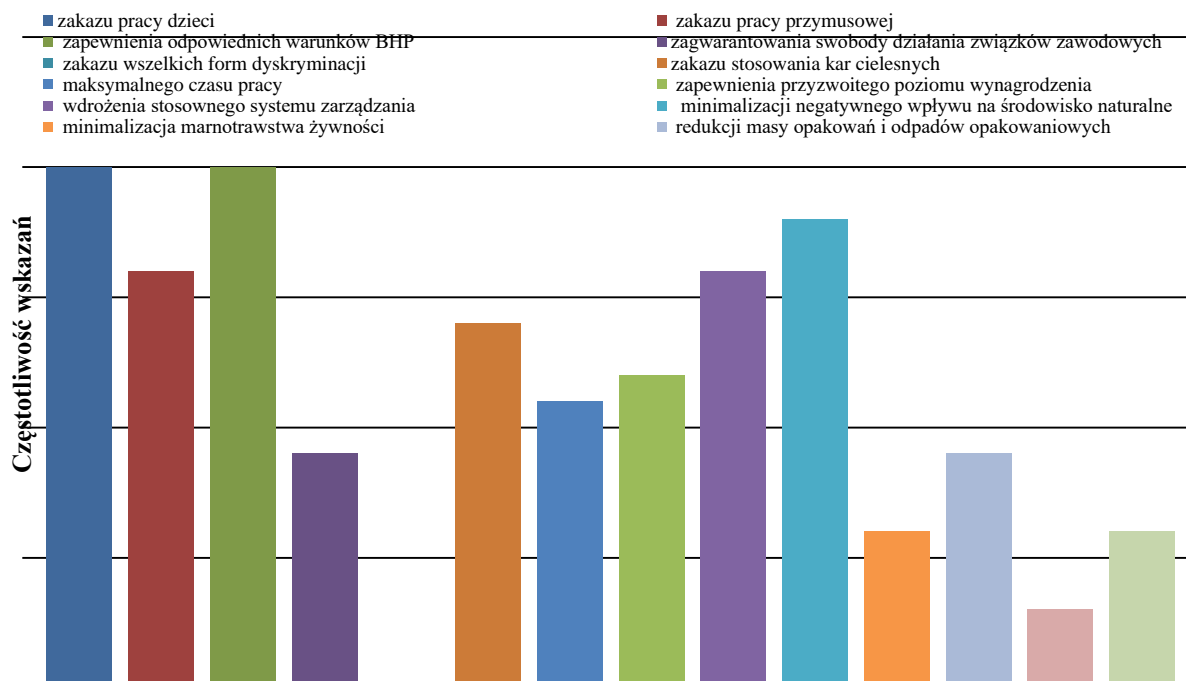
W badanej próbie, dwie organizacje określiły swój zasięg sprzedaży jako regionalny. Więcej było organizacji o zasięgu ogólnopolskim czy międzynarodowym (odpowiednio 24 i 20). Badane organizacje wskazywały również liczbę zatrudnionych osób. Najwięcej z nich (18) zadeklarowało, że zatrudnia od 11 do 50 osób. Wśród pozostałych organizacji 17 zatrudnia poniżej 11 osób w swoim przedsiębiorstwie, natomiast powyżej 50 osób zatrudnia 11 organizacji z badanych.

Wszyscy respondenci, biorący udział w badaniach posiadali wdrożone wymagania przetwórstwa produktów rolnictwa ekologicznego zgodne z Rozporządzeniem Rady (WE) 834/2007 oraz obowiązkowy system bezpieczeństwa żywności HACCP. Część badanych organizacji wskazywała dodatkowo wdrożenie i certyfikację dobrowolnych standardów zarządzania, do których należą: ISO 9001 (10), ISO 14001 (9), ISO 22000 (7), PN-N 18001 / OHSAS 18001 / ISO 45001 (5), IFS Food (6), BRC Food (6).

3. Wyniki badań i dyskusja

W przeprowadzonych badaniach poproszono organizacje o wskazanie tych założeń koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, które są wymagane i sprawdzane podczas współpracy z dostawcami oraz odbiorcami. Strukturę odpowiedzi przedstawiono na wykresie 1. Największa liczba wskazań dotyczyła zapewnienia odpowiednich warunków BHP (20),

minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko naturalne (18) oraz zakazu pracy dzieci (20).



Wykres 1. Wymagania organizacji dla społecznej odpowiedzialności biznesu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Wszystkie wymogi wskazane w badaniach stanowią elementy składowe normy PN-ISO 26001. W ramach badania porównano poszczególne odpowiedzi uwzględniając takie kryteria jak: zasięg sprzedaży, ilość zatrudnianych osób czy rodzaj wdrożonych systemów zarządzania. Pierwszą analizę porównawczą przedstawia tabela 3. Dotyczy ona wskazań konkretnych wymagań CSR w zależności od skali sprzedaży produktów. W tabeli nie uwzględniono skali lokalnej/regionalnej ze względu na bardzo małą liczebność grupy (2 organizacje). W związku z tym porównywanie tej grupy z pozostałymi uznano za niemiarodajne.

Tabela 3.

Wymagania CSR w zależności od zasięgu sprzedaży produktów

Nazwa wymagania CSR	Zasięg sprzedaży produktów	
	międzynarodowy	ogólnopolski
	częstotliwość wskazań	
Zakazu pracy dzieci	45,0%	45,8%
Zakazu pracy przymusowej	45,0%	33,3%
Zapewnienia odpowiednich warunków BHP	55,0%	37,5%
Zagwarantowania swobody działania związków zawodowych	20,0%	20,8%
Zakazu wszelkich form dyskryminacji	0,0%	0,0%
Zakazu stosowania kar cielesnych	40,0%	29,2%
Maksymalnego czasu pracy	30,0%	16,7%
Zapewnienia przyzwoitego poziomu wynagrodzenia	35,0%	20,8%
Wdrożenia stosownego systemu zarządzania	45,0%	25,0%

Minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko naturalne	45,0%	37,5%
--	-------	-------

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 3 - cd.

Wymagania CSR w zależności od zasięgu sprzedaży produktów

Minimalizacja marnotrawstwa żywności	15,0%	12,5%
Redukcji masy opakowań i odpadów opakowaniowych	15,0%	25,0%
Inne	5,0%	8,3%
Brak weryfikacji powyższych wymagań	10,0%	16,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Struktura wskazań poszczególnych wymagań CSR dla zasięgu międzynarodowego oraz ogólnopolskiego jest zbliżona. Organizacje o zasięgu międzynarodowym częściej wskazują na sprawdzanie swoich dostawców w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu. Organizacje o zasięgu międzynarodowym najczęściej wskazywały zapewnienie odpowiednich warunków BHP (55,0%). W przypadku organizacji o zasięgu ogólnopolskim najczęściej wymagany był zakaz pracy dzieci (45,8%). Co ciekawe, w badanej próbie znalazły się również organizacje o zasięgu zarówno ogólnopolskim jak i międzynarodowym, które nie weryfikują tych wymagań w ramach współpracy z dostawcami. Poziom ten jest podobny.

Drugą analizę porównawczą zastosowano w zależności od wielkości przedsiębiorstwa (liczba zatrudnionych osób). Procentowe wskazania poszczególnych wymagań CSR zestawiono w postaci tabeli 4.

Tabela 4.

Wymagania CSR w zależności od liczby zatrudnionych osób

Nazwa wymagania	Wielkość przedsiębiorstwa liczba zatrudnionych		
	2-10	11-50	51-250
	Częstotliwość wskazań		
Zakazu pracy dzieci	23,5%	61,1%	45,5%
Zakazu pracy przymusowej	29,4%	38,9%	45,5%
Zapewnienia odpowiednich warunków BHP	35,3%	44,4%	63,6%
Zagwarantowania swobody działania związków zawodowych	17,6%	22,2%	18,2%
Zakazu wszelkich form dyskryminacji	0,0%	0,0%	0,0%
Zakazu stosowania kar cielesnych	23,5%	38,9%	36,4%
Maksymalnego czasu pracy	11,8%	27,8%	36,4%
Zapewnienia przyzwoitego poziomu wynagrodzenia	11,8%	27,8%	45,5%
Wdrożenia stosownego systemu zarządzania	17,6%	27,8%	72,7%
Minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko naturalne	29,4%	33,3%	63,6%
Minimalizacja marnotrawstwa żywności	11,8%	11,1%	18,2%
Redukcji masy opakowań i odpadów opakowaniowych	11,8%	22,2%	27,3%
Inne	11,8%	5,6%	0,0%
Brak weryfikacji powyższych wymagań	23,5%	0,0%	18,2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W tym przypadku różnice pomiędzy wskazaniami dla poszczególnych kryteriów są bardziej widoczne. Organizacje zatrudniające małą liczbę pracowników w mniejszym stopniu wymagają od swoich dostawców przestrzegania wytycznych CSR. Wynik ten jest zbieżny z

badaniami prezentowanymi przez np. Drews (2015), Ejdys i Gulc (2015), Marcinkowska i inni (2016). W pozostałych dwóch przedziałach poziom ten jednak jest zbliżony. Organizacje zatrudniające od 51 do 250 osób wskazują większą ilość wytycznych, których oczekują od swoich dostawców niż w przedziale 11-50. Jednym z wymagań, który został wskazany w największym stopniu dla dużych organizacji było wdrożenie systemu zarządzania (72,7%). W organizacjach średniej wielkości w największym stopniu wymagają zakazu pracy dzieci, co nie jest aż tak często wskazywane przy organizacjach dużych. Być może organizacje uznały, że wymagane jest to przez prawo więc nie muszą tego weryfikować.

Ostatnią analizę porównawczą przeprowadzono uwzględniając certyfikację dobrowolnych systemów zarządzania w badanych organizacjach. Badane organizacje podzielono na dwie grupy. Do pierwszej z nich zaklasyfikowano organizacje posiadające, przynajmniej jeden certyfikowany system zarządzania. Drugą grupę stanowią organizacje nie posiadające takich systemów zarządzania. Analiza porównawcza wraz z częstotliwością wskazań założeń CSR przedstawione zostały w tabeli 5.

Tabela 5.
Wymagania CSR w zależności od systemów zarządzania

Nazwa wymagania	Systemy zarządzania	
	Certyfikowany system	Brak certyfikowanego systemu
	Częstotliwość wskazań	
Zakazu pracy dzieci	55,0%	34,6%
Zakazu pracy przymusowej	45,0%	30,8%
Zapewnienia odpowiednich warunków BHP	55,0%	38,5%
Zagwarantowania swobody działania związków zawodowych	20,0%	19,2%
Zakazu wszelkich form dyskryminacji	0,0%	0,0%
Zakazu stosowania kar cielesnych	40,0%	26,9%
Maksymalnego czasu pracy	30,0%	15,4%
Zapewnienia przyzwoitego poziomu wynagrodzenia	40,0%	15,4%
Wdrożenia stosownego systemu zarządzania	50,0%	23,1%
Minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko naturalne	50,0%	30,8%
Minimalizacja marnotrawstwa żywności	15,0%	11,5%
Redukcji masy opakowań i odpadów opakowaniowych	25,0%	15,4%
Inne	5,0%	7,7%
Brak weryfikacji powyższych wymagań	10,0%	15,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Przedstawione w tabeli 5 wyniki, wskazują że występują różnice pomiędzy organizacjami posiadającymi wdrożone i certyfikowane systemy zarządzania, a tymi które takich systemów nie posiadają. Częstotliwość wskazań wymagań, które weryfikują organizacje podczas współpracy z dostawcami jest wyższa w przypadku organizacji posiadających certyfikowane systemy zarządzania. Respektowanie wybranych wymagań CSR oraz wymagań prawnych zapisane jest w innych systemach zarządzania organizacjami (tymi, które posiadają organizacje o większej ilości wskazań wymagań). Wdrożenie tych systemów może być przyczyną formalnej weryfikacji większej liczby wymagań przez organizacje.

Połowa z badanych organizacji deklarujących stosowanie wybranych systemów zarządzania wskazuje, że wymaga aby dostawcy z którymi współpracują również mieli wdrożone adekwatne systemy zarządzania. Według Tundys (2018) posiadanie systemów środowiskowych dla około 30 % badanych organizacji zajmujących się produkcją żywności ekologicznej stanowi ważny czynnik wyboru dostawców. W badaniach tych jednak nie jest wskazane, że badane organizacje posiadają systemy środowiskowe. Jak wskazuje Nowak (2013) dobór dostawców związany jest z jakością oferowanych produktów, która wiąże się z potwierdzeniem zgodności z normami i posiadaniem określonych certyfikatów. W związku z tym obecność certyfikowanych systemów zarządzania stanowi istotny aspekt współpracy z dostawcami.

Na takim samym poziomie ukształtowała się minimalizacja negatywnego wpływu na środowisko naturalne – co może wynikać z obecności systemów zarządzania środowiskowego. Podobną sytuację można zaobserwować w przypadku zapewnienia odpowiednich warunków bezpieczeństwa i higieny pracy. Organizacje nie posiadające systemów zarządzania wymagają od swoich dostawców przestrzegania wymagań, które uregulowane są głównie przez kwestie prawne.

4. Podsumowanie

Celem przeprowadzanych badań było określenie sposobu postrzegania wymagań społecznej odpowiedzialności biznesu przez organizacje zajmujące się produkcją żywności ekologicznej w relacjach z dostawcami. Badania wykazały, że organizacje wymagają i kontrolują przestrzegania założeń społecznej odpowiedzialności biznesu podczas współpracy z dostawcami. Jednak pomiędzy organizacjami należącymi do tej samej grupy producentów (zajmujących się produkcją żywności ekologicznej) występują różnice w kontrolowaniu wymagań. Te różnice widoczne są w momencie pogrupowania organizacji w zależności od kryteriów tj. wielkość organizacji, zasięg sprzedaży czy obecność systemów zarządzania. Duże organizacje i o szerszym zasięgu sprzedaży weryfikują i wymagają od swoich dostawców większej liczby założeń CSR. Posiadanie przez badane organizacje systemów zarządzania związane jest również z dostrzeganiem szerszego funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu. Badane organizacje posiadające wdrożone adekwatne systemy zarządzania wymagają ich również od swoich dostawców. Wynikać może to z funkcjonowania i zobowiązań wobec tychże systemów.

Reasumując, rozwój organizacji ma znaczenie dla założeń CSR, bowiem organizacje duże, o większym zasięgu dostrzegają potrzebę bycia społecznie odpowiedzialnymi w różnych obszarach. Co więcej wymagają i weryfikują realizację założeń CSR wśród dostawców z którymi współpracują. Organizacje posiadające systemy zarządzania zwracają

Społeczna odpowiedzialność biznesu...

uwagę na przestrzeganie założeń CSR w znacznie szerszym zasięgu niż organizacje nie posiadające takich systemów. Organizacje, w których nie wdrożono systemów zarządzania najczęściej kontrolują założenia wynikające z aspektów prawnych.

Źródło finansowania

Projekt finansowany w ramach programu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod nazwą "Regionalna Inicjatywa Doskonałości" w latach 2019-2022 nr projektu: 021/RID/2018/19, kwota dofinansowania: 11 897 131,40 zł.

Bibliografia

1. Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper.
2. Cywiński, M. (2018). Koncepcja CSR wobec integracji łańcucha logistycznego. *Zeszyty Naukowe ZPSB Firma i Rynek*, 1(53), 37–45.
3. Doś, A. (2019). Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw z perspektywy ekonomii dobrobytu. *Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym*, 22, 21–36. Doi: <https://doi.org/10.18778/1899-2226.22.4.02>
4. Drews, A. (2015). Corporate Social Responsibility w sektorze MŚP. *Acta Universitatis Nicolai Copernici Zarządzanie*, 42, 31–45. Doi: https://doi.org/10.12775/AUNC_ZARZ.2015.003
5. Ejdys, J., and Gulc, A. (2015). Koncepcja społecznej odpowiedzialności narzędziem poprawy innowacyjności przedsiębiorstw sektora MŚP. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 378, 103–115. Doi: <https://doi.org/10.15611/pn.2015.378.08>
6. Filek, J. (2018). Społeczna odpowiedzialność biznesu jako nowa forma dialogu w obszarze działań gospodarczych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 5, 97–113. Doi: <https://doi.org/10.15678/ZNUEK.2018.0977.0506>
7. Hąbek, P., and Wolniak, R. (2015). Factors Influencing the Development of CSR Reporting Practices: Experts' versus Preparers' Points of View. *Engineering Economics*, 26, 560–570. Doi: <https://doi.org/10.5755/j01.ee.26.5.7690>
8. Hąbek, P., and Wolniak, R. (2016). Relationship between Management Practices and Quality of CSR Reports. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 220, 115–123. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.475>
9. Idasiak, M. (2018). Społeczna odpowiedzialność biznesu w strategii zarządzania przedsiębiorstw przemysłu piwowarskiego w Polsce. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie*, 29, 278–289. Doi: <https://doi.org/10.17512/znpcz.2018.1.24>
10. Isa, S. M. (2012). Corporate Social Responsibility: What can we Learn from the Stakeholders? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 327–337. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.130>
11. ISO. (2012). *PN - ISO 26000:2012 Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu*.
12. Jedynek, M., Kuźniarska, A., and Mania, K. (2019). Relacje z dostawcami w spółkach z RESPECT Index. *Studia I Prace Kolegium Zarządzania I Finansów*, 175, 49–68.
13. Kamiński, R. (2020). Raportowanie zagadnień z obszaru społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w świetle przepisów prawa i doświadczeń praktycznych. *Economic Journal of Lesia Ukrainka Eastern European National University*, 1, 87–98. Doi: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-01-87-98>
14. Kaźmierczak, M. (2016). Wpływ społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa na zarządzanie łańcuchem dostaw. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 4, 74–94. Doi: <https://doi.org/10.18559/SOEP.2016.12.6>
15. Khovrak, I. (2017). Odpowiedzialność społeczna jako strategia przywództwa przedsiębiorstwa na rynku. *Zarządzanie Publiczne*, 3, 391–401. Doi: <https://doi.org/10.4467/20843968ZP.16.030.7245>
16. Kwarciańska, A. (2018). Wdrażanie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu jako aplikacyjny wyraz idei zrównoważonego rozwoju. Stan i perspektywy. *Prace Naukowe*

- Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 539, 128–135. Doi: <https://doi.org/10.15611/pn.2018.539.12>
17. Marcinkowska, E., Sawicka, J., & Stronczek, A. (2016). Społeczna odpowiedzialność biznesu jako koncepcja istotna dla funkcjonowania MŚP. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 299, 207–221.
 18. Mazur-Wierzbicka, E. (2017). Przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu. In Ł. Sułkowski & A. Marjański (Eds.), *Przedsiębiorczość w dobie wyzwań rozwojowych* (pp. 119–132). Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk. Retrived from <http://piz.san.edu.pl/index.php?id=10>
 19. Michalczuk, G., & Konarzewska, U. (2020). Standardization of corporate social responsibility reporting using the GRI framework. *Optimum. Economic Studies*, 1, 74–88. Doi: <https://doi.org/10.15290/oes.2020.01.99.06>
 20. Michalik, A. (2018). Społeczna odpowiedzialność biznesu - od koncepcji etycznej do instrumentu marketingu. In K. Wach & A. Marjaniski (Eds.), *Uwarunkowania internacjonalizacji przedsiębiorstw w dobie gospodarki przedsiębiorczej* (pp. 219–229). Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk. Retrived from <http://piz.san.edu.pl/index.php?id=10>
 21. Nowak, D. (2013). Determinanty doboru i selekcji dostawców w przedsiębiorstwach przemysłowych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 64, 373–384.
 22. Różańska, E. (2015). Integracja standardów raportowania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 3(1), 167–177.
 23. Sikora, E. (2019). Społeczna odpowiedzialność biznesu jako element budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. *Zarządzanie i Finanse*, 17(1), 49–59.
 24. Smith, D., and Rhiney, E. (2020). CSR commitments, perceptions of hypocrisy, and recovery. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 5, 1–12. Doi: <https://doi.org/10.1186/s40991-019-0046-7>
 25. Sosnowski, P. C., and Bojanowska, A. (2018). Environmental and Social Aspects of Supplier Relationship Management. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Oeconomica*, 5, 115–130. Doi: <https://doi.org/10.18778/0208-6018.331.07>
 26. Szrajnert, M. (2019). Ocena stanu wdrażania wytycznych normy ISO 26000:2012 dotyczących kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie*, 1, 99–116. Doi: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.2424>
 27. Tundys, B. (2018). Problematyka wyboru dostawcy w zielonym łańcuchu dostaw - studium analityczne. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 1, 263–277. Doi: <https://doi.org/10.15611/pn.2018.505.20>
 28. UE. (2013). *Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/34/UE z dnia 26.06.2013 r. w sprawie rocznych sprawozdań finansowych, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i powiązanych sprawozdań niektórych rodzajów jednostek, zmieniająca dyrektywę Parlamentu Europejsk.*
 29. UN Global Compact. (19.03.2021). *UN Global Compact*. Available online <https://ungc.org/pl/onas/>
 30. Urbaniak, M. (2016). Rola społecznej odpowiedzialności biznesu w budowaniu relacji z

- dostawcami. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 419, 237–247. Doi: <https://doi.org/10.15611/pn.2016.419.21>
31. Wolska, G. (2018). Społeczna odpowiedzialność biznesu. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 80, 301–310. Doi: <https://doi.org/10.14746/rpeis.2018.80.1.23>
 32. Wratny, J. (2016). Korporacyjne kodeksy dobrych praktyk z perspektywy prawa pracy. *Praca i Zabezpieczenie Społeczne*, 3, 2–8.
 33. Zaremba, M. (2014). Społeczna odpowiedzialność biznesu w krajach rozwijających się na przykładzie Indii. *Ekonomia i Zarządzanie*, 2, 279–290. Doi: <https://doi.org/10.12846/j.em.2014.02.20>
 34. Żemigąła, M. (2013). *Społeczna odpowiedzialność biznesu w świetle analiz bibliometrycznych i opinii pracowników na temat równowagi między życiem zawodowym a prywatnym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
 35. Żurek, J. (2017). Koncepcja społecznej odpowiedzialności i jej wpływ na kreowanie wizerunku rynkowego przedsiębiorstwa. *Studia i Materiały Instytutu Transportu i Handlu Morskiego*, 14, 190–200. Doi: <https://doi.org/10.26881/sim.2017.4.11>
 - 36.