

# Bezpieczeństwo i higiena pracy a rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu



Fot. Steve Woods / Stock.XCHNG

Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) stopniowo staje się jednym z najważniejszych zagadnień w biznesie. Obecnie nie ma jednej uniwersalnej definicji CSR. W artykule dokonano przeglądu definicji CSR, zarówno pochodzących z literatury przedmiotu, jak i z praktyki. Artykuł skupia się na ukazaniu relacji między aspektami bezpieczeństwa i zdrowia w pracy a strategią CSR, wskazuje korzyści z podejmowania działań w tym zakresie. Ponadto omawia dodatkowe możliwości, jakie daje rozwój CSR w firmie dla kwestii związanych z bezpieczeństwem i zdrowiem pracowników.

## Occupational safety and health and the development of the concept of corporate social responsibility

Corporate social responsibility (CSR) has gradually become a leading issue in business. CSR does not presently have a universally accepted definition. This article reviews definitions of CSR from both practice and the literature. It also focuses on the relationship between aspects of OSH and CSR strategy, and the success of CSR initiatives. Moreover, the article looks into the opportunities for OSH raised by the development of CSR.

## Wstęp

W świecie biznesu zaobserwować można wzrastającą rolę odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw, traktowanej jako strategiczne rozwiązanie, które odpowiednio wdrożone w firmie, może z biegiem czasu zmienić charakter jej działalności na bardziej przyjazny. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility – CSR*) coraz częściej staje się ważnym tematem dyskusji prowadzonych badań w tym zakresie, a także integralną częścią działalności firm – na razie, niestety, w większości korporacji międzynarodowych. Odpowiedzialne przedsiębiorstwo, uwzględniające wpływ swoich decyzji biznesowych na otoczenie powoli przestaje być modą, staje się raczej koniecznością. W świecie biznesu uznaje się, że dzięki odpowiedzialnemu stosunkowi do społeczeństwa i środowiska firma staje się bardziej konkurencyjna i elastyczna oraz że dzięki postawie odpowiedzialności społecznej ma szansę przyciągnąć i utrzymać większe grono klientów i najlepszych pracowników.

## Historia rozwoju koncepcji CSR

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest przykładem idei, która od chwili powstania ewoluuje i dojrzewa, a mimo to jej upowszechnienie nadal napotyka na opór. Jeżeli coś się zmienia, to jedynie sposób jej przedstawiania. Nie sposób mówić o społecznej odpowiedzialności biznesu bez przywołania jej podstawowych szeroko rozumianych definicji. W literaturze przedmiotu jest ich wiele, ale nie ma jednej uniwersalnej definicji<sup>1</sup>, gdyż

<sup>1</sup> Zob. P. Castka, Ch. J. Bamber, D. J. Bamber, J. M. Sharp, *Integrating corporate social responsibility (CSR) into ISO management systems – in search of a feasible CSR management system framework*, "The TQM Magazine", EGPL 2004, vol. 16, nr 3, s. 216; A. Mc Williams, D. Siegel, P.M. Wright, *Introduction – corporate social responsibility: strategic implications*, "Journal of Management Studies", 2006, nr 1, ss. 1-18; F. Amalric, J. Hauser, *Economic drivers of corporate social responsibility activities*, "Journal of Corporate Citizenship" 2006, vol. 20, ss. 27-38.

ich autorzy kładą nacisk na odmienne aspekty w zakresie zarządzania. Świadczy to o wielowymiarowości zagadnienia CSR. Chociaż sam termin CSR jest w świecie biznesu stosunkowo nowy, to idea społecznej odpowiedzialności biznesu ma długą historię. Podejście do CSR zmieniało się na przestrzeni lat, różne bowiem były uwarunkowania zewnętrzne, które determinowały rozwój tej koncepcji. Trudno jednoznacznie wskazać datę, która zapoczątkowała rozwój idei CSR.

W literaturze przedmiotu wymienia się kilka znaczących okresów. Początków tej idei można się doszukiwać na przełomie XVIII i XIX wieku, czasów filantropów. Filantropia stanowiła w czasach wartość samą w sobie, a przedsiębiorcy wspierający kościoły, sierocińce czy biednych darzeni byli szacunkiem. Z tamtego okresu pochodzi słynny esej Andrew Carnegiego, znany obecnie jako „Ewangelia bogactwa”, w którym ten magnat stalowy sformułował pierwszą wersję doktryny społecznej odpowiedzialności biznesu. Rozwój tej koncepcji przyniósł II połowa XX wieku. Przemiany społeczne, jakie miały miejsce w ubiegłym stuleciu, wywołały zapotrzebowanie na prowadzenie działalności gospodarczej w zgodzie z pewnymi wartościami etycznymi.

Powodowane były przez 6 głównych czynników<sup>2</sup>:

- procesy globalizacji, wymagające pewnej kontroli pod względem społecznym
- poszukiwania moralnych źródeł kapitalizmu oraz dyskusje nad jego moralnym statusem
- nacisk opinii publicznej na zagadnienia związane z odpowiedzialnością społeczną, z pozytywnymi i negatywnymi skutkami społecznymi działalności przedsiębiorstw

<sup>2</sup> B. Koźuch *Nauka o organizacji*, CeDeWu Wydawnictwa Fachowe 2007, s. 268, za: D. Walczak-Duraj *Ład etyczny w gospodarce rynkowej: doświadczenia polskiej transformacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002, ss. 237-240.

- pogarszający się wizerunek biznesu w oczach opinii społecznej
- częste zmiany przepisów prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej i tzw. okołobiznesowej
- nacisk na etyczne prowadzenie działalności gospodarczej jako sposób realizowania idei wolności gospodarczej.

Przełomowym momentem w rozwoju CSR była wydana w 1953 roku publikacja Howarda Bowena pt. *Odpowiedzialność społeczna biznesmena*. Autor tekstu podkreślał, że przemysł ma obowiązek wdrażać politykę odpowiedzialności i podejmować działania pożądane z punktu widzenia celów i wartości społecznych<sup>3</sup>. W późniejszym okresie nazwano Bowena „ojcem społecznej odpowiedzialności biznesu”, a jego praca wyznaczyła początek nowoczesnego okresu w literaturze na temat CSR. Aspekt odpowiedzialności społecznej uwzględnił również w swojej książce *The Practice of Management* (1954) jeden z największych autorytetów w dziedzinie zarządzania – Peter Drucker. Jego zdaniem ten rodzaj odpowiedzialności stanowi jeden z ośmiu kluczowych obszarów zarządzania dla realizacji celów biznesowych<sup>4</sup>.

Inne stanowisko prezentował natomiast laureat Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii Milton Friedman, który wielokrotnie podkreślał swój negatywny stosunek do działań na rzecz społeczeństwa i środowiska, argumentując, że jedyną odpowiedzialnością biznesu jest przynoszenie dochodu ich właścicielom. Ponadto twierdził, że istnieje tylko jedna odpowiedzialność biznesu: polega ona na wykorzystywaniu zasobów i angażowaniu się w takie zadania, które pomnażają zyski, o ile nie łamie to reguł gry, inaczej mówiąc, polega ona na prowadzeniu otwartej i wolnej konkurencji, bez nieuczciwości i oszustwa<sup>5</sup>. W późniejszych źródłach literaturowych wielokrotnie odnoszono się do tych komentarzy, a słynne już stwierdzenie Friedmana „*The business of business is business*” było mottem przewodnim wielu przedsiębiorstw działających w systemie wolnorynkowym.

Pomimo negatywnych komentarzy Friedmana, w latach 70. rozwijały się nowe i odmienne opinie na temat roli społecznej odpowiedzialności w biznesie. Powstało wiele definicji CSR, jednak ciągle jeszcze w dość zawężonym ujęciu tej problematyki. Zdaniem K. Davisa, społeczna odpowiedzialność zaczyna się tam, gdzie kończy się zasięg

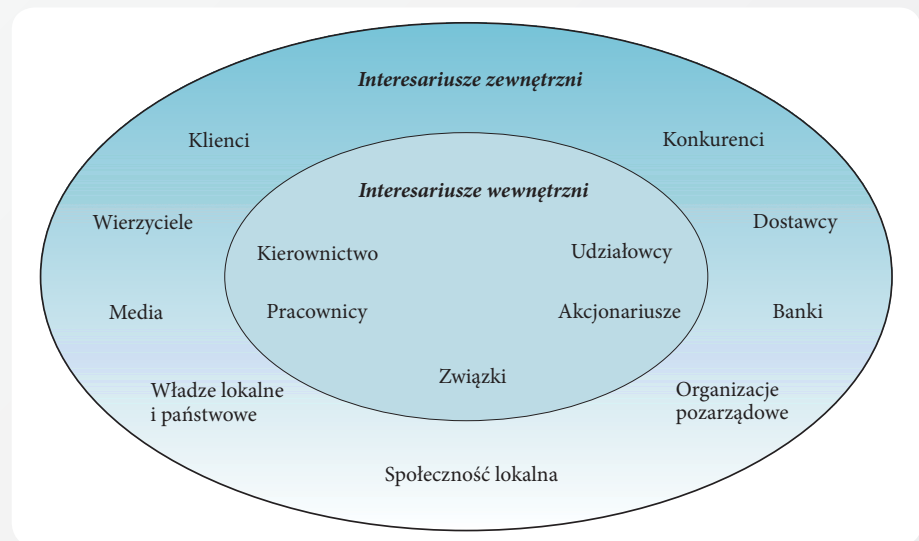
oddziaływania prawa. Bycie odpowiedzialnym społecznie oznacza nie tylko spełnianie oczekiwań prawnych, ale także wychodzenie ponad to i większe inwestowanie w zasoby ludzkie, środowisko i relacje z interesariuszami. Lata 80. ubiegłego wieku opisywane są w literaturze przedmiotu jako te, w których zaznaczyło się bardziej „odpowiedzialne” podejście do strategii biznesowej, gdzie doszukiwano się ścisłych powiązań między CSR a wymiernymi korzyściami finansowymi dla przedsiębiorstw. Starano się precyzyjnie określić interesariuszy przedsiębiorstwa. Znacząca okazała się praca R. Edwarda Freemana (1984), twórcy teorii interesariuszy (*stakeholders*), która stała się dominującym elementem w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Według Freemana **interesariuszem jest każda osoba lub grupa, która może wywierać wpływ na daną organizację, lub na którą**

**ta organizacja wywiera wpływ**<sup>6</sup>. Interesariusze to osoby, instytucje lub inne organizacje, które uczestniczą w tworzeniu „projektu” (biorą czynny udział w jego realizacji) lub są bezpośrednio zainteresowane wynikami jego wdrożenia. Interesariuszy możemy podzielić na wewnętrznych i zewnętrznych (rys. 1.).

## Obszar działania CSR – definicje

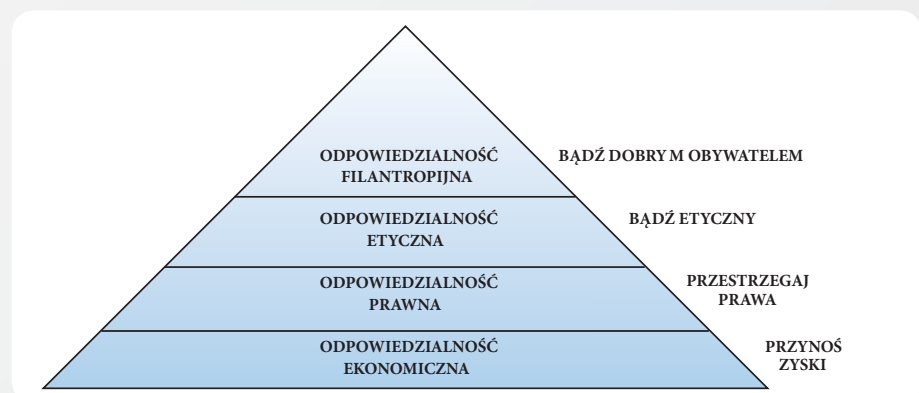
Rozkwit koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu przypada na lata 90. ubiegłego stulecia. Coraz wyraźniej, obok uzasadnień moralnych dla CSR, pojawiały się te o charakterze bardziej instrumentalnym, ekonomicznym. W 1991 r. profesor Archie B. Carroll po raz pierwszy zaprezentował najbardziej aktualne i najpełniejsze ujęcie społecznej od-

<sup>6</sup> R. E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholders approach*, Boston: Pitman Publishing Company 1984, s. 25.



Rys. 1. Przykłady modeli dla interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych organizacji  
Fig. 1. An example of a model for external and internal stakeholders of a company

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: C. Mark-Herbert, C. von Schantz *Communicating Corporate Social Responsibility* – Brand Management, EJBO 2007, nr 2, s. 5



Rys. 2. Piramida CSR według A.B. Carroll  
Fig. 2. Carroll's CSR Pyramid

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: W. Visser *Revisiting Carroll's CSR Pyramid – an African perspective*, Commission for Africa 2005, s. 34

<sup>3</sup> <http://wmzdz.infowm.pl/templates/208/files/docs/ExSoRes/publikacja.pdf>

<sup>4</sup> G. Thomas, M. Nowak, *Corporate Social Responsibility: a definition*, GSoB, 2006, s. 4.

<sup>5</sup> <http://wmzdz.infowm.pl/templates/208/files/docs/ExSoRes/publikacja.pdf>



powiedzialności biznesu w kształcie piramidy odpowiedzialności (rys. 2. – str. 11.).

Według autora tej piramidy istnieją cztery poziomy odpowiedzialności społecznej biznesu, do których zaliczamy:

- odpowiedzialność ekonomiczną – osiągnięcie zysku, maksymalizacja dochodów ze sprzedaży i minimalizacja kosztów, podejmowanie dobrych decyzji strategicznych, prowadzenie starannej polityki podziału wypracowanych zysków, zrównoważony rozwój
- odpowiedzialność prawną – przestrzeganie wymagań prawnych, dostarczanie wyrobów zgodnych z przepisami, przeciwdziałanie korupcji, przestrzeganie prawa pracy, honorowanie gwarancji
- odpowiedzialność etyczną – działania zgodne z oczekiwaniami społecznymi, obyczajami i moralnością, etyczna spójność przedsiębiorstwa, działanie nie tylko zgodnie z literą, ale także duchem prawa, zapewnienie etycznego przywództwa, będącego przykładem dla całej organizacji
- odpowiedzialność filantropijną – działalność dobroczynna, wspieranie sztuki i edukacji, podnoszenie „jakości życia” społecznego, bycie dobrym obywatelem (ang. *corporate citizen*), zaangażowanie w wolontariat.

Na dynamiczny charakter zmian dotyczących sposobu rozumienia koncepcji CSR zwrócono uwagę w *Zielonej księdze Komisji Europejskiej* z 2001 roku, w której stwierdza się, że społeczna odpowiedzialność biznesu to koncepcja dobrowolnego uwzględniania przez firmę aspektów społecznych i ekologicznych podczas prowadzenia działań handlowych i w kontaktach z interesariuszami.

Szczególny nacisk na dobrowolność działań związanych z CSR znaleźć możemy również w definicji R. Mullerat, która traktuje CSR jako dobrowolne decydowanie organizacji o szanowaniu i chronieniu interesów szeroko pojętych interesariuszy, przy równoczesnym włączaniu się w działania na rzecz czystego środowiska i lepszych relacji ze społeczeństwem. Warto też podkreślić, iż nowatorskie spojrzenie na koncepcję CSR dobitnie wskazuje na rolę, jaką odgrywają w niej pracownicy i podkreśla potrzebę wspierania ich ustawicznego rozwoju. Jedną z bardziej znanych – definicja Światowej Rady Biznesu ds. Zrównoważonego Rozwoju – potwierdza, że **CSR to ciągłe zobowiązanie biznesu do zachowań etycznych oraz do działań na rzecz rozwoju ekonomicznego, przy jednoczesnej trosce o poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin, społeczności lokalnej oraz całego społeczeństwa.**

Podobnie CSR definiuje największa amerykańska organizacja zajmująca się problema-

tyką odpowiedzialności społecznej biznesu – Business for Social Responsibility. Według tej organizacji, CSR to podejmowanie decyzji biznesowych uwzględniające wartości etyczne, zgodność z wymaganiami prawnymi i szacunek dla ludzi oraz środowiska naturalnego. W jeszcze innych definicjach autorzy kładą szczególny nacisk na podejmowanie działań wychodzących poza ramy prawa. Zdaniem M. Line oraz R. Brauna CSR rozumiane jest jako zarządzanie i odpowiedź na kwestie społeczne, środowiskowe, ekonomiczne i etyczne oraz (w stopniu, w jakim biznes może na nie reagować) na oczekiwania swoich interesariuszy w tych kwestiach. W piśmiennictwie można znaleźć również odniesienie do innego ważnego elementu społecznego wymiaru CSR – do bezpieczeństwa i higieny pracy. J. P. Segal i in. uważają bhp za ważny składnik poczucia odpowiedzialności społecznej, ponieważ bezpieczeństwo pracowników jest jednym z aspektów wykorzystywanych do mierzenia ogólnego postępu firm w tej dziedzinie. Te aspekty to:

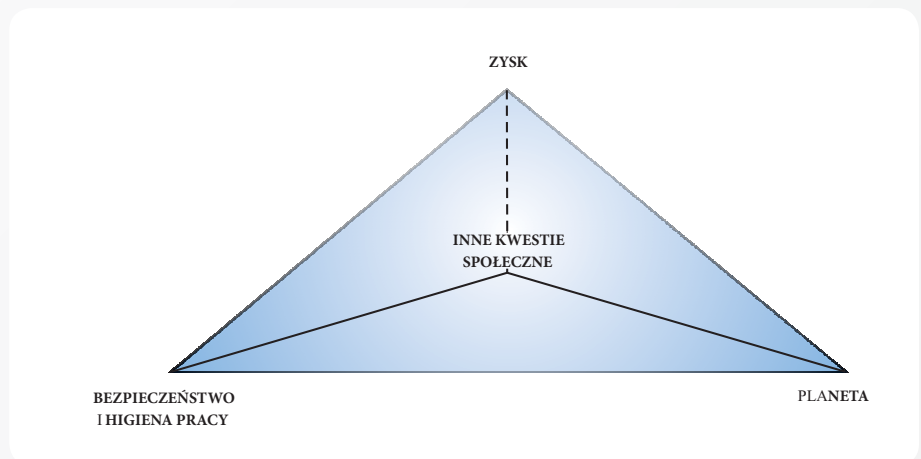
- bezpieczeństwo i zdrowie siły roboczej oraz zdrowy produkt
- normy pracy i warunki pracy, prawa człowieka
- różne możliwości i dostęp do zatrudnienia.

Związek działań w obszarze bhp z CSR wskazany został również przez G.I.J.M. Zwetsloot i A. Starren, zdaniem których działania organizacji korzystne zarówno dla bhp, jak i bezpieczeństwa publicznego, zwiększają poczucie odpowiedzialności społecznej. Bhp w CSR prowadzi także do korzyści w zakresie wartości dodanej dla reputacji, wydajności pracy, lojalności konsumentów i wartości akcji.

Wszystkie prezentowane definicje społecznej odpowiedzialności biznesu odzwierciedlały konkretny moment w czasie, w którym panowały takie, a nie inne uwarunkowania prawne, gospodarcze i polityczne. We wszystkich tych omówieniach społeczna odpowiedzialność biznesu traktowana była jako celowa troska o społeczeństwo i zapobieganie negatywnym konsekwencjom działań przedsiębiorstwa. Autorzy silniej lub słabiej akcentowali różne elementy CSR. Powyższe definicje potwierdzają również fakt, że CSR nie jest niczym nowym w strukturze pojęciowej. Inaczej przedstawia się kwestia poziomu działania. W literaturze przedmiotu bardzo często prezentuje się również pozytywne rezultaty z wdrożenia zasad CSR w praktyce przedsiębiorstw.

Najważniejsze korzyści płynące z CSR można sklasyfikować następująco:

- bardziej produktywny, zmotywowany i zaangażowany personel w firmie
- pozyskanie i zatrzymanie najlepszych pracowników
- prowadzenie bardziej przejrzystej działalności biznesowej
- wzrastająca zdolność do zarządzania ryzykiem i zmianami
- redukcja kosztów operacyjnych
- lepszy obraz marki i reputacji firmy
- wzrost sprzedaży i lojalności klienta
- wzrost produktywności i jakości wyrobów
- redukcja odpadów, wykorzystywanie bardziej oszczędnych i przyjaznych dla środowiska technik produkcyjnych
- wzrost rzetelności dostawców i standaryzacji produktów
- wzrost zainteresowania inwestorów
- polepszenie stosunków z interesariuszami.



Rys. 3. CSR a bezpieczeństwo i zdrowie  
Fig. 3. CSR and safety and health

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Raport z badań: Społeczna odpowiedzialność...op. cit., s. 122



Źródło: Likery/Stock-XCHNG

zarówno na poziomie przedsiębiorstwa, jak i na poziomie krajowych i międzynarodowych inicjatyw. W wyniku przeprowadzonych badań powstał raport, w którym zaprezentowano oprócz części wstępnej – dotyczącej rozwoju koncepcji CSR i europejskich inicjatyw stymulujących wdrażanie idei CSR, jedenaście inspirujących przykładów firm z sześciu krajów Unii Europejskiej<sup>8</sup>. Opisane przykłady potwierdziły, że społeczna odpowiedzialność biznesu jest ideą, która z powodzeniem może być zastosowana w różnych sektorach przemysłu i jest istotna zarówno dla wielkich firm, jak i dla małych oraz średnich przedsiębiorstw. Chociaż opisy przypadków nie stanowią reprezentatywnego wyboru, dają jednak wyobrażenie o wielkiej różnorodności sposobów podejścia do CSR, stosowanych obecnie w europejskich firmach<sup>9</sup>.

Wszystkie przykłady pochodzące z praktyki gospodarczej prezentowały tzw. wartość dodaną CSR również w odniesieniu do bhp oraz wyniki podejmowanych przez siebie programów, które jednoznacznie wskazywały na:

- zmniejszenie absencji
- zwiększenie wydajności
- ograniczenie konfliktów
- większą satysfakcję pracowników i ich rodzin
- oszczędność energii
- ograniczenie negatywnego oddziaływania na środowisko
- polepszenie atmosfery w pracy, małą fluktuację kadr
- pozytywny wizerunek firmy w lokalnej społeczności i w całym kraju dzięki publikacji wyników
- otrzymywanie nagród między innymi za etykę przedsiębiorstwa
- w większości zerową lub minimalną liczbę wypadków przy pracy od momentu wdrożenia zasad CSR.

W raporcie zaprezentowane zostały również inicjatywy z zakresu bhp „wzbogacone o zagadnienia odpowiedzialności społecznej biznesu” (nazwa przyjęta w raporcie). Do inicjatyw tego typu zaliczono<sup>10</sup>:

- europejską sieć promocji zdrowia w miejscu pracy (strona inicjująca – Komisja Europejska)

- program europejski na rzecz wysokiej jakości miejsc pracy (strona inicjująca – Komisja Europejska)
- publiczną sprawozdawczość o wynikach w zakresie bezpieczeństwa i ochrony zdrowia (Wielka Brytania)
- wskaźnik zarządzania zdrowiem i bezpieczeństwem (Wielka Brytania)
- pakiet ergonomiczny (Austria)
- certyfikację systemu zarządzania środowiskiem pracy (szwedzka komisja akredytacyjna)
- pakty sektorowe w sprawie warunków pracy (rząd i sektory przemysłu)
- IGM – *Integralne zarządzanie zdrowiem* (Holandia).

Z przeprowadzonych badań wynika ponadto, że zagadnienia bhp mogą być, z punktu widzenia koncepcji odpowiedzialności społecznej, ściślej powiązane z innymi ważnymi dla firm kwestiami społecznymi (bezpieczeństwo i zdrowie publiczne, równowaga między życiem zawodowym a osobistym i inne), przynosząc tym samym wymierne korzyści (rys. 3.).

## Podsumowanie

W praktyce polskich przedsiębiorstw koncepcja CSR staje się coraz bardziej popularna, ale nie odgrywa jeszcze znaczącej roli w zarządzaniu firmą. Przyczyna leży w braku pełnego zrozumienia dla idei zrównoważonego rozwoju i koncepcji CSR jako metody prowadzenia działalności biznesowej. Małe zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością biznesu może wynikać jeszcze z braku elastyczności w dostosowywaniu się do zmian i strachu przed ich wprowadzaniem oraz kosztami, jakie trzeba będzie ponieść. Opór jest tym większy, ponieważ nie osiąga się natychmiast wymiernych korzyści finansowych.

Kolejny powód to małe zrozumienie potrzeby określania ram przyszłej identyfikacji ryzyka w dziedzinie CSR oraz opracowania strategii angażowania interesariuszy, w tym szczególnie tych wewnętrznych, którzy w hierarchii organizacji czują się potrzebni, odpowiedzialni za swoją pracę, utożsamiają się z firmą, doskonałą ją i decydują o jakości. Z perspektywy bhp oznacza to troskę o bezpieczeństwo pracy i zdrowie pracowników z zachowaniem równowagi między ich życiem osobistym a zawodowym. Generalnie jednak, uzyskane wyniki opisanych powyżej badań wyraźnie wskazują, że nie ma obecnie wątpliwości – sukces w biznesie i odpowiedzialność społeczna, uwzględniająca problematykę bhp, nie tylko są wzajemnie zależne, ale mogą również wzajemnie się umacniać oraz wyznaczać nowe możliwości i kierunki rozwoju.

Podsumowując, można stwierdzić, że społeczna odpowiedzialność biznesu jest koncepcją uwzględniającą politykę zrównoważonego rozwoju. Liczne definicje dotyczące CSR są natomiast dowodem na aktualność i uniwersalność poruszanych zagadnień.

## Badania dotyczące CSR uwzględniające aspekty bhp

Zwiększające się zainteresowanie problematyką CSR przyczyniło się do wzrostu liczby opracowań i przeprowadzonych badań empirycznych w tym zakresie. Ze względu na ograniczony charakter tego artykułu trudno opisać je wszystkie. Różny jest zakres przedmiotowy i przestrzenny tych badań<sup>7</sup>. Społeczna odpowiedzialność biznesu, co wielokrotnie już podkreślano, to zwiększone inwestowanie w ochronę środowiska, relacje z interesariuszami, a także w zasoby ludzkie. Nie ma też wątpliwości, że zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy oraz zadbanie o stan zdrowia pracowników należy do społecznych obowiązków firm i może być uważane za integralną część CSR.

Badaniem tego typu zależności zajęła się Europejska Agencja Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy. Badania *Społeczna odpowiedzialność biznesu a bezpieczeństwo i higiena pracy* (2006) miały na celu przeanalizowanie związków między odpowiedzialnością społeczną oraz bezpieczeństwem i higieną pracy

<sup>7</sup> Zob. badania w zakresie CSR: D. Silberhorn, R. C. Warren, *Defining corporate social responsibility, a view from big companies in Germany and the UK*, "European Business Review" 2007, nr. 5, ss. 352-372, D. F. Ofori, R. E. Hinson, *Corporate social responsibility perspectives of leading firms in Ghana*, "Corporate Governance", EGPL 2007, nr 2, ss.178-224, N. K. Kakabadse, C. Rozuel, *Meaning of corporate social responsibility in a local French hospital: a case study*, "Society and Business Review", EGPL 2006, nr. 1, ss. 77-96.

<sup>8</sup> Ta kwestia została szczegółowo omówiona w artykule Wioletty Klimaszewskiej pt. *Społeczna odpowiedzialność biznesu a bezpieczeństwo pracy*, opublikowanym w „Bezpieczeństwo Pracy. Nauka i Praktyka” 12(411) 2005 (przyt. red.).

<sup>9</sup> *Społeczna odpowiedzialność biznesu a bezpieczeństwo i higiena pracy*, raport z badań, Europejska Agencja Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy 2006, s. 8.

<sup>10</sup> Raport z badań: *Społeczna odpowiedzialność... op. cit.*, s. 98.