



INSTRUMENTARIUM SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Katarzyna Dorota Kopeć

Wyższa Szkoła Europejska
im. ks. Józefa Tischnera w Krakowie

Streszczenie: Artykuł stanowi przegląd instrumentów wykorzystywanych w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) dla uzyskania mierzalnych, możliwie porównywalnych wyników w tej sferze. Analizie poddano cztery takie „parametry” społecznej odpowiedzialności biznesu jak: wytyczne odnoszące się do CSR, kodeksy etyczne, rozwiązania normalizacyjne i rynek inwestycji odpowiedzialnych społecznie. Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na zjawisko „parametryzacji” społecznej odpowiedzialności, która staje się obecnie wręcz osobną branżą w gospodarce.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, CSR, kodeksy etyczne, rynek inwestycji społecznie odpowiedzialnych

Wprowadzenie

Przełom wieku XX i XXI przyniósł ogromne zainteresowanie ideą społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR). Samo zjawisko nie jest nowe, bowiem koncepcja ta rozwijała się od pierwszej połowy XX wieku, podkreślając swoje biblijne korzenie (zasada miłosierdzia, nawiązująca do pomocy bliźnim, i włodarstwa, nawiązująca do zarządzania dobrami przez bogatszych w imieniu innych). Swoistym novum w tej sytuacji stało się jednak stopniowe poszerzanie katalogu instrumentów CSR, których stosowanie świadczyć ma o powszechnie akceptowanym i mierzalnym podejściu do społecznej odpowiedzialności. Obecnie idea społecznej odpowiedzialności biznesu jest na tyle rozpoznawalna, że można mówić o powstaniu profesjonalnej branży CSR. Od stosowania się do jej reguł w dużej mierze zależy sukces podmiotów biznesowych. Należy tu zwrócić uwagę na rosnącą popularność różnych „parametrów” społecznej odpowiedzialności biznesu: rozwiązań normalizacyjnych, przewodników wspomagających implementację zasad społecznej odpowiedzialności do codziennej praktyki biznesowej, konkursów i rankingów branżowych etc. Celem autorki jest przegląd wybranych „parametrów” stosowanych m.in. w procesie ewaluacji działań społecznie odpowiedzialnych: wytycznych odnoszących się do społecznej odpowiedzialności biznesu, kodeksów etycznych, rozwiązań normalizacyjnych i rynku

inwestycji społecznie odpowiedzialnych. Opracowanie ma służyć lepszej orientacji w „parametrach” CSR, jak i refleksji nad jakością istniejących rozwiązań promujących podejście CSR.

Wytyczne odnoszące się do społecznej odpowiedzialności biznesu

Działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu determinowane są na szczeblu międzynarodowym, międzyrządowym czy rządowym nierzadko poprzez zapisy o charakterze wytycznych, które nie podlegają egzekwowaniu środkami prawnymi, lecz stanowią wypracowane w ramach konsensusu zalecenia dla członków danej organizacji. Są to dokumenty zazwyczaj o charakterze obowiązkowym dla sygnatariuszy, mające stanowić dodatkową formę presji wobec przedsiębiorstw, aby te podejmowały się dobrowolnych działań na rzecz społeczeństwa, wykraczając poza działania operacyjne stanowiące podstawę generowania zysku, lecz i poza działania nakazane prawem. Nieco inaczej kwestia ta wygląda w przypadku dokumentów Komisji Europejskiej poświęconych CSR, wydawanych w formie zielonych ksiąg, są to bowiem komunikaty zawierające ogólne założenia bądź warianty rozwiązania problemu w ramach danego obszaru działania i mają one wesprzeć proces opracowania nowego aktu prawnego Unii. Zapisy zielonych ksiąg są konsultowane, w wyniku czego formułowana jest biała księga, będąca z kolei rodzajem oficjalnego katalogu propozycji rozwiązań dla danej dziedziny i ma być z założenia etapem przygotowania do wydania przez Komisję Europejską aktu legislacyjnego¹.

W dużym uproszczeniu można powiedzieć, że tego typu wytyczne mają na celu zarówno popularyzację, jak i zwiększenie skuteczności działań społecznie odpowiedzialnych. Z drugiej zaś strony sygnowanie wybranych zasad czy wytycznych przyczynia się do stwarzania ram weryfikowania zgodności postępowania danego podmiotu z zasadami CSR zawartymi w danych wytycznych.

Poniższa tabela prezentuje przegląd najbardziej rozpowszechnionych wytycznych związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu.

Tabela 1. Wytyczne w zakresie CSR

Rok powstania	Nazwa wytycznych	Charakterystyka
1976	Wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) dla przedsiębiorstw wielonarodowych (<i>OECD Guidelines for Multinational Enterprises</i>)	Wytyczne zostały przyjęte w 1976 r., ostatnia aktualizacja nastąpiła w 2011 r. Stanowią załącznik do deklaracji w sprawie inwestycji międzynarodowych oraz przedsiębiorstw wielonarodowych przyjętej 25 maja 2011 r., przyjętej przez 42 państwa. Wytyczne stanowią zestaw akceptowanych dobrowolnie zasad i praktyk, których przestrzeganie deklarują przedsiębiorstwa wielonarodowe krajów-sygnatariuszy, rozumiane jako przedsiębiorstwa inwestujące lub posiadające własne oddziały lub spółki córki w innych państwach. Uaktualniona wersja <i>Wytycznych</i> zawiera 11 rozdziałów: <i>Pojęcia i zasady, Polityka ogólna, Udostępnianie informacji,</i>

¹ *Zielone i Białe księgi Komisji Europejskiej. Opracowania tematyczne OT-587*, Biuro Analiz i Dokumentacji, Dział Analiz i Opracowań Tematycznych, lipiec 2010, Kancelaria Senatu, Warszawa 2010, s. 5-8, dostęp: <http://ww2.senat.pl/k7/dok/bad/2010/ot-587.pdf> (odczyt: 21.04.2014).

		Prawa człowieka, Stosunki między pracownikami i pracodawcami, Środowisko, Zwalczenie korupcji, Interesy konsumentów, Nauka i technologia, Konkurencja, Podatki. Istotą <i>Wytycznych</i> jest udział państw członkowskich OECD w ich implementacji na poziomie działań przedsiębiorców. W każdym z krajów członkowskich funkcjonuje Krajowy Punkt Kontaktowy, powołany dla promowania i weryfikowania przestrzegania <i>Wytycznych</i>. Państwa członkowskie są w szczególności zobowiązane do promowania <i>Wytycznych</i> oraz rozwiązywania sporów związanych z działaniami przedsiębiorców.
1977	Zasady Sullivana, od 1999: Globalne Zasady Sullivana	To jeden z wczesnych zbiorów dobrych praktyk gospodarczych adresowanych do amerykańskich przedsiębiorców w RPA, dotyczących działalności korporacji wielonarodowych w tym kraju. Powstanie <i>Zasad</i> było związane z walką ze zjawiskiem wyzyskiwania pracowników przez korporacje amerykańskie oraz z walką z apartheidem w RPA. Pomysłodawcą zasad był pastor Leon H. Sullivan. <i>Zasady</i> zabraniały dyskryminacji w miejscu pracy w zakresie warunków pracy i ustalania wysokości wynagrodzenia ze względu na pochodzenie rasowe. <i>Globalne Zasady Sullivana</i> to zaktualizowane w 1999 r. zasady ujmuje walkę o zachowanie praw człowieka i sprawiedliwości społecznej na całym świecie.
1992	Zasady z Minnesoty (<i>The Minnesota Principles</i>)	Dokument ten powstał we współpracy środowisk biznesu pod auspicjami Center for Ethical Business Cultures (wcześniej Minnesota Center for Corporate Responsibility). Jego celem było wzmacnianie zasad etycznego postępowania oraz integracji środowiska biznesowego na globalizującym się rynku światowym. Zasady te nie mają odzwierciedlać rzeczywistości, lecz wyrażać pewien standard, do którego należy dążyć. <i>Zasady z Minnesoty</i> stanowiły wzorzec, na którym oparto zasady Okrągłego Stołu z Caux, <i>Zasady dla Biznesu</i>.
1994	Okrągły Stół w Caux (<i>The Caux Round Table – CRT</i>)	Okrągły Stół z Caux został założony w 1986 r. przez Fredericka Philipsa, byłego prezesa Philips Electronics, i Oliviera Giscarda d'Estaing, byłego wiceprzewodniczącego INSEAD, jako środek prowadzący do zmniejszenia rosnących napięć rynkowych. Dzięki zachętom Ryuzaburo Kaku, ówczesnego prezesa firmy Canon, CRT zaczął skupiać uwagę na znaczeniu globalnej odpowiedzialności biznesu przejawiającej się m.in. w redukowaniu społecznych i ekonomicznych zagrożeń dla światowego pokoju i stabilności. Normy etyczne dla firm działających na rynku międzynarodowym i na styku wielu kultur, tzw. <i>Zasady CRT dla Biznesu</i>, zostały formalnie ogłoszone w 1994 r. i zaprezentowane na Szczycie ONZ na rzecz Rozwoju Społecznego (1995 r.). Powyższe zasady zostały opracowane na przełomie lat 80. i 90. w trakcie konsultacji menedżerów firm z Europy, Japonii i USA. Częściowo były wzorowane na <i>Zasadach z Minnesoty</i>. <i>Zasady CRT dla Biznesu</i> są uważane za najpełniejsze sformułowanie praktyk odpowiedzialnego biznesu stworzone przez liderów biznesu dla liderów biznesu. Okrągły Stół to międzynarodowa sieć kierujących się zasadami etycznymi przywódców biznesu, działających na rzecz promowania moralnego kapitalizmu. CRT opracował oparte na normach etycznych: - <i>Zasady dla Biznesu</i> (<i>CRT Principles for Business</i>), - <i>Zasady dla Rządów</i> (<i>CRT Principles for Governments</i>), - <i>Zasady dla Organizacji Pozarządowych</i> (<i>CRT Principles for NGOs</i>),

		- <i>Zasady Posiadania Bogactwa (CRT Principles for Ownership of Wealth)</i>, - <i>Zasady Odpowiedzialnej Globalizacji (CRT Principles for Responsible Globalization)</i>.
1999	UN Global Compact	Inicjatywa Global Compact (GC) została przedstawiona przez Kofiego Annana, Sekretarza Generalnego ONZ, w przemówieniu wygłoszonym na Światowym Forum Ekonomicznym w Davos 31 stycznia 1999 r. Zaapelował on wówczas do przedstawicieli świata biznesu na całym świecie, by poparli, przyjęli i stosowali we wszystkich sferach ich działalności dziewięć fundamentalnych reguł z zakresu praw człowieka, standardów pracy i środowiska naturalnego (w 2004 r. ogłoszono 10. zasadę Global Compact dotyczącą przeciwdziałania korupcji). Zasady Global Compact: 1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową. 2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę. 3. Poszanowanie wolności zrzeszania się. 4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej. 5. Zniesienie pracy dzieci. 6. Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia. 7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego. 8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej. 9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii. 10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu. Obecnie ponad 2000 firm ze wszystkich regionów świata, międzynarodowe środowiska pracy i organizacje pozarządowe są zaangażowane w GC. Członkostwo w GC jest dobrowolne, zadaniem członków jest propagowanie 10 zasad wśród biznesu na świecie oraz ukierunkowanie działań na wspieranie celów ONZ. Celem inicjatywy jest dążenie do tego, by korzyści globalizacji były dostępne dla wszystkich, a nie tylko dla bogatej mniejszości. GC nie jest instrumentem regulacyjnym czy prawnie wiążącym kodeksy postępowania, ale platformą wartości stworzoną dla promocji wiedzy o CSR.
2001	Zielona Księga CSR Komisji Europejskiej (<i>Corporate Social Responsibility Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility</i>)	Dokument jako pierwszy na tak wysokim szczeblu w UE określa zasady i sposoby wdrażania CSR. CSR zdefiniowano tu jako koncepcję „dobrowolnego włączania przez firmy zadań społecznych, ochrony środowiska oraz relacji ze wszystkimi zainteresowanymi partnerami”. W ujęciu <i>Zielonej Księgi</i> CSR ma miejsce wówczas, gdy spełnione są trzy warunki: – podjęcie decyzji o uwzględnieniu CSR (samodzielne podjęcie decyzji o włączeniu CSR w ramy prowadzonej działalności); – interakcje z interesariuszami (prowadzenie dialogu z interesariuszami); – włączenie CSR do strategii przedsiębiorstwa (społeczna odpowiedzialność powinna być wpisana w strategię przedsiębiorstwa). <i>Zielona Księga</i> prezentuje ujęcie CSR w dwóch podstawowych wymiarach: wewnętrznym (zarządzanie zasobami ludzkimi, zdolności adaptacyjne przedsiębiorstw, zarządzanie ochroną środowiska, bezpieczeństwo i higiena pracy) i zewnętrznym (relacje ze społecznością lokalną, zasady współdziałania partne-

		rów biznesowych, prawa człowieka, globalne problemy związane ze środowiskiem naturalnym). W dokumencie tym nie zaproponowano jednak żadnych konkretnych rozwiązań, a jedynie wskazano pożądane kierunki i cele rozwoju koncepcji CSR oraz zachęcono wszystkich do dzielenia się doświadczeniami związanymi z tą ideą.
2002	Komunikat Komisji Europejskiej nt. CSR <i>Corporate Social Responsibility; A Business Contribution to Sustainable Development</i>	W ramach konsultacji zapisów zawartych w <i>Zielonej Księdze</i> Komisja Europejska wydała komunikat, uzupełniając poprzedni dokument o cztery obszary związane z CSR: podnoszenie poziomu edukacji (wymiana doświadczeń, stosowanie dobrych praktyk), rozwój instrumentów społecznej odpowiedzialności biznesu (etykietowanie produktów, inwestowanie społecznie odpowiedzialne, standardy zarządzania, kodeksy etyczne, zasady audytu i raportowania), stworzenie Europejskiego Forum Interesariuszy (Forum skupia europejskie organizacje pracodawców, sieci biznesu, izby przemysłowo-handlowe, organizacje pozarządowe celem promowania innowacji i dążenia do przejrzystości w zakresie istniejących praktyk i narzędzi CSR. Forum stanowi główny element strategii Komisji Europejskiej promującej zasady CSR i zrównoważony rozwój), włączenie idei społecznej odpowiedzialności biznesu do wszystkich polityk UE. Celem tego dokumentu jest upowszechnianie CSR.
2009–2013	Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, Ministerstwo Gospodarki	Zespół działał w latach 2009-2013 z inicjatywy Prezesa Rady Ministrów. Został utworzony na fundamencie powołanej w 2006 r. z inicjatywy Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej Międzyresortowej Grupy Roboczej ds. CSR. Najważniejszym efektem pracy Zespołu jest opracowanie przewodnika, wspólnie z Bankiem Światowym, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Ministerstwem Gospodarki, <i>CSR Implementation Guide. Non-legislative Options for the Polish Government</i> wspierający administrację rządową w przygotowaniu podstaw polityki publicznej w zakresie CSR. Do zadań Zespołu należało przygotowywanie rekomendacji dla administracji rządowej związanych z promocją i wprowadzaniem w życie zasad CSR.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych*, OECD, dostęp: <http://www.oecd.org/corporate/mne/38111315.pdf> (odczyt: 30.04.2014); *The Minnesota Principles*, dostęp: <http://www.cebcglobal.org/index.php?/about/the-minnesota-principles/> (odczyt: 21.04.2014); M. Bernatt, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009, s. 24; *Caux Round Table*, dostęp: <http://www.cauxroundtable.org> (odczyt: 21.04.2014); *Global Compact Network Poland*, dostęp: <http://globalcompact.org.pl> (odczyt: 21.04.2014); *Green Paper. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 FINAL, Bruksela 2001, dostęp: http://www.csr-in-commerce.eu/data/files/resources/717/com_2001_0366_en.pdf (odczyt: 21.04.2014); J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*, PWE, Warszawa 2009, s. 171; *Corporate Social Responsibility; A Business Contribution to Sustainable Development*, „EnviroWindows” EEA platform for knowledge sharing and development, dostęp: http://ew.eea.europa.eu/Industry/Reporting/cec_corporate_responsibility/csr_eu_strategy.pdf (odczyt: 21.04.2014); *Multi-stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility (CSR)*, dostęp: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/multi-stakeholder-forum/index_en.htm (odczyt: 21.04.2014); *Zespół do spraw społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, dostęp: <http://www.mg.gov.pl/node/10893> (odczyt: 11.07.2011); *CSR Implementation Guide Non-legislative Options for the Polish Government*, listopad 2006, WB Development Communication Division and WB ECCU7 Office, dostęp: <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/CSRImplementationGuideNovember2006.pdf> (odczyt: 11.04.2014)

Kodeksy etyczne

Popularność inicjatyw promujących CSR na szczeblu międzynarodowym czy rządowym przekłada się w widoczny sposób na wzrost dokumentów o charakterze deklaracyjnym formułowanych na poziomie grup branżowych. Najczęściej przybierają one formę kodeksów etycznych (inaczej zwanych kodeksami dobrych praktyk, kodeksami postępowania, kanonami etycznymi). Ich celem jest z jednej strony uporządkowanie wartości wspólnych dla członków danej grupy, określenie zachowań idealnych oraz takich, które będą piętnowane jako godzące w wizerunek grupy. Z drugiej z kolei strony pośrednim celem tego typu kodeksów jest kreowanie wizerunku firmy przynależnej do grupy czy związku branżowego jako odpowiedzialnej społecznie. Od lat 90. XX wieku zauważalny jest dynamiczny wzrost liczby branżowych kodeksów etycznych w Polsce o wymiarze ogólnym i szczegółowym. Inspiracją dla nich były przede wszystkim kodeksy bardziej doświadczonych zachodnich rynków kapitałowych. Warto jednak zwrócić uwagę, że promowanie tego typu zasad przez organizacje międzynarodowe również przyczynia się do wzrostu przyjmowanych kodeksów wśród stowarzyszeń branżowych.

Tabela 2. Przykłady kodeksów etycznych

Instytucja, rok	Nazwa kodeksu	Charakterystyka
Krajowa Izba Gospodarcza, 1994	<i>Kodeks etyki w działalności gospodarczej (Kodeks etyki dla przedsiębiorców)</i>	Opracowany na zlecenie Krajowej Izby Gospodarczej przez Fundację „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym” na podstawie materiałów dostarczonych przez Institute of Business Ethics z Londynu. Omawia m.in. następujące kwestie: stosunki z klientami, stosunki z akcjonariuszami, udziałowcami i innymi inwestorami, stosunki z pracownikami, stosunki z kontrahentami, relacje z konkurencją, powiązania z władzami i lokalnymi społecznościami, środowisko naturalne, związki biznesu z polityką, zamówienia publiczne, zagadnienia związane z międzynarodowym biznesem, wdrażanie kodeksu.
Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy w Polsce, 2004	<i>Kodeks etyki reklamy działalności marketingowej, reklamowej, dystrybucyjnej, sponсорingowej oraz promocji sprzedaży</i>	Zawiera zbiór zasad etycznych i wzorców zachowań stanowiących podstawę do wdrażania idei odpowiedzialnego biznesu.
PKPP „Lewiatan”, 2006	<i>Kanon etyczny przedsiębiorcy (PKPP)</i>	Założeniem <i>Kanonu</i> jest wyznaczanie wysokich standardów etycznych wśród członków Konfederacji i wszystkich przedsiębiorców w Polsce. <i>Kanon</i> to zbiór norm podstawowych mających na celu stworzenie lepszych warunków dla rozwoju firm i przedsiębiorczości.
Związek Banków Polskich, 2013	<i>Kodeks etyki bankowej (Zasady dobrej praktyki bankowej)</i>	W 1995 r. Związek Banków Polskich przyjął <i>Kodeks dobrej praktyki bankowej</i> , który w 2001 r. zmienił nazwę na <i>Zasady dobrej praktyki bankowej</i> , a w 2013 <i>Kodeks etyki bankowej</i> . <i>Kodeks</i> jest swego rodzaju branżowym metakodeksem etycznym poruszającym m.in. kwestie: zasad postępowania banków z klientami,

		wzajemnych stosunków pomiędzy bankami, zasad postępowania pracownika banku i banku-pracodawcy wobec pracowników, Komisji Etyki Bankowej.
Giełda Papierów Wartościowych, 2007	<i>Dobre praktyki spółek notowanych na GPW</i>	W 2001 r. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie powołała Komitet Dobrych Praktyk. Jesienią 2002 r. pierwsze podstawowe zasady etyki biznesowej zebrano w dokumencie <i>Dobre praktyki w spółkach publicznych</i> . Zbiór obejmował dobre praktyki walnych zgromadzeń, rad nadzorczych, zarządu, a także dobre praktyki w zakresie relacji z osobami i instytucjami zewnętrznymi. Następnie w latach 2005-2007 za obowiązujący przewodnik po zasadach ładu korporacyjnego dla firm uznano zmodyfikowany w toku praktyki, dyskusji i zaleceń Komisji Europejskiej, dokument <i>Dobre praktyki w spółkach publicznych 2005</i> . W 2007 r. przyjęto nowelę <i>Dobre praktyki spółek notowanych na GPW</i> . Celem dokumentu jest umacnianie transparentności spółek giełdowych, poprawa jakości komunikacji spółek z inwestorami, wzmocnienie ochrony praw akcjonariuszy, także w materiałach nieregulowanych przez prawo, a przy tym niestwarzanie obciążeń dla spółek giełdowych, nierównoważonych korzyściami wynikającymi z potrzeb rynku.
Komisja Nadzoru Finansowego, 2008	<i>Kanon dobrych praktyk rynku finansowego</i>	<i>Kanon</i> został opracowany przez 30 stowarzyszeń, przedsiębiorstw i instytucji finansowych m.in.: Federację Konsumentów, Giełdę Papierów Wartościowych, Komisję Nadzoru Finansowego, Polską Izbę Ubezpieczeń, Związek Banków Polskich, Izbę Domów Maklerskich. Dokument jest głównym standardem postępowania etycznego dla podmiotów finansowych oferujących produkty i usługi finansowe. Kodeks ma na celu zwiększanie przejrzystości rynku i budowanie wzajemnego zaufania między regulatorami rynku, jak i jego uczestnikami. Jest to zbiór 16 zasad uniwersalnych dla całego rynku finansowego, wyraża podstawowe wartości i ideały etyczne przyświecające podmiotom finansowym, w szczególności w relacjach z klientami, jednocześnie pozostawiając ich organizacjom branżowym swobodę kształtowania szczegółowych zasad, specyficznych dla poszczególnych branż i sektorów rynku.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Kodeks etyki dla przedsiębiorców*, Krajowa Izba Gospodarcza, dostęp: <http://www.kig.pl/files/Kodeks%20etyki%20dla%20przedsiębiorców.pdf> (odczyt: 20.04.2014); *Kodeks etyki reklamy*, Rada Reklamy, dostęp: <http://www.radareklamy.org/kodeks-etyki-reklamy.html?showall=&limitstart=> (odczyt: 20.04.2014); *Kanon etyczny przedsiębiorców*, PKPP Lewiatan, dostęp: http://www.pkpplewiatan.pl/upload/File/2007_02/kanon%20etyczny.doc (odczyt: 20.04.2014); *Kodeks etyki bankowej (Zasady dobrej praktyki bankowej)*, Związek Banków Polskich, Warszawa, kwiecień 2013, dostęp: http://zbp.pl/public/repozytorium/dla_bankow/prawo/komisja_etyki_bankowej/KEB_final_WZ.pdf (odczyt: 20.04.2014); *Dobre praktyki spółek notowanych na GPW*, załącznik do Uchwały Nr 17/1249/2010 Rady Giełdy z dnia 19 maja 2010 r., Giełda Papierów Wartościowych, dostęp: <http://www.corp-gov.gpw.pl/assets/library/polish/publikacje/dpsn2010.pdf> (odczyt: 20.04.2014); *Kanon dobrych praktyk rynku finansowego*, Komisja Nadzoru Finansowego, http://www.knf.gov.pl/dla_rynku/kanon_praktyk/index.html (odczyt: 20.04.2014)

Kodeksy etyki mogą być często narzędziem o charakterze normatywnym, definiującym uogólnione zasady, np. dotyczące zapewnienia przejrzystości relacji z partnerami biznesowym, rozstrzygania dylematów etycznych i konfliktów interesów do pracowników, do partnerów biznesowych, do społeczności lokalnej etc. Kodeksy nie są jednak dokumentem mogącym przewidzieć każde zachowanie czy postępowanie, na które wpływ ma złożona rzeczywistość biznesowa i społeczna².

Rozwiązania normalizacyjne w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu

W praktyce zarządzania duże znaczenie na przestrzeni ostatnich lat zyskały rozwiązania normalizacyjne³, głównie za sprawą popularyzacji systemu zarządzania jakością w skali międzynarodowej. „Niektóre przyjęły postać standardów normatywnych, rozwijających zasady zawarte w standardach ISO dotyczących zarządzania jakością (ISO 9001), zarządzania środowiskowego (ISO 14001), a także programów i inicjatyw dotyczących czystszej produkcji i bezpieczeństwa pracy, opartych na systemowym podejściu do problemów społecznej odpowiedzialności za produkt, środowisko i warunki pracy”⁴. Obecnie dostępnych jest wiele norm dotyczących różnych aspektów odpowiedzialności społecznej oferujących certyfikację według ściśle określonych wymogów w zakresie np. poprawy warunków pracy (norma SA 8000), spełniania oczekiwań interesariuszy (norma AA 1000), systemu zarządzania jakością w organizacji (ISO 9001), metod wdrażania efektywnych systemów zarządzania środowiskowego (ISO 14001). W tabeli 3 zaprezentowano jedynie najpopularniejsze, międzynarodowe inicjatywy kompleksowo nawiązujące do społecznej odpowiedzialności.

Tabela 3. Standardy społecznej odpowiedzialności biznesu

Rok powstania	Nazwa	Charakterystyka
1999	AA 1000 AccountAbility 1000 (Londyński Instytut of Social and	Należąca do grupy uznanych standardów CSR seria AA1000 została stworzona przez międzynarodowy think-tank AccountAbility. Seria składa się z 3 pozycji: – AA1000 (2008) Zasady Odpowiedzialności (<i>AccountAbility Principles Standard AA1000APS</i>),

² W badaniu Respect Index z 2009 roku 41% spółek zadeklarowało posiadanie kodeksu etyki. To samo badanie pokazało, że kodeksy etyki mogą być dokumentem, który formułuje pewne zasady (31% wskazań) i zawiera mechanizmy umożliwiające egzekwowanie ich (prawie 22% wskazań). Co ciekawe, prawie 11% badanych spółek przyznało, że zapisy kodeksu były wykorzystywane w praktyce. Zob.: J. Dymowski, *Respect Index – oczekiwania, doświadczenia badawcze i kierunki ewolucji dotyczące pierwszego indeksu zrównoważonego rozwoju notowanego na GPW w Warszawie*, [w:] *Społeczna odpowiedzialność organizacji. Metodyka, narzędzia, ocena*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 15.

³ Wiele krajów wprowadza własne systemy normalizacyjne, np. DIN w Niemczech, BSI w Wielkiej Brytanii, ANFOR we Francji, Polskie Normy w Polsce. Poza normami dotyczącymi zarządzania i podlegającymi certyfikacji istnieją normy niedające podstawy do prowadzenia procesu certyfikacji, które prezentują zasady i definiują dane kwestie.

⁴ J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*, PWE, Warszawa 2009, s. 176.

	Ethical AccountAbility)	– AA1000 (2008) Weryfikacja (<i>AccountAbility Assurance Standard AA1000AS</i>), – AA1000 (2005) Zaangażowanie Interesariuszy (<i>AccountAbility Stakeholder Engagement Standard AA1000SES</i>). Myślą przewodnią standardów było wsparcie organizacji w odpowiedzi na wyzwania zrównoważonego rozwoju, w tym określenie zaangażowania organizacji na poziomie ochrony środowiska, rozwoju społecznego i gospodarczego. Standardy dotyczą interesariuszy i wspomagają organizację w procesach zarządzania nimi. Standard AA1000 może być zastosowany do analizy strategicznej spółek i wszelkich organizacji, do zewnętrznej oceny przedsiębiorstwa w zakresie społecznej i etycznej odpowiedzialności, w procesie samodoskonalenia się organizacji. Standard nie podlega certyfikacji, lecz jest traktowany jako uczestnictwo w procesie doskonalenia niezbędnym dla ciągłego rozwoju organizacji, głównie poprzez powiązanie poszczególnych procedur z przyjmowanymi wartościami oraz bieżące dokonywanie oceny wpływu zarządzania na zmiany zasobów strategicznych.
1998	SA 8000 (Social Accountability 8000)	SA 8000 powstała z inicjatywy organizacji Social Accountability International (SAI). SAI jest organizacją typu non profit, zajmującą się opracowywaniem, wdrażaniem i nadzorowaniem dobrowolnie przyjmowanych, weryfikowalnych norm dotyczących odpowiedzialności społecznej. Standard SA 8000 jest uniwersalną normą, określającą wymagania w zakresie odpowiedzialności społecznej dla przedsiębiorstw z dowolnej branży na całym świecie. Standard dotyczy głównie przestrzegania podstawowych praw człowieka i praw pracowniczych. Opiera się na kilku międzynarodowych standardach dotyczących praw człowieka, w tym na <i>Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ</i> oraz <i>Konwencji o Prawach Dziecka</i>. SA 8000 określa przejrzyste, mierzalne, weryfikowalne standardy certyfikowania funkcjonowania przedsiębiorstw w dziewięciu obszarach: – zakaz pracy dzieci; – zakaz pracy przymusowej; – zapewnienie bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy; – wolność zrzeszania się oraz prawo do negocjacji zbiorowych; – zakaz dyskryminacji ze względu na przynależność rasową, narodowość, wyznawaną religię, niepełnosprawność, płeć, orientację seksualną, członkostwo w związku zawodowym lub przynależność partyjną; – zakaz stosowania kar cielesnych czy przymusu psychicznego; – przestrzeganie regulacji prawnych dotyczących godzin pracy; – zapewnienie wynagrodzenia na poziomie co najmniej minimalnej krajowej płacy; – zdefiniowanie i wdrożenie systemów zarządzania zasobami ludzkimi.
2010	ISO 26000	Najnowsza norma z 2010 stanowiąca praktyczny przewodnik po CSR wypracowana przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną ISO systematyzuje kluczowe obszary i zagadnienia dotyczące odpowiedzialności społecznej. ISO 26000 zawiera zestaw wytycznych i zasad odnoszących się do społecznej i środowiskowej odpowiedzialności wszystkich rodzajów organizacji – publicznych, prywatnych i non profit. Celem tego standardu jest wsparcie podmiotów w realizacji idei zrównoważonego rozwoju. Norma nie podlega procesowi certyfikacji. Główną część standardu ISO 26000 poświęcono siedmiu obszarom CSR:

		– ład korporacyjny, – prawa człowieka, – praktyki w miejscu pracy, – środowisko, – praktyki rynkowe, – kwestie konsumenckie, – zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności. Piotr Rogala uważa, iż powyższa norma, dzięki znacznej popularności norm ISO na całym świecie oraz jednolitemu określeniu definicyjnemu, przyczyni się do wzrostu zainteresowania tematyką społecznej odpowiedzialności. Autor prognozuje jednak, iż nowa norma będzie miała ograniczony wpływ w wymiarze praktycznym. Podmioty biznesowe prawdopodobnie mogą nisko ocenić jej przydatność. Jej ogólny, poradnikowy charakter i brak zdefiniowanych wymagań stawianych firmom zgodnie z tą normą może istotnie ograniczyć wykorzystanie tego rozwiązania.
--	--	--

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *AccountAbility*, dostęp: <http://www.accountability.org/> (odczyt: 21.05.2014); *Social Accountability International*, dostęp: <http://www.sa-intl.org> (odczyt: 21.05.2014); *International Organization for Standardization*, dostęp: <http://www.iso.org> (odczyt: 21.05.2014); *Global Reporting Initiative*, dostęp: <http://www.globalreporting.org> (odczyt: 21.05.2014); *Standard AA1000 Zasady odpowiedzialności 2008*, dostęp: http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/aa1000aps_pl.pdf (odczyt: 21.05.2014); P. Rogala, *Společna odpowiedzialność według projektu normy międzynarodowej ISO 26000*, [w:] *Společna odpowiedzialność organizacji. Metodyka, narzędzia, ocena*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 37-38

Istniejące normy zawierają pewne spektrum aspektów związanych z CSR, jednak „z punktu widzenia środków finansowych dla ich wdrożenia, certyfikacji i audytowania ich praktyczność jest dyskusyjna”⁵. Zdaniem autorów raportu *The Desirability and Feasibility of ISO Corporate Social Responsibility Standards* między poszczególnymi normami widoczne są m.in. znaczne różnice w zawartości tematycznej, poziomach zaangażowania w stosunku do interesariuszy, poziomach transparentności w rozwoju norm, sposobach pomiaru, jakości wdrażania i raportowania⁶. Dlatego uwagę zwraca przyjęta w roku 2010 norma Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej ISO 26000, która ma stać się praktycznym narzędziem wspierającym organizacje (w tym przedsiębiorstwa, instytucje rządowe i pozarządowe) we wdrażaniu zasad społecznej odpowiedzialności. Norma ta nie podlega certyfikacji ani obowiązkowej regulacji, jest w założeniu zgodna z istniejącymi dokumentami, konwencjami, traktatami w zakresie CSR i innymi normami ISO, ma promować wspólną terminologię, dostarczać porad związanych z implementacją koncepcji CSR oraz poprawiać wiarygodność raportów.

⁵ 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” 2004, No. 16/3, s. 217, cyt. za: P. Hąbek, P. Szewczyk, *Společna odpowiedzialność a zarządzanie jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010, s. 28.

⁶ *The Desirability and Feasibility of ISO Corporate Social Responsibility Standards*, raport końcowy, *Consumer protection in the Global Market Working Group of the ISO Consumer Policy Committee (COPOLCO)*, maj 2002, s. 53.

Rynek inwestycji odpowiedzialnych społecznie

Indeksy spółek odpowiedzialnych społecznie (wskaźniki giełdowe, indeksy CSR, indeksy SRI – *Socially Responsible Investing*, indeksy zrównoważone) reprezentują konkretną wartość obliczoną na podstawie wyceny akcji spółek o wysokich standardach odpowiedzialności społecznej. W ich skład wchodzi dokładnie wyselekcjonowane spółki z najlepszymi wynikami w zakresie relacji społecznych, ochrony środowiska i nadzoru korporacyjnego. Głównym celem tych indeksów jest dostarczanie informacji o bieżącej kondycji spółek danego segmentu, weryfikowanie składu portfeli funduszy inwestycyjnych oraz ułatwienie inwestorom dokonania odpowiedniego wyboru spółek do swoich portfeli. Z kolei dla menedżerów funduszy indeksy stanowią dobre narzędzie do tworzenia nowych produktów inwestycyjnych opartych o strategię SRI.

Pierwsze indeksy CSR powstawały w Stanach Zjednoczonych. Za pioniera tego zjawiska należy uznać firmę Dow Jones, która we wrześniu 1999 rozpoczęła publikację indeksu SI (*Sustainability Index*). Rok później fundusz Calvert rozpoczął publikację indeksu CSR, zaś w lipcu 2001 roku pierwszy indeks (FTSE4Good) opublikowała angielska firma FTSE.

Tabela poniżej prezentuje wybrane indeksy spółek odpowiedzialnych społecznie.

Tabela 4. Indeksy spółek odpowiedzialnych społecznie

Rok powstania	Nazwa	Charakterystyka
1990	FTSE KLD 400 Social Index	Indeks obejmujący amerykańskie akcje jest pierwszym wzorcem indeksu skonstruowanego na podstawie czynników ESG (środowisko, relacje społeczne i nadzór korporacyjny, tj. ang. <i>Environment, Social, Governance</i>). Jest powszechnie uznawanym punktem odniesienia dla badających wpływ czynników ESG na wyniki w portfelach inwestycyjnych.
1999	Dow Jones Sustainability Index DJSI	Indeks powstał przy współpracy Dow Jones Indexes (najbardziej znanego na świecie indeksu giełdowego), STOXX Ltd. (wydawcy indeksów europejskich) i SAM Group (pioniera społecznie odpowiedzialnego inwestowania). DJSI przy pomocy niezależnych audytorów wybiera firmy o najwyższych wskaźnikach ekonomicznych, społecznych i środowiskowych w danym sektorze gospodarki, z czego 10% wiodących w tym zakresie firm zostaje wpisanych na listę (tj. ok. 200 firm). Celem indeksu jest umożliwienie firmom społecznie odpowiedzialnym odnośnienia korzyści giełdowych. Ponadto takie podejście ma zachęcić inwestorów do inwestowania w przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne. Index DJSI zapewnia przedsiębiorstwom ekonomiczną mierzalność ich strategii zrównoważonego rozwoju, zarządzania społeczną odpowiedzialnością, jej ryzykiem i kosztami.
2001	FTSE4Good	Inicjatywa ta obejmuje listę przedsiębiorstw spełniających kryteria społeczne i środowiskowe. Indeks CSR oferujący szczegółowe wytyczne dla przedsiębiorstw chcących podjąć lub poszerzyć zakres zobowiązań w zakresie CSR. Firmy zgłaszające się do włączenia do indeksów oceniane są w procesie uwzględniającym ponad 40 kryteriów z 3 dziedzin: system zarządzania środowiskowego, dialog z interesariuszami, przestrzeganie praw człowieka. Działalność firmy oceniana jest na podstawie porównania z wynikami firmy z poprzednich okresów oraz w ramach równorzędnych grup przedsiębiorstw, z prawem, międzynarodowymi konwencjami i oczekiwaniami społecznymi.

		Kryteria włączenia do indeksu mają na celu pomóc inwestorom zminimalizować ryzyko społeczne, ekologiczne i etyczne. Kryteria obejmują odpowiedzialność korporacyjną, prawa człowieka, działania środowiskowe, zaangażowanie interesariuszy, przeciwdziałanie korupcji.
2009	Respect Index RI	To autorski projekt Giełdy Papierów Wartościowych, Kulczyk Investments Deloitte i magazynu „Forbes”, który w ramach Europy Środkowej jest przedsięwzięciem pionierskim. Zamierzeniem autorów jest ocena kapitałowa spółek dla inwestorów, lecz dodatkowo indeks dostarcza informacji nt. stanu wdrożenia CSR w rodzimych spółkach giełdowych w oparciu o wytyczne GRI i standard ISO26000. Pierwsza edycja badania miała być bodźcem do zainteresowania kapitałów spółek społecznie odpowiedzialnych polskim rynkiem. Badaniem objęto 119 spółek, tj. ok. 1/3 notowanych na rynku podstawowym. W skład RI wchodzi spółki wyselekcjonowane na podstawie wskaźników w czterech obszarach: 1. zarządzania organizacją i ładu korporacyjnego (np. polityka CSR), 2. ekonomicznym (np. terminowość regulowania zobowiązań), 3. środowiskowym, 4. społecznym (np. BHP, ochrona danych osobowych). Zdaniem Dymowskiego RI jest „narzędziem, które może potwierdzić istnienie lub brak konkretnych mechanizmów, lecz nie jest na tyle szczegółowe, by ocenić poprawność biznesową przyjętych strategii” ⁷ .

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Respect Index*, dostęp: <http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/> (odczyt: 13.05.2014); *Dow Jones Sustainability Indexes*, dostęp: <http://www.sustainability-index.com> (odczyt: 13.05.2014); *FTSE The Index Company*, dostęp: http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp (odczyt: 13.05.2014); J. Dymowski, *Respect Index – oczekiwania, doświadczenia badawcze i kierunki ewolucji dotyczące pierwszego indeksu zrównoważonego rozwoju notowanego na GPW w Warszawie*, [w:] *Spółeczna odpowiedzialność organizacji. Metodyka, narzędzia, ocena*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 22

Podsumowanie

W skali międzynarodowej inicjowane są liczne działania na rzecz popularyzacji społecznej odpowiedzialności biznesu, w które angażują się zarówno organizacje międzynarodowe, rządy państw, jak i organizacje branżowe. Zauważalne staje się dążenie do opracowania metodologii oceny realizacji CSR pozwalającej w sposób zestandaryzowany prezentować działania CSR za pomocą obiektywnych wskaźników ekonomicznych, społecznych i środowiskowych.

Bezspornie społeczna odpowiedzialność biznesu staje się profesjonalną gałęzią biznesu, od której w znacznej mierze zależy sukces danej firmy w skali mikro, jak i makro – dobrze prosperują organizacje certyfikujące w tym zakresie (np. AccountAbility), oferujące usługi w zakresie konsultingu CSR (np. SustainAbility) rozwijają się organizacje skupione wokół idei CSR (Liga Odpowiedzialnego Biznesu LOB, Forum Odpowiedzialnego Biznesu FOB), które intensywnie promują rankingi firm społecznie odpowiedzialnych, raporty czy inne inicjatywy.

⁷ J. Dymowski, *Respect Index ...*, op. cit., s. 22.

Literatura

1. *AccountAbility*, dostęp: <http://www.accountability.org/>
2. Adamczyk J., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Teoria i praktyka*, PWE, Warszawa 2009.
3. Bernatt M., *Spółeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.
4. Castka P., Bamber Ch.J., Bamber D.J., Sharp J.M., *Integrating Corporate Social Responsibility CSR into ISO Management Systems – in Search of a Feasible CSR Management System Framework*, "The TQM Magazine" 2004, No. 16/3.
5. *Caux Round Table*, dostęp: <http://www.cauxroundtable.org>
6. *Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development*, „EnviroWindows” EEA platform for knowledge sharing and development, dostęp: http://ew.eea.europa.eu/Industry/Reporting/cec_corporate_responsibility/csr_eu_strategy.pdf
7. *CSR Implementation Guide Non-legislative Options for the Polish Government*, listopad 2006, dostęp: WB Development Communication Division and WB ECCU7 Office, <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/CSRImplementationGuideNovember2006.pdf>
8. *Dobre praktyki spółek notowanych na GPW*, załącznik do Uchwały Nr 17/1249/2010 Rady Giełdy z dnia 19 maja 2010 r., Giełda Papierów Wartościowych, dostęp: <http://www.corp-gov.gpw.pl/assets/library/polish/publikacje/dpsn2010.pdf>
9. *Dow Jones Sustainability Indexes*, dostęp: <http://www.sustainability-index.com>
10. Dymowski J., *Respect Index – oczekiwania, doświadczenia badawcze i kierunki ewolucji dotyczące pierwszego indeksu zrównoważonego rozwoju notowanego na GPW w Warszawie*, [w:] *Spółeczna odpowiedzialność organizacji. Metodyka, narzędzia, ocena*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2011.
11. *FTSE The Index Company*, dostęp: http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp
12. *Global Compact Network Poland*, dostęp: <http://globalcompact.org.pl>
13. *Global Reporting Initiative*, dostęp: <http://www.globalreporting.org>
14. *Green Paper. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 FINAL, Bruksela 2001, dostęp: http://www.csr-in-commerce.eu/data/files/resources/717/com_2001_0366_en.pdf
15. Hąbek P., Szewczyk P., *Spółeczna odpowiedzialność a zarządzanie jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010.
16. *International Organization for Standardization*, dostęp: <http://www.iso.org>
17. *Kanon dobrych praktyk rynku finansowego*, Komisja Nadzoru Finansowego, dostęp: http://www.knf.gov.pl/dla_ryнку/kanon_praktyk/index.html
18. *Kanon etyczny przedsiębiorców*, PKPP Lewiatan, dostęp: http://www.pkpplewiatan.pl/upload/File/2007_02/kanon%20etyczny.doc
19. *Kodeks etyki bankowej (Zasady dobrej praktyki bankowej)*, Związek Banków Polskich, Warszawa, kwiecień 2013, dostęp: http://zbp.pl/public/repozytorium/dla_bankow/prawo/komisja_etyki_bankowej/KEB_final_WZ.pdf
20. *Kodeks etyki dla przedsiębiorców*, Krajowa Izba Gospodarcza, dostęp: <http://www.kig.pl/files/Kodeks%20etyki%20dla%20przedsiębiorców.pdf>
21. *Kodeks etyki reklamy*, Rada Reklamy, dostęp: <http://www.radareklamy.org/kodeks-etyki-reklamy.html?showall=&limitstart=>
22. *Multi-stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility (CSR)*, dostęp: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/multi-stakeholder-forum/index_en.htm

23. *Respect Index*, dostęp: <http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/>
24. Rogala P., *Spoleczna odpowiedzialność według projektu normy międzynarodowej ISO 26000*, [w:] *Spoleczna odpowiedzialność organizacji. Metodyka, narzędzia, ocena*, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011.
25. *Social Accountability International*, dostęp: <http://www.sa-intl.org>
26. *Standard AA1000 Zasady odpowiedzialności 2008*, dostęp: http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2011/aa1000aps_pl.pdf
27. *The Desirability and Feasibility of ISO Corporate Social Responsibility Standards*, raport końcowy, *Consumer protection in the Global Market Working Group of the ISO Consumer Policy Committee (COPOLCO)*, maj 2002.
28. *The Minnesota Principles*, dostęp: <http://www.cebglobal.org/index.php?/about/the-minnesota-principles/>
29. *Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych*, OECD, dostęp: <http://www.oecd.org/corporate/mne/38111315.pdf>
30. *Zespół do spraw społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, dostęp: <http://www.mg.gov.pl/node/10893>
31. *Zielone i Białe księgi Komisji Europejskiej. Opracowania tematyczne OT-587*, Biuro Analiz i Dokumentacji, Dział Analiz i Opracowań Tematycznych, lipiec 2010, Kancelaria Senatu, Warszawa 2010, dostęp: <http://ww2.senat.pl/k7/dok/bad/2010/ot-587.pdf>

THE INSTRUMENTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Abstract: The article reviews the instruments applied within the corporate social responsibility (CSR) in order to gain measurable, possibly comparable outcomes in this domain. The following four CSR parameters will be examined, that is, CSR guidelines, codes of conduct, international standards, and socially responsible investing. The paper's objective is to pay attention to the phenomenon of the so called parameterization of corporate social responsibility that recently has become an entirely separate industry.

Keywords: corporate social responsibility, CSR, CSR codes of conduct, socially responsible investing