

Jak uczyć

o społecznej
odpowiedzialności
i zrównoważonym rozwoju

Przewodnik dla nauczycieli

Jak uczyć

o społecznej
odpowiedzialności
i zrównoważonym rozwoju

Przewodnik dla nauczycieli

Spis treści

Wstęp (Mirella Panek-Owsiańska, Rafał Baniak)	05
1 ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY I SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU	08
1.1. Wprowadzenie do koncepcji CSR i zrównoważonego rozwoju (Ewa Jastrzębska)	09
1.2. Odpowiedzialny biznes a edukacja globalna (Aleksandra Piotrowska)	24
2 MIĘDZYNARODOWE STANDARDY DOTYCZĄCE NAUCZANIA O ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJU I SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW	32
2.1. Edukacja w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu (Magdalena Kostulska, Ewa Zgrzywa)	33
2.2. Zasady Odpowiedzialnego Kształcenia Menedżerów – potrzeba odpowiedzialnego nauczania (Janusz Reichel, Agata Rudnicka)	39
3 PODEJŚCIE SYSTEMOWE ORAZ UCZENIE SIĘ PRZEZ CAŁE ŻYCIE	44
3.1. Podejście systemowe w nauczaniu o CSR i rozwoju zrównoważonym (Piotr Magnuszewski, Olga Pietkiewicz)	45
3.2. Uczenie się przez całe życie w kontekście CSR (Magdalena Jóźwik)	52
4 O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W SZKOLE PODSTAWOWEJ (Anna Paluszek)	54
5 ELEMENTY CSR W GIMNAZJUM (Anna Paluszek)	64
6 ELEMENTY CSR W SZKOLNICTWIE PONADGIMNAZJALNYM (Anna Paluszek)	74
7 ELEMENTY CSR W SZKOLNICTWIE WYŻSZYM (Aleksandra Stanek-Kowalczyk)	84
8 POLECANE PUBLIKACJE	94

Wstęp

Celem podręcznika „Jak uczyć o społecznej odpowiedzialności i zrównoważonym rozwoju. Przewodnik dla nauczycieli” jest przedstawienie informacji i porad umożliwiających zrozumienie problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility, CSR*) oraz zrównoważonego rozwoju. Mamy nadzieję, że niniejsza publikacja umożliwi nauczycielom i nauczycielkom, wykładowcom oraz trenerom i trenerkom wprowadzenie poruszanych tematów do edukacji na różnych poziomach nauczania – od szkolnictwa podstawowego, przez szkolnictwo gimnazjalne i ponadgimnazjalne, po szkolnictwo wyższe. Podręcznik jest dystrybuowany wśród nauczycieli i kadry akademickiej, a także udostępniony na stronach internetowych w wersji elektronicznej.

Naszym zamiarem jest, aby przewodnik w prosty i przystępny sposób prezentował istotne kwestie związane z CSR i zrównoważonym rozwojem oraz umożliwił powiązanie ich z treścią nauczania wielu przedmiotów, m.in. przedsiębiorczości, etyki, ekonomii, biologii, nauk o środowisku oraz społeczeństwie. Wierzymy, że przekazywanie wiedzy w tym zakresie i kształtowanie postaw już od pierwszych etapów nauczania jest istotne dla pokolenia, które w przyszłości będzie dokonywać bardziej świadomych i zrównoważonych wyborów.

Mirella Panek-Owsiańska
Prezesa Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Wstęp



[06]

Szanowni Państwo,

charakter bieżących wyzwań społeczno-gospodarczych sprawia, iż niezwykle istotny staje się wzrost inwestycji w kapitał ludzki i intelektualny. Siłą gospodarki jest bowiem nie tylko aktywna postawa przedsiębiorstw, ale także zaangażowanie obywateli w debatę publiczną. Świadome i odpowiedzialne społeczeństwo może łatwiej dokonać zmian w swoim stylu życia i wzorcach konsumpcji, wpływając przez to na zachowania uczestników rynku. Edukacja jest zatem warunkiem niezbędnym dla zapewnienia realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility – CSR*), stanowiącej odpowiedź sektora prywatnego na wyzwania zrównoważonego rozwoju.

Wizją Rządu w zakresie CSR jest tworzenie najlepszych warunków dla rozwoju Polski jako kraju przyjaznego dla odpowiedzialnego, innowacyjnego i konkurencyjnego biznesu. Powołany w 2009 r. Zespół do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, któremu mam przyjemność przewodniczyć, opracował zestaw rekomendacji, skierowanych zarówno do administracji publicznej, jak i partnerów społeczno-gospodarczych, których celem jest skoncentrowanie podejmowanych wysiłków na obszarach kluczowych dla rozwoju koncepcji CSR w polskich realiach gospodarczych. W dokumencie podkreślono m.in. potrzebę usystematyzowania treści związanych z CSR, zrównoważonym rozwojem i edukacją finansową oraz promowania ich włączania do procesu kształcenia.

Żywimy nadzieję, że przedstawione w niniejszym przewodniku informacje i narzędzia dostarczą nauczycielom kompleksowej wiedzy na temat CSR i zrównoważonego rozwoju, ułatwiając tym samym uwypuklenie tych zagadnień podczas zajęć szkolnych. Jednocześnie zachęcamy trenerów, organizacje społeczne, a także media do korzystania z przewodnika w celu przybliżania społeczeństwu istoty powiązań między problemami gospodarczymi, środowiskowymi i społecznymi, umożliwiając tym samym przygotowanie kolejnych pokoleń do aktywnego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu gospodarczym kraju.

Rafał Baniak

Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Gospodarki

[07]

1. ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY I SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

1.1 Wprowadzenie do koncepcji CSR i zrównoważonego rozwoju

Dr Ewa Jastrzębska¹

II GENEZA CSR

Globalizacja, obok niewątpliwie pozytywnych skutków, przyczyniła się również do nasilenia wielu niekorzystnych zjawisk. Wśród najbardziej palących problemów współczesności można wymienić: nierówność, ubóstwo, bezrobocie, wzrost patologii społecznych, dezintegrację więzi międzyludzkich, konsumpcjonizm, makdonaldyzację społeczeństwa, produktywizm, degradację środowiska przyrodniczego oraz zagrożenia terrorystyczne.

W świetle tych negatywnych trendów oraz wobec wyraźnego osłabienia opiekuńczej roli państwa i wzrostu znaczenia korporacji transnarodowych (KTN), dysponujących nierzadko kapitałami większymi niż PKB niektórych państw, zmieniło się przekonanie o roli sektora biznesu w społeczeństwie. Rozwój demokracji partycypacyjnej i społeczeństwa obywatelskiego, połączony ze współczesnymi technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi oraz wzrost aktywności ruchów społecznych działających na rzecz ochrony praw różnych grup, w coraz większym stopniu zmuszają przedsiębiorstwa do weryfikowania poglądu, że maksymalizacja zysku jest jedynym celem działalności gospodarczej. Rozpowszechnia się przekonanie, że firmy powinny partycypować w niwelowaniu zagrożeń cywilizacyjnych, do których powstania się przyczyniają. Zasadność tego rodzaju żądań wynika głównie ze skali i zasięgu działania współczesnych przedsiębiorstw oraz głębokiego wpływu, jaki wywierają one na życie społeczności lokalnych, środowisko oraz postęp cywilizacyjny. Nie bez znaczenia były również liczne i głośne skandale korporacyjne czy przypadki nadużyć i nieetycznego postępowania firm.

Koncepcja obywatelstwa przedsiębiorstw (ang. corporate citizenship) bazuje na przekonaniu, że przedsiębiorstwo ma prawa i obowiązki w znacznym stopniu tak samo, jak ma je pojedynczy człowiek. Jako swoisty podmiot musi zatem ponieść odpowiedzialność za swoje decyzje. Chociaż spółki są jedynie sztucznymi

¹Katedra Ekonomii Środowiska i Zasobów Naturalnych, Szkoła Główna Handlowa.

tworami prawnymi, które trudno jest pociągać do odpowiedzialności, to jednak składają się one z ludzi, stąd sensowne wydaje się, że idea moralnej odpowiedzialności spółek może być kształtowana w oparciu o ideę odpowiedzialności indywidualnej.

Wszystko to sprawiło, że na nowo rozgorzała dyskusja wokół **etyki biznesu** – konieczności przestrzegania standardów etycznych w działalności gospodarczej i uwzględniania celów innych niż tylko maksymalizacja zysku. **Etyka biznesu interesuje się w szerokim zakresie tym, jak ludzie i organizacje działają lub powinny działać w relacji z innymi.** Jako dyscyplina stosowana wychodzi poza opis zjawisk moralnych oraz identyfikację wartości i dąży do przełamania rozdzwieku między tym „jak jest”, a tym „jak być powinno”. Osobną kwestią jest to, przed kim, za co i w jakim stopniu podmioty gospodarcze ponoszą odpowiedzialność.

II TEORIA INTERESARIUSZY

[10]

Podstawą koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *corporate social responsibility* – CSR) jest teoria interesariuszy, której szerszy rozwój datuje się od opublikowania przez R. E. Freemana w 1984 r. pracy zatytułowanej „Strategic Management: A Stakeholder Approach”. Według definicji Freemana **interesariusze** (ang. *stakeholders*) to każda dająca się określić grupa lub jednostka (instytucja, ale także środowisko przyrodnicze), która może wpływać lub jest pod wpływem działania przedsiębiorstwa (organizacji) za pośrednictwem jego strategii, produktów, procesów wytwórczych, systemów zarządzania i procedur. Interesariusze dzielą się na wewnętrznych i zewnętrznych. Interesariuszami wewnętrznymi przedsiębiorstwa są: właściciele, inwestorzy (akcjonariusze), menedżerowie, pracownicy, związki zawodowe, a zewnętrznymi – klienci, dostawcy, konkurenci, wierzyciele, władze lokalne i centralne, rządy innych państw, organizacje pozarządowe, społeczność lokalna, tzw. niemy interesariusz – środowisko przyrodnicze (i jego rzecznicy), stowarzyszenia handlowe i branżowe, media, sądy, szkoły i uczelnie oraz inne podmioty z szeroko rozumianego otoczenia firmy.

Punktem wyjścia w procesie zarządzania interesariuszami jest **proces mapowania interesariuszy**, który polega na tworzeniu mapy relacji z interesariuszami, czyli identyfikowaniu i wybieraniu podmiotów o kluczowym znaczeniu, mogącymi silnie wpływać na realizowaną przez przedsiębiorstwo strategię biznesową. Dzięki temu można rozpoznać oczekiwania zainteresowanych stron, co z kolei jest podstawą do wypracowania strategii i sposobów postępowania wobec nich. Proces ten umożliwia lepsze zrozumienie otoczenia, w jakim firma funkcjonuje – oczekiwań wobec niej oraz szans i rodzajów ryzyka, jakie wiążą się z jej działalnością. Ponieważ oczekiwania interesariuszy różnią się nie tylko pomiędzy poszczególnymi grupami, ale również wewnątrz każdej z grup interesariuszy, nie można zaspokoić ich wszystkich i firma musi rozwiązywać nieuniknione konflikty, poszukując równowagi między potrzebami kluczowych interesariuszy. Freeman przywołuje imperatyw etyczny Kanta, wskazując, że decyzje menedżerskie powinny być podejmowane ze względu na podmiotowość interesariuszy, tj. przy traktowaniu ich jako celu, a nie tylko jako środka. Można zatem stwierdzić, że istotą koncepcji CSR jest zrozumienie faktu, że każde przedsiębiorstwo składa się z ludzi, zależy od ludzi i służy ludziom.

II PARADYGMAT ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

Za jeden z fundamentów społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw przyjęto koncepcję **potrójnej linii wyników** (patrz ramka poniżej), która wynika z paradygmatu rozwoju zrównoważonego i opiera się na poszukiwaniu równowagi pomiędzy trzema wymiarami – ekonomią, ekologią i etyką.

Potrójna linia wyników (ang. *triple bottom line* – TBL)

„Istotą TBL jest to, że osiągnięcia firmy oraz jej sukcesy mogą i powinny być mierzone nie wyłącznie tradycyjnymi kryteriami finansowymi, ale również wynikami społecznymi i środowiskowymi [...]. *Potrójna linia wyników* pomaga organizacjom spojrzeć nie tylko na ekonomiczną wartość, jaką tworzą, ale również pozwala włączyć do oceny ich działalności wartości środowiskowe i społeczne, które mogą być pomnażane bądź pomniejszane. Towarzyszy temu założenie, że mimo zaangażowania przedsiębiorstw w tworzenie wartości, w praktyce są one uwikłane także w procesy niszczenia niektórych wartości.

W najwęższym znaczeniu, *triple bottom line* może być używana jako podstawa do mierzenia i sprawozdawczości wyników przedsiębiorstwa w stosunku do gospodarczych, społecznych oraz środowiskowych parametrów. W najszerszym znaczeniu, termin ten jest używany do uchwycenia całego zbioru wartości, problemów i procesów, które firma musi uwzględnić w celu zminimalizowania wszelkich szkodliwych skutków wynikających z jej działalności, oraz do tworzenia wartości gospodarczej, społecznej i środowiskowej. Wiąże się to z posiadaniem jasnej wizji na temat celu firmy oraz z wzięciem pod uwagę, w swojej polityce i działaniach, potrzeb i oczekiwań interesariuszy.”

Jonker J., Rudnicka A., Reichel J., 2011, Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym. Centrum Strategii i Rozwoju Impact, Łódź.

[11]

Idea rozwoju zrównoważonego po raz pierwszy została zaprezentowana w tzw. raporcie Brundtland Światowej Komisji ds. Środowiska i Rozwoju ONZ pt. „Nasza wspólna przyszłość”, opublikowanym w 1987 r., a w szerszy sposób przedstawiona społeczności globalnej podczas II Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 r. Zgodnie z przyjętą definicją **rozwój zrównoważony** (ang. *sustainable development*) to taki rozwój społeczno-gospodarczy, który jest zgodny z wymaganiami ochrony środowiska przyrodniczego i pozwala zaspokajać potrzeby obecne, nie pozbawiając przyszłych pokoleń możliwości zaspokojenia ich potrzeb.

Chociaż początkowo rozwój zrównoważony interpretowano przede wszystkim w kategoriach ekorozwoju, czyli poszanowania środowiska przyrodniczego, od dawna podkreśla się, że nie można chronić środowiska, jeżeli równocześnie nie dba się o respektowanie praw społeczności lokalnych, zasad demokracji i uczestnictwa w kształtowaniu społeczeństwa obywatelskiego, nie dąży do eliminacji głodu i ubóstwa czy rozwoju przedsiębiorczości. W ramach tej koncepcji zakłada się zatem równowagę pomiędzy aspektami ekonomicznymi, społecznymi i ekologicznymi, będącą warunkiem zachowania wysokiej jakości życia.

CSR jest związany z koncepcją rozwoju zrównoważonego – celem społecznej odpowiedzialności biznesu jest wkład do urzeczywistnienia tego nowego paradygmatu rozwoju. **Koncepcja CSR jest w pewnym sensie realizacją i operacjonalizacją paradygmatu rozwoju zrównoważonego w praktyce gospodarczej.**

II DEFINICJA CSR

Społeczna odpowiedzialność biznesu bywa różnie interpretowana. Przedrostek „społeczna” może wprowadzać w błąd, sugerując, że CSR to wyłącznie działania na rzecz społeczności lokalnej – sponsoring lub filantropia. Społeczna odpowiedzialność biznesu nie jest tożsama z ich działalnością charytatywną ani tym bardziej z nowym instrumentem marketingowym czy public relations, służącym wyłącznie kreowaniu wizerunku, tylko nową filozofią prowadzenia działalności gospodarczej. Jedynie wtedy gdy koncepcja CSR będzie wpisana w całą działalność przedsiębiorstwa, jego strategię biznesową i system zarządzania, przyniesie wymierne korzyści samej firmie i jej interesariuszom.

[12]

Standard ISO 26000 używa pojęcia społecznej odpowiedzialności bez odnoszenia się do przedsiębiorstw, aby zaakcentować, że dotyczy ona wszystkich rodzajów organizacji. Zawarta w nim definicja traktuje **odpowiedzialność społeczną jako odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które:**

- = przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, włączając w to zdrowie i dobrobyt społeczeństwa,
- = uwzględnia oczekiwania interesariuszy (osób lub grup, które są zainteresowane decyzjami lub działaniami organizacji),
- = jest zgodne z mającym zastosowanie prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania,
- = jest wprowadzone w całej organizacji i praktykowane w jej działaniach w obrębie jej strefy wpływów.

Chociaż podkreśla się dobrowolność koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, to podjęcie decyzji o jej wdrażaniu pociąga za sobą konieczność prowadzenia konsekwentnych i systematycznych działań – CSR staje się zobowiązaniem, którego zaniedbywanie jest negatywnie oceniane przez interesariuszy.

We wdrażaniu CSR, oprócz zaangażowania samych przedsiębiorstw, niezwykle istotna jest rola z jednej strony samego społeczeństwa, wywierającego presję na firmach, by postępowały odpowiedzialnie, a z drugiej strony – państwa tworzącego odpowiedni ład społeczny, gospodarczy i polityczny. Choć społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi przykład samoregulacji, która uzupełnia lub nawet w pewnym stopniu zastępuje politykę i aktywność państwa, to jednak działania te będą bardziej skuteczne wówczas, jeśli będą zintegrowane z publiczną polityką państwa. Państwo powinno promować ideę współodpowiedzialności i partycypacji w rozwiązywaniu problemów społecznych – w tym jedną z kluczowych kwestii wydaje się być rozwijanie i wspieranie CSR – zgodnie z ideą firmy jako dobrego obywatela.

Wpływ państwa na przedsiębiorstwa w obszarze CSR przejawia się przede wszystkim w 3 obszarach:

- = szeroko rozumianej promocji tej koncepcji (kampanie informacyjne i edukacyjne wśród społeczeństwa i przedsiębiorstw, uruchamianie programów pomocowych wspierających narzędziowo i finansowo firmy wdrażające standardy CSR),
- = regulacji (np. przejrzyste zasady prowadzenia działalności gospodarczej, tworzenie i egzekwowanie przepisów prawnych stymulujących odpowiedzialne prowadzenie biznesu, w tym efektywne i skuteczne prawo, wprowadzanie zielonych i etycznych kryteriów przy zamówieniach publicznych),
- = kontroli prawidłowości działań podejmowanych w ramach CSR (wspieranie instytucji regulujących i monitorujących społeczną odpowiedzialność).

Ostatnia recesja gospodarcza dodatkowo przyczyniła się do nasilenia dyskusji na temat prawnej regulacji społecznej odpowiedzialności biznesu przez państwo – długotrwały kryzys, jego przyczyny i skutki, sprawiły, że wzrosła liczba zwolenników wprowadzenia uregulowań prawnych w zakresie CSR, wymuszających na firmach odpowiedzialne postępowanie.

Przestrzeganie prawa i podstawowych norm moralnych jest **warunkiem koniecznym, choć niewystarczającym** do określania danego przedsiębiorstwa jako społecznie odpowiedzialnego. Jeżeli firma systematycznie narusza te podstawy w jakimś obszarze swojej działalności, to w zasadzie unieważnia – lub przynajmniej zdecydowanie osłabia – wszelkie swoje działania z zakresu CSR. Społeczna odpowiedzialność biznesu rozpoczyna się wówczas, gdy kończą się wymogi formalnoprawne – koncepcja ta zakłada zatem prowadzenie działalności gospodarczej, społecznej i ekologicznej w zakresie wykraczającym ponad minima określone w wymaganiach prawnych. Odpowiedzialność społeczna w odniesieniu do negatywnych efektów społecznych jest **w coraz większym stopniu regulowana prawnie**, w państwach UE tego typu podejście jest coraz szerzej stosowane.

[13]

II DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Kluczowe dla wdrażania koncepcji CSR w firmie jest prowadzenie trwałego, otwartego i aktywnego dialogu z interesariuszami, gwarantującego skuteczne budowanie pozytywnych relacji warunkujących sukces przedsiębiorstwa. **Dialog z interesariuszami to proces, w ramach którego firma:**

- = **pyta swoich interesariuszy o opinie dotyczące jej działalności i poznaje ich rzeczywiste oczekiwania,**
- = **odpowiada na nie, przedstawiając swoje możliwości w ich spełnianiu i poszukując kompromisów,**
- = **bierze pod uwagę te oczekiwania w swojej działalności, doskonali strategię biznesową, tak aby uwzględniała oczekiwania społeczne i cele przedsiębiorstwa.**

Dialog jest także narzędziem angażowania interesariuszy w działalność organizacji – umożliwi wyjście naprzeciw ich potrzebom, edukowanie ich, a także uczenie się od nich, co pozwala firmie przełożyć zdobytą wiedzę na produkty i procesy. Identyfikacja i angażowanie interesariuszy to dwie fundamentalne praktyki

społecznej odpowiedzialności według standardu ISO 26000. Angażowanie interesariuszy jest także kluczowe z punktu widzenia rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, w którym obywatele świadomie podejmują różnego rodzaju aktywności społeczne, oraz dla budowania **kapitału społecznego**, którego podstawą jest zaufanie wobec społeczeństwa lub jego części, kooperacja, tworzenie wzajemnych sieci powiązań i zaangażowanie obywatelskie. Zaufanie jest fundamentem relacji międzyludzkich nie tylko w biznesie, a zatem silnie wpływa na możliwości rozwoju społeczno-gospodarczego.

Kształtowanie się **społeczeństwa obywatelskiego** jest jednym z najważniejszych elementów otoczenia, które skłania biznes do podejmowania działań na rzecz społeczeństwa i środowiska.

Demokracja partycypacyjna cechuje się szerokim uczestnictwem obywateli, a jej rozwój wiąże się z gotowością jednostek i grup do zorganizowanej artykulacji swoich oczekiwań i wymagań pod adresem biznesu, a w konsekwencji – z wysokim poziomem świadomości konsumenckiej i obywatelskiej. Rozwój aktywności ruchów społecznych (działających na rzecz ochrony praw człowieka, środowiska przyrodniczego, zwierząt, konsumentów) przeciw niekontrolowanemu i negatywnemu wpływowi działań przedsiębiorstw przejawia się przede wszystkim w celowych zakupach, naciskach medialnych i bojkotach konsumenckich. Przewyciężając w ramach zorganizowanego ruchu konsumenckiego, czyli konsumeryzmu, swoje rozproszenie, konsumenci są dziś liczącą się grupą nacisku.

Ekologiczny konsumeryzm (ekokonsumeryzm, zrównoważona konsumpcja) – najbardziej charakterystyczny dla współczesności kierunek konsumeryzmu, głosi, że konsumenci mogą i powinni przeciwdziałać degradacji środowiska na różne sposoby, poczynając od kupowania produktów przyjaznych środowisku, a kończąc na dobrowolnym rezygnowaniu z części konsumpcji w ogóle.

Etyczny konsumeryzm próbuje ująć konsumpcję w kategoriach etycznych, starając się nakłonić ludzi do tego, aby traktowali zakup jako wybór etyczny. Uświadamia on ludziom globalne konsekwencje zachodniego modelu konsumpcji, zwracając uwagę na warunki, w jakich wytwarzane są produkty, w szczególności ciężkie warunki życia i pracy robotników w krajach rozwijających się.

Polityczny konsumeryzm polega na oddziaływaniu poprzez świadome wybory konsumenckie na decyzje gospodarcze i polityczne i wiąże się np. z bojkotem produktów wytwarzanych w państwach, w których prowadzone są działania wojenne lub jest opresyjny reżim polityczny.

Jednym z ważniejszych narzędzi dialogu przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego z interesariuszami jest **raportowanie kwestii zrównoważonego rozwoju** (ang. *sustainability reporting*). Służy ono przedstawianiu działań na rzecz realizacji zasad rozwoju zrównoważonego, które podejmowane są przez przedsiębiorstwo. Pozwala równocześnie prezentować ekonomiczne, ekologiczne i społeczne wyniki działalności. Raportowanie kwestii zrównoważonego rozwoju powinno być trwałym, rutynowym i systematycznym procesem, wpisanym w system zarządzania całą

organizacją. Znaczenie raportu CSR, często nazywanego raportem społecznym, wynika z zastosowania kluczowej zasady tej koncepcji, czyli przejrzystości. Dzięki temu pokazywane jest to, co firmie udało się osiągnąć w działaniach na rzecz interesariuszy, jak i to, czego nie udało się zrealizować.

Wyniki sondażu KPMG w 2008 r. pokazały, że **45%** ze 100 największych przedsiębiorstw w 22 krajach i prawie **79%** firm spośród 250 z listy „Global Fortune 500” udostępniło informacje o swojej działalności ekologicznej i społecznej w formie raportu, a przy ich opracowaniu z wytycznych Global Reporting Initiative korzystało odpowiednio **69%** i **77%** spółek (KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2008).

Według danych PwC na rynku w Polsce jest około **100** raportów z zakresu społecznej odpowiedzialności (część z nich to kolejne opracowania tych samych firm). Często są to publikacje rozproszone i prezentujące wąskie podejście do tematu.

Tabl. 1. Narzędzia komunikacji z interesariuszami

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA	KOMUNIKACJA ZEWNĘTRZNA
intranet	strony internetowe
gazety firmowe	raporty społeczne
telefon zaufania	panele interesariuszy
warsztaty i szkolenia	media społecznościowe
dialog z interesariuszami (cykliczne spotkania)	
konsultacje	
badania opinii	
fora internetowe	

II ZRÓWNOWAŻONY ŁAŃCUCH DOSTAW

Globalizacja sprawia, że ciąg współzależności i powiązań wydłuża się – wszystkie firmy, niezależnie od profilu, posiadają specyficznie zorganizowane łańcuchy dostaw, które ulegają coraz większemu rozproszeniu. Produkty „podróżują” po całym świecie i, mimo że są coraz tańsze, ich oddziaływanie społeczne i środowiskowe rośnie. Kwestią nadrzędną staje się zatem zarządzanie globalnym łańcuchem dostaw i odpowiedzialnością w jego ramach.

Zarządzanie zrównoważonym łańcuchem dostaw (ang. *sustainable supply chain management – SSCM*) oznacza, że przedsiębiorstwa powinny włączać, wspierać i realizować odpowiedzialne praktyki biznesowe w całym swoim łańcuchu do-

staw w trzech wymiarach: ekonomicznym, społecznym i ekologicznym. SSCM powinno zatem obejmować cały cykl życia produktu. Pomocnym narzędziem może stać się **ocena cyklu życia produktu** (ang. *life cycle assesment – LCA*), służąca ograniczaniu wpływu na środowisko przyrodnicze w całym cyklu życia produktu.

Celem zrównoważonego łańcucha dostaw jest kreowanie, ochrona i długoterminowy rozwój wartości dla wszystkich interesariuszy zaangażowanych w proces dostarczania produktów i usług na rynek. W ten sposób skutecznie urzeczywistniony jest paradygmat rozwoju zrównoważonego i koncepcja CSR. Prawdą jest jednak, że SSCM jest trudnym i skomplikowanym procesem. Łańcuchy dostaw są coraz bardziej złożone, zatem koncepcja CSR nie może być skutecznie wdrażana bez aktywnego zaangażowania wszystkich podmiotów znajdujących się w łańcuchu dostaw. Ponadto, aby móc współpracować z dostawcami na zasadach opartych o CSR, firma musi je najpierw sama wdrożyć. Niemniej SSCM może być w dzisiejszych czasach źródłem istotnej przewagi konkurencyjnej, szczególnie na rynkach państw rozwiniętych, gdzie konsumenci zwracają mniejszą uwagę na cenę towaru i gotowi są zapłacić więcej za produkt społecznie odpowiedzialny.

[16]

STANDARDY I INICJATYWY CSR

W ramach koncepcji CSR powstało wiele inicjatyw, kodeksów postępowania oraz standardów zarządzania, które zawierają wytyczne dla organizacji, dotyczące tego, jak odpowiedzialnie działać na rzecz społeczeństwa. Ich zadaniem jest doprecyzowanie wymagań wobec przedsiębiorstw w zakresie społecznej odpowiedzialności, ułatwienie wdrażania CSR na poziomie strategicznym i operacyjnym firmy, a także umożliwienie sprawdzenia zgodności postępowania organizacji z zasadami CSR oraz komunikowanie interesariuszom społecznej odpowiedzialności organizacji. Wszystkie inicjatywy mają dobrowolny charakter, cały czas są udoskonalane i uaktualniane. Powstawały jako wynik licznych konsultacji i szerokiego konsensusu różnych grup interesariuszy.

Global Compact ONZ. Inicjatywa ta ogłoszona została przez ówczesnego Sekretarza Generalnego ONZ, Kofiego Annana, w 1999 r., a następnie zaktualizowana w 2004 r. Global Compact to 10 fundamentalnych zasad z zakresu praw człowieka, standardów pracy, środowiska przyrodniczego i przeciwdziałania korupcji, którymi może kierować się każda organizacja. Od 2005 r. sygnatariusze są zobowiązani do publikowania na stronach internetowych tej inicjatywy corocznych raportów z postępów we wdrażaniu zasad. Raporty te powinny zawierać: oświadczenie najwyższego kierownictwa, a także przedstawienie konkretnych działań oraz wskaźników prezentujących osiągnięte wyniki. Do Global Compact należy już ponad 9000 organizacji ze 130 państw.

Wytyczne Global Reporting Initiative (GRI). Powstały w 2000 r. i są stale aktualizowane. Są to najbardziej znane na świecie wytyczne w zakresie raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju, mające zastosowanie do każdej organizacji. Zawierają 10 ogólnych zasad raportowania oraz zalecenia odnośnie zawartości raportu, w tym ponad 80 rekomendowanych operacyjnych wskaźników ilościowych i jakościowych (ekonomicznych, ekologicznych i społecznych), służących zobrazowaniu wyników organizacji. Każda organizacja sama decyduje, w jakim stopniu chce wdrażać wytyczne GRI, a jej raport może zostać oceniony na trzy-

poziomowej skali. Wytyczne i wskaźniki GRI uznawane są za jedne z najlepszych – odwołuje się do nich wiele innych inicjatyw CSR oraz organizacji. Według GRI raportuje już ponad 1800 organizacji.

Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych. Powstały w 1976 r. i są systematycznie aktualizowane. Stanowią najbardziej wszechstronny kodeks postępowania (zbiór dobrowolnie stosowanych zasad i norm), promowany i kierowany przez rządy państw do korporacji z państw OECD, bez względu na miejsce ich działania. Wytyczne te nie podlegają egzekwowaniu środkami prawnymi, ale dopuszczają możliwość zgłaszania skarg na przedsiębiorstwa, które ich nie przestrzegają (w Polsce skargi przyjmuje Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych).

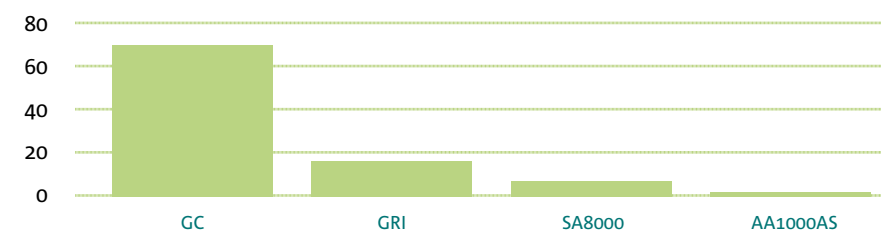
Przewodnik po społecznej odpowiedzialności ISO 26000. Standard ten został opracowywany w procesie szerokich międzynarodowych konsultacji i opublikowany w 2010 r. Jest obszernym podręcznikiem przeznaczonym dla każdej organizacji. Nie zawiera wymagań do certyfikowania. Przedstawia definicję społecznej odpowiedzialności, jej zasady oraz 7 kluczowych obszarów (nadzór organizacyjny, prawa człowieka, praktyki związane z zatrudnieniem, środowisko, dobre praktyki operacyjne, kwestie konsumenckie oraz zaangażowanie społeczne i rozwój).

Standard SA 8000. Opublikowany w 1998 r. i aktualizowany. Wzorowany na standardach systemów zarządzania ISO i podobnie jak one poddawany certyfikacji. Formuluje 8 szczegółowych warunków dotyczących przestrzegania podstawowych praw człowieka i praw pracowniczych. Dopiero po ich spełnieniu można przystąpić do tworzenia odpowiedniego systemu zarządzania w organizacji. Certyfikat SA 8000 uzyskało już ponad 2500 organizacji z 62 państw.

Standardy serii AA 1000. Powstały w 1999 r., w kolejnych latach nowelizowane. Prezentują sposób prowadzenia dialogu z interesariuszami i procedurę przygotowania raportu będącego efektem tego dialogu. Seria składa się z 3 norm, które można oddzielnie stosować: AA1000APS określa podstawowe zasady prowadzenia dialogu z interesariuszami, AA1000SES pokazuje jak zaplanować i przeprowadzić dialog z interesariuszami, AA1000AS służy weryfikacji i ocenie (audytowi) raportu CSR.

Rys. 1. Liczba przedsiębiorstw wdrażających inicjatywy CSR w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie baz danych inicjatyw (stan na 31 lipca 2011 r.)



Odrębną kwestią jest możliwość zastosowania podejścia opartego na koncepcji **Corporate governance** (czyli tzw. ładu korporacyjnego). Koncepcja ładu korporacyjnego dotyczy zakresu i rodzaju odpowiedzialności zarządu i rady nadzorczej wobec właścicieli spółki, w szczególności w związku z fuzjami i przejęciami, decyzjami inwestycyjnymi, praktykami związanymi z rachunkowością (księgowaniem) i audytem. Najczęściej skupia się na odpowiedzialności wobec akcjonariuszy, chociaż modele *corporate governance* funkcjonujące w różnych krajach w różnym zakresie włączają także innych interesariuszy. Polskim przykładem dobrowolnego kodeksu z tego obszaru są *Dobre praktyki w spółkach publicznych* Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Dobrowolne działania przedsiębiorstw nakierowane na budowanie pozytywnych relacji ze społeczeństwem określa się zazwyczaj mianem **zaangażowania społecznego** (ang. *corporate community involvement* – CCI). Najczęściej przyjmuje ono postać: wsparcia finansowego realizowanego w różnych formach, wsparcia rzeczowego lub wolontariatu pracowniczego.

[18]

Wyróżnia się 3 poziomy CCI, a rodzaj wsparcia wybierany jest przez firmę w zależności od celów i rezultatów, które chce osiągnąć:

- = **Przedsięwzięcia komercyjne w środowisku społecznym.** Obejmują one wszelkie działania, podejmowane wspólnie z innymi organizacjami, które mają na celu wspieranie rozwoju i wizerunku przedsiębiorstwa. Przeważnie jest to sponsoring kultury, sportu i edukacji.
- = **Inwestycje na rzecz wspólnoty lokalnej.** Są to strategiczne działania na rzecz rozwiązywania określonych problemów społecznych, wybieranych i uznawanych przez kierownictwo przedsiębiorstwa za istotne dla wspierania długoterminowych interesów firmy, podejmowane w ramach trwałego partnerstwa z instytucjami państwowymi i samorządowymi lub organizacjami pozarządowymi. Przykładem tego rodzaju inwestycji są:
 - = *kampanie społeczne*, czyli działania skierowane na zmianę postaw lub zachowań określonej grupy ludzi za pomocą mediów jako nośnika przekazu (np. „Milka. Razem dla Tatr”),
 - = *marketing społecznie zaangażowany*, czyli działalność komercyjna prowadzona przez daną firmę, uwzględniająca zarówno cele marketingowe tej spółki, jak i potrzeby społeczne; umożliwia sprzedaż wyrobu lub usługi, przynosząc jednocześnie korzyść wspieranej sprawie lub organizacji społecznej (np. „Podaruj dzieciom słońce”, „Podziel się posiłkiem”, „Woda dla Sudanu”).
- = **Działalność charytatywna.** Filantropia to bezzwrotna pomoc, przeznaczana na rzecz dobra wspólnego, w odpowiedzi na prośby organizacji dobroczynnych, pozarządowych, osób indywidualnych i instytucji pożytku publicznego. Darowizny te nie służą ani interesom firmy, ani promocji jej wizerunku.

II ZARZĄDZANIE CSR

Firma chcąc zbudować trwałe podstawy dla odpowiedzialnego działania oraz aktywnego dialogu z interesariuszami, czyli zamierzająca wdrażać CSR w sposób strategiczny i systemowy, powinna wprowadzić CSR do zarządzania przez tworze-

nie sformalizowanych rozwiązań, składających się na system zarządzania społeczną odpowiedzialnością (tzw. system społecznej odpowiedzialności – SSO). **SSO to część systemu zarządzania przedsiębiorstwem, wykorzystywana do opracowania i wdrożenia jego strategii CSR oraz zarządzania działaniami przedsiębiorstwa istotnymi z punktu widzenia jego kluczowych interesariuszy.** Organizacja powinna określić swoje cele w zakresie CSR, sposoby ich osiągnięcia oraz metody pomiaru stopnia ich realizacji. Dobrze wdrożony SSO w przedsiębiorstwie pozwala koordynować działania w zakresie CSR, wspiera proces doskonalenia firmy w tym obszarze, pozytywnie wpływa na efektywność prowadzonej działalności, legitymizuje działania firmy w oczach opinii publicznej oraz uwiarygadnia i promuje CSR jako podstawę działania przedsiębiorstwa.

W procesie budowania SSO firma powinna uwzględnić następujące elementy:

- 1) (prze)formułowanie wizji i misji firmy, przekładających się następnie na cele strategiczne i strategię firmy, tak aby zawierały postanowienia dotyczące CSR,
- 2) formalne przyjęcie dokumentu określającego politykę CSR, będącą częścią ogólnej strategii firmy,
- 3) przyjęcie kodeksu etycznego, który określa sposoby etycznego postępowania wszystkich pracowników,
- 4) opracowanie określonych procedur działań lub procesów z zakresu CSR,
- 5) powołanie specjalisty ds. CSR, najlepiej zajmującego wysokie stanowisko kierownicze (większe możliwości, koordynacja działań, etyczne przywództwo),
- 6) prowadzenie szkoleń z zakresu CSR (narzędzie edukowania pracowników),
- 7) prowadzenie monitoringu wdrażania CSR i udostępnianie jego wyników interesariuszom w postaci okresowych raportów,
- 8) systematyczne przeprowadzanie wewnętrznego i zewnętrznego audytu społecznego w celu dokonywania korekt systemu.

[19]

Badania pokazują, że wdrażanie CSR w dużych spółkach przyjmuje bardziej sformalizowany i systemowy charakter oraz szybciej przekłada się na plany strategiczne niż w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Z jednej strony związane jest to z kosztami, które stanowią większą barierę dla MŚP, z drugiej – z presją społeczną, która skierowana jest głównie w stronę dużych firm, a szczególnie korporacji transnarodowych (KTN). W Polsce wdrażanie CSR wiąże się przede wszystkim z przejmowaniem wyższej kultury organizacyjnej od spółek matek pochodzących z krajów rozwiniętych, gdzie oczekiwania wobec biznesu od dawna są wysokie, w związku z czym filie dysponują większymi możliwościami (*know-how* i finansowymi) oraz gotowymi rozwiązaniami w zakresie CSR.

Dla skutecznego wdrażania CSR w przedsiębiorstwie kluczowy jest przykład najwyższego kierownictwa (etyczne przywództwo), ponieważ pracownicy postępują według takich standardów, jakie stosują ich przełożeni. Ponadto gwarancją sukcesu jest udział pracowników – pracownicy muszą być zaangażowani w realizowanie koncepcji CSR i przekonani co do jej słuszności, ponieważ to oni będą ją wdrażać w swojej codziennej pracy. Pracownicy powinni być zatem włączeni w budowanie systemu społecznej odpowiedzialności od samego początku, gdyż w ten sposób będą się czuli współtwórcami współodpowiedzialnymi za efekty.

II POMIAR, OCENA I OPŁACALNOŚĆ CSR

Istnienie pozytywnego związku między społeczną odpowiedzialnością firmy a jej np. wynikami finansowymi, wartością rynkową i wizerunkiem, satysfakcją, wydajnością i rozwojem zawodowym pracowników, lojalnością klientów, innowacyjnością czy też relacjami z inwestorami, nie zostało bezspornie udowodnione, bo wyniki badań naukowych są różne i czasami sprzeczne. Wiąże się to z faktem, że związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy pozycją firmy na rynku a jej poziomem społecznej odpowiedzialności są bardzo złożone, co utrudnia zarówno wdrażanie, jak i kompleksowe mierzenie wyników w tym obszarze. Wymierne korzyści finansowe z wdrażania CSR najłatwiej można dostrzec w zakresie zarządzania środowiskowego, w tym bowiem obszarze stosunkowo najprościej osiągnąć oszczędności przy jednoczesnym zmniejszeniu negatywnego wpływu na środowisko przyrodnicze. To tu także pojawia się najwięcej innowacyjnych produktów i usług, oczekiwanych przez świadomych klientów i partnerów biznesowych.

Z pewnością jednak, aby pozytywny związek między CSR a konkurencyjnością mógł dostrzec, przedsiębiorstwo musi monitorować efekty swojej działalności we wszystkich aspektach funkcjonowania organizacji. Nie istnieje jeden wskaźnik ujmujący całościowo poziom CSR danej firmy.

[20]

II ODPOWIEDZIALNE INWESTYCJE

Spółecznie odpowiedzialne inwestycje (ang. *social responsible investment* – SRI) pozwalają inwestorom łączyć dążenie do maksymalizacji zysku z respektowaniem cenionych przez siebie wartości poprzez inwestowanie w spółki wdrażające koncepcję rozwoju zrównoważonego. Istotą odpowiedzialnego inwestowania jest zatem przyjęcie przez inwestorów szerszej perspektywy w trakcie selekcji spółek czy produktów finansowych (takich jak fundusze inwestycyjne i indeksy giełdowe), na skutek dodatkowego uwzględnienia tzw. **kryteriów ESG** (ang. *environment, social, governance*) podczas analizy inwestycji i podczas podejmowania konkretnych decyzji inwestycyjnych.

Fundusze SRI. Wybierając spółki do funduszy SRI, dokonuje się selekcji negatywnej (wykluczając firmy zaangażowane w produkcję i handel nieetycznych dóbr czy usług lub naruszające pewne wartości) lub pozytywnej (spełniające przyjęte kryteria ESG). Rynek SRI swój dynamiczny rozwój zawdzięcza przede wszystkim inwestorom instytucjonalnym. W Polsce przykładem są 2 fundusze SRI: SKOK FIO Etyczny 1 (od 2008 r.) i SKOK FIO Etyczny 2 (od 2010 r.).

Zrównoważone indeksy giełdowe. Indeksy SRI, czyli indeksy giełdowe spółek społecznie odpowiedzialnych, są tworzone w celu wyznaczenia punktu odniesienia dla spółek prowadzących działania CSR oraz by stanowić realne referencje dla odpowiedzialnych inwestorów. Indeksy SRI nie tylko notują mniejsze wahania cen kursów akcji, ale i szybciej wychodzą z recesji – cechują się zatem większą stabilnością i są oceniane jako mniej ryzykowne. Do najbardziej znanych indeksów SRI na świecie zalicza się: **Dow Jones Sustainability Index** (od 1999 r.) oraz **FTSE4Good** (od 2001 r.). W Polsce w listopadzie 2009 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych zadebiutował **Respect Index**, pierwszy indeks SRI w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, w którego skład wchodzi obecnie ponad 20 spółek.

Rankingi CSR. Są one dobrym narzędziem oceny społecznej odpowiedzialności organizacji, zwłaszcza jeśli podlegają weryfikacji przez niezależne firmy audytorskie. Przykładem z Polski jest publikowany od 2007 r. **ranking odpowiedzialnych firm** *Dziennika Gazeta Prawna* (z roku na rok bierze w nim udział coraz więcej przedsiębiorstw). Indeksy i rankingi CSR mają walor informacyjny i edukacyjny – pozwalają identyfikować firmy społecznie odpowiedzialne. Równocześnie pełnią funkcję motywującą, gdyż powstawanie różnego rodzaju indeksów i rankingów CSR skutkuje wzrostem zainteresowania spółkami, które są ich uczestnikami, co skłania inne przedsiębiorstwa, chcące znaleźć się w tych rankingach, do wdrażania CSR.

W zakresie CSR znacznie lepiej radzą sobie firmy duże, z wieloletnim doświadczeniem, które czasami „na własnej skórze” przekonały się, ile może kosztować brak odpowiedzialności. Jednak coraz częściej CSR skutecznie wdrażają również firmy mniejsze, których odpowiedzialne podejście jest zwykle efektem przekonania i długofalowego myślenia zarządzających. Konkluzje te potwierdzają wyniki organizowanego od 2007 roku konkursu „Raporty Społeczne” na najlepsze raporty z zakresu CSR, rozwoju zrównoważonego, ochrony środowiska i zaangażowania społecznego. Oczywiście wnioski te, tak jak i rankingi, dotyczą „liderów CSR” w Polsce. Fakt, że w różnych rankingach i konkursach oceniających CSR powtarzają się te same spółki, w dodatku nie zawsze najlepiej wypadające, świadczy o słabości CSR w Polsce – poza ścisłą czołówką, firmy znajdują się dopiero na początku drogi wiodącej ku odpowiedzialnemu i transparentnemu biznesowi. **Jednak generalnie niski stopień wdrożenia koncepcji CSR w Polsce nie zmienia faktu, że potrzebne są zarówno niezależne organizacje obserwujące, jak i narzędzia weryfikujące prawdziwość deklaracji i działań biznesu w tym zakresie.**

[21]

Literatura:

10 *Zasad GC*, www.globalcompact.org.pl/Global-Compact/10-Zasad-GC, 2011-11-03.

22 *spółki w nowym składzie Indeksu RESPECT*,

www.odpowiedzialni.gpw.pl/spolki?ph_main_content_start=show&ph_main_content_arti_id=1091, 2011-11-03.

Adamczyk J., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009.

Bąk D., *Znaczenie teorii cnót dla etyki biznesu*, w: *Współczesne wyzwania nauk praktycznych*, red. A. Lewicka-Strzałocka, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2007.

Certified Facilities List, www.saasaccreditation.org/certifacilitieslist.htm, 2011-11-03.

Crane A. et al., *The corporate social responsibility agenda. CSR as a field of academic inquiry: definitions and boundaries*, w: *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, ed. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel, Oxford University Press, New York 2008.

Dow Jones Sustainability Indexes, www.sustainability-index.com, 2011-11-03.

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, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011.

European SRI study 2010, www.eurosif.org/images/stories/pdf/Research/Eurosif_2010_SRI_Study.pdf, 2011-11-03.

Evan W., Freeman R., *Teoria nowoczesnej korporacji oparta na koncepcji „udziałowców zewnętrznych”: kapitalizm kantowski*, w: *Wprowadzenie do etyki biznesu*, red. G. Chrystides, J. Kaler, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.

Filek J., *Wprowadzenie do etyki biznesu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004.

FTSE4Good Index Series, www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp, 2011-11-03.

W. Gasparski et al., *Rola i znaczenie programów i kodeksów etycznych*, w: *Etyka biznesu w zastosowaniach praktycznych. Inicjatywy, projekty, kodeksy*, red. W. Gasparski, A. Lewicka-Strzańska, B. Rok, G. Szulczewski, Centrum Etyki Biznesu, Biuro Stałego Koordynatora ONZ w Polsce, Warszawa 2002.

GRI Reports List, www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/BAC9E693-98BC-4080-B4AD-8E9B4CC1669F/0/GRIReportsList19992011.xls, 2011-11-03.

Indeks BI-NGO 2010, www.csrconsulting.pl/promocja_csr,26,indeks_bi_ngo_2010, 2011-11-03.

International standard Social Accountability 8000. SA 8000:2008, SAI, www.sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/2008StdEnglishFinal.pdf, 2011-11-03.

Każmierczak M., *ISO 26000 – narzędzie społecznej odpowiedzialności w zrównoważonym rozwoju, szanse i ograniczenia dla przedsiębiorstw*, w: *Rola znormalizowanych systemów zarządzania w zrównoważonym rozwoju*, red. J. Łańcucki, Zeszyty Naukowe nr 166, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2011.

KPK OECD, www.paiz.gov.pl/kpk_oecd, 2011-11-03.

Kuraszko I., *Nowa komunikacja społeczna wyzwaniem odpowiedzialnego biznesu*, Difin, Warszawa 2010.

Kwiatkowska I., *Odpowiedzialne inwestowanie. Nowe spojrzenie na inwestycje*, www.odpowiedzialne-inwestowanie.pl/documents/E-book-odpowiedzialne-inwestowanie-responsible-investing-sri.pdf, 2011-11-03.

Nakonieczna J., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.

Nasza wspólna przyszłość. Raport Światowej Komisji do spraw Środowiska i Rozwoju, PWE, Warszawa 1991.

Norma Międzynarodowa dotycząca odpowiedzialności społecznej. ISO 26000 Guidance on Social Responsibility, www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje2010/broszura_pkn_iso26000.pdf, 2011-10-05.

OECD Guidelines for multinational enterprises. Recommendations for responsible business conduct in a global context, www.oecd.org/dataoecd/43/29/48004323.pdf, 2011-11-03.

Participant Search, www.unglobalcompact.org/participants/search, 2011-11-03.

Ranking odpowiedzialnych firm, odpowiedzialnybiznes.pl/pl/o-nas/nasze-projekty/aktualne-projekty/ranking-odpowiedzialnych-firm.html, 2011-11-03.

RG. Sustainable Reporting Guidelines, www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/53984807-9E9B-4B9F-B5E8-77667F35CC83/0/G31GuidelinesinclTechnicalProtocolFinal.pdf, 2011-11-03.

Rojek-Nowosielska M., *Kształtowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006.

Rojek-Nowosielska M., *System i modele społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, w: *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 5, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008.

Rok B., *Nasz kapitał*, „Biuletyn Forum Odpowiedzialnego Biznesu” 2001, nr 1.

Rok B., *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2004.

Rok B., *System społecznej odpowiedzialności w praktyce zarządzania*, www.cebi.pl/texty/sa8000_w_praktyce.doc, 2011-11-03.

Roszkowska P., *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa 2011.

Ryan L., Sójka J., *Wstęp*, w: *Etyka biznesu, Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej*, red. L. Ryan, J. Sójka, Wydawnictwo „W drodze”, Poznań 1997.

Standardy AA1000. *Narzędzie społecznej odpowiedzialności organizacji. Przewodnik dla biznesu*, CSRinfo, Warszawa 2011.

Supply Chain Sustainability. A Practical Guide for Continuous Improvement, UN Global Compact, Business for Social Responsibility, June 2010, www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/supply_chain/SupplyChainRep_spread.pdf, 2011-11-03.

The Global Compact Policy on Communicating Progress, www.unglobalcompact.org/COP/communicating_progress/cop_policy.html, 2011-11-03.

Zasuwa G., *Co oznacza obywatelstwo przedsiębiorstw?*, w: *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 5, red. Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008.

[22]

[23]

1.2 Odpowiedzialny biznes a edukacja globalna

Aleksandra Piotrowska¹

[24]

II LOKALNIE I GLOBALNIE

Nasz świat jest globalną wioską, a my jego mieszkańcami, połączonymi ze sobą siecią współzależności. Procesy ekonomiczne i społeczne prowadzą do coraz większej integracji i przenikania się różnych systemów: kulturowych, środowiskowych, ekonomicznych czy technologicznych między społeczeństwami krajów rozwiniętych (tzw. globalna Północ) a społeczeństwami krajów rozwijających się (tzw. globalne Południe). Często te współzależności zdają się umykać naszej uwadze: w czasie picia codziennej kawy nie analizujemy procesu jej produkcji, nie zastanawiamy się również nad miejscem pochodzenia spodni, które nosimy, a które mogą być przecież efektem wyzysku pracujących przy ich wytwarzaniu ludzi. W podobny sposób naszej uwadze uchodzi wpływ na środowisko wyrzucanej przez nas plastikowej torebki, nadmierne zużywanie prądu czy problem nieurodzaju w innych krajach. W solidarnym geście z resztą mieszkańców naszej planety powinniśmy wspólnie zabiegać o świat wolny od problemów głodu, ubóstwa czy braku wolności. Aby podejmować świadome decyzje, które sprzyjają kształtowaniu bardziej pozytywnego i przyjaznego świata, musimy zrozumieć zależności łączące mieszkańców różnych części świata, a także sposób, w jaki nasze indywidualne wybory i działania wpływają na losy innych.

Edukacja globalna

Edukacja globalna to część kształcenia obywatelskiego i wychowania, która polega na uświadamianiu istnienia zjawisk i współzależności łączących ludzi i miejsca. Jej celem jest przygotowanie odbiorców do stawiania czoła wyzwaniom dotyczącym całej ludzkości. Przez współzależności rozumiemy wzajemne powiązania i przenikanie systemów kulturowych, środowiskowych, ekonomicznych, społecznych, politycznych i technologicznych.

Źródło: <http://www.ceo.org.pl/pl/globalna/news/definicja-edukacji-globalnej>

¹ Fundacja Partners Polska.

II EDUKACJA GLOBALNA OKNEM NA ŚWIAT

Edukacja globalna pomaga nam otworzyć oczy i umysł na świat. Pozwala nam go widzieć przez szkło powiększające, pomagające ujrzeć nasz lokalny świat, w którym na co dzień żyjemy, w świetle globalnych powiązań. Edukacja globalna wyjaśnia, z czego wynikają i na czym polegają problemy współczesnego świata oraz pokazuje, jak kształtuje się dobrobyt społeczny i ekonomiczny oraz jakie czynniki wpływają na spowolnienie rozwoju.

II EDUKACJA GLOBALNA W SZKOLE

Edukacja globalna nie jest samodzielnym przedmiotem, ale interdyscyplinarną treścią, którą można łatwo wpleść w wiele szkolnych lekcji. Porusza takie tematy jak wpływ działalności człowieka na środowisko, świadomy konsumeryzm czy prawa człowieka, które stanowią ciekawe i atrakcyjne zagadnienia do przedyskutowania na zajęciach z geografii, podstaw przedsiębiorczości, wiedzy o społeczeństwie lub historii, i to zarówno dla ucznia, jak i nauczyciela.

Proces edukacji globalnej przebiega w trzech etapach:

- = etap zdobywania wiedzy,
- = etap kształtowania się wartości,
- = etap uczenia się nowych umiejętności i zachowań.

[25]

II ETAP ZDOBYWANIA WIEDZY

Na początku uczeń przyswaja informacje i uczy się rozumienia globalnych współzależności w życiu codziennym. Dowiadyuje się na przykład, jak wygląda edukacja w innych krajach i jakie są efekty braku dostępu do dobrej jakości kształcenia. Edukacja globalna kładzie szczególny nacisk na przedstawianie rzeczywistości z perspektywy mieszkańców globalnego Południa – stara się prezentować opinie ludzi, których problemy pokazuje, w sposób mający obalać istniejące stereotypy. W procesie zdobywania wiedzy jest ważne, aby akcentować nie tylko różnice, ale i podkreślać podobieństwo cech oraz zachowań ludzi na świecie. Dzięki temu zabiegowi w uczniach rodzi się większe poczucie sprawstwa i zaangażowania.

II ETAP KSZTAŁTOWANIA SIĘ WARTOŚCI

Na kolejnym etapie uczeń rozwija nowe postawy, które oparte są na krytycznym myśleniu. Uczy się samodzielnego analizowania i wyciągania wniosków, także takich, które nie zgadzają się z jego wcześniejszymi wyobrażeniami. Edukacja globalna zakłada także refleksję nad własnym stylem życia i codziennymi wyborami, które w kontekście globalnym wpływają pozytywnie lub negatywnie na jakość życia innych ludzi.

II ETAP UCZENIA SIĘ NOWYCH UMIEJĘTNOŚCI I ZACHOWAŃ

Dzięki edukacji globalnej rozwijane są nowe umiejętności i zdolności: dostrzeganie współzależności, praktyczne wykorzystywanie wiedzy w celu rozwijania em-

patii oraz podejmowanie świadomych decyzji. Edukacja globalna powinna prowadzić do osobistego zaangażowania na rzecz budowania globalnej społeczności, opartej na zasadach solidarności, równości i współpracy. W efekcie młodzież uczy się kształtować świat poprzez małe działania, takie jak np. zakup herbaty pochodzącej ze Sprawiedliwego Handlu (oznaczonej znakiem Fair Trade), udział w kampaniach społecznych lub wolontariat w organizacjach społecznych.

W roku szkolnym 2008/2009 wprowadzono zmiany do systemu edukacji polskiej. Ich skutkiem jest między innymi włączenie elementów edukacji globalnej do nowej podstawy programowej.

W efekcie uczeń powinien lepiej rozumieć problemy złożonego świata i w sposób bardziej świadomy podchodzić do zagadnień współczesności.

Edukacja globalna przygotowuje go do spotkania z różnorodnością oraz ułatwi mu praktyczne zrozumienie znaczenia tolerancji i otwartości na innych. Otworzy mu również możliwości pracy w międzynarodowym środowisku, nauczy interpretacji informacji dziennikarskich o aktualnych wyzwaniach oraz pozwoli na lepsze kontakty w coraz bardziej kulturowo różnorodnym świecie.

[26] Przykładowe tematy edukacji globalnej:

- = dostęp do edukacji,
- = dostęp do wody,
- = migracje,
- = prawa człowieka,
- = zmiany klimatu,
- = handel międzynarodowy,
- = Sprawiedliwy Handel,
- = dialog międzykulturowy,
- = konflikty i pokój na świecie,
- = możliwości wspierania rozwoju krajów globalnego Południa.

II INICJATYWY EDUKACJI GLOBALNEJ DLA SZKÓŁ

1. Tydzień Edukacji Globalnej www.tydzienedukacjiglobalnej.pl

Tydzień Edukacji Globalnej (TEG) to coroczna międzynarodowa akcja, która ma na celu zwrócenie uwagi społeczeństw w Europie na potrzebę prowadzenia edukacji dotyczącej spraw globalnych poprzez intensywne i różnorodne działania skierowane przede wszystkim (ale nie tylko) do dzieci i młodzieży. Obchodom TEG patronuje Europejskie Centrum na Rzecz Współzależności i Solidarności Światowej (Centrum Północ-Południe) przy Radzie Europy.

2. Ośrodek Rozwoju Edukacji

„Edukacja globalna w szkolnych projektach edukacyjnych” jest inicjatywą, której celem jest zwiększenie roli edukacji globalnej w szkole oraz zachęcenie młodzieży i nauczycieli do realizacji projektów w jej obszarze. W ramach akcji organizowane będą szkolenia dla regionalnych koordynatorów projektu oraz nauczycieli, powstanie witryna internetowa www.edukacja-globalna.ore.edu.pl, dystrybuowane będą materiały edukacyjne, tzw. wyprawka dla szkół biorących udział w działaniach projektowych oraz przeprowadzony konkurs na szkolny projekt edukacyjny z obszaru edukacji globalnej.

3. Fundacja Partners Polska www.fpp.org.pl

Projekt „MDG’15” (ang. *Millennium Development Goals 2015* – Milenijne Cele Rozwoju) to trzyletni międzynarodowy projekt, który zapoznaje nauczycieli i uczniów z tematyką poświęconą Milenijnym Celom Rozwoju, a w szczególności ze znaczeniem realizacji 7 i 8 Milenijnego Celu Rozwoju: zobowiązania społeczności światowej do ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju oraz do zawiązania partnerstwa na rzecz rozwoju. W ramach projektu odbędą się liczne szkolenia dla nauczycieli, akcje promocyjne w szkołach oraz wydane zostaną podręczniki dla nauczycieli.

4. Polska Akcja Humanitarna www.pah.org.pl

a) Projekt „Szkoła globalna działa lokalnie”

Jest to program edukacji globalnej realizowany we współpracy ze szkołami gimnazjalnymi i ponadgimnazjalnymi z Austrii, Czech, Malty i Słowacji, w których społeczność szkolna przechodzi od nauki o zagadnieniach globalnych do osobistego zaangażowania na rzecz powstrzymania zmian klimatycznych oraz bardziej sprawiedliwych relacji handlowych.

b) „Lokalnie na rzecz mieszkańców krajów Południa”

Projekt skierowany jest do 30 polskich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, a za ich pośrednictwem – do społeczności z miejscowości do 500 tys. mieszkańców. Umożliwia nauczycielom i uczniom wzięcie udziału w szkoleniach przygotowujących do prowadzenia akcji społecznych nt. dostępu do wody, edukacji, żywności oraz współpracy rozwojowej.

5. Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej www.ceo.org.pl

a) „Edukacja globalna z klasą”

To nazwa kursu internetowego dla nauczycieli, przybliżającego zagadnienia edukacji globalnej.

b) „Jeden świat – kluby światowe”

Projekt edukacji globalnej, wykorzystujący filmy dokumentalne. W ramach inicjatywy uczniowie wspólnie z nauczycielami zakładają kluby filmowe, zdobywają wiedzę, prowadzą dyskusje i działania informacyjne.

6. Salezjański Wolontariat Misyjny – Młodzi Świata www.swm.pl

a) „Kierunek Afryka”

To program mający na celu zainteresowanie dzieci i młodzieży kulturą afrykańską oraz poszerzenie wiedzy w tej dziedzinie.

b) „Media dla globalnego rozwoju”

c) „Glocal Tour”

Ten międzynarodowy projekt, którego celem jest promocja edukacji dla rozwoju jako elementu wspólnej europejskiej tożsamości, to mobilna wystawa w ciężarówce, która jeździ po Polsce i Rumunii. W ramach projektu organizowane są także lekcje o tematyce globalnej oraz konkursy dla uczniów i nauczycieli, związane z rozwojem.

7. Instytut Globalnej Odpowiedzialności www.igo.org.pl

a) „Potrzebujemy naszej ziemi”

Program zakłada stworzenie i upowszechnienie narzędzi edukacyjnych dla nauczycieli, wykładowców i organizacji pozarządowych w Polsce, w zakresie wpływu dostępu do ziemi na suwerenność żywnościową i możliwości rozwoju w krajach Południa.

b) „Zrozum świat – edukacja globalna na rzecz bardziej sprawiedliwego świata”
Tematem projektu jest obalanie krzywdzących stereotypów dotyczących mieszkańców krajów Afryki, Azji i Ameryki Południowej oraz omawianie przyczyn niesprawiedliwości na świecie. Jego działania obejmują m.in. stworzenie we współpracy z nauczycielami materiałów edukacyjnych, ich przetestowanie w szkołach i publikację.

8. Fundacja Mediów Społecznie Zaangażowanych HumanDoc www.humandoc.net
II Międzynarodowy Festiwal Filmowy HumanDOC „Globalny rozwój w kinie”
Oprócz pokazów filmowych, w ramach pierwszego festiwalu w Europie Środkowo-Wschodniej, który jest poświęcony tematyce rozwoju najbardziej ubogich państw świata oraz zagadnieniom pomocy rozwojowej, odbywają się także debaty i dyskusje z ekspertami i praktykami zajmującymi się globalnym rozwojem oraz program edukacyjny dla szkół.

9. Fundacja Pokolenia www.globalnytczew.pl
„Globalny zawrót głowy”
Celem projektu jest przybliżenie problemów i wyzwań rozwoju na świecie mieszkańcom powiatu tczewskiego poprzez różne techniki animacji społeczno-kulturalnej, m.in.: spotkania tematyczne, warsztaty, pogadanki, działania performacyjne, imprezy, koncerty itp.

10. Fundacja Afryka Inaczej www.afryka.org
„Czy Afryka jest krajem? Podręcznik nie tylko dla nauczycieli geografii i historii”.

11. Fundacja Kultury Chrześcijańskiej ZNAK www.etyczne.pl
„Globalnie – Odpowiedzialnie”. Zajęcia edukacyjne dla nauczycieli i młodzieży.
Celem projektu jest podniesienie świadomości i poszerzenie wiedzy społeczeństwa polskiego, a zwłaszcza dzieci, młodzieży i nauczycieli, na temat problemów rozwoju na świecie. W ramach inicjatywy zostaną przeprowadzone warsztaty dla młodzieży i szkolenia dla nauczycieli, powstanie również publikacja z materiałami dydaktycznymi dla nauczycieli oraz komiks edukacyjny dla młodzieży.

II KAMPANIE I PROJEKTY INFORMACYJNE:

1. Polska Zielona Sieć: „Kupuj odpowiedzialnie, twoje pieniądze kształtują świat” www.ekonsument.pl
Kampania odbywa się w 10 województwach, w których prowadzone są Regionalne Punkty Informacyjno-Edukacyjne. Jej celem jest promowanie idei zrównoważonego rozwoju przez dostarczanie rzetelnej informacji. W Regionalnych Punktach Informacyjno-Edukacyjnych każdy może dowiedzieć się więcej o zrównoważonej konsumpcji, skorzystać z porady konsultanta, z materiałów edukacyjnych, a także z biblioteczki wyposażonej w literaturę naukową oraz filmy DVD.

2. Polska Akcja Humanitarna: „Modnie i etycznie” www.modnieietycznie.pl
To kampania, która uświadamia, jakie są warunki pracy przy produkcji ubrań w krajach globalnego Południa oraz której celem jest informacja kierowana do społeczeństwa polskiego na temat ubóstwa i braku poszanowania praw pracowników z krajów rozwijających się.

III MATERIAŁY EDUKACYJNE:

1. Polska Akcja Humanitarna:

Materiały dla nauczycieli:

a) „Jak mówić o większości świata. Rzetelna edukacja o krajach globalnego Południa” Publikacja ta jest drugim, zmienionym wydaniem poradnika „Jak mówić o większości świata. Jak rzetelnie informować o krajach globalnego Południa”, wydanego w 2008 r. przez Instytut Globalnej Odpowiedzialności (IGO) – www.igo.org.pl.

b) Przewodnik dla nauczycieli po programie „Szkoła globalna działa lokalnie” – edukacja globalna na lekcjach przedmiotowych.

Materiały dla społeczności lokalnych:

- a) Broszura „Sprawiedliwy Handel”,
- b) Broszura „Zmiany klimatyczne”,
- c) Poradnik dla rodziców.

2. Centrum Edukacji Obywatelskiej

a) Scenariusze lekcji „Szkoła pełna energii” – konspekty o tematyce racjonalnego zarządzania energią z uwzględnieniem zależności pomiędzy gospodarowaniem, środowiskiem a życiem każdego człowieka.

b) Scenariusze lekcji „Szkoła ekorozwoju” – zawierają zestaw scenariuszy lekcji dotyczących zmian klimatu, świadomej konsumpcji oraz szeroko pojętego ekorozwoju.

c) Komiks „Wietrzny Projekt” – komiks dla młodzieży opowiadający o grupie uczniów realizujących projekt ekologiczny.

3. Stowarzyszenie Grupa EFTE Warszawa www.efte.org

Prezentuje liczne materiały edukacyjne, stanowi również bazę wiedzy na temat świadomej konsumpcji oraz Sprawiedliwego Handlu.

4. „Nikt nie rodzi się z uprzedzeniami” to program z zakresu edukacji antydyskryminacyjnej zapoczątkowany przez Stowarzyszenie Kobiet KONSOLA w 2005 roku, a od 2008 roku kontynuowany przez Fundację Autonomia. www.bezuprzedzen.org

5. Koalicja Sprawiedliwego Handlu www.fairtrade.org.pl

6. Ośrodek Działań Ekologicznych „Źródła” www.zrodla.org

|| GRY INTERAKTYWNE, MATERIAŁY DOSTĘPNE W INTERNECIE

1. www.feedingminds.org

Dzięki tej międzynarodowej platformie mamy możliwość zgłębienia wiedzy na temat problemów głodu, niedożywienia i bezpieczeństwa żywnościowego na świecie. Służy ona nauczycielom, młodym ludziom i wszystkim zainteresowanym jako narzędzie, a równocześnie zachęta do działania i aktywnego uczestniczenia w tworzeniu świata wolnego od głodu.

2. Gra „Ethica”

Edukacyjna gra planszowa, bazująca na zasadach zabawy symulacyjnej (odgrywanie ról). Gra planszowa „Ethica” opracowana została przez Microfinance Center. Dzięki niej gracze stają się bardziej świadomi wpływu różnych inwestycji oraz przedsięwzięć na społeczeństwo i środowisko.

2. MIĘDZYNARODOWE STANDARDY DOTYCZĄCE NAUCZANIA O ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJU I SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

2.1 Edukacja w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu

Magdalena Kostulska, Ewa Zgrzywa¹

Podstawy zrównoważonego rozwoju zostały określone na Szczycie Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 roku, w dokumencie Agenda 21, który przedstawia spójny program działań zmierzających do jego osiągnięcia. W 2002 roku Zgromadzenie Ogólne ONZ przyjęło dokument ustanawiający Dekadę Edukacji na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (na lata 2005-2014), której celem jest wspieranie dążeń promujących zrównoważony rozwój społeczny, gospodarczy i ekologiczny. Stanowi ona również okazję do dokonania postępu w zakresie rozwoju człowieka oraz poprawy jakości kształcenia, w celu uczynienia z niego kluczowego czynnika przemian.

Jednak pomimo rosnącego zainteresowania zagadnieniami zrównoważonego rozwoju i CSR ze strony sektora prywatnego, organizacji pozarządowych i kręgów rządowych, do niedawna wciąż brakowało międzynarodowych standardów społecznej odpowiedzialności czy też wytycznych, jak edukować i szkolić w kierunku zrównoważonego rozwoju. Powstała w lipcu 2000 roku, z inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ, Kofiego Annana, Inicjatywa Global Compact, miała być odpowiedzią na potrzebę usystematyzowania najważniejszych zagadnień dotyczących społecznej odpowiedzialności biznesu. Dostrzeżono ogromną potrzebę edukacji w zakresie związanych z nią tematów. Jednak dziesięć zasad Global Compact w dziedzinach: praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji, nie przekładało się w łatwy sposób na programy kształcenia obecnych i przyszłych pracowników firm, organizacji czy administracji publicznej.

W 2007 roku uczestnicy Szczytu Liderów Inicjatywy Global Compact dostrzegli potrzebę współpracy z sektorem akademickim i sformułowali Zasady Odpowiedzialnego Kształcenia Menedżerów (ang. *Principles for Responsible Management Education – PRME*). PRME skupiło liderów środowiska akademickiego wokół zasad dotyczących promowania – w programach nauczania i w działalności badawczej – odpowiedzialności społecznej i zasad Global Compact. Ponadto zasady PRME

¹ United Nations Development Programme.

zobowiązały instytucje uczestniczące do tworzenia ram programowych i dialogu z biznesem, konsumentami oraz innymi interesariuszami w celu wypracowania praktycznych rozwiązań w zakresie kształcenia społecznie odpowiedzialnych kadr.

Kwestie zrównoważonego rozwoju, a tym samym odpowiedzialności korporacyjnej, pojawiły się nie tylko podczas Szczytu Liderów Inicjatywy Global Compact. W 2010 roku firma Accenture, na zlecenie Global Compact, zapytała prezesów firm o to, w jaki sposób włączać te zagadnienia do strategii i działań firm. Badani prezesi podkreślili, że potrzebny jest udział w tworzeniu programów nauczania oraz budowanie partnerstw ze szkołami i uczelniami, które skupią się na kształceniu nowej generacji menedżerów i liderów biznesu z odpowiednią wiedzą, umiejętnościami, postawami i zachowaniami w zakresie zarządzania kwestiami zrównoważonego rozwoju (*Nowa era zrównoważonego rozwoju, 2010: 54*).

Wśród niewielu rankingów dotyczących nauczania CSR i zrównoważonego rozwoju, jeden zasługuje na szczególną uwagę. Ranking „Beyond Grey Pinstripes” Instytutu Aspen klasyfikuje 100 programów MBA z całego świata według stopnia włączenia odpowiedzialności społecznej i środowiskowej do programu studiów (www.beyondgreypinstripes.org). Baza Instytutu Aspen pozwala również na wyszukanie programów przedmiotów akademickich związanych z CSR, zrównoważonym rozwojem, a nawet przedsiębiorczością społeczną.

Przeprowadzone w 2004 roku pierwsze badanie dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu w edukacji objęło ponad 600 instytucji w dwudziestu krajach. Badanie wykazało, że na poziomie akademickim nie było do tej pory jednego rozumienia pojęcia społecznej odpowiedzialności biznesu. W ofercie badanych uczelni znalazło się ponad 20 odrębnie nazwanych przedmiotów akademickich, które podejmowały zagadnienia CSR: od etyki biznesu, przez obywatelstwo korporacyjne, zarządzanie różnorodnością, marketing społeczny, po zarządzanie środowiskowe. Jedynie niewiele ponad 10 procent badanych uczelni stosowało nazwę: społeczna odpowiedzialność biznesu. Badanie to wykazało również różnorodność form edukacji w zakresie CSR: krótkie kursy, studia licencjackie i magisterskie, studia MBA i studia doktoranckie czy szkolenia dla kadry zarządzającej oraz wielość używanych materiałów dydaktycznych (Nicolescu, 2006: 11).

Cztery lata później, Orlitzky i Moon przy wsparciu European Academy of Business in Society (EABIS) powtórzyli badanie na temat edukacji CSR w szkołach wyższych. Tym razem 140 szkół biznesu będących liderami CSR zidentyfikowało trendy w edukacji CSR. Jak się okazało, europejska edukacja CSR ma bardziej akademicki charakter i kładzie nacisk na dedykowane programy CSR i moduły w ramach studiów magisterskich, z kolei w Ameryce Północnej wyraźniejsza jest orientacja rynkowa, która skupia się na programach dla kadry zarządzającej oraz MBA (Orlitzky, Moon, 2008: 52). Istotna dla rozwoju CSR jest obserwacja, iż promowanie edukacji CSR postrzegane jest jako proces oddolny na obu kontynentach, na którego sukces największy wpływ mają liderzy instytucji akademickich, pracownicy wydziałów i instytutów oraz studenci, nie zaś polityka różnych krajów w dziedzinie CSR (Orlitzky, Moon, 2008: 20). Ponadto, w porównaniu z rokiem 2004, zmieniły się materiały i pomoce naukowe używane przez wiodące szkoły biznesu i uczelnie. Przede wszystkim zauważalny jest wzrost stosowania wysokiej jakości studiów przypadku (case study), podręczników i opracowań badawczych, zmniejszyła się zaś liczba prezentacji przedstawicieli biznesu (Orlitzky, Moon, 2008: 25-26).

DOBRE PRAKTYKI W EDUKACJI NT. SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Global Compact na Ukrainie

Lokalne sieci Global Compact działające w 97 krajach na świecie mogą stanowić źródło dobrych praktyk w zakresie edukacji CSR. Przykładem takim może być lokalna sieć Global Compact na Ukrainie, która nawiązała współpracę z sektorem akademickim i rządem w celu wspólnego podjęcia specyficznych problemów dotyczących edukacji przyszłych liderów biznesu i obecnych praktyków CSR z niewielkim doświadczeniem w zakresie zrównoważonego rozwoju. Sieć Global Compact na Ukrainie w 2009 r. zainicjowała powstanie Grupy Roboczej we współpracy z Ministerstwem Edukacji i Ukraińskim Stowarzyszeniem na rzecz Edukacji Menedżerskiej, która skupia się na połączeniu kwestii CSR z programami akademickimi. W wyniku prac Grupy, Ministerstwo Edukacji zarekomendowało CSR jako samodzielny przedmiot akademicki na kierunkach ekonomia i zarządzanie. W roku akademickim 2009/2010 ten przedmiot został po raz pierwszy wprowadzony na 24 uniwersytetach, w przygotowaniu są zaś programy magisterskie. Z kolei Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej oraz Państwowy Urząd Pracy zaakceptowały nowe nazwy stanowisk pracy, takie jak menedżer ds. CSR i specjalista ds. CSR.

Gra ONZ Global Compact – Global Compact Dilemma Game

Podczas światowego spotkania z okazji dziesiątej rocznicy powstania Inicjatywy Global Compact zaprezentowano grę planszową, którą przetestowali praktycy biznesu oraz przedstawiciele instytucji akademickich, organizacji pozarządowych i międzynarodowych w ponad 40 krajach. Gra, opracowana przez firmę Responsible Business Solutions, bazuje na rozwiązywaniu problemów związanych z dziesięcioma zasadami Global Compact, z perspektywy różnych grup interesariuszy. Tym samym pozwala na przeszkolenie pracowników w rozwiązywaniu dylematów biznesowych w zgodzie z uniwersalnymi zasadami Global Compact (UN Global Compact Dilemma Game).

MATERIAŁY EDUKACYJNE DOTYCZĄCE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Net Impact: www.netimpact.org

Net Impact to międzynarodowa organizacja non-profit, a także grupa praktyków biznesu i studentów, którzy są lub będą w przyszłości liderami CSR, ekonomii społecznej, zarządzania organizacjami non-profit, międzynarodowego rozwoju oraz zrównoważonego rozwoju. Strona organizacji zawiera bazę publikacji, studiów przypadku i wiadomości z zakresu CSR.

CasePlace: www.caseplace.org

Strona CasePlace Instytutu Aspen to przede wszystkim baza studiów przypadku wspomagająca innowacyjne nauczanie w ramach programów MBA.

ECCH for Educators: www.ecch.com

Strona ECCH zawiera bazę studiów przypadku, jak również szkoleń online, dostępną nieodpłatnie dla edukatorów.

[34]

[35]

|| BADANIA DOTYCZĄCE TRENDÓW W EDUKACJI CSR

International Centre for Corporate Social Responsibility, Nottingham University Business School: www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/

European Academy of Business in Society: www.eabis.org

|| EDUKACJA W DZIEDZINIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU²

Raport UNESCO z 2010 r. pt. „Zmiany klimatu. Edukacja na rzecz zrównoważonego rozwoju” zawiera ogólne informacje na temat modułów nauczania na temat zmian klimatu, gotowych do zastosowania w szkolnictwie podstawowym i średnim. Zostały one opracowane z myślą o nauczycielach, edukatorach, twórcach programów nauczania i specjalistach. Moduły te zawierają narzędzia i metody skonstruowane w taki sposób, aby z powodzeniem integrowały kluczowe zagadnienia i koncepcje związane m.in. ze zmianami klimatu, środowiskiem, gotowością i reagowaniem w sytuacji klęsk żywiołowych, z programami nauczania praktycznie każdego przedmiotu. Moduły składają się z ram koncepcyjnych, słowniczka pojęć katastrof naturalnych, podręcznika szkoleniowego zawierającego lekcje, działania i zadania oraz dodatkowo studiów przypadku i arkuszy pracy. Publikacja obejmuje następujące moduły:

- I. Moduł dotyczący zmian klimatu.
- II. Moduł dotyczący edukacji w zakresie środowiska.
- III. Moduł dotyczący gotowości i reagowania w sytuacji klęsk żywiołowych.
- IV. Moduł: Szkolenie dla szkoleniowców w obszarze zmian klimatu.

Więcej informacji: www.unesco.org/en/education-for-sustainabledevelopment/esd-e-module/ oraz www.unescobkk.org

Kolejny aspekt zrównoważonego rozwoju to edukacja międzykulturowa. Tutaj interesujące wytyczne opracowane zostały przez National Council for Curriculum and Assessment (NCCA) z Irlandii (www.ncca.ie). Dotyczą one **edukacji międzykulturowej w szkole podstawowej i ponadpodstawowej**. W dokumentach zawarto wskazówki dla nauczycieli i kierownictwa szkoły.

Wytyczne mają na celu zgromadzenie informacji dla nauczycieli i szkół dotyczących różnorodności etnicznych i kulturowych, rasizmu i edukacji międzykulturowej, jak również dostarczenie praktycznej wiedzy, którą nauczyciele mogą wykorzystać w codziennym planowaniu i nauczaniu. Obejmują szereg wzorów opartych na praktyce, pokazujących, jak korzystać z międzykulturowego podejścia we wszystkich obszarach programu nauczania. Zawierają również obszerny katalog zasobów dla nauczycieli, pozwalający uzyskać dostęp do dodatkowych informacji i materiałów dydaktycznych.

Więcej informacji: www.action.ncca.ie/en/intercultural-education

² Trudno jest znaleźć ujednoczone standardy nauczania w zakresie całości tematyki dotyczącej zrównoważonego rozwoju. Moduły nauczania, scenariusze lekcyjne i podręczniki są raczej ukierunkowane na poszczególne obszary, a nie na całość zagadnienia. Niemniej można znaleźć wśród nich inspirujące materiały.

[36]

Istnieje także gotowy **podręcznik do praktycznego nauczania – zdobywania wiedzy o zrównoważonym rozwoju**, opracowany w ramach Uniwersytetu Bałtyckiego. Napisany został przez grupę nauczycieli pochodzących z państw regionu Morza Bałtyckiego z myślą o innych nauczycielach. Zatytułowany jest „**Edukacja ku zmianie: podręcznik edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju**”. Zawiera ćwiczenia, które mogą okazać się inspirujące i użyteczne dla nauczycieli. Podręcznik składa się z czterech rozdziałów:

- Rozdział 1: Zrównoważony rozwój.
- Rozdział 2: Edukacja na rzecz zrównoważonego rozwoju.
- Rozdział 3: Metody.
- Rozdział 4: Przykłady zastosowane w praktyce.

Więcej informacji: www.balticuniv.uu.se/index.php/downloads/doc_view/204-education-for-change-handbook-polish

|| POLSKIE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

– **Scenariusze lekcyjne dla uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych dotyczące tematu zmian klimatu oraz jego wpływu na zwiększanie biedy i ubóstwa**. Uzupelnieniem scenariuszy są materiały edukacyjne w postaci gry komputerowej, mapy myśli i pokazu slajdów. Autorem jest Polska Zielona Sieć.

Więcej informacji: globalnepoludnie.pl/Scenariusze-lekcji-klimat-a

– **Zestaw scenariuszy Polskiej Zielonej Sieci dla uczniów szkół podstawowych i średnich „Akademia 3R” - REDUCE, REUSE, RECYCLE**. Na początku znajduje się wprowadzenie w tematykę projektu, następnie scenariusze ukazują różne sposoby rozwiązania problemu odpadów oraz inspiracje do podjęcia działań, na końcu zaś umieszczony jest scenariusz podsumowujący cały program. Każdy konspekt został szczegółowo opisany i uzupełniony o materiały dodatkowe dla nauczycieli. Uzupelnieniem scenariuszy są karty pracy, ćwiczenia aktywizujące i pomysły na działania do zrealizowania w szkole.

Więcej informacji: ekonsument.pl/p74_wydawnictwa.html

– **Scenariusze lekcyjne dla uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych: „Co młody konsument wiedzieć powinien?”** pozwalają na wprowadzenie uczniów do tematyki konsumenckiej, zakupów i reklamacji, reklamy, bezpieczeństwa produktu oraz zrównoważonej konsumpcji. Scenariusze firmuje Polska Zielona Sieć.

Więcej informacji: www.ekonsument.pl/p29_scenariusze_zajec.html

– **Pakiet edukacyjny dla najmłodszych Ministerstwa Środowiska pt. „Zielona brygada, czyli przedszkolaki na straży klimatu”**. Jest to zestaw wierszyków, który może być z powodzeniem zastosowany w programach nauczania przedszkolnego.

Więcej informacji: www.mos.gov.pl/g2/big/2010_11/b505eba486ed969ae89ed-df43faf9626.pdf

– Scenariusze zajęć opracowane przez Ośrodek Działań Ekologicznych Źródła dotyczą edukacji ekologicznej (www.zrodla.org/edukacja/scenariusze/), w tym także społecznej odpowiedzialności i etyki biznesu (www.zrodla.org/etyka-w-biznesie/).

– Podręcznik Amnesty International, zatytułowany „Odkryj siłę praw człowieka”, zawiera 34 scenariusze zajęć dotyczące szeroko rozumianych praw człowieka i aktywności obywatelskiej, ze wskazówkami dla osoby prowadzącej zajęcia wraz z opisem metod aktywizujących.

Literatura:

Białas J. i in., *Odkryj siłę praw człowieka. Podręcznik Amnesty International*, Warszawa 2010.

dlaklimatu.pl

ekonsument.pl

Jutvik G., Liepina I., (red.), *Edukacja ku zmianie: podręcznik edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju*, www.balticuniv.uu.se/index.php/downloads/doc_view/204-education-for-change-handbook-polish.

Matten, D., Moon, J. (2004), *Corporate social responsibility education in Europe*, *Journal of Business Ethics*, 54, Number 4, 323-337.

Niculescu C., *Business and Economics Graduates in Romania: Socially Responsible or Socially Alienated?* 2006.

A New Era of Sustainability: UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010.

Orlitzky M., Moon J., *Second European Survey on Corporate Social Responsibility Research, Education and Other Initiatives in Business Schools and Universities (Draft Report to EABIS)* 2008.

UN Global Compact Dilemma Game: <http://www.kpmg.com/dk/da/nyheder-og-indsigt/nyhedsbreve-og-publikationer/publikationer/advisory/csr/sider/un-global-dilemma-game.aspx>

www.beyondgreypinstripes.org

www.mos.gov.pl

www.ncca.ie/en/Curriculum_and_Assessment/Inclusion/Intercultural_Education/

www.unescobkk.org

www.zrodla.org

[38]

2.2 Zasady Odpowiedzialnego Kształcenia Menedżerów – potrzeba odpowiedzialnego nauczania

Janusz Reichel, Agata Rudnicka¹

Tempo zmian, jakie dotyka współczesne społeczeństwa, wymaga ciągłego dostosowywania się we wszystkich obszarach życia społeczno-gospodarczego. Odpowiedzią na pojawiające się problemy i pytania o jakość i trwałość globalnego obywatelstwa są koncepcje, które w spójny i logiczny sposób starają się porządkować relacje między różnymi podmiotami.

Spółecznej odpowiedzialności biznesu przypadła rola porządkująca relacje między biznesem a społeczeństwem. Trzonem tej koncepcji jest dążenie do zaspokajania przez podmioty gospodarcze potrzeb różnych grup interesariuszy przy jednoczesnym dążeniu do osiągnięcia pozycji konkurencyjnej na rynku. Społeczna odpowiedzialność odnosi się do wielu kwestii o charakterze społecznym i środowiskowym i wiąże się z przewartościowaniem naszego myślenia o roli przedsiębiorstwa w społeczeństwie. Do właściwego zrozumienia, a co ważniejsze – do stosowania zasad społecznej odpowiedzialności, niezbędna jest wiedza i wrażliwość osób mających faktyczny wpływ na decyzje podejmowane w przedsiębiorstwach.

Wychodząc naprzeciw potrzebie edukowania przyszłych menedżerów i specjalistów odpowiedzialnych za kształt systemów zarządzania w organizacjach biznesowych, ośrodki akademickie tworzą programy nauczania dedykowane CSR czy rozwojowi zrównoważonemu. Również w Polsce powstają studia podyplomowe i kursy, w trakcie których słuchacze i studenci uświadomiwani są na problemy społeczne i środowiskowe oraz otrzymują niezbędną narzędziową wiedzę i umiejętności.

Proces rozwoju edukacji na rzecz społecznej odpowiedzialności wsparty został przez gremium międzynarodowe sformułowaniem **Zasad odpowiedzialnego kształcenia menedżerów** (ang. *The Principles for Responsible Management Education – PRME*). Pojawienie się tego typu dokumentu świadczy o coraz większej dojrzałości w podejściu do traktowania CSR jako ważnego elementu współczesnego krajobrazu biznesowego.

¹ Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki.

Postanowienie opracowania **Zasad odpowiedzialnego kształcenia menedżerów** zostało przyjęte w dniu 26 października 2006 r. przez reprezentantów instytucji akademickich. *Zasady* zostały ustanowione na światowym szczycie liderów Global Compact, który odbył się w Genewie, w dniu 5 lipca 2007 roku. Przyjęcie *Zasad* do stosowania w praktyce funkcjonowania polskich uczelni kształcących specjalistów z zakresu zarządzania (menedżerów) powinno być oczywiste, a dostosowanie programów kształcenia oraz codziennej działalności szkół winno stanowić wyzwanie dla edukacji menedżerskiej godnej kraju deklarującego dążenie do stania się społeczeństwem wiedzy i odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej.

Na podstawie: Wojciech Gasparski (Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie). Non (Nisi) Scholae, Sed Vitae Discimus: Ku odpowiedzialnemu nauczaniu organizacji i zarządzania, w: Dietl J., Sapijaszka Z. (red.), *Studia ekonomiczne – czy tylko wiedza i umiejętności?*, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2008, s. 55-68.

[40]

Omawiane *Zasady* pełnią rolę wytycznych umożliwiających przeorientowanie dotychczasowego sposobu działania szkół biznesowych w kierunku tworzenia bardziej odpowiedzialnego modelu kształcenia. Inicjatywę charakteryzuje nastawienie na ciągłe doskonalenie, oznaczające nieustanny wysiłek szkół biznesowych na rzecz poprawy swoich wyników. Ponadto dostarczają one wytycznych pomocnych w budowie nowego ładu oraz wsparcia instytucjonalnego. PRME to również sieć kontaktów pozwalająca na przepływ wiedzy i dobrych praktyk. Placówki biorące udział w przedsięwzięciu zobowiązane są do corocznego informowania swoich interesariuszy o postępach w podejmowanych przez siebie działaniach, dzięki czemu zarówno sama inicjatywa, jak i biorące w niej udział podmioty, są wiarygodne (unprme.org, 20.09.2011).

Przyjęcie zasad PRME oznacza dla ośrodków akademickich wyjście naprzeciw wyzwaniom związanym z rozwojem zrównoważonym i społeczną odpowiedzialnością. Placówki kształcące przyszłych menedżerów powinny – podobnie jak biznes, który musi spojrzeć na swój dotychczasowy sposób działania z nowej perspektywy – zrewidować swoje priorytety, cele i metody. Nadchodzące zmiany wydają się nieuchronną koniecznością. Ośrodki akademickie mają wpływ na procesy zachodzące w ich otoczeniu. Jednocześnie same muszą brać pod uwagę głos swoich interesariuszy. Potrzeba badań naukowych i zacieśnianie współpracy z przedsiębiorstwami to jedne z ważniejszych wyzwań w omawianym obszarze. PRME stanowią zachętę dla świata akademickiego do wdrażania rozwiązań, stosowania metod i prowadzenia badań sprzyjających rozwojowi nowego modelu biznesowego (unprme.org, 19.09.2011).

Zasady odpowiedzialnego kształcenia menedżerów dla szkół biznesowych nie są zestawem wytycznych do wdrożenia, które są następnie oceniane i certyfikowane. Działają bardziej na zasadzie globalnej platformy wymiany pomysłów i dobrych praktyk. Poniżej przedstawiono 6 zasad, które mogą wspomóc szkoły biznesu w rozwoju kształcenia na rzecz społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonego oraz pozwolą uczynić to w odpowiedzialny sposób.

„Biorąc pod uwagę szkoły biznesowe, powiedziałbym, że krajobraz ulega przededefiniowaniu. [...] Takie rzeczy jak jakość kształcenia pozostaną ważne jak do tej pory. Jednak jeśli nie włączysz do tego podejścia, którego sednem jest trwałość (ang. sustainability), nie będziesz innowatorem. Jeśli nie jesteś innowatorem dzisiaj, nie będziesz przewodził jutro”.

(Cytat z wywiadu z Manuelem Escudero, w: Alcaraz J.M., Thiruvattal E., *The United Nations' Principles for Responsible Management Education: A Global Call for Sustainability*, Academy of Management Learning & Education, 2010, Vol. 9, No. 3, 542–550. s. 546).

ZASADY ODPOWIEDZIALNEGO KSZTAŁCENIA MENEDŻERÓW

My, instytucje szkolnictwa wyższego kształcące przyszłych menedżerów, dobrowolnie zobowiązujemy się do zaangażowania w stałą poprawę wdrażania poniższych zasad. Zobowiązujemy się do informowania o naszych postępach interesariuszy oraz do wymiany dobrych praktyk z innymi instytucjami akademickimi:

Zasada 1. Cel: Zobowiązujemy się do rozwijania możliwości i umiejętności studentów w taki sposób, aby przyczynili się do rozwoju trwałej i inkluzywnej gospodarki globalnej oraz stabilnego, inkluzywnego społeczeństwa.

Zasada 2. Wartości: Zobowiązujemy się do przestrzegania w naszych programach nauczania i działaniach badawczych wartości odpowiedzialności społecznej definiowanej przez takie inicjatywy jak Global Compact.

Zasada 3. Metoda: Zobowiązujemy się stworzyć ramy programowe, materiały edukacyjne i odpowiednie procedury, aby zapewnić efektywne nauczanie, zgodnie z zasadami odpowiedzialnego przywództwa.

Zasada 4. Badania: Zobowiązujemy się do zaangażowania w badania empiryczne i teoretyczne, które przyczynią się do dalszego rozwoju i pogłębiania wiedzy na temat roli, dynamiki i wpływu korporacji na utrwalanie wartości odpowiedzialności społecznej, środowiskowej i gospodarczej.

Zasada 5. Partnerstwo: Zobowiązujemy się do nawiązywania kontaktów z korporacjami biznesowymi w celu poszerzenia wiedzy na temat wyzwań, jakie stoją przed nimi z racji obowiązków społecznych i środowiskowych, a także w celu wypracowania wspólnych efektywnych metod umożliwiających sprostanie tym wyzwaniom.

Zasada 6. Dialog: Zobowiązujemy się do wspierania i propagowania dialogu i debaty na temat zagadnień związanych z globalną odpowiedzialnością społeczną i zrównoważonym rozwojem pomiędzy środowiskiem akademickim i biznesowym, rządem, konsumentami, mediami, organizacjami społeczeństwa obywatelskiego oraz innymi zainteresowanymi grupami i interesariuszami.

Źródło: www.globalcompact.org.pl/pol/Global-Compact-w-Polsce/Instytucje-naukowe

[41]

II ODPOWIEDZIALNE NAUCZANIE I NAUCZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI – CZY TYLKO SZKOŁY BIZNESOWE?

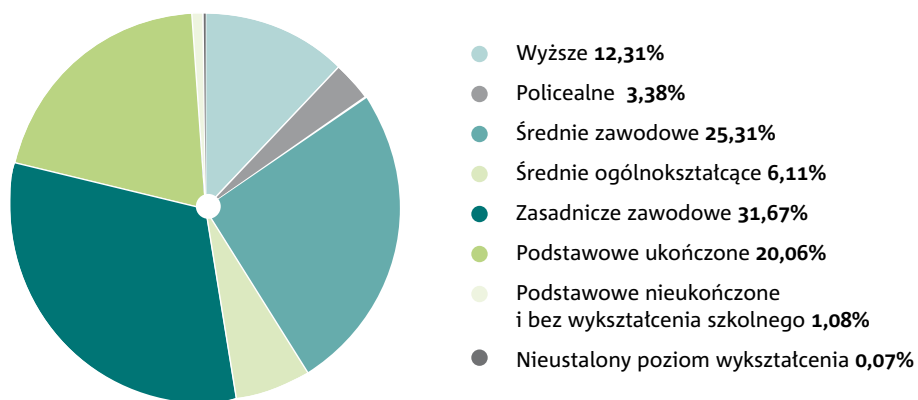
Nauczania odpowiedzialności nie powinno się odnosić wyłącznie do jednej grupy zawodowej. Jako społeczeństwo powinniśmy się opowiadać za rozwijaniem postaw odpowiedzialnych w każdym człowieku, niezależnie od kierunku wykształcenia. Ale nawet jeśli ograniczymy dyskusję wyłącznie do kształcenia menedżerów, to musimy zauważyć, że przedsiębiorcami/menedżerami bywają osoby, które ukończyły także inne kierunki kształcenia. Zasady odpowiedzialnego kształcenia menedżerów nie pozostawiają wątpliwości, że to szkoły biznesu mają być centrami, w których rodzi się i jest przekazywana wiedza dotycząca odpowiedzialności. Tymczasem nie jest to do końca uzasadnione, szczególnie gdy weźmiemy pod uwagę realia rynku pracy i fakt, że dobrze wykształceni fachowcy, którzy nie ukończyli kursów menedżerskich, często awansują w hierarchii zawodowej, obejmując stanowiska kierownicze. Menedżerami zostają np. dobrze wykształceni inżynierowie, lekarze i prawnicy zakładający własne firmy, *Public Relations* zajmują się często dziennikarze i socjologowie (ci ostatni zajmują się również zarządzaniem zasobami ludzkimi), artyści pracują w reklamie. Zatem istotne jest nauczanie odpowiedzialności o charakterze menedżerskim także lekarzy, dziennikarzy, prawników, psychologów, socjologów czy artystów. To samo również dotyczy kształcenia pracowników przedsiębiorstw – to oni współtworzą kulturę etyczną firmy i stanowią o jej odpowiedzialnych bądź nie zachowaniach (Rudnicka A. Reichel J., 2008).

[42]

Nie należy zapominać o właścicielach firm, którzy swoją edukację zakończyli na poziomie szkolnictwa średniego. Tym bardziej że stanowią oni większość wśród osób prowadzących przedsiębiorstwa. Na rysunku przedstawiono charakterystykę osób pracujących na własny rachunek (przedsiębiorców) pod kątem wykształcenia (Rys.1). Wynika z niego, że koncentrowanie się w ramach propagowania odpowiedzialności w biznesie jedynie na około 12% przedsiębiorców z wyższym wykształ-

Rys.1. Wykształcenie osób pracujących na własny rachunek (przedsiębiorców).

Źródło: obliczenia własne na podstawie: Aktywność ekonomiczna ludności Polski. GUS, Warszawa 2003. Tablica 6, s. 184.



eniem jest nieracjonalne. Tak naprawdę mówimy o jeszcze mniejszym odsetku przedsiębiorców, gdyż nie wszyscy z wyższym wykształceniem mają wykształcenie z zakresu zarządzania. Gdyby w tym kontekście wyznaczać grupę docelową, do której dotarcie ma największy sens, należałoby zdecydować się na prowadzenie edukacji z zakresu społecznej odpowiedzialności i etyki biznesu na poziomie średnim zawodowym i zasadniczym zawodowym, a nawet – w przypadku osób pracujących na własny rachunek, którzy nie zatrudniają pracowników – na poziomie edukacji podstawowej! Można przypuszczać, że przedstawione proporcje będą się zmieniać wraz ze wzrostem liczby osób z wykształceniem wyższym.

Omawiając problematykę edukacji na rzecz społecznej odpowiedzialności, należy uwzględnić również inne, niż tylko szkoły biznesu czy wydziały zarządzania, formy i poziomy kształcenia kadr współczesnej gospodarki.

1. Konieczne jest poszerzenie grupy docelowej (należy kształcić w zakresie społecznej odpowiedzialności nie tylko studentów wydziałów o profilu ekonomicznym i menedżerskim).
2. Konieczne jest podjęcie edukacji w tym zakresie również na innych poziomach nauczania (szkolnictwo zawodowe), a jej elementy powinny się pojawiać na wszystkich etapach nauczania (w tym na poziomie podstawowym i średnim).
3. Należy zapewnić dobór odpowiednich metod i treści nauczania (jak nauczać odpowiedzialności czy etyki?).
4. Należy powiązać problematykę odpowiedzialnego kształcenia z szerszym kontekstem funkcjonowania instytucji oświatowych i placówek akademickich.

Literatura:

Aktywność ekonomiczna ludności Polski, GUS, Warszawa 2003.

Alcaraz J.M., Thiruvattal E., *The United Nations' Principles for Responsible Management Education: A Global Call for Sustainability*, Academy of Management Learning & Education, 2010, Vol. 9, No. 3, 542–550.

Gasparski W., *Non (Nisi) Scholae, Sed Vitae Discimus: Ku odpowiedzialnemu nauczaniu organizacji i zarządzania*, w: Dietl J., Sapijaska Z. (red.), *Studia ekonomiczne – czy tylko wiedza i umiejętności?*, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2008.

Rudnicka A. Reichel J., *Uczyć odpowiedzialności czy uczyć odpowiedzialnie. Refleksje w kontekście The Principles for Responsible Management Education*, ss. 26-36, w: Gasparski W. (red.), *Odpowiedzialne kształcenie menedżerów*, Warszawa 2008, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

unprme.org, 20.09.2011

www.globalcompact.org.pl

3. PODEJŚCIE SYSTEMOWE ORAZ UCZENIE SIĘ PRZEZ CAŁE ŻYCIE

3.1 Podejście systemowe w nauczaniu o CSR i rozwoju zrównoważonym

Piotr Magnuszewski, Olga Pietkiewicz¹

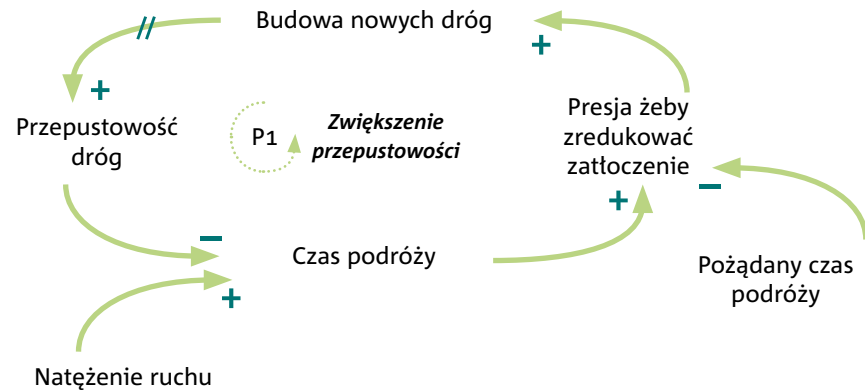
Prawdopodobnie wielu z nas zdarzyło się utknąć w korku. Być może pamiętacie sytuację, kiedy próbowaliście wycofać, pojechać inną drogą, ale... natrafiliście na kolejny, jeszcze większy korek. Na dodatek ktoś trąbił, wpadliście w złość, zastanawialiście się, czy nie lepiej było zostać na oryginalnej trasie. W podobnej sytuacji najlepiej byłoby móc spojrzeć na miasto z góry i zlokalizować przejezdne ulice. Takie *spojrzenie z góry*, czyli z pewnej perspektywy, to pierwszy krok w podejściu systemowym. Z *góry* możemy zobaczyć, jak funkcjonuje cały *system*. Szczegóły stają się mniej istotne. Zaczynamy dostrzegać wyłaniające się wzorce – integralną całość.

Pomaga to zarządzać kompleksowymi problemami, jakimi bez wątplenia są miejskie korki. Ale też ekosystemy, układy planetarne, sieci neuronowe, rynki czy organizacje biznesowe. Ludzie coraz częściej stają w obliczu rosnącej złożoności swojego otoczenia. Odnosi się to w szczególności do związków gospodarki, społeczeństwa i środowiska, czyli obszarów będących przedmiotem analizy rozwoju zrównoważonego i CSR. Podejście systemowe pozwala uświadomić sobie, że **większość kluczowych problemów ma więcej niż jedną przyczynę**. Aby rozwiązać problem, nie wystarczy zmiana jednego z elementów systemu. Niezbędne jest zrozumienie całego systemu lub też wielu powiązanych systemów.

Systemy są czymś więcej niż prostą sumą swoich elementów. Kluczowe dla ich zrozumienia jest pojęcie **powiązań i relacji pomiędzy ich składowymi**. Problemów nie traktuje się więc jako wyizolowanych zdarzeń. W sytuacji z korkami zastanowilibyśmy się, jak wygląda system komunikacji w danym mieście. Ile jest dróg, jaka jest ich przepustowość, ile jest autobusów, samochodów, jak te zmienne są ze sobą powiązane? Co się dzieje, kiedy przybywa samochodów? Czy budowa nowych dróg na pewno rozwiąże problem? Przeanalizujmy to na diagramie:

¹ Centrum Rozwiązań Systemowych.

Diagram 1. Proces budowy nowych dróg.



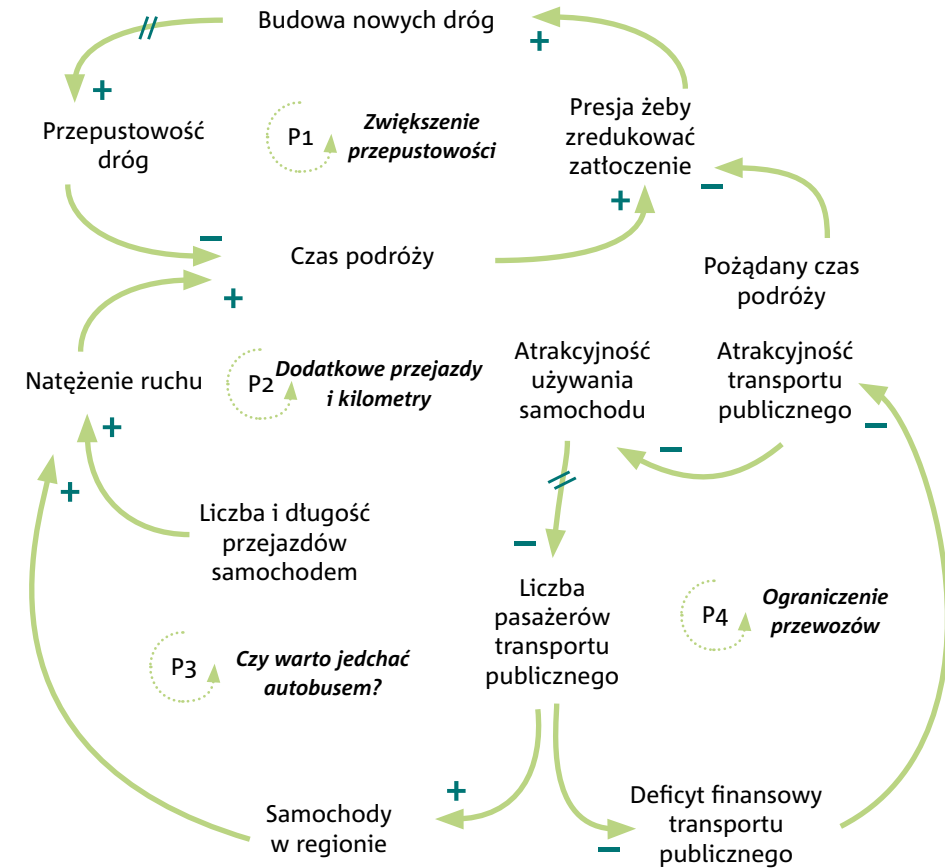
[46]

- Strzałki oznaczają relacje przyczynowo-skutkowe.
- ⌘ Podwójne przekreślenie strzałki oznacza, że skutek pojawi się z opóźnieniem.
- ➕ Plus przy grocie strzałki oznacza, że obie zmienne zmieniają się w tym samym kierunku. Wzrost przyczyny powoduje wzrost skutku, a zmniejszenie się przyczyny zmniejszenie skutku.
- ➖ Minus przy grocie strzałki oznacza, że kierunek zmian jest przeciwny. Wzrost przyczyny powoduje zmniejszenie się skutku, a zmniejszenie przyczyny wzrost skutku.
- P1 Zamknięte łańcuchy przyczynowo-skutkowe tworzą sprzężenia zwrotne (pętle). Pętle są numerowane i mogą być równoważące lub wzmacniające. Charakter oraz numer sprzężenia zwrotnego jest podany wewnątrz symbolu pętli (R lub W).

Budowa nowych dróg zwiększa ich przepustowość, a to sprawia, że skraca się czas podróży. Sytuacja się poprawia, ale nie na długo. Ponieważ jeżdżenie samochodem jest teraz łatwiejsze, więcej osób z niego korzysta. Zamiast robić zakupy w pobliskim sklepie, częściej np. jeździmy do oddalonego supermarketu na przedmieściach. Rzadziej korzystamy z autobusów. Optymalność i tym samym jakość usług transportu publicznego maleje, niektóre linie zostają zlikwidowane. Większa przepustowość dróg zostaje w krótkim czasie zniwelowana przez wzrost natężenia ruchu. Prezentuje to na stronie obok diagram 2.

Mamy tu kluczowe elementy podejścia systemowego: **wielość czynników, wzajemne powiązania i zamknięte łańcuchy przyczyn i skutków, tworzące tzw. pętle sprzężeń zwrotnych**. Są to zamknięte ciągi przyczyn i skutków, które mogą mieć charakter równoważący lub wzmacniający. **Wzmacniające sprzężenia zwrotne** wzmacniają każdą zmianę w tym samym kierunku. Mogą prowadzić do szybko narastających, pożądaných rezultatów albo też wywoływać efekt znany potocznie jako błędne koło. Przykładem może być zwiększająca się kwota depozytu w ban-

Diagram 2. Dlaczego budowa nowych dróg nie przynosi spodziewanych efektów?



[47]

ku dzięki odsetkom albo rosnąca wielkość populacji dzięki przyrostowi naturalnemu. Jako że mogą spowodować destabilizację systemu, wymagają szczególnej uwagi. **Równoważące sprzężenia zwrotne** działają na rzecz stabilności i ułatwiają osiągnięcie celów. Przykładem może być utrzymywanie stałej temperatury ciała przez ssaki albo pożądaných wartości stanów magazynowych przez firmy.

W złożonych, skomplikowanych systemach, nawet wydarzenia oddalone od siebie w czasie i przestrzeni mogą stać się czynnikami przyspieszającymi (katalizatorami) dużych zmian w całym układzie. Zmiana wprowadzana w najlepszej intencji w jednym elemencie systemu może pogorszyć stan innego obszaru i wywołać kaskadę negatywnych wydarzeń. Reagowanie na poszczególne zdarzenia bez rozumienia całości może pociągnąć za sobą dalsze, **niezamierzone i często odwrotne do pożądanego rezultatu konsekwencje** – w zakorkowanym mieście nie mieliśmy oglądu całości, chcieliśmy rozwiązać problem, wybierając inną drogę, ale to tylko pogorszyło sprawę – utknęliśmy w większym korku i byliśmy dalej od domu.

Myślenie systemowe wymaga nie tylko **poszerzenia perspektywy w przestrzeni, ale również w czasie**. Starając się rozwiązać problem miejskich korków, możemy sprawdzić, że w latach 1989-95 cena litra benzyny wzrosła 11-krotnie, a cena biletu tramwajowego 72-krotnie. Na początku lat dziewięćdziesiątych podział zadań między transportem prywatnym a publicznym wyrażał się stosunkiem 1:9; w połowie lat dziewięćdziesiątych było to już 3:7. Spojrzenie wstecz pozwala dostrzec, że bardzo często doświadczane problemy są konsekwencją naszych błędnych decyzji. To nie czynniki zewnętrzne, znajdujące się poza naszą kontrolą, lecz my sami powodujemy wiele problemów.

Możemy użyć myślenia systemowego do lepszego zrozumienia przyrody i tworzących ją ekosystemów. Pozwoli nam ono wyjaśnić wzorce zmian zachodzących w przyrodzie, jak również wpływ działań człowieka na stabilność procesów w przyrodzie oraz bioróżnorodność. W organizacjach systemy składają się z ludzi, struktur i procesów, których złożone oddziaływania decydują o tym, czy organizacja jako całość jest zdrowa. Firmom odpowiedzialnym społecznie podejście systemowe może być szczególnie przydatne, ponieważ muszą one, zarządzając swoimi relacjami z interesariuszami, brać pod uwagę jednocześnie wiele czynników i grup o często wykluczających się interesach. Myślenie systemowe ułatwia **zrozumienie powiązań wewnętrznego i zewnętrznego otoczenia firmy, dialog z interesariuszami czy znalezienie rozwiązań dla pozornie nierozwiązywalnych problemów**.

Zachęcamy nauczycieli do szukania przykładów takich problemów razem z uczniami oraz wspólnego ich analizowania za pomocą prostych wykresów i pętli przyczynowo-skutkowych.

Oprócz diagramów dostępne są też inne pomocne narzędzia. Można również ułatwić sobie i uporządkować pracę, stosując tzw. **12 nawyków umyśtu**, tak jak proponuje to Linda Booth Sweeney:

1. **Staraj się zobaczyć całość:** patrz na świat raczej jako na system wzajemnie powiązanych „całości” niż pojedynczych zdarzeń (*miejskie korki to nie tylko drogi i samochody, ale też transport publiczny, ceny benzyny, liczba autobusów etc.*).
2. **Szukaj powiązań:** zakładaj, że nic nie jest wyizolowane, tak więc szukaj relacji w naturze, pomiędzy ludźmi, problemami i zdarzeniami (*jak powiązana jest liczba samochodów na drogach z ceną biletów tramwajowych?*).
3. **Zwracaj uwagę na granice / stosuj widzenie peryferyjne:** zdaj sobie sprawę, że definicja systemu i jego granic jest kluczowa dla czynników, które będą brane pod uwagę lub wykluczone (*wiele problemów nie jest rozwiązywanych ze względu na zbyt wąsko określone granice systemu – aby zrozumieć problem korków, musimy uwzględnić transport publiczny, być może też rowerowy, ale również rozrastające się rozmiary przedmieść*).
4. **Zmieniaj perspektywę:** zmiana perspektywy zwiększa zrozumienie oraz pomaga uświadomić sobie, że to, co widzimy, zależy od miejsca, które zajmujemy w systemie (*miejsce w helikopterze daje zupełnie inny ogląd miejskich korków niż siedzenie kierowcy samochodu*).
5. **Szukaj zasobów:** ukryte nagromadzenie się zasobów (*wiedzy, dwutlenku węgla, długu etc.*) może powodować inercję i opóźnienia (*zwiększona liczba samochodów powoduje nieoptycalność niektórych linii autobusowych*).
6. **Podważaj modele myślowe** (nasze głęboko zakorzenione przekonania oraz sposoby postrzegania i myślenia są często tak „oczywiste”, że nie uświadamia-

my sobie ich istnienia): podważaj własne założenia o tym, jak funkcjonuje świat oraz sprawdzaj, jak mogą ograniczać twój sposób myślenia. („*Korki zawsze były, są i będą*”; „*Jedna przyczyna wywołuje jeden skutek*”; „*Technologia rozwiąże każdy pojawiający się problem*”; „*Włożony wysiłek decyduje o wynikach*”; „*Jednostki nic nie mogą zrobić*”).

7. **Przewiduj niezamierzone konsekwencje:** szukaj pętli przyczynowo-skutkowych i pytaj, „co stanie się w następnej kolejności?” (*Co stanie się, kiedy zwiększymy przepustowość dróg?*).
8. **Śledź zmianę w czasie i przestrzeni:** dostrzegaj dzisiejsze wydarzenia jako rezultaty przeszłych trendów i zapowiedź przyszłych (*zmiany cen benzyny na przestrzeni lat, decyzje dotyczące transportu miejskiego*).
9. **Postrzegaj siebie jako część systemu:** szukaj wpływów w samym systemie, skupiając się mniej na winie, a bardziej na strukturze (lub zestawie wzajemnych powiązań), które mogą wpływać na zachowanie (*nie jest istotne znalezienie winnych miejskich korków, ale zrozumienie struktury, która je powoduje*).
10. **Przyzwalaj na niejasność:** wytrzymuj napięcie, jakie powodują paradoks i brak jasności, nie próbuj ich zbyt szybko rozwiązać.
11. **Szukaj punktów wzmocnień:** wiedz, że rozwiązania mogą leżeć daleko od problemów i szukaj punktów wzmocnienia, w których mała zmiana powoduje ogromny wpływ na cały system.
12. **Staraj się unikać myślenia w kategoriach wygrany/przegrany:** w sytuacjach wysoce powiązanych takie podejście zwykle tylko pogarsza sprawę.

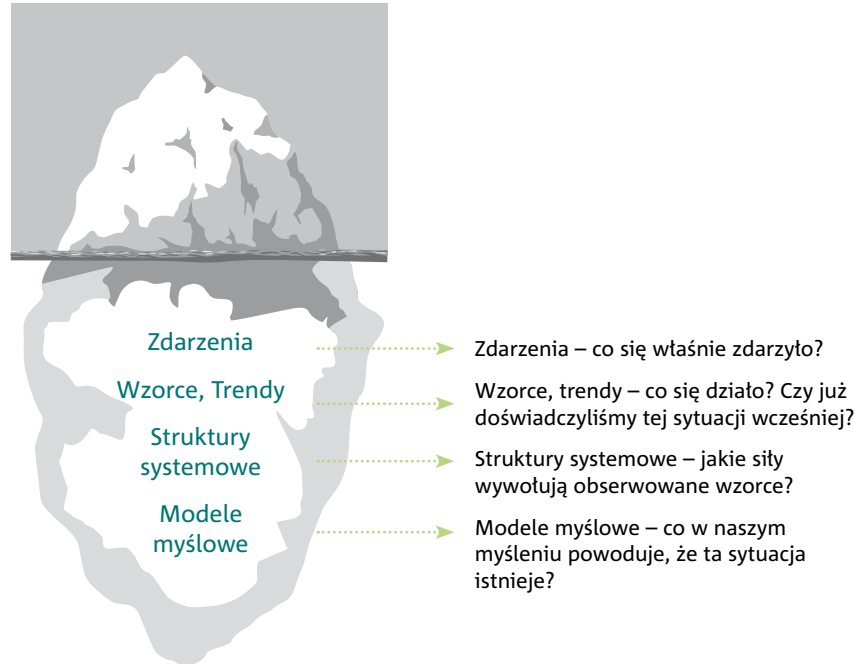
Ochrona środowiska, a także uwzględnienie w działalności gospodarczej interesu społecznego, to zagadnienia istotne dla przedsiębiorców poważnie myślących o długoterminowej działalności. Firmy odpowiedzialne społecznie rozumieją, że do prowadzenia działalności niezbędne są zasoby naturalne oraz energia, zdolność środowiska do neutralizacji generowanych zanieczyszczeń, a także dobrze funkcjonujące lokalne społeczności i zadowoleni pracownicy. Jeśli przedsiębiorcy w wyniku prowadzonej działalności zmniejszą dostępny kapitał naturalny oraz kapitał społeczny, pogorszą tym samym warunki prowadzenia swojej działalności. Zależności te i powiązania łatwiej jest ujrzeć, podchodząc do problemu systemowo.

Przedsiębiorstwa odpowiedzialnie społecznie, patrząc systemowo, dostrzegają korzyści wynikające z rozwijania kapitałów naturalnego i społecznego. Dobrym przykładem może być tu strategia firmy Nestlé, która zakłada wykorzystanie lokalnych dostawców mleka dla swoich zakładów. Gdy rozpoczęto inwestycję w prowincji Moga w Indiach, większość gospodarstw była zbyt biedna i zbyt słabo rozwinięta, aby wyprodukować większą ilość mleka niż ta, która zaspokajała własne potrzeby, przy czym często nie spełniało ono wymagań jakościowych dla procesu produkcji. Firma Nestlé wprowadziła program rozwoju lokalnego rolnictwa – zaoferowała rolnikom wsparcie finansowe, merytoryczne oraz techniczne w rozwoju gospodarstw, wskazując na powiązania pomiędzy irygacją pól, osiąganymi plonami, pożywieniem dla krów oraz ostatecznie – jakością mleka. Efekt – spadek śmiertelności bydła o 75%, wzrost liczby dostawców ze 180 do 75000, 50-krotny wzrost produkcji mleka. Przemysłane inwestycje przyczyniły się do zapewnienia zakładom stałych dostaw mleka spełniającego wszystkie wymagania jakościowe oraz rozwoju regionu, który stał się nowym rynkiem zbytu dla produktów firmy Nestlé. Podobne projekty, wykorzystujące całościowe spojrzenie na lokalny rynek oraz analizę interakcji między wieloma czynnikami, zostały wprowadzone w życie

w ponad dwunastu innych krajach, takich jak Brazylia, Tajlandia oraz Chiny. Tego typu podejście wykorzystuje większość z powyższych 12 nawyków myślenia systemowego i dzięki temu zapewnia pozytywne i trwałe rezultaty.

Dobrym obrazem myślenia systemowego jest **góra lodowa**.

Rys.2. Góra lodowa jako metafora podejścia systemowego. Struktura systemu określa jego zachowanie (na podst. Senge, 1990).



Pozostając w kręgu zdarzeń, jesteśmy na powierzchni góry lodowej. Większość dyskusji politycznych, społecznych i biznesowych odbywa się na jej wierzchołku. Poszerzając perspektywę w czasie i przestrzeni, schodzimy pod powierzchnię i zaczynamy analizować **trendy i wzorce**. Jeszcze niżej dochodzimy do **struktur systemowych**, które determinują zachowanie systemu. Analiza tych struktur jest możliwa dzięki diagramom systemowym, takim jak Diagram nr 2. Nazywa się je również „**mapami modeli myślowych**”, ponieważ umożliwiają wydobycie ukrytych założeń, takich jak na przykład przedstawione w punkcie szóstym 12 nawyków umysłu.

Analiza modeli myślowych to najgłębszy poziom myślenia systemowego. Jest to często bardzo trudne, ponieważ istnieje wiele mechanizmów obronnych, które utrudniają ujawnienie i zmianę ukrytych założeń. Ale to z modeli myślowych wypływa struktura systemu.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu nie powinna ograniczać się do powierzchownych działań. Pełna odpowiedzialność wymaga poszerzenia granic modeli myślowych i zrozumienia zależności pomiędzy obszarami ekonomicznymi, spo-

łeczny i przyrodniczymi. Jeśli chcemy dokonać trwałych zmian, musimy zmienić sposób naszego myślenia i postrzegania świata.

Myślenie systemowe, wspierane przez narzędzia systemowe, takie jak mapy modeli myślowych, jest do tego niezbędne.

Literatura:

Sterman J., *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World*, Irwin/McGraw-Hill, New York 2000.

Senge P., *Piąta Dyscyplina*, Oficyna Ekonomiczna 2003.

Weinberg G.M., *An Introduction to General Systems Thinking*.

Booth Sweeney L., *12 Habits of Mind*, www.lindaboothsweeney.net

Kramer, M. R., i M. E Porter. 2006. „*Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*”. Harvard Business Review 84 (12): 78-92.

3.2 Uczenie się przez całe życie w kontekście CSR

Magdalena Józwick¹

[52]

Uczenie się przez całe życie (ang. *lifelong learning*) w kontekście społecznej odpowiedzialności można rozpatrywać w dwóch ujęciach: CSR jako tematyka uwzględniana w szkoleniach oraz szkolenia jako przejaw odpowiedzialności wobec pracowników. Szkolenia zawodowe można organizować poza miejscem pracy (udział w wykładach, kursach, konferencjach, studiach w trybie zaocznym – wyższych, podyplomowych, doktoranckich). W tym przypadku wszelkie kwestie dotyczące samej inicjatywy dalszego kształcenia, wyboru konkretnej oferty, finansowania czy wreszcie wiązania z czasem pracy, leżą zarówno po stronie pracownika, jak i pracodawcy lub bezpośredniego przełożonego. Z drugiej strony szkolenia poza miejscem pracy mogą mieć charakter zbyt ogólny, nieprzystający do konkretnego przedsiębiorstwa. Mogą rozwijać kompetencje pracownika, jednak z mniej oczywistym przełożeniem na jego pracę w krótkim czasie. Natomiast szkolenia w miejscu pracy (coaching, konsultacje z przełożonym, specjalistyczny instruktaż, zadania zlecone, rotacja na stanowiskach, koła jakości, udział w grupach projektowych) są zwykle bardziej dopasowane do konkretnych potrzeb. Mogą jednak wymagać zaangażowania zewnętrznego trenera, znalezienia i zakupu odpowiednich materiałów szkoleniowych itp.

W Unii Europejskiej zwrócono uwagę na konieczność promowania zarówno idei uczenia się przez całe życie, jak i CSR. Pierwszej koncepcji dedykowano Lifelong Learning Program (LLP), przewidziany na lata 2007-2013, stanowiący kontynuację działań prowadzonych wcześniej w ramach programów Socrates, Leonardo da Vinci, Jean Monnet, e-Learning i European Language Label. Celem programu jest rozwój różnych form uczenia się przez całe życie poprzez wspieranie współpracy między systemami edukacji i szkoleń w krajach uczestniczących, jak również podnoszenie jakości i atrakcyjności szkolnictwa i doskonalenia zawodowego w Europie. Poszczególne składowe programy (Comenius, Erasmus, Leonardo da Vinci, Grundtvig) koncentrują się na potrzebach związanych z nauczaniem i uczeniem się osób i instytucji

¹ Centrum Przywództwa i Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.

zaangażowanych w poszczególne etapy edukacji – od przedszkolnej, poprzez szkolnictwo wyższe i szkolenia zawodowe na szczeblu innym niż akademicki, aż po formy kształcenia dorosłych o charakterze formalnym, nieformalnym lub pozaformalnym.

Komisja Europejska promuje koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu, umożliwiając realizację działań zarówno informacyjnych, jak i wdrożeniowych. W odpowiedzi na dostrzegany przez Komisję Europejską wzrost znaczenia CSR w Europie, działania z tego obszaru są wspierane z funduszy unijnych również w Polsce (w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki). Podkreśla się ich wpływ na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw oraz porównuje się modele promocji przez rządy poszczególnych państw. W programach operacyjnych szczególnie zwraca się uwagę na kwestie edukacji w zakresie CSR oraz wprowadzanie koncepcji w przedsiębiorstwach.

Wdrażanie społecznej odpowiedzialności powinno obejmować również szkolenia personelu. Stopień, w jakim firmy umożliwiają uczenie się, stanowi ich istotny wkład w społeczeństwo, a jednocześnie jest przykładem podejścia typu wygrany-wygrany, czyli takiego, w którym korzystają obydwie strony. Szkolenia są działaniami z obszaru relacji z przedstawicielami interesariuszy wewnętrznych, jakimi są pracownicy. Ponadto umożliwienie rozwoju zawodowego wpływa na poziom motywacji do pracy. Niezależnie od tego, czy jest to indywidualne dążenie do wzrostu zdolności do zatrudnienia, czy działanie firmy na rzecz rozwoju potencjału społecznego, aby szkolenia dla dorosłych spełniały oczekiwania, muszą przyjmować atrakcyjną formę zapewniającą odpowiednią relację pozyskanej wiedzy i umiejętności do poświęconego czasu.

Przykładem jest projekt „CSR płaszczyzna transferu wiedzy i kreowania wspólnych przedsięwzięć odpowiedzialnych społecznie”, łączący szkolenia w miejscu pracy i poza nim, realizowany przez Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu wspólnie z trzema przedsiębiorstwami z regionu*. Projekt został przygotowany w oparciu o konsultacje uczelni z jedną z grup interesariuszy, jaką stanowią lokalni przedsiębiorcy. Społeczna odpowiedzialność dotyczy nie tylko firm, lecz także innych typów organizacji, na przykład uczelni. Podnoszenie kompetencji zawodowych pracowników naukowych to uczenie się odbywające się nie tylko poprzez aktywność badawczą, lecz również nawiązywanie współpracy z przedstawicielami biznesu czy staże przemysłowe. Projekt obejmował szkolenie wstępne, staż (dla pracowników przedsiębiorstw na uczelni, dla pracowników naukowych w przedsiębiorstwach), szkolenie zaawansowane oraz warsztaty. Formuła opierająca się na aktywnym udziale i dzieleniu się spostrzeżeniami umożliwiła opracowanie wstępnych koncepcji społecznie odpowiedzialnych projektów dla firm biorących udział w projekcie. Koncepcje te były później weryfikowane podczas warsztatów. W rezultacie stworzono konkretne produkty – propozycje działań społecznie odpowiedzialnych dla przedsiębiorstw partnerskich oraz model współpracy biznesu i uczelni wyższych. Zaprezentowane działania umożliwiają transfer wiedzy i doświadczeń, jak również ujawniają możliwe obszary współpracy oraz społecznego zaangażowania.

* Projekt jest realizowany w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013, Poddziałanie 8.2.1 „Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw”.

[53]

4. O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W SZKOLE PODSTAWOWEJ

Anna Paluszek¹

WSTĘP

Dwa pierwsze etapy edukacyjne realizowane w szkole podstawowej odgrywają niestychanie ważną rolę w uwrażliwianiu młodych osób na świat i potrzeby innych ludzi. Dotyczy to nie tylko najbliższego otoczenia, choć w podstawie programowej ta perspektywa jest uznana za kluczową, lecz także poziomu kraju i całego świata. Warto w tym kontekście zauważyć, że przedsiębiorstwa i ich działalność jest częścią rzeczywistości ucznia, podobnie jak szkoła. Tłumacząc świat dorosłych, do którego należą między innymi firmy, warto zwrócić uwagę, że te same zasady współpracy, poszanowania drugiego człowieka i odpowiedzialności, poznawane przez uczniów i uczennice na co dzień, powinny być obecne w biznesie.

Społeczna odpowiedzialność biznesu rozumiana jako dobrowolna strategia uwzględniająca społeczne, etyczne i ekologiczne aspekty w działalności gospodarczej oraz w kontaktach z interesariuszami (m.in. z pracownikami, klientami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną) oznacza wkład biznesu w realizację polityki zrównoważonego rozwoju gospodarczego oraz taki sposób prowadzenia firmy, w którym celem priorytetowym jest osiągnięcie równowagi między jej efektywnością i dochodowością a interesem społecznym (*Co to jest CSR*, 22.09.2011).

W procesie wychowawczym, programach nauczania czy programach profilaktycznych, poszczególne elementy tej strategii z łatwością można odnaleźć. Wystarczy poszukać pewnych powiązań.

Przykładowe sposoby wprowadzania tematu społecznej odpowiedzialności do szkoły:

1. Przy omawianiu aspektów społecznych, etycznych lub ekologicznych rzeczywistości zwróć uwagę na działalność biznesu.

¹ Clean Clothes Polska.

- II. W nauczaniu krytycznego i naukowego myślenia, w tym używając nowych technologii, zwróć uwagę na praktykę firm z najbliższego otoczenia i ich wpływ na Wasze życie codzienne.
- III. W kształceniu przyrodniczym i matematycznym użyj przykładów z życia, dotyczących działalności firm, obliczając ich poziom wpływu na środowisko i życie ludzi wokół.

II DLACZEGO WARTO UCZYĆ O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU?

Młodzi ludzie nie mogą poznawać świata bez analizowania działalności tak ważnego uczestnika rzeczywistości jak przedsiębiorstwa, które funkcjonują zarówno w środowisku lokalnym, jak i globalnie. Szkoła podstawowa ma wykształcić określone postawy i umiejętności, rozwijane potem na dalszych etapach nauczania oraz w życiu codziennym ucznia i uczennicy. Dlatego tak ważne jest poznanie, jaki wpływ na środowisko i ludzi mają firmy i jakie zasady społecznej odpowiedzialności powinny spełniać.

[56]

W kontekście idei zrównoważonego rozwoju istotne jest, aby młodzi ludzie zrozumieć, dlaczego tak wiele firm dostrzega swoją rolę w kształtowaniu rzeczywistości i decyduje się na wprowadzanie CSR. Równie ważne jest nabycie przez młodych ludzi umiejętności świadomego i odpowiedzialnego kształtowania rzeczywistości.

Zrównoważony rozwój to także patrzenie w przyszłość. Osoby podejmujące naukę w szkole podstawowej staną się być może za kilkanaście lat menedżerami, którzy sami będą zarządzać firmami.

II PODSTAWA PROGRAMOWA (WYBRANE FRAGMENTY) WRĄZ Z KOMENTARZEM²

I etap kształcenia

Szkoła podstawowa ma zachęcać młode osoby do dalszego rozwoju osobistego oraz kształtować ich wrażliwość społeczną. W pierwszym etapie szkolnym, przede wszystkim poprzez edukację społeczną, szkoła ma przygotować do zgodnego współżycia w grupie rówieśniczej, rodzinie i w społeczności lokalnej. Na tym etapie trudno wprowadzać zagadnienie CSR w całej jego złożoności. Można jednak zasygnalizować rolę firm i ich działalności w świecie oraz najbliższym otoczeniu.

Nowa podstawa programowa dotycząca edukacji społecznej zakłada, że dzięki nauczaniu w klasach I-III uczniowie będą wiedzieć, co to jest sytuacja ekonomiczna oraz dostosowywać swoje potrzeby do możliwości finansowych rodziny. Przy-

² Wszystkie cytaty pochodzą z Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne:

www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

bliżając temat gospodarki oraz jej aktorów, a więc firm, zarówno tych małych, jak i dużych, można podkreślić, że współcześnie od przedsiębiorstw również wymaga się odpowiedzialności. Pojęcie to jest szczególnie ważne w całym kształceniu obywatelskim i społecznym i może być niesłychanie pomocne w wyjaśnieniu zasad, jakimi firmy mogą się kierować, aby świat rozwijał się w sposób zrównoważony. Zgodnie ze stwierdzeniem: „Czym skorupka za młodu nasiąknie, tym na starość trąci” można liczyć, że takie systemowe podejście pozwoli na poznanie zasad społecznej odpowiedzialności młodemu pokoleniu.

Spójność systemu wychowawczego z programami nauczania i profilaktyki jest elementem wypełniania przez szkołę jej funkcji. Nauczanie coraz bardziej powinno kłaść nacisk na umiejętności i postawy, a nie tylko na podnoszenie poziomu wiedzy.

W podstawie programowej znajdziemy następujące zapisy i założenia:

Celem kształcenia ogólnego w szkole podstawowej jest:

- przyswajanie przez uczniów podstawowego zasobu wiadomości na temat faktów, zasad, teorii i praktyki, dotyczących przede wszystkim tematów i zjawisk bliskich doświadczeniom uczniów;
- kształtowanie u uczniów postaw warunkujących sprawne i odpowiedzialne funkcjonowanie we współczesnym świecie [...]

W procesie kształcenia ogólnego szkoła podstawowa kształtuje u uczniów postawy sprzyjające ich dalszemu rozwojowi indywidualnemu i społecznemu, takie jak: uczciwość, wiarygodność, odpowiedzialność, [...] kreatywność, przedsiębiorczość.

W ramach kształcenia zintegrowanego przestrzenią, w której znajdziemy miejsce na omawianie zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu, będzie wspomniana już edukacja społeczna oraz etyka. Ważne w kontekście CSR zapisy to:

Edukacja społeczna. Uczeń kończący klasę III:

- potrafi odróżnić, co jest dobre, a co złe w kontaktach z rówieśnikami i dorosłymi;

Etyka. Przybliżanie dzieciom ważnych wartości etycznych na podstawie baśni, bajek i opowiadań, a także obserwacji życia codziennego. Uczeń kończący klasę I:

- wie, że nie można dążyć do zaspokojenia swoich pragnień kosztem innych; nie niszczy otoczenia;

Etyka. Uczeń kończący klasę III:

- rozumie, że ludzie mają równe prawa, niezależnie od tego, gdzie się urodzili, jak wyglądają, jaką religię wyznają, jaki mają status materialny; [...]
- zastanawia się nad tym, na co ma wpływ, na czym mu zależy, do czego może dążyć nie krzywdząc innych; [...]

Młody człowiek powinien w wyniku nauczania w klasach I-III umieć odróżniać dobro od zła oraz mieć świadomość, jaką rolę w życiu człowieka i rodziny odgrywa praca. Pomimo braku w podstawie programowej konkretnych odniesień do działalności biznesu, trudno pominąć ich rolę w przestrzeganiu w społeczeństwie zasad uczciwości i odpowiedzialności.

II etap kształcenia

W klasach IV-VI szkoły podstawowej elementy sprzyjające wprowadzaniu zagadnień społecznej odpowiedzialności można dostrzec między innymi na takich przedmiotach, jak: historia i społeczeństwo, matematyka, zajęcia z komputerem oraz etyka.

Trudno traktować takie pojęcie jak CSR jednowymiarowo, dlatego proponujemy spojrzeć na możliwości powiązania niektórych treści i umiejętności pojawiających się na poszczególnych przedmiotach. Na przykład:

Zdobywanie wiedzy o problemie i wartościach	HISTORIA i SPOŁECZEŃSTWO
Analiza danych, wykresów, opracowanie rozwiązań	MATEMATYKA
Zdobycie szczegółowych informacji i przykładów zaangażowania	ZAJĘCIA Z KOMPUTEREM
Przygotowanie materiałów promocyjnych dla akcji w szkole	
Wyrażenie swojej opinii o problemie i wartościach	ETYKA
Zaangażowanie się w szerszą akcję społeczną z udziałem firm lokalnych	GODZINA WYCHOWAWCZA

[58]

1. HISTORIA I SPOŁECZEŃSTWO

W ramach przedmiotu nauczyciel powinien inspirować pojawianie się pytań typu: dlaczego jest tak jak jest i czy mogłoby być inaczej? Jest to wymaganie ogólne co do całego przedmiotu, a więc i dużej części omawianych w nim treści. W treściach szczegółowych dla tego przedmiotu zakłada się, że uczeń rozpozna działania sprawiedliwe:

Refleksja nad sobą i otoczeniem społecznym. Uczeń:

– tłumaczy, odwołując się do przykładów, na czym polega postępowanie sprawiedliwe;

Warto w mówieniu o sprawiedliwości pokazać przykłady firm odwołujących się do pojęcia sprawiedliwości, jak dzieje się to w ramach ruchu Sprawiedliwego Handlu³.

Innym obszarem tematycznym, w którym porusza się pewne elementy działalności firm i zakresu ich odpowiedzialności, są treści o problemach ludzkości. Po takich zajęciach uczeń:

– wyjaśnia, co oznacza powiedzenie: „świat stał się mniejszy” i wskazuje przyczyny tego zjawiska;

– opisuje i ocenia na przykładach wpływ techniki na środowisko naturalne i życie człowieka;

³ W Polsce działa Koalicja na rzecz Sprawiedliwego Handlu. Na jej stronie internetowej znaleźć można mnóstwo inspiracji do prowadzenia zajęć, jak i informacji o samych zasadach Sprawiedliwego Handlu: www.fairtrade.org.pl.

Jednocześnie autorzy podstawy zauważają, że w ramach przedmiotu historia i społeczeństwo szkoła powinna kształtować m.in. takie postawy, jak:

- zaangażowanie w działania obywatelskie ucznia, poprzez chociażby angażowanie w działania społeczne,
- wrażliwości społecznej: uczeń dostrzega przejawy niesprawiedliwości i reaguje na nie,
- odpowiedzialności: uczeń podejmuje odpowiedzialne działania w swojej społeczności.

Liczne kampanie społeczne mobilizujące firmy do bardziej odpowiedzialnych zachowań, odwołują się do społeczeństwa i konsumentów. Znajdź ze swoimi uczniami informacje o przejawach niesprawiedliwości i poproś o zaproponowanie formy reakcji. Może być to petycja czy list – czasem takie gotowe wzory proponują organizacje społeczne. Można odwołać się do codzienności i tematów, które cieszą się powodzeniem w niektórych grupach. Ciekawe dla najmłodszych może być zapoznanie się z kampanią o odpowiedzialnych zabawkach. W starszej grupie można podjąć temat odpowiedzialnego biznesu na przykładzie telefonów komórkowych czy ubrań⁴.

Warto również zwrócić uwagę na pozytywne przykłady, szczególnie z własnego podwórka – jeśli lokalna firma angażuje się w działania społeczne, dobrze jest się zainteresować, dlaczego tak się dzieje? Uczniowie powinni zastanowić się, w jakim stopniu firmy lokalne przyczyniają się do rozwoju waszej społeczności lokalnej i czy biorą odpowiedzialność za swój wpływ na środowisko naturalne.

[59]

2. MATEMATYKA

Kształcenie matematyczne ma na celu nauczenie młodych osób „rozumowania i tworzenia strategii”, natomiast w wymaganiach szczegółowych podkreśla się wartość obliczeń praktycznych, dotyczących obliczeń procentowych jak i elementów statystyki opisowej. Odczytywanie danych i umiejętność ich interpretacji powinna być kształtowana już na tym poziomie.

Zadania tekstowe będą tutaj szczególnie przydatne, ponieważ ćwiczą one umiejętności niezbędne do zrozumienia sieci zależności, którymi coraz częściej objaśniamy rzeczywistość. Uczeń:

– czyta ze zrozumieniem prosty tekst zawierający informacje liczbowe;

– dostrzega zależności pomiędzy podanymi informacjami.

(przykład na stronie 60)

Pojawia się tu kwestia odpowiedzialnej konsumpcji – zagadnienia równie szerokiego jak CSR, ale i pokrewnego, szczególnie w perspektywie młodzieży uczącej się w szkole podstawowej. W oczach młodych konsumentów świat firm bywa odległą perspektywą, tymczasem okazuje się, że mogą oni poprzez swoje codzienne zachowania i wybory wpływać na kształtowanie się niektórych reguł ich postępowania.

⁴ Polska Zielona Sieć prowadzi kampanię „Kupuj Odpowiedzialnie”, w ramach której każdy może się przyłączyć do apelów o bardziej sprawiedliwe reguły w handlu i odpowiedzialne działania firm: ekonsument.pl.

Przykład:

Uczniowie otrzymują rysunek buta sportowego i mają za zadanie ustalić, jaką część ceny końcowej (200 złotych) za buty sportowe otrzymują poszczególne podmioty zaangażowane w proces ich produkcji. Kto otrzyma jaką kwotę i jaki to ma wpływ na poziom życia osób zaangażowanych w poszczególne etapy wytwarzania produktu. Potem można sugestie uczniów porównać z faktycznymi danymi. Po obliczeniu konkretnej sumy, można ponadto obliczyć, jak wiele butów musi wyprodukować 1 pracownik, aby pozwolić sobie na podobną parę dla swojego dziecka.

Szacunkowy udział procentowy poszczególnych etapów wygląda następująco:

- 0,4 % płace
- 5% transport i cła
- 12% produkcja
- 20% podatki
- 30% handel detaliczny
- 33% właściciel marki

Na podstawie materiałów Koalicji Karat: Mój styl, moja odpowiedzialność!, dostępne: www.karat.org/karat,newsletter,KARAT%27s+publications,Guides,en.html.

[60]

3. ZAJĘCIA KOMPUTEROWE

Wymagania ogólne jasno wskazują, jak ważną rolę we współczesnym świecie odgrywa samodzielna praca ucznia z komputerem i nowymi technologiami. Społeczna odpowiedzialność biznesu nie jest osobnym tematem zajęć w szkole podstawowej, ale poszczególne elementy można wyodrębnić na różnych przedmiotach. Z tego względu zajęcia komputerowe mogą być elementem spinającym zagadnienia odpowiedzialności czy sprawiedliwości, pokazując ich praktyczny aspekt. Takim praktycznym zastosowaniem wiedzy zdobytej na historii, przyrodzie czy etyce jest wyszukanie informacji o działalności firm oraz sposobach zaangażowania w kampanie społeczne. Potwierdzają to jasno następujące wymagania ogólne przedmiotu z podstawy programowej:

Wyszukiwanie i wykorzystywanie informacji z różnych źródeł; opracowywanie za pomocą komputera rysunków, motywów, tekstów, animacji, prezentacji multimedialnych i danych liczbowych.

Rozwiązywanie problemów i podejmowanie decyzji z wykorzystaniem komputera.

Wykorzystanie komputera do poszerzenia wiedzy i umiejętności z różnych dziedzin, a także do rozwijania zainteresowań.

Umiejętności nabyte na zajęciach komputerowych powinny stać się narzędziem, którym uczniowie posługiwać się będą podczas innych przedmiotów.

4. ETYKA

Wprowadzenie nowego i szerokiego zagadnienia, jakim jest społeczna odpowiedzialność biznesu, które zakorzenione jest w różnych sferach życia społecznego, gospodarczego i politycznego, nie wymaga na tym etapie edukacji szczegółowe-

go analizowania samego pojęcia CSR i zapoznawania uczniów z jego narzędziami czy modelami. Z pewnością można jednak omówić wartości i zasady leżące u podstaw tej filozofii zarządzania firmą. Podstawa programowa wskazuje, że celami etyki na tym etapie kształcenia są:

Przygotowanie do rozpoznawania podstawowych wartości i dokonywania właściwej ich hierarchizacji,

Wyrażanie opinii i wartościowanie zjawisk społecznych na poziomie społeczności szkolnej i społeczności lokalnej.

Samodzielna opinia na temat zjawisk społecznych, bez wiedzy czy obserwacji na temat roli firm, byłaby z pewnością niepełna. Przy omawianiu tego tematu należy podkreślić, jak wielkie znaczenie ma przyzwoite i odpowiedzialne zachowanie nie tylko we własnym domu, jako prywatnej osoby, ale także w miejscu pracy: jako przedsiębiorcy i jako pracownika. Szczególnie że w treściach nauczania wyłuskane dodatkowo zostały kwestie szczególnie ważne w omawianym przez nas kontekście:

Przyjmowanie odpowiedzialności za siebie.

Praca i jej wartość dla człowieka.

Zaangażowanie w życie lokalne często realizowane jest przez młodzież poprzez organizowanie zbiórek i akcji charytatywnych. To pozwala wykształcić w nich potrzebne kompetencje społeczne i przyczynia się do włączania ich do sfery życia publicznego. Poznanie zasad CSR umożliwi zrozumienie tego, że biznes jest jednym z uczestników życia społecznego. Uświadomienie sobie, że zrównoważony rozwój zależy także od sposobu działania biznesu, może pozwolić spojrzeć szerzej na możliwości zaangażowania i wyrażania oczekiwań w stosunku do lokalnych firm.

Upodmiotowienie konsumenta, który zaczyna odczuwać – dzięki różnym kampaniom informacyjnym – ciężar swoich decyzji konsumenckich, powoduje, że ważne staje się kształcenie w zakresie możliwości wykorzystania siły nabywczej w celach społecznie użytecznych. (przykład na stronie 62)

Przykład:

Niepubliczna Szkoła Podstawowa nr 81 w Warszawie zorganizowała cykl zajęć poświęconych tematyce produkcji ubrań. Punktem wyjścia dla uczniów i nauczycieli był film „My kupujemy, kto płaci”. Dlaczego ubrania wytwarzane są w krajach globalnego Południa? Jak powstają dzinsy? Na te i wiele innych pytań próbowali odpowiedzieć uczniowie warszawskiej szkoły.

Film „My kupujemy, kto płaci” posłużył do przeprowadzenia cyklu zajęć poświęconych produkcji ubrań. Obejmowały one następujące tematy:

- = Dlaczego wybrałam/-łem ten a nie inny T-shirt? Zajęcia o bodźcach, które mają wpływ na nasze wybory.
- = Gdzie zostały wyprodukowane moje ubrania? Praca z mapą świata i dyskusja o powodach produkcji ubrań w krajach globalnego Południa.
- = Jak powstają dzinsy? Zajęcia o łańcuchu produkcyjnym: od pracownika plantacji bawełny, poprzez projektanta, do sprzedawcy. Pracę projektanta oraz krawca uczniowie trenowali na warsztatach w Galerii Zachęta, o materiałach do szycia opowiedziała mama jednej z uczennic. Uczniowie mieli za zadanie wcielić się w wylosowaną postać, np. pracownika fabryki czy właściciela marki. Do pracy wykorzystano materiały Centrum Edukacji Obywatelskiej (film) oraz materiały PAH „Jak uczyć modnie i etycznie”.

Po zajęciach uczniowie wiedzieli, że:

- = uszycie sukienki u krawcowej w Warszawie kosztuje 200 zł, pracownik w Indiach otrzymuje około 1zł,
- = lepiej kupować ubrania z bawełny organicznej, ponieważ nie jest nasycona chemią i nie uczuła, a przy okazji jej uprawy nie zanieczyszczają środowiska,
- = bardzo trudno jest zaprojektować ubiór, a jeszcze trudniej coś uszyć.

Wypowiedź uczestniczki: „Naszym zadaniem było pójść do krawca i dowiedzieć się, ile kosztuje uszycie sukienki. Okazało się, że około 200 złotych. Z filmu dowiedziałam się, że pracownik w Indiach zarabia około 34 złotych miesięcznie. Nie mogłam w to uwierzyć”. Agata, klasa V.

Na podstawie strony internetowej Centrum Edukacji Obywatelskiej. Materiał nadesłany przez Panią Monikę A. Liesenfeld, „My kupujemy, kto płaci” w NSP 81 w Warszawie, 23.08.2011, dostępne: www.ceo.org.pl/pl/globalna/news/my-kupujemy-kto-placi-w-nsp-81-w-warszawie.

[62]

II PODSUMOWANIE

Wiele z proponowanych tutaj rozwiązań wynika z globalnego podejścia do kształcenia obywatelskiego nazywanego edukacją globalną. Są to wybrane elementy tej formy nauczania o świecie i naszej w nim roli. Z edukacji globalnej warto zaczerpnąć inspirację szczególnie w kontekście sposobów na wprowadzanie tematyki nowej, a taką jest również CSR, do programów nauczania i programów wychowawczych w szkole.

Kształtowanie odpowiedzialnych postaw oraz zauważanie swojej roli w świecie, zarówno tym bliskim, jak i dalekim, stanowią wspólny element społecznej od-

powiedzialności biznesu i edukacji globalnej. Najważniejszym łączynikiem jest podstawowe założenie obydwu podejść, że na warunki życia na świecie możemy mieć wpływ. Społeczna odpowiedzialność biznesu zakłada, że firma poprzez swoją działalność nie powinna przyczyniać się do pogarszania warunków życia.

Dlatego warto podjąć wysiłek edukacyjny od najwcześniejszych lat, aby młodzi ludzie dokonywali swoich wyborów, w tym wyborów o charakterze biznesowym, w klimacie sprzyjającym partnerstwu i odpowiedzialności. Zaproponowany cykl kształtowania postawy zaangażowanej w tworzenie bardziej sprawiedliwych reguł na świecie jest tylko przykładem, w jaki sposób można wykorzystywać potencjał szkoły w tym zakresie. Kluczowa będzie na pewno współpraca nauczycieli poszczególnych przedmiotów, jak i rodziców czy dyrekcji szkoły. Warto jednak zwrócić uwagę, jaką postawę zajmuje szkoła jako całość, czy także staje się odpowiedzialnym uczestnikiem poprzez dbałość o oszczędzanie wody i energii, segregację odpadów lub budowę atmosfery wrażliwości na krzywdę ludzką i problemy lokalnej społeczności. Odpowiada to podejściu do społecznej odpowiedzialności jako strategii obejmującej swym zasięgiem nie tylko firmy, ale także inne instytucje mające wpływ na rzeczywistość.

Literatura:

Co to jest CSR, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, odpowiedzialnybiznes.pl/pl/baza-wiedzy/o-csr/co-to-jest-csr.html, (22.09.2011).

ekonsument.pl

Mój styl, moja odpowiedzialność!, dostępne: www.karat.org/karat,newsletter,KARAT%27s+publications,Guides,en.html

Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne: www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

www.ceo.org.pl

www.fairtrade.org.pl

[63]

5. ELEMENTY CSR W GIMNAZJUM

Anna Paluszek¹

II WSTĘP

W gimnazjum uczniowie i uczennice mają za zadanie nauczyć się sprawnie i odpowiedzialnie działać w przestrzeni społecznej – ten cel bierze na siebie przede wszystkim edukacja obywatelska, realizowana na takich przedmiotach jak historia, wiedza o społeczeństwie, etyka oraz podstawy przedsiębiorczości. Wsparciem w osiągnięciu tego celu ma być założenie, że 20% treści nauczania na zajęciach z wiedzy o społeczeństwie mają stanowić projekty edukacyjne. Obowiązek udziału gimnazjalisty w co najmniej jednej inicjatywie ma pokazać, jak w praktyce wykorzystywać zdobytą wiedzę. Różne cele kształcenia i treści nauczania pozwalają na realizację tematów związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, jednak szczególną przestrzeń dla tego zagadnienia w gimnazjum stanowią projekty, dlatego temu zagadnieniu warto poświęcić więcej uwagi.

II PODSTAWA PROGRAMOWA (WYBRANE FRAGMENTY) WRAZ Z KOMENTARZEM²

Istnieje możliwość podjęcia tematu społecznej odpowiedzialności biznesu na takich przedmiotach jak etyka, wiedza o społeczeństwie, historia, biologia i geografia, co zostało zawarte w wymaganiach ogólnych i szczegółowych. Oczywiście podjęcie tego tematu czy odwołanie się do zasad odpowiedzialności społecznej nie tylko przedsiębiorstw, lecz także innych organizacji i instytucji życia publicznego, jest możliwe również podczas innych lekcji, na przykład w ramach godzin wychowawczych oraz tzw. godzin karcianych.

¹ Clean Clothes Polska.

² Wszystkie cytaty pochodzą z Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne: www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

Uczeń gimnazjum powinien umieć wyszukiwać informacje w różnych źródłach, porównywać je i samodzielnie formułować wnioski. Te umiejętności są niezbędne, aby krytycznie i kreatywnie podejść do takich zagadnień jak społeczna odpowiedzialność różnych podmiotów życia społecznego, w tym przedsiębiorstw.

1. WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE (WOS)

Zajęcia z WOS powinny na każdym etapie uczyć gimnazjalistów zaangażowania społecznego, przy jednoczesnym wykształceniu w nich postaw wrażliwości społecznej oraz odpowiedzialności. Zaleca się w związku z tym realizację 20% treści nauczania w gimnazjum metodą projektu, co oznacza, że zespoły uczniowskie, poprzez podjęte przedsięwzięcia, będą mogły realnie uczestniczyć w obywatelskich kampaniach i działaniach pozwalających na komunikowanie ich opinii. To w ramach tego przedmiotu uczniowie poznają takie narzędzia jak nacisk, kampania i oddziaływanie na podmioty życia publicznego, w tym przedsiębiorstwa.

Przykład sukcesu kampanii konsumenckich:

Zwycięstwo pracownic i pracowników w Turcji

Międzynarodowa sieć organizacji europejskich – Clean Clothes Campaign (CCC), ogłosiła zakończenie rocznej kampanii przeciwko nadużyciom w fabryce wyrobów skórzanych w Turcji. W ramach kampanii konsumenci i konsumentki z całej Europy regularnie wysyłały listy elektroniczne do zarządzających fabryką władz firmy DESA. Apel do społeczności konsumenckiej wystosowało CCC po otrzymaniu zgłoszenia naruszeń praw pracowniczych w fabryce i zwolnień członków związku zawodowego walczącego o prawa robotników.

Porozumienie pomiędzy związkiem zawodowym (pracownikami) a firmą oznacza początek konstruktywnych relacji między tymi dwiema stronami i może zapewnić dobre zarządzanie fabryką DESA oraz poprawę warunków pracy i przestrzeganie praw pracowników.

Clean Clothes Campaign będzie utrzymywać kontakt ze związkiem zawodowym – Deri Is, aby monitorować wprowadzanie porozumienia w życie i regularnie otrzymywać informacje o pracy związku. Pierwsze sygnały są pozytywne i wskazują na to, że DESA zamierza przestrzegać porozumienia i zbudować lepszą relację ze związkiem. CCC ma nadzieję, że w nadchodzących latach przekształci się to we właściwy system stosunków między pracodawcą a pracownikami i pracownicami. Sieć CCC podziękowała wszystkim, którzy przyłączyli się do kampanii, a także pracownikom i pracownicy firmy DESA, którzy z zaangażowaniem domagali się poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych. Międzynarodowa solidarność stanowiła dla nich ogromne wsparcie. Jest to przykład tego, jak wsparcie przekłada się na realną poprawę życia. Wystarczy przyłączyć się do tzw. Pilnych Apeli Clean Clothes Campaign – www.cleanclothes.pl i odpowiadać w przyszłości na apele o wsparcie.

Na podstawie: Sukcesy akcji konsumenckich, Polska Akcja Humanitarna, styczeń 2008, modnieietycznie.pl/problem,sukcesy_akcji.html, (12.10.2011).

[66]

Wiele firm zdecydowało się na przyjęcie zasad CSR właśnie w wyniku nacisku ze strony konsumentów. Możliwość realizacji takich działań potwierdza następujący zapis podstawy programowej:

Treści nauczania – wymagania szczegółowe

Udział obywateli w życiu publicznym. Uczeń:

- przedstawia główne podmioty życia publicznego (obywatele, zrzeszenia obywatelskie, media, politycy i partie, władza, instytucje publiczne, biznes itp.) i pokazuje, jak współdziałają i konkurują ze sobą w życiu publicznym;
- uzasadnia potrzebę przestrzegania zasad etycznych w życiu publicznym i podaje przykłady skutków ich łamania.

Jak zaznaczają autorzy komentarza do podstawy programowej przedmiotu WOS, jego głównym celem jest nie tyle przekazanie wiedzy o regułach i instytucjach życia publicznego, co wykształcenie w uczniach umiejętności poruszania się po nim i podejmowania decyzji. Chodzi tu między innymi o przygotowanie młodych ludzi do korzystania z możliwości, jakie daje im gospodarka rynkowa i silne powiązania globalne. Szczególnie ważne jest to w kontekście mającego nastąpić po tym etapie wyboru dalszej ścieżki zawodowej (Pacewicz A., Waśkiewicz A., s.120).

Jednym z celów kształcenia na III etapie edukacyjnym jest zrozumienie przez ucznia zasad działania gospodarki rynkowej i racjonalne gospodarowanie w życiu codziennym. Przedmiot WOS ma być preludem do zajęć w ramach podstaw przedsiębiorczości na IV etapie edukacyjnym: w liceum, technikum i w szkole zawodowej. Już na tym etapie warto zacząć wyjaśniać, czym charakteryzuje się CSR, przede wszystkim poprzez przedstawienie odpowiedzialnego podejścia do zasad gospodarki rynkowej, w którym dążenie do zysku nie powinno przesłaniać potrzeb takich interesariuszy przedsiębiorstwa jak pracownicy czy środowisko naturalne. Szczególnie gdy prezentuje się wzrastający wpływ firm na kształtowanie się ładu światowego i rolę gospodarki we wszystkich obszarach życia człowieka. Warto w nauczaniu o przedsiębiorstwach i zasadach w nich panujących wskazać możliwości ich pozytywnego wpływu na zrównoważony rozwój. Przedsiębiorczość oraz wprowadzenie do zasad rządzących gospodarką zapisane jest w sposób następujący w podstawie programowej.

Treści nauczania – cele szczegółowe

Gospodarka rynkowa. Uczeń:

- przedstawia podmioty gospodarcze (gospodarstwa domowe, przedsiębiorstwa, państwo) i związki między nimi; [...]
- charakteryzuje gospodarkę rynkową (prywatna własność, swoboda gospodarowania, konkurencja, dążenie do zysku, przedsiębiorczość);
- wyjaśnia działanie prawa podaży i popytu oraz ceny jako regulatora rynku; analizuje rynek wybranego produktu i wybranej usługi.

Jak widać nie ma tu jednoznacznego odwołania do koncepcji społecznej odpowiedzialności. Zagadnienie CSR w sposób jasny można odnaleźć w osobno potraktowanym temacie.

Etyka w życiu gospodarczym. Uczeń:

- przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśnia, na czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu;
- wyjaśnia mechanizm korupcji i ocenia skutki tego zjawiska dla gospodarki.

[67]

Taki zapis mógłby sugerować, że odrębne potraktowanie tematu społecznej odpowiedzialności biznesu pozwala na przedstawienie uczniom jego złożoności. Tymczasem zgodnie z podejściem systemowym w stosunku do wdrażania i zarządzania społeczną odpowiedzialnością takie rozdzielanie może skutkować mylnym rozumieniem CSR jako dodatkowego wysiłku przedsiębiorstwa w obszarze zaangażowania społecznego. Rodzić to może w przyszłości brak spójności działań wielu firm określających siebie jako społecznie odpowiedzialne z powodu zaangażowania filantropijnego i prowadzonej dobroczynności, a równocześnie niezwracających większej uwagi na wpływ swojej działalności np. na pracowników czy środowisko naturalne.

Uczniom można zobrazować zakres odpowiedzialności przedsiębiorstw, odnosząc się do jednej z wielu inicjatyw na rzecz CSR. Jako przykład może posłużyć ogólnosięciowa inicjatywa Global Compact, zainaugurowana w 2000 roku. Dziesięć reguł wchodzących w jej skład stanowi kompilację kilku kluczowych aktów prawnych, takich jak: „Powszechna Deklaracja Praw Człowieka”, „Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy o Fundamentalnych Zasadach i Prawach w Pracy”, „Deklaracja z Rio o Środowisku Naturalnym i Rozwoju – Agenda 21” oraz „Konwencja Narodów Zjednoczonych przeciwko korupcji” (patrz tabela poniżej).

[68]

Tab. 1. Dziesięć reguł Global Compact

Źródło: Global Compact – przewodnik, Biuro Inicjatywy Global Compact ONZ, marzec 2007, globalcompact.org.pl/pol/Aktualnosci/Global-Compact-Przewodnik-Nowa-publikacja-w-polskiej-wersji-jezykowej-1, (15.10.2011).

Prawa Człowieka	Zasada 1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową.
	Zasada 2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę.
Standardy pracy	Zasada 3. Poszanowanie wolności stowarzyszania się.
	Zasada 4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej.
	Zasada 5. Zniesienie pracy dzieci.
Środowisko naturalne	Zasada 6. Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia.
	Zasada 7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego.
	Zasada 8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej.
Przeciwdziałanie korupcji	Zasada 9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii
	Zasada 10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu.

Zrównoważony rozwój, którego celem jest tworzenie dobrej jakości życia, także przyszłych pokoleń, musi być efektem pracy wszystkich podmiotów życia społecznego, w tym firm. Dlatego tak szerokie spojrzenie na działalność przedsiębiorstw

powinno mieć miejsce podczas omawiania kwestii gospodarczych, nawet jeśli CSR opiera się na zasadzie dobrowolności. To zagadnienie powinno być podjęte również przy omawianiu tematów skupionych na problemach globalnych świata i kwestii globalizacji. Wyzwania światowe winny stać się przedmiotem uwagi nie tylko państw i ich obywateli, lecz także firm i konsumentów.

2. HISTORIA

Podstawowe założenie edukacji historycznej w gimnazjum to powiązanie wydarzeń historycznych i procesów zachodzących w przeszłości ze współczesnymi zjawiskami. Omawiając na przykład zagadnienia dotyczące Europy i świata na przełomie XIX i XX w., można dokonać analizy tego, jak zmieniła się gospodarka oraz jak postęp technologiczny i cywilizacyjny przetłumaczył się na dzisiejszy świat. Ta wiedza pozwoli uczniom stać się aktywnymi obserwatorami skutków tego, co zostało zapoczątkowane w okresie dziewiętnastowiecznego uprzemysławiania.

Jest to także okazja do zbadania, na ile sytuacja ówczesnych pracowników najniższego szczebla zmieniła się i w jaki sposób wygląda ona we współczesnych fabrykach i kopalniach. Można zadać sobie również pytania o lokalizację tych fabryk i sytuację osób w nich zatrudnionych. Wiedza ta przydać się może w opisanym na następnych stronach przykładowym planie projektu, który dotyczy produkcji telefonów komórkowych, pt. „Skąd się bierze moja komórka?”.

3. GEOGRAFIA

Jednym z celów kształcenia zapisanych w podstawie programowej przedmiotu geografia jest zdobycie przez ucznia umiejętności identyfikowania związków i zależności w środowisku przyrodniczym, gospodarce i życiu społecznym w różnych skalach przestrzennych (lokalnej, regionalnej, krajowej, globalnej). Oprócz tego ma on nauczyć się rozumieć i odnajdywać relacje i współzależności na linii człowiek – przyroda – gospodarka. Tak jak w tym wybranym fragmencie:

Treści nauczania – wymagania szczegółowe

Wybrane regiony świata. Relacje: człowiek – przyroda – gospodarka. Uczeń:

- analizuje wykresy i dane liczbowe dotyczące rozwoju ludnościowego i urbanizacji w Chinach; wyjaśnia, na podstawie map tematycznych, zróżnicowanie rozmieszczenia ludności na obszarze Chin; podaje kierunki rozwoju gospodarczego Chin oraz wskazuje zmiany znaczenia Chin w gospodarce światowej;
- identyfikuje konflikt interesów pomiędzy ekologicznymi skutkami wylesiania Amazonii a jej gospodarczym wykorzystaniem; określa cechy rozwoju i problemy wielkich miast Brazylii;

Innymi krajami i regionami zaproponowanymi do takiej pogłębionej analizy są: Japonia, Indie oraz Bliski Wschód. I nie chodzi tu o proste przekazanie wiedzy faktograficznej, danych statystycznych, wykresów i liczb. Uczniowie muszą umieć poruszać się w świecie zglobalizowanym i sporą część przedmiotu geografii powinna zająć właśnie taka analiza ciągów przyczynowo-skutkowych oraz ćwiczenie umiejętności krytycznego i analitycznego myślenia. Jest to ambitne zadanie zarówno dla nauczyciela, jak i dla ucznia. Dlatego ułatwieniem mogą stać się częste odniesienia do codzienności samego ucznia oraz tłumaczenie zależności występujących w świecie i wpływu poszczególnych podmiotów na rozwój świata zgodnie z paradygmatem zrównoważonego rozwoju.

[69]

Przykładowe ćwiczenie:

Poproś swoich uczniów, aby zaznaczyli na mapie „drogę dżinsów” – od surowca do produktu w sklepie. Następnie zastanówcie się wspólnie, jakie konsekwencje dla poszczególnych krajów, np. Chin, Polski i Indii, może mieć taki model gospodarki.

Geografia przykładowych dżinsów

- = Bawełna jest zbierana w **Burkina Faso, Kazachstanie** albo **Indiach** i wysyłana do **Chin**.
- = W **Chinach** przędzie się nici przy użyciu szwajcarskich maszyn.
- = Na **Filipinach** bawełna jest farbowana kolorami indygo pochodzącymi z Niemiec albo Szwajcarii.
- = W **Polsce** tkany jest materiał przy użyciu szwajcarskich maszyn.
- = Metka dżinsów pochodzi z **Francji**, a guziki z **Włoch**.
- = Projekt graficzny dżinsów jest przygotowywany w **Szwajcarii** i wysyłany przez Internet do fabryki odzieżowej na **Filipinach**.
- = Wszystkie elementy (guziki, metki, materiał) są transportowane samolotem na **Filipiny** i zszywane razem.
- = Dżinsy są sprzedawane w **Szwajcarii**.

Źródło: „Jak uczyć modnie i etycznie”, Polska Akcja Humanitarna, Toruń 2008.

[70]

II UCZNIOWSKI PROJEKT EDUKACYJNY

Metoda projektu – to sposób na zmotywowanie uczniów do poszukiwania własnego spojrzenia na prowadzenie biznesu w przyszłości. Warto wskazać im inspirowane przykłady firm prowadzących swoją działalność w sposób odpowiedzialny.

Podstawowe wymogi dotyczące projektów uczniowskich są jasno opisane, także w języku wymagań i rezultatów, jakie mają zostać osiągnięte przez ucznia, przy wsparciu i pomocy nauczyciela.

Realizując projekt, uczeń:

- 1) zdobywa wiedzę i umiejętności związane z przedmiotem projektu;
- 2) wybiera zagadnienie: problem lub działanie, zgodnie ze swoimi zainteresowaniami i założonymi celami projektu;
- 3) poszukuje sposobów zbadania i rozwiązania problemu oraz skutecznego przeprowadzenia założonego w projekcie działania;
- 4) organizuje własną pracę i współpracuje z innymi realizatorami projektu;
- 5) wytrwale i w przemyślany sposób dąży do realizacji zamierzonego celu;
- 6) przygotowuje i przeprowadza publiczną prezentację efektów projektu.

Interdyscyplinarność w projektach jest cechą, która może być szczególnie pomocna w podjęciu tematyki CSR. Podobnie jak w przypadku projektu uczniowskiego, do wprowadzenia systemu społecznej odpowiedzialności potrzebna jest atmosfera współpracy i porozumienia. W ramach projektu uczniowie uczą się w istocie tego, jakie środowisko sprzyja właściwemu potraktowaniu tematyki społecznej odpowiedzialności.

Jak pokazuje nawet pobieżna analiza podstawy programowej wybranych przedmiotów, trudno przy realizacji poszczególnych tematów ograniczyć się wyłącznie do wybranych kwestii społecznych lub gospodarczych. Społeczna odpowiedzialność obejmuje bowiem także takie zagadnienia jak ekonomia, ekologia, prawo i prawa człowieka, relacje międzyludzkie oraz etyka.

Przykładowy plan projektu uczniowskiego na temat społecznej odpowiedzialności

Temat: Skąd bierze się moja komórka?

Problem: Brak świadomości w mojej szkole i mieście o sytuacji osób zaangażowanych w pozyskiwanie tantalu (metal niezbędny do produkcji kondensatora w baterii).

Cele:

- = wyjaśnienie, jakie surowce są niezbędne do produkcji telefonu komórkowego.
- = zrozumienie, jaki wpływ na sytuację w Kongo ma rosnące zapotrzebowanie na tantal (pozyskiwany z koltanu).
- = powiązanie własnych decyzji konsumenckich i działań firm z życiem codziennym mieszkańców Kongo.
- = zaproponowanie rozwiązania, np. podpisanie się pod petycją do firm telefonii komórkowej.

Główne działania:

1. Ankieta wśród rówieśników i rodziców oraz pracowników firm telefonii komórkowej, jaki surowiec jest niezbędny do wyprodukowania kondensatora do telefonów.
2. Analiza geografii surowców w Kongo i zapotrzebowania na nie na rynku światowym.
3. Przygotowanie materiałów informacyjnych oraz zaproszeń na film „Krew w twoim telefonie”, potączonych z podpisywaniem petycji do firm telefonii komórkowej.
4. Organizacja pokazu filmowego.
5. Publiczna prezentacja wyników akcji zbierania podpisów pod petycją.

Potencjalne przedmioty, podczas których uczniowie mogą znaleźć potrzebną wiedzę lub wykonać poszczególne zadania: geografia, biologia, WOS, matematyka, zajęcia z komputerem, zajęcia artystyczne.

* Polecamy zapoznać się z kampanią *Make it fair*: makeitfair.org/take-action/email-action-PO

Choć do CSR można podejść bardzo „lokalnie” (pokazując zaangażowanie firm w najbliższym otoczeniu, na rzecz miejscowych pracowników, społeczności lokalnej i środowiska naturalnego), to optymalnie byłoby umiejscowić to zagadnienie w kontekście edukacji globalnej. Nie można lekceważyć aspektów globalnych w działaniach każdej właściwie firmy – przede wszystkim jeśli chodzi o łańcuch dostaw. Można stwierdzić, że w dzisiejszej gospodarce każde przedsiębiorstwo i każdy produkt jest potączony z resztą świata więzami współzależności. Odpowiedzialność w ramach samego łańcucha dostaw, czyli odpowiedzialne działania na poszczególnych etapach produkcji przykładowych dżinsów, to temat trudny dla samych przedsiębiorców i menedżerów. Bez odpowiedzialności w całym łań-

[71]

cuchu dostaw i w stosunku do wszystkich partnerów biznesowych, trudno mówić o odpowiedzialności w ogóle.

Inną równie istotną kwestią jest powszechne kojarzenie CSR z działaniami *Public Relations* i reklamą – w tym zakresie edukacja medialna może skupić się na zagadnieniu krytycznego i świadomego odbioru przekazów medialnych, w tym reklamy.

II PODSUMOWANIE

Uczniowie kończący edukację gimnazjalną znajdują się w szczególnym momencie jeśli chodzi o praktyczne wykorzystanie wiedzy. Jest to bowiem moment wyboru dalszej ścieżki rozwoju osobistego oraz zawodowego. Kształtowanie na tym etapie postaw odpowiedzialności i empatii wydaje się być kluczowe dla rozwoju bardziej sprawiedliwego systemu społecznego w przyszłości. Młodzi ludzie, od wczesnych lat edukacji przyzwyczajeni do istnienia kryteriów etycznych również w procesie podejmowania decyzji biznesowych, mogą być nośnikami ważnej zmiany społecznej, jaka przypisywana jest społecznej odpowiedzialności. Trudno obecnie wyobrazić sobie świadomego obywatela bez umiejętności krytycznego oceniania i dokonywania wyboru. Poznanie pewnych mechanizmów wpływania na decyzje, nie tylko instytucji publicznych, ale i firm, przyczyni się z pewnością w przyszłości do podejmowania ważnych i trudnych czasem decyzji mających wpływ na realizację zrównoważonego rozwoju. Gimnazjum w ramach podejmowanych treści kształcenia stwarza wiele szans na wprowadzenie tematyki CSR, jednak szczególną formą pozwalającą przejść od wiedzy do działania jest realizacja projektów uczniowskich o tej tematyce.

Literatura:

Global Compact – przewodnik, Biuro Inicjatywy Global Compact ONZ, marzec 2007, globalcompact.org.pl/pol/Aktualnosci/Global-Compact-Przewodnik-Nowa-publicacja-w-polskiej-wersji-jezykowej-!, (15.10.2011).

Jak uczyć modnie i etycznie, Polska Akcja Humanitarna, Toruń 2008.

Pacewicz A., Waškiewicz A., *Komentarz do podstawy programowej przedmiotu 'wiedza o społeczeństwie'*, [w:] *Podstawa programowa z komentarzami*, T. 4, Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne: www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

Strona internetowa kampanii *Make it fair*: makeitfair.org/take-action/email-action-PO

Sukcesy akcji konsumenckich, Polska Akcja Humanitarna, styczeń 2008, modnieetycznie.pl/problem,sukcesy_akcji.html, (12.10.2011).

www.cleanclothes.pl

[72]

[73]

6. ELEMENTY CSR W SZKOLNICTWIE PONADGIMNAZJALNYM

Anna Paluszek¹

II WSTĘP

W szkołach ponadgimnazjalnych pierwsze miejsce w podejmowaniu tematyki społecznej odpowiedzialności biznesu zajmuje przedmiot o nazwie „Podstawy przedsiębiorczości”, który ma za zadanie wszechstronnie przygotować uczniów liceum, technikum lub zasadniczej szkoły zawodowej do aktywności zawodowej. Ten proces rozpoczyna się już w gimnazjum w ramach lekcji wiedzy o społeczeństwie. Aktywność społeczna jest tam kształtowana poprzez zaangażowanie w projekty uczniowskie, tymczasem szkoła ponadgimnazjalna powinna rozszerzyć już zdobytą wiedzę, a umiejętności pogłębić i ukierunkować.

Osoby szczególnie zainteresowane zagadnieniami gospodarczymi i ekonomicznymi mają możliwość podjęcia przedmiotu uzupełniającego – ekonomii w praktyce. Natomiast uczniowie szkół zasadniczych zawodowych poznają działalność wybranych przedsiębiorstw dzięki praktykom wpisanym w plan zajęć.

W szkole ponadgimnazjalnej co najmniej 10% realizowanych treści powinno mieć miejsce w ramach projektów uczniowskich (tematyka omówiona szerzej w rozdziale dot. szkół gimnazjalnych), jednak nie stanowią one już takiego priorytetu jak w przypadku młodzieży gimnazjalnej.

Nowa podstawa programowa wchodzi do klas pierwszych szkół ponadgimnazjalnych w roku szkolnym 2012/2013. Jest to duża zmiana w konstruowaniu programów nauczania i programów wychowania w szkołach. Ważnym celem na tym etapie jest przygotowanie młodzieży do egzaminów maturalnych. Często przedstawia się ten priorytet szkoły jako blokujący wszelkie nowe, dodatkowe zadania, jakie młodzież mogłaby podjąć. Tymczasem zagadnienie społecznej odpowiedzialności biznesu stanowi wyjątkową okazję wprowadzania innowacyjnych treści, które szczególnie mogą okazać się przydatne w karierze zawodowej, roz-

¹ Clean Clothes Polska.

poczynanej przez młodzież ponadgimnazjalną po maturze. To ważny argument za wprowadzeniem tej tematyki do IV etapu edukacyjnego.

Zwrócenie uwagi na wytyczne, które znajdują się w podstawie programowej, pozwoli na realizację tematu społecznej odpowiedzialności w szkole w ramach zajęć i programu wychowawczego.

1. PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Przedmiot „Podstawy przedsiębiorczości” realizuje się na poziomie podstawowym we wszystkich typach szkół ponadgimnazjalnych. Oznacza to, że poniższe zapisy mogą być podstawą do uświadamiania uczniom i uczennicom, jak może funkcjonować odpowiedzialny biznes. Szczególnie warte docenienia są takie zapisy w kontekście osób uczących się w szkołach zawodowych, w których nacisk kładzie się na uczenie praktyczne w wybranym zawodzie. To właśnie nauczanie zawodowe powinno rozwijać w uczniach świadomość ich praw i zasad, których należałoby przestrzegać, aby rozwój gospodarczy szedł w parze z rozwojem na rzecz przyszłych pokoleń. Na poziomie wymagań ogólnych, warte podkreślenia są dwa punkty:

Gospodarka i przedsiębiorstwo.

[76] *Uczeń wyjaśnia zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa i sporządza prosty biznesplan; charakteryzuje mechanizmy funkcjonowania gospodarki i instytucji rynkowych oraz rolę państwa w gospodarce; analizuje aktualne zmiany i tendencje w gospodarce świata i Polski; rozróżnia i porównuje formy inwestowania i wynikające z nich ryzyko.*

Zasady etyczne.

Uczeń wyjaśnia zasady etyczne w biznesie i w relacjach pracownik – pracodawca, potrafi ocenić zachowania pod względem etycznym².

W wymaganiach ogólnych ponownie odseparowano etykę w biznesie od gospodarki i przedsiębiorstwa, co nie jest najlepszym posunięciem – należałoby raczej pokazać, iż te dwa zagadnienia są ze sobą powiązane. Kwestia odpowiedzialnego inwestowania skupia na sobie uwagę zarówno mniejszych, jak i większych graczy giełdowych, a powstanie nowego narzędzia na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych – Respekt Index, pokazuje, że firmy same chcą wprowadzenia elementów odpowiedzialnego zarządzania do oceny swej kondycji. Do kryteriów oceny w ramach Respekt Index wchodzi bowiem: *strategia i zarządzanie organizacją, czynniki środowiskowe, polityka pracownicza i relacje z pracownikami oraz rynek i klienci* (K. Błońska, 2011).

Firmy będące świadome swego wpływu na środowisko i ludzi, wdrażając system społecznej odpowiedzialności, są postrzegane jako bardziej stabilne. Dlatego omawianie CSR tylko w kontekście etyki, nakazów i zakazów moralnych, zubaża tak naprawdę omawianą problematykę – sposobów na odwoływanie się do paradygmatu zrównoważonego rozwoju może być znacznie więcej. Wynika to z wielopoziomowego oddziaływania przedsiębiorstwa na świat.

² Wszystkie cytaty pochodzą z Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne:

www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

Zgodnie z teorią interesariuszy, każda grupa czy obszar bezpośrednio powiązany interesem z działaniami danej firmy, może na nią wpływać, ale także odczuwać na sobie wpływ podejmowanych przez nią działań. Od środowiska naturalnego kraju, w którym pozyskiwane są surowce, po grupy konsumenckie w krajach, gdzie produkt się sprzedaje.

Na poziomie wymagań szczegółowych warto zwrócić uwagę na zapisy dotyczące indywidualnego wyboru: jaką strategię jako pracownik, konsument, menedżer lub właściciel mogą przyjąć w przyszłości? To, co jest bardzo istotne na tym etapie edukacyjnym, to podawanie przykładów – zarówno pozytywnych, jak i negatywnych – z praktyki firm krajowych i międzynarodowych. Cały katalog dobrych praktyk firm polskich można znaleźć na stronach Forum Odpowiedzialnego Biznesu (odpowiedzialnybiznes.pl), wpisując w wyszukiwarce hasło: „dobre praktyki”. Natomiast o przykładach naruszeń, np. w zakresie ochrony środowiska naturalnego, można przeczytać m.in. na stronach organizacji pozarządowych, np. polskiego oddziału Greenpeace (www.greenpeace.org/poland/pl/) czy Clean Clothes Poland (www.cleanclothes.pl).

Treści nauczania – wymagania szczegółowe

Człowiek przedsiębiorczy. Uczeń:

– przedstawia drogę, jaką dochodzi się własnych praw w roli członka zespołu, pracownika, konsumenta.

Przedsiębiorstwo. Uczeń:

– charakteryzuje otoczenie, w którym działa przedsiębiorstwo;
– omawia cele działania przedsiębiorstwa oraz sposoby ich realizacji;
– sporządza projekt własnego przedsiębiorstwa oparty na biznesplanie;
– charakteryzuje zachowania etyczne i nieetyczne w biznesie krajowym i międzynarodowym;

Państwo, gospodarka. Uczeń:

– ocenia wpływ globalizacji na gospodarkę świata i Polski oraz podaje przykłady oddziaływania globalizacji na poziom życia i model konsumpcji.

Na każdym z wymienionych powyżej poziomów – indywidualnym, zawodowym, obywatelskim, każdy może znaleźć takie sposoby działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, które będą mu najbardziej odpowiadać. Idealnym rozwiązaniem jest spójność w aktywności na każdym poziomie:

- = jako konsument/konsumentka – wybieram odpowiedzialnie wytworzone produkty, np. ze znakiem Sprawiedliwego Handlu lub włączam się w akcje konsumenckiego nacisku na firmy, prowadzone np. w ramach systemu Pilnych Apeli;
- = jako pracownik/pracownica – popieram zrównoważony rozwój mojej firmy, wspieram podejmowane wysiłki, aby wytwarzane odpady były segregowane, a prawa pracownicze przestrzegane;
- = jako obywatel/obywatelka kraju członkowskiego Unii Europejskiej – wybieram do parlamentu i innych władz przedstawicieli świadomych idei zrównoważonego rozwoju, podpisuję protesty do władz państwowych i przedstawicieli unijnych, wymuszające odpowiedzialne decyzje zarówno w wymiarze ludzkim, jak i środowiskowym.

Wiedza zdobyta na każdym etapie powinna wyposażać ucznia w informacje oraz możliwości wyboru, jakie istnieją w zakresie modelu konsumpcji i zaangażowania społecznego. Oczywiście nie wszystkie zależności i zasady rządzące gospodarką mogą być omówione podczas przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości”. Uczniowie powinni czerpać swoją wiedzę m.in. z wiedzy o społeczeństwie, geografii, biologii czy etyki. Aby można było dokonywać świadomych wyborów, przyda się wiedza dotycząca procesów globalizacji, które są omawiane na lekcjach geografii, form wpływania na życie publiczne, o których dyskutuje się na zajęciach z WOS, a zmian klimatycznych i wpływu człowieka na środowisko, poruszanych między innymi na lekcjach biologii.

2. WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE

Na IV etapie edukacyjnym wiedza o społeczeństwie może być wdrażana w zakresie podstawowym oraz rozszerzonym. Podobnie jak w gimnazjum, część treści szczegółowych powinna być zrealizowana poprzez uczniowskie projekty edukacyjne (co najmniej 10%). Głównym zaleceniem jest tu zespołowa praca nad przedsięwzięciem mającym określone cele i rezultaty. Ważny jest fakt, iż to zespół uczniowski powinien wybrać interesujący go problem i temat, ponieważ ma on odpowiadać zainteresowaniom biorącej w nim udział młodzieży.

[78]

Jak widać w tabeli poniżej, w zakresie podstawowym możemy przy omawianiu systemu ochrony praw człowieka zwrócić uwagę, jaki wpływ na ich realizację mają korporacje międzynarodowe. Nie są one uznanymi podmiotami prawa międzynarodowego, a więc mogą być pociągnięte do odpowiedzialności za ich naruszenie jedynie na poziomie prawa krajowego. Co często oznacza w praktyce, że kraje najbardziej uzależnione od eksportu i inwestycji zagranicznych, przysmakują oko na praktyki niezgodne ze standardami prawa międzynarodowego, chroniącego np. pracowników najniższego szczebla, dostosowując reguły prawa do wymagań ważnego inwestora. Stąd też powstają różne inicjatywy międzynarodowe (jak wspomniane w niniejszej publikacji np.: Global Compact, wytyczne OECD dla korporacji ponadnarodowych, standardy ISO26000 lub SA8000), dzięki którym możliwe jest dokonanie oceny firmy pod kątem m.in. przestrzegania zasad, do których państwa zobowiązują się poprzez podpisywane konwencje.

Poziom rozszerzony zapewnia natomiast omówienie różnego rodzaju relacji podmiotów działających w przestrzeniach społecznej, gospodarczej i politycznej, na poziomach międzynarodowym, regionalnym i lokalnym. Wiele firm nadal ma problem z zapewnieniem społecznej odpowiedzialności w swoim łańcuchu dostaw. Często wynika to z braku świadomości zarówno po stronie menedżerów, jak i konsumentów. Dużą rolę odgrywa tutaj edukacja o współzależnościach globalnych, wprowadzona między innymi do omawianej podstawy programowej.

3. GEOGRAFIA

Globalne współzależności są ważnym elementem wprowadzonym do nowej podstawy programowej, pozwalającym nieco szerzej spojrzeć na relacje pomiędzy krajami omawianymi w ramach przedmiotu „Geografia”. Wymaganiem ogólnym tego przedmiotu w podstawie programowej jest m.in. *rozumienie relacji człowiek – przyroda – społeczeństwo w skali globalnej i regionalnej oraz wykorzystanie źródeł informacji do analizy i prezentowania współczesnych problemów przyrodniczych, gospodarczych, społecznych, kulturowych i politycznych.*

Cele kształcenia – wymagania ogólne	
WOS – zakres podstawowy	WOS – zakres rozszerzony
<p>Znajomość praw człowieka i sposobów ich ochrony.</p> <p>– Uczeń wyjaśnia podstawowe prawa człowieka, rozpoznaje przypadki ich naruszania i wie, jak można je chronić.</p>	<p>Rozpoznawanie i rozwiązywanie problemów.</p> <p>– Uczeń rozpoznaje problemy w skali lokalnej, krajowej, europejskiej i globalnej oraz szuka ich rozwiązania; rozumie złożoność problemów społecznych i politycznych; dostrzega perspektywy różnych uczestników życia publicznego.</p> <p>Dostrzeganie współzależności we współczesnym świecie.</p> <p>– Uczeń przedstawia związki między swoim życiem a sytuacją społeczności lokalnej, sytuacją Polski, Europy i świata; wyjaśnia złożoność zjawisk społecznych, politycznych, ekonomicznych i kulturowych; uwzględnia perspektywę globalną w interpretacji tych zjawisk.</p>
Treści nauczania – wymagania szczegółowe	
<p>Ochrona praw i wolności. Uczeń:</p> <p>– przedstawia na przykładach działania podejmowane przez ludzi i organizacje pozarządowe broniące praw człowieka; w miarę swoich możliwości włącza się w wybrane działania (np. podpisuje apel, prowadzi zbiórkę darów);</p> <p>– znajduje informacje o naruszaniu praw człowieka w wybranej dziedzinie (np. prawa kobiet, prawa dziecka, wolność wyznania, prawo do edukacji, prawa humanitarne) i projektuje działania, które mogą temu zaradzić.</p>	<p>Spółczesność obywatelska. Uczeń:</p> <p>– opisuje formy aktywności obywateli w ramach społeczności lokalnej, regionu, państwa oraz na poziomie globalnym; w miarę możliwości uczestniczy w wybranym działaniu;</p> <p>Globalizacja współczesnego świata. Uczeń:</p> <p>– przedstawia wieloaspektowy charakter procesów globalizacji (polityka, gospodarka, kultura, komunikacja, ekologia);</p> <p>– ocenia rolę wybranych państw oraz instytucji o zasięgu globalnym (organizacji, korporacji, mediów) w procesach globalizacyjnych.</p>

[79]

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne: www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

Z kolei na poziomie rozszerzonym nowym elementem jest przede wszystkim trzeci cel kształcenia, brzmiący: *proponowanie (przez ucznia – przyp. autorki) rozwiązań problemów występujących w środowisku geograficznym, zgodnie z koncepcją zrównoważonego rozwoju i zasadami współpracy, w tym międzynarodowej.*

Odwołanie się wprost do koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz współpracy międzynarodowej daje przestrzeń do podjęcia tematu społecznej odpowiedzialności

ności, która stanowi innowacyjną odpowiedź biznesu w zakresie podejścia do zasobów środowiska. Ważne jest, aby przy omawianiu tematu ochrony środowiska na lekcjach geografii nawiązać do wiedzy zdobytej przez uczniów na zajęciach z WOS i z podstaw przedsiębiorczości. Firmy mają ogromny wpływ na rozwój lokalny wybranych regionów świata, dlatego nie można o nich zapomnieć, realizując poniższy punkt:

Zróżnicowanie gospodarcze świata. Uczeń:

– *podaje przykłady procesów globalizacji i ich wpływu na rozwój regionalny i lokalny.*

Natomiast w kontekście omawiania procesów zachodzących w zglobalizowanym świecie, podstawa wyraźnie wymienia zrównoważony rozwój jako dominujące podejście do realizacji tych zagadnień.

Relacja człowiek – środowisko przyrodnicze a zrównoważony rozwój. Uczeń:

– *rozróżnia przyczyny zachodzących współcześnie globalnych zmian klimatycznych (ocieplenia globalnego) i ocenia rozwiązania podejmowane w skali globalnej i regionalnej zapobiegające temu zjawisku;*

– *wykazuje na przykładach pozaprzrodnicze czynniki zmieniające relacje człowiek – środowisko przyrodnicze (rozszerzanie udziału technologii energooszczędnych, zmiany modelu konsumpcji, zmiany poglądów dotyczących ochrony środowiska).*

Takie podejście oznacza także wypracowywanie propozycji nowych rozwiązań. Najlepiej, gdy tak ważne zadanie realizowane jest metodą projektu, która wymaga przejścia przez proces uczenia się, poczynając od analizy sytuacji, poprzez przedstawienie postulatów, podjęcie decyzji, aż po działanie. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu mogłaby być przedmiotem takich badań. Wystarczy wybrać odpowiedni przypadek firmy, której dorobek w działaniu na rzecz zrównoważonego rozwoju jest znany. Krytyczna analiza oddziaływania takiej firmy (pozytywnego i negatywnego) na swoich interesariuszy może być krokiem do zrozumienia sieci wzajemnych powiązań, charakterystycznych dla zglobalizowanej gospodarki oraz do zrozumienia roli, jaką odgrywają w niej przedsiębiorstwa.

4. BIOLOGIA

Postawa wobec przyrody i środowiska jest kluczową kwestią w motywacji do podejmowania działań spod znaku odpowiedzialności społecznej. Dlatego w celu uzyskania pełnego obrazu rzeczywistości i poznania przez ucznia całego spektrum narzędzi, jakimi może posługiwać się firma w kształtowaniu swego systemu społecznej odpowiedzialności, niezbędną jest świadomość procesów zachodzących w przyrodzie. Wiedza wyniesiona z lekcji biologii (w zakresie podstawowym) powinna składać się z informacji dotyczących tego, jak unikać nadmiernej eksploatacji zasobów naturalnych i w jaki sposób dbać o różnorodność biologiczną otaczającego nas środowiska.

W zakresie rozszerzonym natomiast odpowiedzialna postawa wobec środowiska została wzbogacona o zagadnienie praw zwierząt oraz indywidualny stosunek do organizmów żywych. Stanowi to dobry punkt wyjścia do dyskusji nad wpływem osób zarządzających przedsiębiorstwami na środowisko i prawa zwierząt. Jest

to temat kontrowersyjny i budzący duże emocje, więc warto przeprowadzić go w formie debaty o ochronie zwierząt np. w przemyśle kosmetycznym. Wpływ człowieka na bioróżnorodność jest niezaprzeczalny, dobrze jednak zastanowić się, w jaki sposób z negatywnego może stać się pozytywny.

Wsparciem dla rozważań nad sposobami pozytywnego wpływu na środowisko naturalne, mogą być też zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu „Chemia”, gdzie już w zakresie podstawowym wskazuje się na związek pomiędzy wiedzą nabytą a poszukiwaniem rozwiązań w celu ochrony środowiska.

5. PRZEDMIOT UZUPEŁNIAJĄCY: „EKONOMIA W PRAKTYCE”

Podstawowym celem tego przedmiotu jest nabycie przez ucznia umiejętności zorganizowania konkretnego przedsięwzięcia, poczynając od pomysłu, poprzez plan, wykonanie i ewaluację, czyli ocenę realizacji i poziomu osiągniętych rezultatów. Właściwie całość zagadnień w ramach tego przedmiotu może odbyć się w duchu koncepcji społecznej odpowiedzialności. W podstawie wskazane są specyficzne elementy CSR przy pracy nad przedsięwzięciem, takie jak np. projektowanie kodeksu etycznego.

Ekonomia w praktyce ma za zadanie być kontynuacją podstaw przedsiębiorczości, co oznacza możliwość wykorzystania wiedzy zdobytej w ramach tego przedmiotu do realizacji bardziej złożonych działań, takich jak prowadzenie firmy uczniowskiej, udział w grach symulacyjnych, analiza rynku wybranych produktów czy inne projekty o charakterze ekonomicznym. Podstawą jest tu korzystanie z zasad metody projektu. Jak zwraca uwagę Ministerstwo Edukacji Narodowej, przedmiot „Ekonomia w praktyce” winien przyczynić się do wszechstronnego rozwoju ucznia interesującego się zagadnieniami biznesu, prowadzeniem własnej firmy i zasadami rządzącymi ekonomią. Dlatego też w podstawie proponuje się, aby młodzi ludzie spróbowali stworzyć firmę od podstaw.

Propozycją może być przeprowadzenie gry symulacyjnej pt. „CSR jako narzędzie poprawy zaufania w stosunku do firmy”.

Zasady pracy:

Na czas trwania gry należy wyznaczyć zespoły uczniowskie, które będą tworzyć zespół menedżerski konkretnej firmy. Będzie on miał za zadanie zmierzyć się z określonym wyzwaniem, np. z utratą zaufania klientów do firmy.

Członkowie otrzymają zarys sytuacji, do której mają się odnieść w momencie konstruowania wytycznych dla zarządu firmy. Każda grupa może działać w innej branży, np. elektronicznej, odzieżowej, spożywczej.

Zadaniem zespołów będzie m.in.:

- zrobienie analizy sytuacji za pomocą śledztwa internetowego,
- rozważenie, jak dana firma może oddziaływać na swoje otoczenie i dlaczego mogła stracić zaufanie klientów,
- zapropozowanie kilku rozwiązań, opierających się na przeprowadzonym śledztwie.
- prezentacja wyników.

[80]

[81]

II PODSUMOWANIE

Czwarty etap edukacyjny niesie wiele wyzwań w postaci różnorodności perspektyw, które uczeń powinien poznać, i ilości teoretycznych zagadnień, jakie powinien zrozumieć. Szczególnie w kontekście nowych terminów, a takimi są społeczna odpowiedzialność biznesu czy odpowiedzialne inwestowanie, trudno dogłębnie zgadać zakres ich znaczenia. Jednak gdy rozpoznamy tematy obecne w nauczaniu już od dawna na różnych przedmiotach, możemy w sposób szeroki i pogłębiony potraktować CSR jako odpowiedź na różne, często negatywne, zjawiska, nie tylko angażujące firmy, ale dotyczące także każdego z nas.

Zrównoważony rozwój oraz społeczna odpowiedzialność biznesu stanowią nową perspektywę, z jakiej można spojrzeć na rozwój świata, na gospodarkę, politykę czy życie codzienne. Niezbędne do tego jest budowanie postawy aktywnego zaangażowania i zaciekawienia procesami, które zachodzą wokół nas. Jak motywować uczniów do podjęcia własnych poszukiwań, do znajdowania własnych ścieżek i rozumienia zależności? Z pewnością pomocne będzie tutaj użycie nowych technologii, w tym nowych mediów, które w jakimś sensie wyrosły przecież na fali zaangażowania społecznego. Podstawową kwestią jest uświadomienie sobie możliwości zmiany zastanej sytuacji i pozytywnego wpływu na otaczający świat.

[82]

Literatura:

Błońska K., *Atrakcja dla inwestorów?, Odpowiedzialne Inwestowanie – nowe spojrzenie na inwestycje*, 6.10.2011, dostępne: http://www.odpowiedzialne-inwestowanie.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=321:atrakcja-dla-inwestorow-czy-respect-index-jest-wartociowym-narzedziem-weryfikacji-i-pomocnym-wskanikiem-doboru-portfela-inwestycyjnegorone-punkty-widzenia-bez-cenzury&catid=5:artykuly&Itemid=2, (20.10.2011).

odpowiedzialnybiznes.pl

Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 roku w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, dostępne: www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=2032&Itemid=106, (23.09.2011).

www.cleanclothes.pl

www.greenpeace.org/poland/pl/

[83]

7. ELEMENTY CSR W SZKOLNICTWIE WYŻSZYM

Aleksandra Stanek-Kowalczyk¹

II WSTĘP

Celem niniejszego rozdziału jest wskazanie czy i w jakim zakresie zagadnienie społecznej odpowiedzialności biznesu powinno być uwzględniane w programach nauczania na uczelniach wyższych. W rozdziale zaproponowano zakres i kierunki nauczania, na których mogłyby zostać podjęte zagadnienia CSR. Zostały przedstawione korzyści i efekty włączania elementów CSR do nauczanych przedmiotów, z uwzględnieniem zmian w ustawie Prawo o Szkolnictwie Wyższym.

III DLACZEGO WARTO UCZYĆ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU NA UCZELNIACH WYŻSZYCH?

Zgodnie ze zmianami w ustawie Prawo o Szkolnictwie Wyższym, podczas organizacji danego kierunku studiów konieczne będzie określenie efektów kształcenia określających „co uczący się powinien wiedzieć, rozumieć i być zdolny zrobić po zakończeniu pewnego okresu (procesu) kształcenia” (*Autonomia programowa uczelni, 2010*). Wśród pięciu kategorii, w których zgrupowane są oczekiwane efekty kształcenia, warto wyróżnić:

- = umiejętność wnioskowania i formułowania sądów,
- = umiejętność komunikowania się,
- = umiejętność uczenia się.

Złożoność zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu powoduje, iż zwłaszcza w zakresie tych trzech obszarów przedmiot ten może mieć istotny wkład w osiągnięcie oczekiwanych efektów kształcenia.

Umiejętność wnioskowania i formułowania sądów

Społeczna odpowiedzialność biznesu ujmuje zagadnienia związane z zarządzaniem, z perspektywy różnych obszarów funkcjonowania organizacji oraz zadań

¹ PwC Polska sp. z o.o.

poszczególnych jej departamentów. Zwraca także uwagę na wielość interesariuszy danej organizacji. Złożoność i kompleksowość problematyki oraz liczba interesariuszy wymagają kompleksowego myślenia i analizowania zagadnień z wielu perspektyw, a przy tym wyciągania wniosków na podstawie danych z całej organizacji.

CSR związany jest też nieodłącznie ze strategicznym zarządzaniem organizacją (nie tylko biznesową). Dla faktycznego określenia zysków z realizacji poszczególnych działań, ale też z całościowego odpowiedzialnego zarządzania, konieczna jest długa perspektywa czasowa i umiejętne wyciąganie wniosków nie tylko ze zdarzeń wewnątrz organizacji, ale też ze zmieniającej się sytuacji zewnętrznej.

Umiejętność komunikowania się

Interesariusze to jedno z podstawowych pojęć w ramach koncepcji CSR. Zdolność ich zidentyfikowania, a także budowania i zarządzania relacjami z nimi, jest niezbędna dla odpowiedzialnego zarządzania organizacją. CSR podkreśla konieczność wielokanałowej i kompleksowej komunikacji z różnymi grupami interesariuszy, zwraca uwagę na specyfikę treści komunikatów kierowanych do poszczególnych grup oraz znaczenie tych umiejętności nie tylko dla menedżerów odpowiedzialnych za CSR w danej organizacji, ale także osób pracujących na co dzień w różnorodnych organizacjach z wieloma grupami interesariuszy.

[86]

Umiejętność uczenia się

Jeszcze dziesięć lat temu koncepcja społecznej odpowiedzialności była niemal nieznaną w naszym kraju. W chwili obecnej strategie CSR posiadają nie tylko międzynarodowe korporacje, ale też firmy o polskich korzeniach. W Polsce powstał pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej indeks firm odpowiedzialnych społecznie (Respect Index), a dobre praktyki z Polski są wyróżniane w międzynarodowych konkursach. Równocześnie „moda na CSR” powoduje, iż coraz więcej jest szumu informacyjnego oraz działań, które są określane jako CSR, a w rzeczywistości nimi nie są. Kompleksowość tematyki CSR i wielość informacji wymaga sprawnego poszukiwania wiedzy w wielu źródłach, zarówno polskich, jak i zagranicznych, umiejętnego wyboru istotnych informacji i kompilowania danych. Dynamiczny rozwój tej koncepcji powoduje także, że powstają coraz to nowe rozwiązania, modele, pomysły i niezbędne staje się umiejętne zdobywanie tej wiedzy.

Włączenie więc zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu do programów nauczania, przede wszystkim w ramach nauk o zarządzaniu, ale nie tylko, może być cenne dla osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia.

II JAK JEST OBECNIE – CZY NA UCZELNIACH WYŻSZYCH UCZY SIĘ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU?

Obecnie, w ramach studiów I i II stopnia, tematem w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu, który jest nauczany na kierunku Zarządzanie, jest etyka biznesu. Warto jednak zwrócić uwagę, iż przedmiot ten jest wykładany w bardzo różny sposób, zależnie od wykładającego i jego profilu wykształcenia. Na niektórych uczelniach przedmiot „Etyka biznesu” właściwie jest przedmiotem „Etyka”, gdyż zagadnienia są omawiane w sposób, który nie odnosi się w żaden sposób do działalności organizacji i dylematów etycznych, przed którymi stają menedżerowie.

Zakres nauczania i wplatanie aspektów CSR do programów nauczania, w chwili obecnej odbywa się dobrowolnie i zależy od prowadzącego i jego świadomości, iż konieczne jest poszerzenie zagadnień z obszaru zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzania strategicznego czy marketingu o te właśnie zagadnienia.

Równocześnie od dwóch lat możemy zaobserwować istotny wzrost propozycji studiów podyplomowych dotyczących zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu. Pierwsze studia w tym zakresie zostały uruchomione w 2009 roku na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie i w Wyższej Szkole Europejskiej w Krakowie. Rok później studia takie w swojej ofercie programowej miały jeszcze trzy szkoły z Warszawy, a w następnym roku także uczelnia wrocławska. Do tej pory tylko trzy kierunki zostały uruchomione i można zaobserwować lekko malejące zainteresowanie takimi studiami, co wskazuje, że rynek, na którym nie ma jeszcze dużego zapotrzebowania na kształcenie specjalistów w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, został w znacznym stopniu nasycony.

Warto jednak zaznaczyć, że poważną barierą dla rozwoju nauczania w zakresie CSR jest brak kadry, która mogłaby takie zajęcia poprowadzić, zapewniając im odpowiednią jakość. W chwili obecnej nauczycieli akademickich, specjalizujących się w tematyce społecznej odpowiedzialności biznesu, można znaleźć m.in. w Warszawie, Wrocławiu, Łodzi, Toruniu, Krakowie.

[87]

II SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU A ZMIANY W SZKOLNICTWIE WYŻSZYM

Zapisy znowelizowanej ustawy Prawo o Szkolnictwie Wyższym odступują od dotychczasowych standardów kształcenia, które w dość rygorystyczny sposób określały treści nauczania w ramach poszczególnych kierunków studiów, na rzecz autonomii programowej uczelni. Istotnym aspektem wprowadzonej zmiany jest wspomniana powyżej konieczność przedstawiania przez uczelnie efektów, jakie zamierza zrealizować poprzez poszczególne kierunki studiów i zawarte w nich przedmioty, które z kolei będą musiały być zgodne z efektami kształcenia określonymi przez ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego. Zmiany w ustawie dają uczelniom większą autonomię nie tylko w zakresie treści do realizacji w ramach poszczególnych kierunków studiów, ale też w zakresie tworzenia nowych kierunków studiów np. w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Warto jednak zastanowić się, czy dla nauczania studentów odpowiedzialnego zarządzania, konieczne jest tworzenie osobnych kierunków studiów? Wydaje się, że nie, natomiast kluczowe jest wplatanie odpowiednich treści do szeregu przedmiotów nauczanych w ramach danego kierunku. „Menedżer CSR” powinien posiadać wszystkie kompetencje dobrego menedżera, a zagadnienia dotyczące społecznej odpowiedzialności pozwalają je poszerzyć i wzmocnić. Odpowiedzialne zarządzanie nie powinno być osobnym kierunkiem nauczania, ale wszystkie uczelnie kształcące w ramach nauk o zarządzaniu powinny kształcić menedżerów, u których odpowiedzialność jest podstawą zachowania i zarządzania.

Przy takim założeniu trudno oczywiście będzie przekazać całą wiedzę dotyczącą modeli, narzędzi i technik oraz specjalistycznych tematów związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Dlatego też studia poświęcone całkowicie

tej tematyce należałoby rozważyć jako element specjalizacji (być może w ramach studiów drugiego stopnia) bądź studiów podyplomowych, przeznaczony dla menedżerów, którzy posiadają już podstawową wiedzę i niezbędne kompetencje, a potrzebują wzbogacenia ich o treści merytoryczne związane z narzędziami i modelami odpowiedzialnego zarządzania organizacją.

Włączenie zagadnień CSR do edukacji może się odbywać zarówno poprzez wplatanie odpowiednich treści do poszczególnych przedmiotów, jak też poprzez studia podyplomowe czy specjalizacje. Powinno mieć to swoje odzwierciedlenie w kompetencjach „dziedzinowych” (charakterystycznych dla danego poziomu kształcenia) oraz szczegółowych (specyficznych dla danego programu studiów) i w konkretnym sposobie realizacji tematu na danej uczelni lub w jednostce prowadzącej studia. Kwestie CSR powinny być uwzględniane przy definiowaniu tych kompetencji.

II NA JAKICH KIERUNKACH POWINNO SIĘ NAUCZAĆ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU?

[88]

Opublikowany w listopadzie 2010 roku standard ISO 26000, mający charakter przewodnika, traktowany obecnie jako punkt odniesienia i podręcznik do wdrażania CSR dla wielu instytucji w różnych krajach. Według tego standardu odpowiedzialność nie jest zagadnieniem, które powinno dotyczyć tylko organizacji biznesowych, stąd też jest on standardem „odpowiedzialności społecznej”, a nie standardem „społecznej odpowiedzialności biznesu”. Sformułowane w nim zasady i proponowane działania mogą i powinny być wdrażane we wszystkich typach organizacji (także społecznych i publicznych), nie tylko w przedsiębiorstwach.

Dlatego też, podążając za międzynarodowymi standardami i rozwojem omawianej koncepcji, także w organizacjach niebiznesowych, warto, aby zagadnienia dotyczące tej tematyki uwzględniane były na jak największej liczbie kierunków, nie tylko na tych związanych z ekonomią i zarządzaniem. Oczywistym priorytetem będą nauki o zarządzaniu, ale różne aspekty CSR powinny także mieć odzwierciedlenie w ramach innych nauk i dziedzin.

Zgodnie z obszarami kształcenia zdefiniowanymi przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego wydaje się zasadne, aby tematyka społecznej odpowiedzialności była nauczana przede wszystkim w ramach zaprezentowanych w poniższej tabeli.

Propozycje zamieszczone w tabeli na stronie obok nie zawsze wymagają wprowadzenia osobnych przedmiotów poświęconych danym zagadnieniom. W niektórych przypadkach są to tematy tak złożone i obszerne, że warto poświęcić im semestr zajęć, w innych wystarczające powinno być uwzględnienie ich w ramach przedmiotów o tematyce, która będzie dla nich nadrzędną.

Obszar studiów	Proponowane zagadnienia
Obszar studiów humanistycznych	W ramach dyscypliny nauki o zarządzaniu: = wszystkie zagadnienia ujęte w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu
Obszar studiów w naukach społecznych	W ramach dziedziny nauk ekonomicznych: = wszystkie zagadnienia ujęte w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu W ramach dziedziny nauk społecznych: = dialog i współpraca z interesariuszami
Obszar studiów w naukach ścisłych	W ramach dziedziny nauk chemicznych: = ochrona środowiska = etyka = innowacje i nowe technologie zmniejszające negatywny wpływ na środowisko
Obszar studiów przyrodniczych	W ramach dziedziny nauk biologicznych: = etyka = ochrona środowiska W ramach dziedziny nauk o ziemi: = wykorzystywanie zasobów naturalnych = nowe źródła energii
Obszar studiów technicznych	= innowacje i nowe technologie oraz ich znaczenie społeczno-gospodarcze oraz środowiskowe = zrównoważone budownictwo i ład przestrzenny = nowe źródła energii = efektywność energetyczna
Obszar studiów medycznych	W ramach dziedziny nauk farmaceutycznych: = etyka
Obszar studiów rolniczych, leśnych i weterynaryjnych	W dziedzinie nauk rolniczych: = bioróżnorodność = bezpieczeństwo żywności W dziedzinie nauk leśnych = gospodarowanie zasobami naturalnymi
Obszar studiów poświęconych sztuce	= zaangażowanie społeczne = sponsoring

II W JAKICH PRZEDMIOTACH WARTO UWZGLĘDNIĆ TREŚCI ZWIĄZANE ZE SPOŁECZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ BIZNESU?

Zgodnie ze zmianą ustawy Prawo o Szkolnictwie Wyższym, uczelnie same mogą decydować o tym, jakie kierunki i jakie przedmioty w ramach poszczególnych kierunków będą nauczane. Stwarza to przestrzeń dla włączania zagadnień dotyczących społecznej odpowiedzialności biznesu do tych przedmiotów, w ramach których do tej pory nie były uwzględniane.

Przedmiotami, które z definicji przekazują treści związane z omawianą problematyką, są etyka biznesu oraz społeczna odpowiedzialność biznesu. Jednak nie

zawsze uczelnie czy poszczególne wydziały decydują się na ich prowadzenie. Wspomniana już złożoność problematyki powoduje, że również w ramach innych przedmiotów mogą (a nawet powinny) być poruszane specyficzne kwestie właściwe dla ich zakresu. Przykładowo, zagadnienia CSR mogłyby być ujęte w ramach innych przedmiotów w zaprezentowany poniżej sposób.

Przedmiot	Zagadnienia
Podstawy zarządzania	<ul style="list-style-type: none"> = wprowadzenie do koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, rozwój koncepcji w Polsce i na świecie = etyczny wymiar funkcjonowania organizacji i procesów zarządzania = wskazanie na istnienie koncepcji oraz praktyki społecznej odpowiedzialności biznesu
Zarządzanie zasobami ludzkimi	<ul style="list-style-type: none"> = wolontariat pracowniczy jako narzędzie wspierania rozwoju pracowników = zarządzanie talentami = zarządzanie przez wartości = zarządzanie różnorodnością
Podstawy marketingu	<ul style="list-style-type: none"> = marketing społeczny = marketing zaangażowany społecznie = sponsoring
Zarządzanie strategiczne	<ul style="list-style-type: none"> = koncepcja zrównoważonego rozwoju i wpływ wyzwań zrównoważonego rozwoju na organizację = strategia społecznej odpowiedzialności biznesu = zakres tematyczny i obszary działań CSR
Komunikowanie	= komunikowanie na temat CSR
Ład korporacyjny	<ul style="list-style-type: none"> = transparentność = raportowanie danych pozafinansowych
Zarządzanie inwestycjami	= odpowiedzialne inwestycje infrastrukturalne
Finanse i rachunkowość	<ul style="list-style-type: none"> = etyka i transparentność = raportowanie danych pozafinansowych = inwestycje społecznie odpowiedzialne (finansowe)
Zarządzanie produkcją	= zrównoważona produkcja i konsumpcja
Makroekonomia	<ul style="list-style-type: none"> = relacje pomiędzy globalną Północą i Południem = odpowiedzialny łańcuch dostaw
Ochrona środowiska	<ul style="list-style-type: none"> = wpływ działalności organizacji na środowisko naturalne = zmiany klimatyczne = ograniczanie zużycia surowców = carbon footprint

Wśród wielu tematów są też takie, które są istotne z perspektywy odpowiedzialności społecznej, ale mają bardzo szeroki zakres i włączenie ich w dotychczasowe kierunki stwarza zagrożenie, iż nie zostałyby one omówione w całościowy i odpowiednio pogłębiony sposób. Dlatego też warto rozważyć tworzenie nowych przedmiotów, które mogłyby uzupełniać te istniejące i być nauczane na poszczególnych kierunkach, zwłaszcza związanych z zarządzaniem.

Przykładowo, poszczególne zagadnienia mogłyby być omawiane w ramach przedmiotów przedstawionych poniżej.

Przedmiot	Zagadnienia
Zarządzanie relacjami z interesariuszami	<ul style="list-style-type: none"> = dialog i zarządzanie relacjami z interesariuszami = edukacja konsumentów
Standardy społecznej odpowiedzialności biznesu	= Normy, standardy i inicjatywy dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu
Zaangażowanie społeczne	<ul style="list-style-type: none"> = strategiczne zaangażowanie społeczne = współpraca z partnerami społecznymi = funkcjonowanie fundacji korporacyjnych

Powyższe zestawienie jest propozycją włączania aspektów społecznej odpowiedzialności do nauczanych dotychczas przedmiotów, bądź tworzenia nowych. Nie wyczerpuje to całego złożonego tematu, ale ma służyć jako podpowiedź, jak można uwzględnić CSR w ramach poszczególnych zajęć.

W JAKI SPOSÓB UCZYĆ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU?

Społeczna odpowiedzialność biznesu to koncepcja bardzo praktyczna – istnieje wiele narzędzi, metod i modeli jej wdrażania. Równocześnie zarówno na rynku polskim, jak i międzynarodowym, można znaleźć szereg dobrych praktyk, pokazujących mechanizmy wypracowane i wdrożone przez firmy. Dlatego też warto omawiać te zagadnienia w sposób jak najbardziej praktyczny i poparty ciekawymi przykładami, które mogą być dla studentów inspiracją i podstawą do dyskusji.

Pomocą może być publikacja Forum Odpowiedzialnego Biznesu „15 przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu”². Prezentowane są w niej dobre praktyki firm działających w Polsce oraz podejmowane przez nie działania w ramach różnych obszarów odpowiedzialności.

Nie oznacza to, iż należy ominąć zagadnienia teoretyczne. Bardzo istotnym dla zrozumienia tej koncepcji jest poznanie jej korzeni i rozwoju, zarówno na gruncie międzynarodowym, jak i w Polsce.

W programie nauczania warto uwzględnić omówienie takich zagadnień jak:

- = teoretyczny rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu,
- = rozwój praktyki społecznej odpowiedzialności biznesu,
- = społeczna odpowiedzialność biznesu w polityce i dokumentach Unii Europejskiej,
- = rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce.

Powyższe zagadnienia i ich analiza pomoże studentom zrozumieć, dlaczego koncepcja ta rozwija się w różny sposób, zależnie od regionów i krajów. Może też być

² Publikacja jest nieodpłatna. Można ją pobrać w wersji elektronicznej ze strony www.odpowiedzialny-biznes.pl.

ciekawą podstawą do dyskusji o czynnikach wspierających rozwój tej idei, barierach czy dylematach CSR, a równocześnie podstawą do rozmowy o praktycznych elementach społecznej odpowiedzialności, narzędziach i mechanizmach.

Sposób edukacji w zakresie społecznej odpowiedzialności, co oczywiste, powinien być dostosowany – zarówno w treści, jak i w formie – do poziomu studiów, w ramach których odbywają się dane zajęcia.

Przydatne materiały:

„15 dobrych przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu” – konkretne przykłady działań polskich firm w różnych obszarach odpowiedzialnego biznesu, zawierające w podsumowaniu każdego opisanego przykładu pytania do dyskusji ze studentami. Publikacja do pobrania: odpowiedzialnybiznes.pl/pl/baza-wiedzy/publikacje/ksiazki.html?id=3028

„Firma =” – seria praktycznych publikacji dotyczących różnych obszarów odpowiedzialnego biznesu: etyki, miejsca pracy, różnorodności, środowiska, wolontariatu pracowniczego. Praktyczne poradniki, które mogą być pomocą i podpowiedzią przy ćwiczeniach realizowanych przez studentów.

„Wyzwania wolontariatu pracowniczego” – praktyczny poradnik dotyczący wdrażania wolontariatu pracowniczego w firmach. Ciekawy materiał do dyskusji wokół celów i wyzwań związanych z wdrażaniem wolontariatu w firmie. Materiał dostępny na: odpowiedzialnybiznes.pl/pl/baza-wiedzy/publikacje/pliki-do-pobrania.html?id=4898

„A new era of sustainability” – badanie przeprowadzone przez UN Global Compact oraz Accenture pokazuje rozumienie zrównoważonego rozwoju oraz CSR przez prezesów globalnych firm. Interesujący materiał do dyskusji o wpływie wyzwań zrównoważonego rozwoju na biznes. Materiał do pobrania: www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/UNGC_Accenture_CEO_Study_2010.pdf

„Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce” – bardzo ciekawy podręcznik do omawianego zakresu problematyki, oparty o spojrzenie systemowe. Wydany przez Fundację Sendzimira w 2010 roku (J. Kronenberg, T. Bergier, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010). Dostępny także online oraz do pobrania: www.sendzimir.org.pl/images/Wyzwania_zrownowazonego_rozwoju_w_Polsce.pdf

„Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym” – książka przygotowana z myślą studentach. Zawiera część teoretyczną, słownik pojęć i inicjatyw wraz z tłumaczeniem na język angielski. Każde ze 100 pojęć jest zakończone praktycznymi zadaniami i pytaniami, które ułatwiają dalsze studia i poszukiwania (J. Jonker, A. Rudnicka, J. Reichel, 2011, Centrum Strategii i Rozwoju Impact, Łódź).

„Zrównoważony biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw” – podręcznik zrównoważonego rozwoju dla MSP wydany przez Ministerstwo Gospodarki. Materiał do pobrania: www.mg.gov.pl/files/upload/7904/podrecznik.pdf

Literatura:

15 przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu, Forum Odpowiedzialnego Biznesu (www.odpowiedzialnybiznes.pl).

Autonomia programowa uczelni. Ramy Kwalifikacji dla szkolnictwa wyższego, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, 2010.

Ustawa z dnia 5 listopada 2009 o zmianie ustawy – Prawo o szkolnictwie wyższym.

[92]

[93]

8. POLECANE PUBLIKACJE

POLECANE PUBLIKACJE POŚWIĘCONE CSR I ROZWOJOWI ZRÓWNOWAŻONEMU W JĘZYKU POLSKIM:

- Adamczyk J., *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009.
- Bernatt M., *Spółeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.
- Białas J. i in., *Odkryj siłę praw człowieka. Podręcznik Amnesty International*, Warszawa 2010.
- Chryssides G.D., i in., *Wprowadzenie do etyki biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Dietl J., Gasparski W. (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Dietl J., Gasparski W. (red.), *Etyka biznesu w działaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Filek J., *Wprowadzenie do etyki biznesu*, AE, Kraków 2004.
- Filek J. (red.), *Etyczne aspekty działalności samorządu terytorialnego. Poradnik dla samorządów*, MSAP i MSWiA, Kraków 2004.
- Gasparski W. i inni (red.), *Etyka biznesu w zastosowaniach praktycznych: inicjatywy, programy, kodeksy*, CEBI & Przedstawicielstwo ONZ w Polsce, Warszawa 2002.
- Gołaszewska-Kaczan U., *Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2009.
- Jonker J., Rudnicka A., Reichel J., 2011, *Nowe horyzonty. Przewodnik po społecznej odpowiedzialności i rozwoju zrównoważonym*, Centrum Strategii i Rozwoju Impact, Łódź.
- Klimczak B., *Etyka gospodarcza*, Wydawnictwo AE, Wrocław 2002.

Korzeniowski J., Machątek M., *Edukacja obywatelska w szkole. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

Kronenberg J., Bergier T. (red.), *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.

Makuch Ł., *Instytucje rynku CSR w Polsce 2010. Przewodnik po kluczowych organizacjach, mediach oraz inicjatywach promujących i edukujących w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu w Polsce*, 2010, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/9.pdf>.

Nakonieczna J., *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.

Pańków W., Rok B., Strumińska-Kutra M., Woźniczko J., *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2010.

Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa, edycje 2002-2010.

Rojek-Nowosielska M., *Kształtowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006.

Rok B. (red.), *Więcej niż zysk*, FOB, Warszawa 2001.

Ryan L., Sójka J., (red.), *Etyka biznesu, Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej*, Wydawnictwo „W drodze”, Poznań 1997.

Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

Smith C., Lenssen G. (red.), *Odpowiedzialność biznesu. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2009.

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, *Harvard Business Review*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2007.

[96]

[97]

Koordinator wydania:
Przemysław Oczyp

Redakcja:
Janusz Reichel (redakcja naukowa)
Przemysław Oczyp

Autorzy (w kolejności alfabetycznej):
Ewa Jastrzębska, Szkoła Główna Handlowa
Magdalena Józwik, Centrum Przywództwa i Społecznej Odpowiedzialności
Biznesu Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Magdalena Kostulska, United Nations Development Programme
Piotr Magnuszewski, Centrum Rozwiązań Systemowych
Anna Paluszek, CleanClothes Polska
Olga Pietkiewicz, Centrum Rozwiązań Systemowych
Aleksandra Piotrowska, Fundacja Partners Polska
Janusz Reichel, Uniwersytet Łódzki
Agata Rudnicka, Uniwersytetu Łódzki
Aleksandra Stanek-Kowalczyk, PwC
Ewa Zgrzywa, United Nations Development Programme

Copyright by Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2011.
Wszelkie prawa zastrzeżone.
ISBN: 978-83-932564-1-9

Publikacja przygotowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu
na zlecenie Ministerstwa Gospodarki

Wydawca:
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
ul. Szpitalna 5/5, 00-031 Warszawa
tel.: +48 [22] 627 18 71, tel./fax: +48 [22] 627 18 72
e-mail: biuro@fob.org.pl
www.odpowiedzialnybiznes.pl

Korekta:
Joanna Chrystyniak-Mucha

Opracowanie graficzne i skład:
Olga Figurska, www.lunatikot.pl

Druk:
Drukarnia EMBE PRESS
ul. Tokarska 9, 20-210 Lublin
tel.: + 48 [81] 710 17 00
fax: + 48 [81] 710 17 01

*Publikacja została wydrukowana na papierze Cyclus Offset 140 g/m²,
który pochodzi w 100% z makulatury.*

[98]

Dzięki wykorzystaniu papierów
CyclusOffset
i
CyclusOffset
zamiast papierów nie makulaturowych
negatywny wpływ na środowisko został
zmniejszony o



396
kg mniej odpadów



129
kg mniej gazów cieplarnianych



925
km krótsza podróż samochodem
średniej klasy europejskiej



9 984
litrów mniej zużytej wody



1 815
kWh mniej zużytej energii



644
kg mniej zużytego drewna

Źródło:
European BREF
(dane dotyczące papieru z włókien pierwotnych)
Dane dotyczące emisji gazów zweryfikowane przez The CarbonNeutral
Company

