

MARTA STRUMIŃSKA-KUTRA

SOCJOLOGICZNY WKŁAD W DEBATĘ
O *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

WSTĘP

Niniejszy tekst koncentruje się na perspektywie socjologicznej, czerpie jednak pełnymi garściami z nauk pokrewnych, w szczególności takich jak nauki o polityce, ekonomia, antropologia czy nauki o organizacji. Koncentruje się zwłaszcza na perspektywie instytucjonalnej obecnej w każdej z wymienionych nauk.

Typowe dla socjologii sposoby opisu i wyjaśniania zjawisk charakteryzuje opis i wyjaśnianie w szeroko rozumianym kontekście – społecznym, instytucjonalnym i kulturowym. Ujmując z tej perspektywy zjawisko CSR, można zająć się dwoma podstawowymi zagadnieniami. Po pierwsze *uwarunkowaniami i różnorodnością* CSR, po drugie zaś *dynamiką* tego zjawiska¹. Przyjrzymy się wstępnie tym dwóm możliwościom. Przyjmując pierwszy punkt widzenia możemy zadać pytania:

- Jakie są społeczne i instytucjonalne uwarunkowania CSR?
- Jaka jest i od czego zależy różnorodność CSR?

Analizy zakorzenione w socjologii i pokrewnych jej podejściach w sąsiednich dziedzinach (np. w ekonomii instytucjonalnej, w naukach o polityce) będą podkreślały wpływ kontekstu społecznego, w szczególności zaś instytucjonalnego, na sposób rozumienia i realizacji idei CSR. Przykładów tego rodzaju podejścia dostarczają badania porównujące funkcjonowanie oma-

Dr MARTA STRUMIŃSKA-KUTRA – adiunkt Katedry Nauk Społecznych w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie; adres do korespondencji: Ul. Jagiellońska 57/59, 03-301 Warszawa, e-mail: martastr@kozminski.edu.pl

¹ S. Brammer, G. Jackson, D. Matten, *Corporate Social Responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance*. "Socio-Economic Review" 10(1)/2012, s. 3-28.

wianego konceptu w różnych typach gospodarek kapitalistycznych, posługując się takimi klasycznymi rozróżnieniami jak typy *welfare state*², kultury kapitalizmu³, różnorodność kapitalizmu⁴ (*varieties of capitalism*), lub też w środowiskach charakteryzujących się zróżnicowanymi systemami wartości wyznawanymi przez jednostki takie jak np. pracownicy, kadra zarządzająca, przedsiębiorcy, czy – w najbardziej ogólnym wymiarze – przez opinię publiczną (np. postawy materialistyczne, postmaterialistyczne⁵; zróżnicowanie według siedmiu wymiarów kultury⁶).

Przyjmując drugi punkt widzenia możemy zadać pytanie o proces:

– Jaka jest dynamika procesu wdrażania CSR w konkretnych układach społecznych⁷?

Odpowiadając na tak postawione pytanie, perspektywa socjologiczna nakazuje badać ewolucję zjawiska śledząc jego przebieg w czasie, szczegółowo opisując działania i strategie aktorów zaangażowanych w proces, odtwarzać ich rozumienie sytuacji, wartości, oczekiwania, interesy oraz opisywać znaczenie struktur (instytucji), w ramach których aktorzy ci działają. Tu charakterystyczne są badania przyjmujące perspektywę instytucjonalizmu historycznego⁸, lub socjologicznego⁹, śledzące poczynania aktorów społecznych, którzy podejmują

² G. Esping-Andersen, *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Oxford: Oxford Polity Press 1990.

³ G. Hofstede, G.J. Hofstede, *Kultury i organizacje*, Kraków: Oficyna Ekonomiczna 2002; Ch. Hampden-Turner, A. Trompenaars, *Siedem wymiarów kultury: znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej*, Kraków: Oficyna Ekonomiczna 2002; Ch. Hampden-Turner, A. Trompenaars, *Siedem kultur kapitalizmu: USA, Japonia, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Szwecja, Holandia*, Warszawa: PWE 2006.

⁴ P. Hall, D. Soskice, *An Introduction to Varieties of Capitalism*, w: *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*, red. P. Hall and D. Soskice, Oxford: Oxford University Press 2001, s. 1-70.

⁵ R. Inglehart, *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*, Princeton, NJ: Princeton University Press 1997.

⁶ Ch. Hampden-Turner, A. Trompenaars, *Siedem wymiarów kultury: znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej*, Kraków: Oficyna Ekonomiczna 2002; c i ż, *Siedem kultur kapitalizmu*.

⁷ *Social settings*, sformułowanie *układ społeczny* przyjęte za Lofland. Lofland, Snow (2010) – „podstawowa jednostka analizy socjologicznej, uwzględniającej perspektywę uczestników życia społecznego” (E. Hałas, *Wstęp do wydania polskiego*, w: Lofland J., Snow D.A., Anderson L., Lofland L.H. 2009 *Analiza układów społecznych. Przewodnik metodologiczny po badaniach jakościowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 16).

⁸ *Explaining Institutional Change. Ambiguity, Agency and Power*, red. J. Mahoney, K. Thelen, Cambridge: Cambridge University Press 2010.

⁹ P. DiMaggio, W. Powell, *Nowe spojrzenie na „żelazną klatkę”: instytucjonalny izomorfizm i racjonalność zbiorowa w polach organizacyjnych*, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska-Kania i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006; T.B. Lawrence,

swoje działania w kontekście określonych pól organizacyjnych. Działania aktorów podlegają różnego rodzaju naciskom, których efektem jest upodobnianie się do siebie (izomorfizm) praktyk gospodarczych. Z drugiej strony zaś analizy te zakładają, że instytucje są zamierzonym i niezamierzonym efektem działań aktorów, operujących nie tylko w zgodzie z regułami instytucjonalnymi, ale też w celu ich zmiany (aktywność nazywana przez DiMaggio *institutional entrepreneurship*¹⁰).

W przypadku obydwu obszarów zagadnień mamy do czynienia z analizami teoretycznymi i empirycznymi wszystkich poziomów analizy: *mega* (ponadnarodowy), *makro* (krajowy), *mezzo* (organizacyjny) i *mikro* (jednostkowy). Pierwszy obszar – zróżnicowania i uwarunkowań – zdominowany jest przez badania stosujące *podejście ilościowe*. Dla drugiego obszaru, skoncentrowanego na procesie, charakterystyczne jest stosowanie *metodologii jakościowej*. W dalszej części pracy omówione zostaną obydwa obszary *socjologicznych* rozważań nad CSR z uwzględnieniem zarówno kwestii teoretycznych, jak i empirycznych. Ilustracji do rozważań dostarczą badania nad CSR, przeprowadzone z przyjęciem wymienionych perspektyw.

RÓŻNORODNOŚĆ I UWARUNKOWANIA CSR

W analizach charakterystycznych dla nurtu instytucjonalnego przyjmuje się twierdzenie, że CSR definiowane jest w różnie w zależności od kontekstu kulturowego, instytucjonalnego i społecznego w jakim występuje. Skoro w różnych kontekstach kulturowych różnie rozumie się pojęcie biznesu w ogóle, trudno nie przyjąć, że kontekst ten kształtuje również rozumienie obowiązków biznesu w stosunku do społeczeństwa¹¹. Tym, co interesuje badaczy podejmujących analizy w duchu teorii instytucjonalnej jest więc sposób, w jaki koncepcja CSR jest kształtowana przez zróżnicowane warunki społeczno – instytucjonalne.

R. S u d d a b y, *Institutions and Institutional Work*, w: *Handbook of Organizational Studies*, 2nd ed., ed. C. Clegg, C. Hardy, London: Sage Publications 2006.

¹⁰ P. D i M a g g i o, *Interest and agency in institutional theory*. w: *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*, red. L.G. Zucker, Cambridge, Mass.: Ballinger 1988, s. 3-22.

¹¹ K. F u k u k a w a, J. M o o n, *A Japanese model of corporate social responsibility? A study of website reporting*, "Journal of Corporate Citizenship" 16(2004), s. 45-60.

W nurcie instytucjonalnym badań porównawczych nad CSR, opisanym przez Williams i Aguilera¹² wyróżnia się trzy podstawowe:

1. Analizy, w których jednostkami analizy są kraje i regiony, a przedmiotem zainteresowania różne systemy instytucjonalne i ich wpływ na definiowanie CSR,
2. Analizy, w których analizy koncentrują się na aktorach społecznych i ich wpływie na kształt CSR.

3. Analizy, które koncentrują się na działaniach przedsiębiorstw, porównując ich funkcjonowanie w różnych kontekstach instytucjonalnych.

Poniżej skrótowo omówiona zostanie każda ze strategii.

1. ZRÓŻNICOWANE SYSTEMY INSTYTUCJONALNE A CSR

Przykładem badań porównawczych stosujących pierwszą strategię są badania funkcjonowania CSR w różnych reżimach *corporate governance* (np. kontynentalnym i skandynawskim) lub w różnych krajach w obrębie tego samego reżimu (np. pomiędzy Wielką Brytanią i Stanami Zjednoczonymi). W nurcie tym interesującymi wydają się na przykład badania wskazujące na wyraźną niespójność pomiędzy działaniami z zakresu CSR w Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych, czyli dwóch krajach uznawanych za reprezentantów reżimu anglosaskiego (o możliwych przyczynach za chwilę¹³). W ramach podejścia koncentrującego się na krajach i regionach, przedmiotem badań stają się nie tylko regulacje prawne (będące częścią ładu instytucjonalnego danego kraju), lecz również szersze uwarunkowania instytucjonalne (normy i reguły działań nie zapisane w prawie, czyli instytucje nieformalne), takie jak naciski kolektywnych aktorów społecznych: inwestorów instytucjonalnych (jak np. fundusze emerytalne, towarzystwa ubezpieczeniowe), konsumentów, klientów, pracowników, organizacji pozarządowych.

Rozróżnienie pomiędzy systemem prawnym a instytucjami nieformalnymi jest uznawane za szczególnie istotne w przypadku badań nad kształtowaniem CSR w kontekście krajów rozwijających się, gdzie, jak zaznaczają niektórzy badacze, nieodpowiedzialność przedsiębiorstw jest ignorowana w imię tworzenia „sprzyjającego klimatu” dla inwestycji¹⁴. Sytuacja ta związana jest z faktem, iż w kra-

¹² R. Aguilera, C. Williams, *Corporate Social Responsibility in a comparative perspective*, w: *Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, red. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel, Oxford: Oxford University Press 2008, s. 452-472.

¹³ D. Matten, J. Moon, *“Implicit” and “explicit” CSR: A conceptual framework for understanding CSR in Europe*, w: *CSR across Europe*, red. A. Habisch, J. Jonker, M. Wegner, R. Schmidpeter, Berlin, Germany: Springer-Verlag 2004, s. 335-356.

¹⁴ S.F. Diamond, *The “race to the bottom” returns: China’s challenge to the international labor movement*, “University of California at Davis Journal of International Law and Policy” 2003,

jach rozwijających się porządek prawny jest często w trakcie konstruowania, wobec czego istnieją np. luki prawne, obszary nieobjęte regulacją. Sprzyja to podejmowaniu przez przedsiębiorstwa działań o charakterze nieodpowiedzialnym.

Funkcje pozaprawnych uwarunkowań instytucjonalnych podkreślają też badania porównujące strategie CSR w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, zwraca się w nich uwagę na wysoki udział w rynku pierwszego z tych krajów inwestorów instytucjonalnych, takich jak fundusze emerytalne i ubezpieczeniowe, będących inwestorami szczególnie skłonnyymi do podejmowania decyzji z uwzględnieniem długiego horyzontu czasowego¹⁵. Badacze zwracają również uwagę na bardziej oczywiste uwarunkowania prawne, np. wprowadzony w 1996 roku wymóg raportowania o uwzględnianiu informacji ekologicznych i społecznych przy tworzeniu pakietu inwestycyjnego przez fundusze emerytalne działające na rynku w Wielkiej Brytanii (wymóg ten wprowadziły następnie Belgia, Niemcy i Francja).

2. INDYWIDUALNI I KOLEKTYWNI AKTORZY A CSR

W przypadku przyjęcia drugiej strategii za przedmiot badań obiera się wpływ różnego rodzaju aktorów społecznych na kształt polityki związanej z CSR (stosowanej przez przedsiębiorstwa, rządy, organizacje branżowe). Jednostkami analizy mogą więc być takie grupy, jak: pracownicy, w tym również przedstawiciele stanowisk kierowniczych, konsumenci, inwestorzy instytucjonalni, organizacje pozarządowe. Doh i Guay¹⁶, opierając się na jakościowych studiach przypadku, wskazują na przykład, w jaki sposób różnice w strukturze instytucji politycznych i strategiach działania poszczególnych grup interesu determinowały nie tylko sposób postrzegania odpowiedzialności przedsiębiorstw, lecz również sposób jej praktykowania w przypadku firm, rządów i aktywistów. Inne badania, opisujące wpływ aktorów społeczeństwa obywatelskiego na procesy wdrażania CSR, podkreślają znaczenie dostępu obywateli do informacji o oddziaływaniach środowiskowych przedsiębiorstw, prawa do występowania w sądzie celem pozywania „trucicieli” oraz dostępności zasobów umożliwiających realizację wymienionych

No 10, s. 39-74; A. A m a n Jr, *Privatization and the democracy problem in globalization: Making markets more accountable through administrative law*, "Fordham Urban Law Journal" 28(2001), s. 1477-1506.

¹⁵ C.A. W i l l i a m s, J. C o n l e y, *An Emerging Third Way?: The Erosion of the Anglo-American Shareholder Value Construct*, "Cornell International Law Journal" 38(2005), No 2, s. 493-551.

¹⁶ J.P. D o h, T.R. G u a y, *Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective*, "Journal of Management Studies" 2006, s. 47-73.

aktywności¹⁷. Autorzy tych badań podkreślają, że to właśnie kontrola ze strony obywateli pozwala instytucjom formalnym na efektywne działanie. W wymienionych badaniach dominującymi metodami są analizy dokumentów formalnych, analizy dostępnych danych statystycznych, ilościowa analiza treści.

Osobnym działem badań, sytuujących w centrum zainteresowania aktorów społecznych, są badania nad wpływem systemu wartości kadry zarządzającej na sposób wdrażania CSR. W analizach tych wykorzystuje się sondażowe metody badawcze, tradycyjnie kojarzone z socjologią. Wykazują one, że wartości indywidualne i organizacyjne odgrywają dużą rolę w kształtowaniu działań organizacji w omawianym zakresie. Wpływ ten jest widoczny niezależnie od zewnętrznych wobec organizacji czynników społeczno – instytucjonalnych. Przykładem takich badań jest międzykulturowe porównanie postaw menadżerów z Hiszpanii, Turcji, Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych wobec roli CSR w procesach decyzyjnych¹⁸. Kształt CSR zależy więc od współdziałania czynników indywidualnych, organizacyjnych oraz instytucjonalnych i kulturowych. Pamiętać jednak należy, że czynniki indywidualne (postawy etyczne, kultura organizacyjna) kształtowane są przez kontekst kulturowy i instytucjonalny – normy dotyczące pracy i prowadzenia działalności gospodarczej panujące w danym kraju. W tym sensie trudno jest jednoznacznie oddzielić wpływ czynników endogennych i egzogennych na działania i decyzje podejmowane w organizacji. Badania tego zakresu problemowego korzystają z szerokiego dorobku teoretycznego i empirycznego problematyki różnic kulturowych i ich wpływu na działalność gospodarczą, odwołując się do takich autorów jak Hofstede (kultury kapitalizmu) czy Ingelhart (wartości postmaterialistyczne i materialistyczne). Badania te jako czynniki kształtujące CSR definiują takie elementy kulturowe jak dystans władzy, kolektywizm, indywidualizm. Badania dowodzą na przykład, że menadżerowie z krajów charakteryzujących się kulturą kolektywną o małym dystansie władzy są bardziej skłonni do działań łączonych z CSR¹⁹.

¹⁷ D.S. Grant, *Allowing citizen participation in environmental regulation: An empirical analysis of the effects of right-to-sue and right-to-know provisions on industry's toxic emissions*, "Social Science Quarterly" 78(1997), No 4, s. 859-874; D.S. Grant, L. Downey, *Regulation through information: An empirical analysis of the effects of state sponsored right-to-know programs on industrial toxic pollution*, "Policy Studies Review" 14(1996), No 3-4, s. 339-352.

¹⁸ S.J. Vitell, J.G. Paolillo, *A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and social responsibility*, "Business Ethics" 13(2004), No (2-3), s. 185-199.

¹⁹ D.A. Waldman, M. Sully de Luque, N. Washburn, R.J. House, *Cultural and leadership predictors of corporate social responsibility values of top management: A GLOBE study of 15 countries*, "Journal of International Business Studies" 37(2006), s. 823-837.

Ciekawym przykładem są tu również badania konstruktów poznawczych (*cognitive concepts*) w ramach których przedsiębiorcy i menadżerowie Europy Środkowo Wschodniej postrzegają społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw²⁰. Autorki badania utworzyły wskaźniki pozwalające na klasyfikację postaw w stosunku do społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, a następnie sprawdzały w jaki sposób postawy pozytywne bądź negatywne korelują z postawami, które nazwały etastycznymi (mierzone skalą zgody na regulację rynku przez państwo) i kontynentalnymi (mierzone skalą poparcia dla działalności związków zawodowych i przetargu zbiorowego). Głównymi wskaźnikami mierzącymi postawy pozytywne wobec CSR był brak zgody z „friedmanowskim” stwierdzeniem: „Odpowiedzialność społeczna firm polega wyłącznie na zwiększaniu zysków” (*Social responsibility of companies consists of increasing profits n y*) oraz zgoda z twierdzeniem: „Przedsiębiorstwa muszą robić dla dobra wspólnego więcej, niż wymaga od nich prawo” (*Companies have to do more for the community than what is required by law*). Poniższa tabela ilustruje wyniki uzyskane dla pierwszego wskaźnika z podziałem na kraj pochodzenia respondenta oraz z podziałem na wielkość firmy, której jest właścicielem bądź zarządcą.

Tab. 1. „Odpowiedzialność społeczna firm polega wyłącznie na zwiększaniu zysków” rozkład odpowiedzi pozytywnych udzielanych według skali Likerta²¹

Liderzy biznesu, próbna reprezentatywna N=749	Odpowiedzialność społeczna firm polega wyłącznie na zwiększaniu zysków
Niemcy Zachodni	7%
Niemcy Wschodni	12.4%
Węgrzy	17.9%
Polacy	29.5%
Przedstawiciele średnich przedsiębiorstw	14%
Przedstawiciele dużych przedsiębiorstw	21%
Przedstawiciele bardzo dużych przedsię-	10%

Źródło: Varying concepts of CSR in Central Europe, K. Bluhm, V. Trappman 2012.

²⁰ K. Bluhm, V. Trappmann, *Varying concepts of corporate social responsibility? – beliefs and practices in Central Europe*, w: *Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe*, red. Bluhm K., B. Martens, V. Trappmann, Routledge 2012.

²¹ Zastosowana skala: 1 = zgadzam się całkowicie, 2 = zgadzam się, 3 = ocena neutralna, 4=nie zgadzam się, 5 = zupełnie się nie zgadzam

Model regresji wykazał, że postawy minimalistyczne, czyli zgadzające się z „friedmanowską” wizją przedsiębiorstwa, są znacząco bardziej prawdopodobne wśród liderów biznesu pochodzących ze Wschodnich Niemiec, czy Węgier, niż wśród liderów Zachodnioniemieckich. Autorki nazywają tę tendencję „efektem postsocjalistycznym” (*post-socialist effect*), wynikającym, między innymi, z negatywnych skojarzeń CSR-u z rozbudowanymi funkcjami społecznymi przedsiębiorstw, zjawiska charakterystycznego dla okresu socjalizmu. Ponadto badania te wskazują, że minimaliści częściej:

- prowadzą duże firmy (między 500 a 999 pracowników)
- częściej zarządzają firmami z kapitałem zagranicznym (udział między 25 a 99%)
- prowadzą spółki akcyjne rejestrowane na giełdzie
- identyfikują się z *globalną klasą biznesową*.

W tabeli 1. widać, że wśród polskich liderów postawy minimalistyczne były szczególnie rozpowszechnione – sięgały 25% liderów prowadzących duże firmy i 40% liderów prowadzących bardzo duże firmy.

Badania koncentrujące się na konsumentach, jako aktorach pozostających w złożonych relacjach ze zjawiskiem CSR, podejmują próby udzielenia odpowiedzi na pytania takie jak: na ile działania firm z zakresu CSR kształtują decyzje konsumenckie?²², jakie są możliwości wymuszania przez konsumentów określonych działań ze strony firm?, jakie są oczekiwania i postawy konsumentów wobec działań z zakresu CSR?²³. Wymienić tu można również badania prowadzone w 33 krajach świata, uwzględniające podział na kraje wysoko rozwinięte i rozwijające się. Badania te przyjmują formę sondażu i w Polsce realizowane były przez CBOS²⁴. Badania zawierające podobne wątki są aktualnie prowadzone przez zespół badaczy Akademii Leona Koźmińskiego, w ramach projektu „Postawy ekonomiczne Polaków w warunkach niepewności gospodarczej”²⁵. Autorka niniejszego tekstu jest w nim odpowiedzialna za wskaźniki dotyczące problematyki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Narzędzie badawcze (kwestionariusz ankiety) skonstruowane zostało tak, by zawierało między innymi pytania dotyczące CSR, z których wiele zostało już zadanych w ramach innych ba-

²² T.J. Brown, P.A. Dacin, *The company and the product: Corporate associations and consumer product responses*, „Journal of Marketing” 61(1997), s. 68-84.

²³ Na przykład: I. Maigán, *Consumers' perception of corporate social responsibilities: A cross-cultural comparison*, „Journal of Business Ethics” 30(2001), s. 57-72.

²⁴ CBOS, *Společna odpowiedzialność wielkich firm, opinie ludności 33 krajów świata*. Komunikat z badań, 2006.

²⁵ Projekt nr 2011/01/B/HS6/05136, realizowany przez zespół badawczy pracowników Akademii Leona Koźmińskiego pod kierownictwem prof. dr hab. Krzysztofa Zagórskiego.

dań (m. n. wspomnianych badań Trappman i Bluhm). Zabieg ten umożliwia prowadzenie pewnych porównań, np. pomiędzy postawami przedsiębiorców (wskazanymi w powyższej tabeli) a postawami całej populacji (patrz tabela 2).

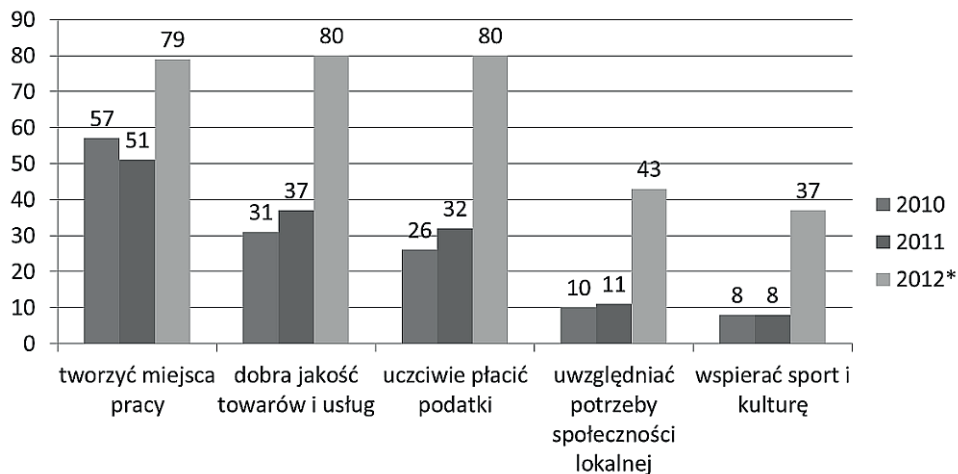
Tabela 2. Przedsiębiorstwa powinny być odpowiedzialne tylko za zwiększanie swych zysków. Rozkład odpowiedzi

N=1020 reprezentatywna próba mieszkańców Polski	Przedsiębiorstwa powinny być odpowiedzialne tylko za zwiększanie swych zysków
Zdecydowanie się zgadzam	8%
Raczej się zgadzam	18%
I tak, i nie	19%
Raczej się nie zgadzam	36%
Zdecydowanie się nie zgadzam	12%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań „Postawy ekonomiczne Polaków w warunkach niepewności gospodarczej”, projekt realizowany w Akademii Leona Koźmińskiego pod kierownictwem prof. dr hab. Krzysztofa Zagórskiego.

Inne badania polskie, realizowane z zastosowaniem omawianej perspektywy, to np. badania GfK Polonii, przeprowadzone na zlecenie Business Center Club²⁶. Na ich podstawie można wnioskować o oczekiwaniach, jakie Polacy mają w stosunku do przedsiębiorstw. Poniższy wykres (Wykres 1) ilustruje zestawienie wyników uzyskanych przez GfK Polonia w latach 2010 i 2011 z wynikami uzyskanymi w odpowiedzi na analogiczne pytanie zadane w kwestionariuszu badań realizowanych przez ALK.

²⁶ GfK Polonia dla BCC, *Badanie wśród pracowników dot. społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport z badania jakościowego*, 2010a; GfK Polonia dla BCC, *Badanie wśród przedsiębiorców dot. społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport z badania jakościowego*, 2010b; GfK Polonia dla BCC, *Stan CSR w polskich firmach. Raport z badania ilościowego wśród przedsiębiorców*, 2010c; GfK Polonia dla BCC, *Společna odpowiedzialność biznesu. Raport z badania omnibusowego*, 2010d; GfK Polonia dla BCC, *Společna odpowiedzialność biznesu. Raport z badania omnibusowego*, 2011.



Wykres 1. Jakie warunki powinna spełniać firma, by uznać ją za odpowiedzialną? Rozkład odpowiedzi

Źródło: opracowanie własne na podstawie GfK Polonia i danych z projektu „Postawy ekonomiczne Polaków w warunkach niepewności gospodarczej”.

Pytanie zadane przez GfK Polonia brzmiało: „Jakie warunki powinna spełniać firma, by uznać ją za odpowiedzialną?”. Zdecydowaliśmy się zmienić jego pierwotne brzmienie w naszym kwestionariuszu ze względu na przewidywane przez nas niejednoznaczne konotacje słowa *odpowiedzialność* dla przeciętnego respondenta. Zadaliśmy więc pytanie: „Co Pana(i) zdaniem należy do powinności przedsiębiorstw? Czym przedsiębiorstwa powinny się zajmować, a czym nie?” Lista odpowiedzi do wyboru pozostała natomiast taka sama, na powyższym wykresie zilustrowano jedynie skrajne odpowiedzi (trzy najczęściej i dwie najrzadziej wybierane przez respondentów). Skrótowno komentując wykres wypada zwrócić uwagę na trzy rzeczy. Po pierwsze, polskie skojarzenia z odpowiedzialnością przedsiębiorstw dotyczą głównie podstawowej działalności ekonomicznej²⁷. Po drugie, działania najczęściej realizowane przez firmy w ramach szeroko rozumianej odpowiedzialności są stosunkowo najrzadziej wybierane jako powinność przedsiębiorstw. Po trzecie, wyraźna jest różnica ilościowa pomiędzy odpowiedziami udzielonymi w bada-

²⁷ Patrz również: M. B u c h h o l t z, *CSR w Unii Europejskiej – prawne zaklinanie gospodarki?*, w: *Kultura i gospodarka*, J. Kochanowicz, red. M. Marody, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2010.

niach GfK Polonii i ALK. Zasady doboru próby i charakter próby badawczej były takie same w obydwu przypadkach (zarówno GfK Polonia jak i CBOS realizujący badanie na zlecenie ALK, dobierają próbę w sposób losowy, próba jest reprezentatywna i liczy nieco powyżej 1000 osób), nie mogą być więc przyczyną różnic. Nie można również zakładać, że w ciągu roku doszło do tak znaczącej zmiany postaw w populacji. Wiarygodnym wytłumaczeniem wydaje się wrażliwość badanych na formę pytania, w szczególności w sytuacjach, gdy mamy do czynienia z pytaniem dość abstrakcyjnej natury. O tej tendencji badanych należy pamiętać interpretując te i inne badania o charakterze sondażowym. Na podstawie podanych wyników można więc wnioskować co najwyżej o pewnej intuicji badanych, tendencji do postrzegania spraw w taki, nie inny, sposób.

3. PRZEDSIĘBIORSTWA W RÓŻNYCH KONTEKSTACH INSTYTUCJONALNYCH A CSR

W przypadku trzeciej grupy badań prowadzonych w ramach porównawczej perspektywy instytucjonalnej, przedmiotem porównań mogą się stać działania związane z raportowaniem społecznym i ekologicznym, partnerstwa lokalne i współpraca z organizacjami pozarządowymi. Na przykład Meek, Roberts i Gray²⁸ przeprowadzili analizę rocznych (dobrowolnych) raportów wydawanych przez międzynarodowe koncerny pochodzące z Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych i krajów kontynentu europejskiego. Wskazują oni, że pochodzenie przedsiębiorstwa jest znaczące nie tylko jeśli chodzi o liczbę udostępnionych informacji, lecz również ich typ. Oznacza to, że firmy pochodzące z różnych krajów, czy wręcz regionów, wykształciły inne normy dotyczące tego, jakiego rodzaju informacje zawiera się w publicznie dostępnych raportach, a jakiego rodzaju informacje traktuje się jako wewnętrzne i nie udostępniane na zewnątrz organizacji.

Podobne w logice badania przeprowadzili Jackson i Apostolakou²⁹, analizując dane udostępnione przez SAM, niezależną firmę, analizującą zarządzanie aktywami pod kątem trwałego inwestowania (*sustainable investing*).

²⁸ G. Meek, C. Roberts, S. Gray, *Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and continental European multinational corporations*, "Journal of International Business Studies" 26(1995), No 3, s. 555-573.

²⁹ G. Jackson, A. Apostolakou, *Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute?*, "Journal of Business Ethics" 94(2010), No 4, s. 371-394.

Dane te, pochodzące z losowo wybranej próby 1000 największych firm świata, są zbierane głównie za pomocą kwestionariuszy internetowych, przesłanych przez firmy dokumentów, polityk i raportów oraz innych danych dostępnych publicznie³⁰. Celem badaczy było zweryfikowanie szeregu hipotez dotyczących wdrażania polityki CSR, w zależności od charakterystyki sektora lub kraju, w którym znajduje się centrala firmy. Główną osią organizującą badanie była typologia Hall i Soskice (2001), dzieląca gospodarki rynkowe na koordynowane (CMEs, *coordinated market economies*), charakterystyczne dla krajów Europy kontynentalnej i liberalne (LMEs, *liberal market economies*), charakterystyczne dla krajów anglosaskich. Jackson i Apostolakou postawili szereg hipotez np. „Firmy działające w sektorach charakteryzujących się znaczącym oddziaływaniem na interesariuszy będą i intensywniej wdrażały praktyki CSR”, „Firmy mające centrale w krajach z gospodarką koordynowaną intensywniej wdrażają praktyki CSR niż firmy z centralą w krajach z gospodarką liberalną”³¹.

Odchodząc nieco od aspektu porównawczego, ale pozostając w perspektywie instytucjonalnej, warto dodać kilka ważnych wyników pochodzących z wspomnianych już badań GfK Polonia. Rzucają one pewne światło na stopień instytucjonalizacji koncepcji CSR w polskim środowisku gospodarczym. W ramach sondażu prowadzonego wśród właścicieli firm, prezesów, członków zarządu i kadry zarządzającej, przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie 800 osób stwierdzono między innymi, że 64% badanych nie zetknęło się z pojęciem społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Świadomość CSR jest znacznie wyższa wśród przedstawicieli średnich i dużych przedsiębiorstw gdzie wynosi odpowiednio 57% i 74%. Znajomość pojęcia CSR wśród przedstawicieli branż transportowej, usługowej i przemyślu wynosi odpowiednio 38%, 32% i 26%. Ciekawych informacji dostarcza również odpowiedź na pytanie o stopień wdrożenia CSR w firmie.

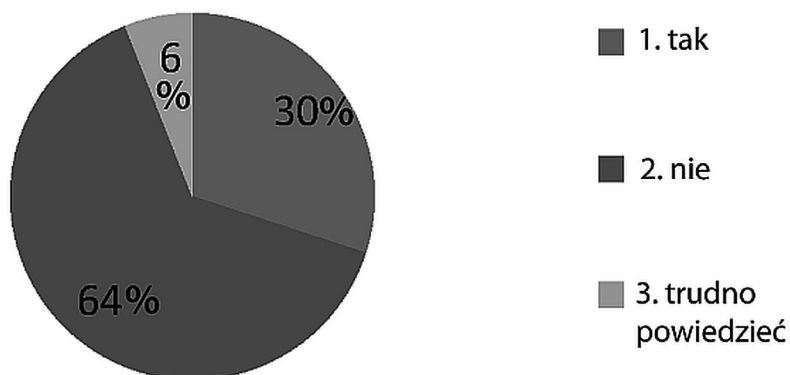
Relatywną powszechność strategii CSR wśród największych firm wiązać należy z mechanizmami izomorfizmu, zarówno mimetycznego (naśladowczego), jak i koercyjnego (opartego na przymusie) i normatywnego (opartego m.in. na procesach profesjonalizacji³²). W sektorze dużych przedsiębiorstw widzimy przykłady każdego z nich – filie firm zagranicznych

³⁰ Tamże, s. 377.

³¹ Tamże, s. 375.

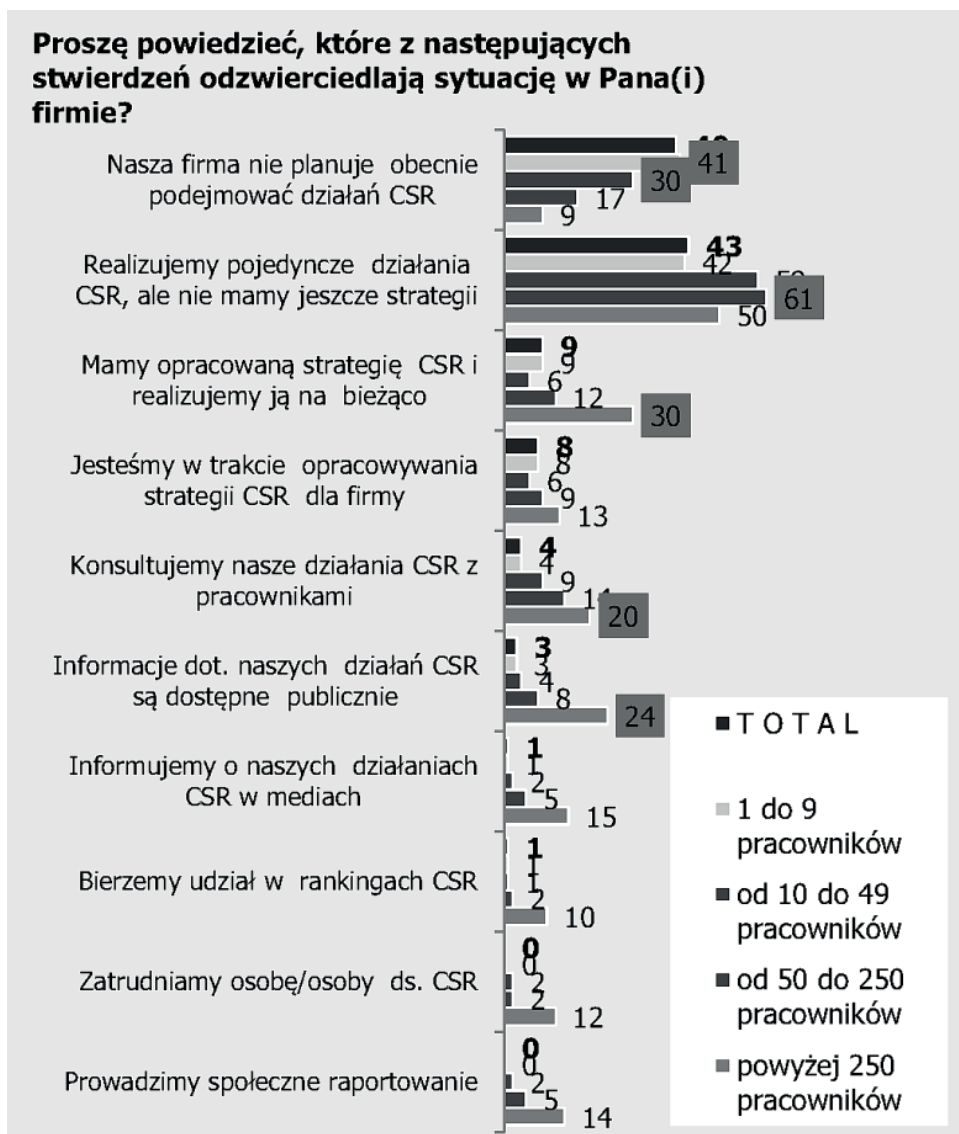
³² P. DiMaggio, W. Powell, *Nowe spojrzenie na „żelazną klatkę”: instytucjonalny izomorfizm i racjonalność zbiorowa w polach organizacyjnych*, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska-Kania i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006.

przejmują politykę centrali (przymus), duże firmy krajowe naśladują swoich konkurentów zagranicznych (mimetyzm), w sektorze tym zatrudniani są zarządzający kończący najlepsze uczelnie biznesowe i ekonomiczne, gdzie uczono ich, między innymi, o społecznej odpowiedzialności (izomorfizm normatywny). Małe i średnie przedsiębiorstwa znajdują się poza polem organizacyjnym dużych firm. Nie oznacza to jednak, że ich właściciele i kadra zarządzająca nie podejmują działań definiowanych jako przynależące do koncepcji CSR. Komentując przytoczone dane warto stwierdzić, że nieznanostwo pojęcia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w jego polskiej, czy angielskiej wersji, nie świadczy o braku odpowiedzialności.



Wykres 2. Rozkład odpowiedzi na pytanie: Czy spotkał(a) się Pan(i) z pojęciem społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)

Źródło: GfK Polonia dla BCC 2010c.



Wykres 3. Stopień wdrożenia CSR w firmie, rozkład odpowiedzi

Źródło: GfK Polonia dla BCC 2010c.

Niemniej jednak powyższe dane warto mieć w pamięci, szczególnie, gdy następnym razem przeczytamy tak popularne w polskiej prasie i literaturze akademickiej sformułowania dowodzące, iż CSR staje się „codziennością”, „czymś powszechnym”, „integralną częścią działalności przedsiębiorstw” itp.

Podsumowując – rozważania nad różnorodnością i uwarunkowaniami CSR niejako siłą rzeczy oznaczają badania porównawcze. Ich skala oraz ambicja, by w sposób wiarygodny wypowiedzieć się o częstości występowania zjawiska i zależnościach obserwowalnych w całych populacjach (pracowników, firm z danej branży, firm działających w danym kontekście narodowym), częstokroć wymaga, by badania te miały reprezentatywny i ilościowy charakter. Badania takie wymagają szczególnie uważnej konceptualizacji i operacjonalizacji zjawisk. Podejście socjologiczne oferuje im nie tylko narzędzia (typu sondaż, analiza dokumentów), lecz również teorie w ramach których ująć można zjawisko społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Jest to o tyle istotne, że badania nad CSR cierpią na swoisty ‘niedowład teoretyczny’. Sama koncepcja definiowana jest bardzo różnie, co – jak przyznają naukowcy – stanowi problem w jej ugruntowaniu nie tylko w praktykach biznesowych, lecz także na polu badań empirycznych³³. Brak spójnej definicji skutkuje problemami z operacjonalizacją badań i pomiarem, w konsekwencji zaś uniemożliwia porównania między wynikami badań. Przykładem mogą tu być niejednoznaczne wyniki badań nad wpływem stosowania strategii CSR i wynikami finansowymi przedsiębiorstwa. Niektórzy twierdzą wręcz, że porównanie owych wyników skłania raczej ku przekonaniu, że związek pomiędzy jednym a drugim jest znikomy lub żaden³⁴.

W dalszej części artykułu zaprezentowane zostanie podejście stroniące od odgórnego narzucania definicji badanych zjawisk. Jest to podejście podkreślające procesualność i zmienność rzeczywistości społecznej, w którym dąży się raczej do odtworzenia sposobu, w jaki zjawiska definiowane są przez aktorów społecznych funkcjonujących w określonych kontekstach. Badaczy interesuje tu nie tyle rozkład zjawiska w populacji, jego natężenie i zmienność (różnorodność), ile ob-

³³ R. Aguilera, C. Williams, *Corporate Social Responsibility in a comparative perspective*, w: *Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, red. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel, Oxford: Oxford University Press 2008, s. 452-472; J. Campbell, *Why would companies behave in socially responsible ways? An institutional theory of Corporate Social Responsibility*, „Academy of Management Review” 32(2007), No 3, s. 946-967.

³⁴ *Special Report. Corporate Social Responsibility*, „The Economist” 17th January 2008; M. Orliitzky, *Corporate Social Performance and Financial Performance: A Research Synthesis*, w: *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, ed. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel, Oxford: Oxford University Press 2008, s. 113-136.

serwacja znaczenia i roli jakie dane zjawisko ma w konkretnym kontekście i w konkretnym przypadku (np. konkretnej firmy), bądź też po prostu sposób postrzegania zjawiska przez różne grupy mające styczność z interesującą badacza sytuacją. Zastosowanie podejścia jakościowego pozwala badaczowi zrozumieć różnorodne i kontekstualne uwarunkowania zjawiska oraz dostrzec to, czego nie jest w stanie zobaczyć stosując odgórnie narzucone kategorie analityczne (jak ma to miejsce w badaniach ilościowych).

DYNAMIKA PROCESU WDROŻENIA CSR W PERSPEKTYWIE INTERPRETATYWNEJ

Opisane do tej pory założenia perspektywy instytucjonalnej odnosiły się do jednego z dwóch możliwych kierunków oddziaływań pomiędzy instytucjami i działaniami społecznymi. Dotyczyły mianowicie wpływu instytucji na działania aktorów społecznych – kształtowania norm, oczekiwań i preferencji, decyzji i działań pojedynczych aktorów oraz koordynowania działań zbiorowych, a tym samym pośredniego wpływania na ich wynik. W tym sensie badanie uwarunkowań, w jakich przedsiębiorstwa podejmują działania o charakterze odpowiedzialnym, bądź nieodpowiedzialnym, wymaga zbadania otoczenia instytucjonalnego i sposobu, w jaki kształtuje ono owe działania. Na działania aktorów i ich sposób wdrażania społecznej odpowiedzialności wpływ mają nie tylko reguły gry³⁵, lecz również zachowania innych uczestników danego procesu społecznego, podejmowane w ramach tego samego otoczenia instytucjonalnego. Rola aktorów społecznych nie ogranicza się jednak tylko do wpływania na zachowania innych „graczy”. W dłuższej perspektywie ich działania wpływają bowiem na podtrzymywanie, modyfikację, tworzenie lub niszczenie instytucji³⁶ – a więc również CSR, który można rozumieć jako swoisty projekt instytucjonalny. Instytucje są bowiem „zamieszkałe” przez ludzi (*inhabited by people*)³⁷, a zatem wpływ działań

³⁵ D.C. North, *Efektywność gospodarcza w czasie*, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska-Kania i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006.

³⁶ P. DiMaggio, W. Powell, *Nowe spojrzenie na „żelazną klatkę”: instytucjonalny izomorfizm i racjonalność zbiorowa w polach organizacyjnych*, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska – Kania i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006; T.B. Lawrence, R. Suddaby, *Institutions and Institutional Work*, w: *Handbook of Organizational Studies*; P. Tolbert, L. Zucker, *The institutionalization of institutional theory*, w: *Handbook of organizational studies*, s. 175-190.

³⁷ T. Hallet, M. Ventresca, *Inhabited Institutions: Social Interactions and Organizational Forms in Gouldner's "Patterns of Industrial Bureaucracy"*, "Theory and Society" 35(2006), s. 213-236.

społecznych na kształt struktury instytucjonalnej konstytuuje drugi możliwy kierunek oddziaływań.

Zaobserwowanie tego wpływu wymaga przyjęcia jakościowej perspektywy interpretatywnej³⁸, odtwarzającej sposób rozumienia zjawisk przez aktorów społecznych i śledzącej działania i ich efekty w konkretnych, zakorzenionych w kontekście przypadkach. Zwrócono już uwagę na fakt, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw może być różnie rozumiana w różnych kontekstach kulturowych, instytucjonalnych i społecznych. Tym samym dla całościowego ujęcia zagadnienia ważne staje się zagadnienie społecznych definicji zjawiska. Jak ludzie (przedsiębiorcy, pracownicy, przedstawiciele różnych branż itp.) rozumieją społeczną odpowiedzialność firm? Jakiego rodzaju doświadczenia kształtują te definicje? W jaki sposób definicje te przekładają się na działania związane ze społeczną odpowiedzialnością i jakie są efekty tych działań?

Badania jakościowe nad społeczną odpowiedzialnością mogą podążać co najmniej dwoma tropami. Pierwszy z nich rezygnuje z wymiaru dynamicznego i koncentruje się na odtwarzaniu sposobu, w jaki społeczna odpowiedzialność rozumiana jest przez różne grupy mniej lub bardziej bezpośrednio związane z jej wdrażaniem. Najczęściej stosowanym narzędziem badawczym są tu oczywiście pogłębione wywiady indywidualne oraz zogniskowane wywiady grupowe. Znowu jako przykład podać można badania GfK Polonii zrealizowane na zlecenie BCC. Badania jakościowe miały na celu rekonstrukcję postrzegania społecznej odpowiedzialności przez specjalistów z zakresu Human Resources, Public Relation, CSR oraz przez „zwykłych” pracowników. Stanowią one doskonałe uzupełnienie dla omawianych w poprzedniej części artykułu badań ilościowych. Pozwalają stwierdzić, co badani z tych grup rozumieją pod takimi hasłami jak „odpowiedzialność biznesu”, „wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn w miejscu pracy”, „równowaga między życiem prywatnym i zawodowym” i w jaki sposób postrzegają powinności firm w tym zakresie.

Innego przykładu dostarczają badania Arenasa, Lozano i Albaredy³⁹ nad postrzeganiem społecznej odpowiedzialności w środowisku biznesowym, pozarządowym i w środowisku związków zawodowych w Hiszpanii. Ich wnioski dostarczają ciekawej i krytycznej refleksji. Zwracają uwagę na niejednoznaczną rolę organizacji pozarządowych jako aktorów jednocześnie naciskających na firmy by wdrażały koncepcję CSR, i oferujących im odpowiednie certyfikaty. Ponadto przedstawiciele biznesu i związków zawodowych podkreślają, że wiele

³⁸ Tamże.

³⁹ D. Arenas, J.M. Lozano, J. Albareda, *The Role of NGOs in CSR: Mutual Perceptions Among Stakeholders*, „Journal of Business Ethics” 88(2009), No 1, s. 175-197.

organizacji nie spełnia wymogów, których oczekuje się od przedsiębiorstw, na czele z wymogiem transparentności, zaś ich żądania często nie przystają do rzeczywistości biznesowej.

Drugi trop koncentruje się na procesach związanych z wdrażaniem społecznej odpowiedzialności. Badania te korzystają z metody etnograficznej⁴⁰, studium przypadku⁴¹, czy metody rozszerzonych przypadków⁴². Na poziomie teoretycznym przyjmują one interakcyjne podejście do instytucji, to jest badanie ich genezy oraz wpływu, jaki na ich powstanie miały poszczególne grupy aktorów społecznych, będących jednocześnie częstokroć grupami interesu. Interes, władza i konflikt wpływają nie tylko na zachowania aktorów, lecz również na kontekst instytucjonalny, w jakim aktorzy ci występują. Przykładowo Tolbert i Zucker, opisując proces zakorzeniania instytucji w danym środowisku (instytucjonalizacji) zaznaczają, że jego początkiem jest zaproponowanie rozwiązania problemu przez jakąś grupę lub jednostkę (tzw. poziom *habitualizacji*). Rozpowszechnienie owego rozwiązania zależy od siły oddziaływania liderów, uznawanych w danym środowisku za grupę wyznaczającą standardy. Jest więc zależne od grupy interesu, dysponującej określonymi zasobami symbolicznymi. To ta grupa dostarcza zaproponowanemu rozwiązaniu uzasadnienia normatywnego. Etap ten nosi nazwę „obiektywizacji”. Ostateczny sukces instytucji, oznaczający jej sedymentację w strukturze (stąd etap nazwany jest *sedymentacją*), uzależniony jest między innymi od stałego poparcia grup interesu oraz od niskiej skuteczności działań opozycyjnych wobec niej grup interesu⁴³.

Autorzy skupiający uwagę na powstawaniu instytucji i procesach instytucjonalizacji wskazują, że chociaż te ostatnie z definicji posiadają trwałą naturę, to ich reprodukcja w czasie zależna jest od działań jednostek i organizacji⁴⁴. Stąd też analizy instytucji abstrahujące od władzy aktorów społecznych, polegającej np. na

⁴⁰ Na temat specyfiki metody patrz np.: M. K o s t e r a, *Antropologia organizacji*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2003.

⁴¹ Na temat specyfiki metody patrz np.: M. S t r u m i ń s k a - K u t r a, I. K o ł a d k i e w i c z, *Studium przypadku*, w: *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, t. II, red. D. Jemieliński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s.1-40.

⁴² Na temat specyfiki metody patrz np.: M. B u r a w o y i i n., *Global ethnography: Forces, Connections and Imaginations in a Postmodern World*, Berkeley-Los Angeles, California: California University Press 2001.

⁴³ P. T o l b e r t, L. Z u c k e r, *The institutionalization of institutional theory*, w: *Handbook of Organizational Studies*, s. 175-190.

⁴⁴ P. B e r g e r, T. L u c k m a n n, *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010; A. G i d d e n s, *Stanowienie społeczeństwa: zarys teorii strukturalizacji*, Poznań: Zysk i S-ka 2003; C. O l i v e r, *Strategic responses to institutional processes*, "Academy of Management Review" 16(1991), No 4, s. 145-179.

posiadaniu określonych kompetencji społecznych (*social skills*⁴⁵), jak zdolność posługiwania się zasobami symbolicznymi, czy zdolność tworzenia koalicji, podobnie jak analizy ignorujące strategie działań aktorów, wydają się być co najmniej niepełne.

Zaprezentowana perspektywa przesunęła zainteresowanie części instytucjonalistów z relacji przebiegającej w kierunku instytucje – aktorzy, na relację o kierunku odwrotnym: aktorzy – instytucje. Podstaw teoretycznych do przyjęcia tego typu perspektywy dostarczają, na przykład, rozważania z dziedziny studiów organizacyjnych, w tym w szczególności artykuł na temat tzw. przedsiębiorczości instytucjonalnej (*institutional entrepreneurship*), autorstwa DiMaggio, opublikowany pod symptomatycznym tytułem „Interesy i podmiotowość sprawcza w teorii instytucjonalnej” (*Interest and agency in institutional theory*)⁴⁶.

Podsumowując, analizy nad tzw. pracą instytucjonalną (*institutional work*) obejmują trzy podstawowe założenia⁴⁷. Podkreśla się znaczenie świadomości, umiejętności i refleksyjności pojedynczych i kolektywnych aktorów społecznych. Traktuje się ich jako racjonalnych w tym sensie, że są oni zdolni do pracy według instytucjonalnie zdefiniowanej logiki efektów i odpowiedniości⁴⁸. Adaptacja do warunków jednocześnie zmiennych i stawiających określone żądania, wymaga od nich kulturowo zdefiniowanych form kompetencji i wiedzy, jak również kreatywności⁴⁹. Zakłada się też, że instytucje konstytuowane są przez mniej lub bardziej świadome praktyki indywidualnych i kolektywnych aktorów społecznych. Stąd też główne zainteresowanie kierowane jest na zestawy praktyk podtrzymujących dane instytucje, tworzące instytucje zupełnie nowe, lub też na praktyki niszczące instytucje dotychczas istniejące. Ostatnie twierdzenie odnosi się do instytucjonalnego zakorzenienia innowacji instytucjonalnych.

Jako charakterystyczne dla tego podejścia wymienić można badania Bondy ujmujące CSR jako element gry o władzę w organizacji⁵⁰, oraz przeprowadzone przeze mnie badania nad instytucjonalizacją CSR jako proces warunkowany przez

⁴⁵ T.B. Lawrence, R. Suddaby, *Institutions and Institutional Work*, w: *Handbook of Organizational Studies*.

⁴⁶ P. DiMaggio, *Interest and agency in institutional theory*. w: *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*, red. L.G. Zucker, Cambridge, Mass.: Ballinger 1988, s. 3-22.

⁴⁷ T.B. Lawrence, R. Suddaby, *Institutions and Institutional Work*, w: *Handbook of Organizational Studies*.

⁴⁸ J.G. March, *A primer on decision making*, New York: Free Press 1994.

⁴⁹ P. Cassell, *The Giddens reader*, Stanford, CA: Stanford University Press 1993; A. Giddens, *Stanowienie społeczeństwa: zarys teorii strukturacji*, Poznań: Zysk i S-ka 2003.

⁵⁰ C. Bondy, *The Paradox of Power in CSR: A Case Study on Implementation*, “Journal of Business Ethics” 82(2008), No 2, s. 307-323.

władzę aktorów i ramy instytucjonalne ich funkcjonowania⁵¹. Pierwsze wspomniane badania pokazują w jaki sposób decyzja o wdrażaniu koncepcji CSR zaburza zastane relacje władzy i interesów, uruchamiając tym samym procesy pozwalające na redefinicję tych relacji. Kształt CSR-u wdrażanego w organizacji staje się tym samym wypadkową sił oddziaływujących na proces implementacji.

Badania nad społecznymi i instytucjonalnymi uwarunkowaniami CSR prowadzone metodą wielokrotnego studium przypadku pozwoliły zaobserwować między innymi: a) istnienie *sieci odpowiedzialności* (*responsibility networks*⁵²), czyli zależność odpowiedzialności przedsiębiorstwa od odpowiedzialnych działań administracji publicznej; b) sposób w jaki konkretne doświadczenia społeczności lokalnej kształtowały postrzeganie odpowiedzialności przedsiębiorstw (przedsiębiorstwo jako przedmiot i jako podmiot odpowiedzialności⁵³); c) ograniczone możliwości nacisku społeczności lokalnych (w tym nacisku z wykorzystaniem akcji medialnych) na przedsiębiorstwa, wynikające przede wszystkim z niesprawności systemu egzekucji norm i regulacji prawnych.

PODSUMOWANIE – W STRONĘ PRAGMATYZMU

Jak wykazują analizy literatury z zakresu CSR, traktowanie tego zjawiska jako zmiennej zależnej, czyli podlegającej wyjaśnieniu, nie jest popularnym podejściem badawczym⁵⁴. Tymczasem znajomość kontekstu, który kształtuje rozumienie i działania podejmowane w związku z wdrażaniem koncepcji społecznej odpowiedzialności jest centralnym warunkiem powodzenia tego przedsięwzięcia. „Jeden rozmiar nie pasuje wszystkim”, działania w jednym kraju uznawane za hojne, w innym mogą być postrzegane za przejaw hipokryzji, określone propozy-

⁵¹ M. Strumińska-Kutra, *Rekonstrukcje odpowiedzialności*, w: W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2010.

⁵² D. Matten, J. Moon, 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility, "Academy of Management Review" 33(2008), No 2, s. 404-424.

⁵³ M. Strumińska-Kutra, *Przedsiębiorstwo. Przedmiot, czy podmiot odpowiedzialności? Instytucjonalne uwarunkowania odpowiedzialności*, „Master of Business Administration (MBA)” 2011, nr 4, s. 69-83.

⁵⁴ J.D. Margolis, J.P. Walsh, *Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business*, "Administrative Science Quarterly" 48(2003), s. 268-305; G. Jackson, A. Apostolaku, *Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute?*, "Journal of Business Ethics" 94(2010), No 3, s. 371-394.

cje CSR-owych strategii, wypracowane w centralach firm i uznawane tam za wartościowe, czy oczywiste, mogą się wydać śmieszne i dziwaczne w filiach funkcjonujących w innych krajach. Różnice te występują nie tylko w najbardziej oczywistym narodowo-kulturowym wymiarze. Są związane z charakterystyką najbliższego otoczenia społecznego i instytucjonalnego organizacji, specyfiką jej działalności itp. Warto zdać sobie również sprawę z faktu, że wdrożenie CSR oznacza zmianę organizacyjną, a więc naruszenie *status quo* i szansę na zredefiniowanie relacji władzy w organizacji. Koncepcja CSR w zetknięciu z rzeczywistością społeczną staje się swego rodzaju instytucjonalną hybrydą – połączeniem pierwotnego, *idealnego* wzorca z lokalnymi wzorcami dotyczącymi działalności gospodarczej. Niechęć do uznania tego faktu, bądź też brak jego świadomości wśród decydentów, prowadzić może do rytualizacji i fasadowego charakteru CSR praktykowanego w przedsiębiorstwach. Brak dopasowania pomiędzy proponowanym projektem instytucjonalnym a zastaną rzeczywistością grozi marginalizacją tego pierwszego.

Znajomość kontekstu może pomóc nam w wyborze odpowiedniego sposobu postępowania. Wracając więc do dwóch wyróżnionych na wstępie obszarów zainteresowań: różnorodności CSR i dynamiki procesu wdrażania CSR, warto zwrócić uwagę, że w przypadku pierwszego z nich, wraz z zastosowaniem podejścia ilościowego zyskujemy możliwość diagnozy *status quo* i wyjaśnienia uwarunkowań, w których zamierzamy działać. Badania te dostarczają nam:

- znajomości postaw i oczekiwań w populacji (w społeczeństwie, w branży, w grupie zawodowej)
- znajomości podejmowanych działań (natężenia, częstości)
- rozpoznania najważniejszych czynników wpływu.

Drugi z wyróżnionych obszarów, analiza procesu i charakterystyczne dla niej podejście jakościowe, dostarcza opisu i ilustracji mechanizmów związanych z wdrażaniem koncepcji w konkretnych układach społecznych, a więc:

- znajomości procesu,
- rekonstrukcja znaczeń,
- szczegółowość opisu i wyjaśnienia.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilera R., Williams C.: Corporate Social Responsibility in a comparative perspective, w: *Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, ed. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel, Oxford: Oxford University Press 2008, s. 452-472.
- Aman A. Jr.: Privatization and the democracy problem in globalization: Making markets more accountable through administrative law, "Fordham Urban Law Journal" 28(2001), s. 1477-1506.
- Arenas D., Lozano J.M., Albarada J.: The Role of NGOs in CSR: Mutual Perceptions Among Stakeholders, "Journal of Business Ethics" 88(2009), No 1, s. 175-197.
- Berger P., Luckmann T.: *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2010.
- Bluhm K., Trappmann V.: Varying concepts of corporate social responsibility? – beliefs and practices in Central Europe, w: *Business Leaders and New Varieties of Capitalism in Post-Communist Europe*, ed. Bluhm, K., B. Martens, V. Trappmann, Routledge 2012.
- Bondy C.: The Paradox of Power in CSR: A Case Study on Implementation, "Journal of Business Ethics" 82(2008), No 2, s. 307-323.
- Brammer S., Jackson G., Matten D.: Corporate Social Responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance. "Socio-Economic Review" 10(2012), No 1, s. 3-28.
- Brown T.J., Dacin P.A.: The company and the product: Corporate associations and consumer product responses, "Journal of Marketing" 61(1997), No 1, s. 68-84.
- Buchholtz M.: CSR w Unii Europejskiej – prawne zaklanie gospodarki?, w: *Kultura i gospodarka*, J. Kochanowicz, red. M. Marody, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2010.
- Burawoy M. i in.: *Global ethnography: Forces, Connections and Imaginations in a Postmodern World*, Berkeley-Los Angeles, California: California University Press 2001.
- Campbell J.: Why would companies behave in socially responsible ways? An institutional theory of Corporate Social Responsibility, "Academy of Management Review" 32(2007), No 3, s. 946-967.
- Cassell P.: *The Giddens reader*, Stanford, CA: Stanford University Press 1993.
- CBOS, *Spoleczna odpowiedzialność wielkich firm, opinie ludności 33 krajów świata. Komunikat z badań*, 2006.
- Diamond S.F.: The "race to the bottom" returns: China's challenge to the international labor movement, "University of California at Davis Journal of International Law and Policy" 2003, No 10, s. 39-74.
- DiMaggio P., Powell W.: Nowe spojrzenie na „żelazną klatkę”: instytucjonalny izomorfizm i racjonalność zbiorowa w polach organizacyjnych, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska-Kania i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006.
- DiMaggio P.: Interest and agency in institutional theory. w: *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*, ed. L.G. Zucker, Cambridge, Mass.: Ballinger 1988, s. 3-22.
- Doh J.P., Guay T.R.: Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective, "Journal of Management Studies" 2006, s. 47-73.
- Esping-Andersen G.: *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Oxford: Oxford Polity Press 1990.
- Explaining Institutional Change. Ambiguity, Agency and Power*, ed. J. Mahoney, K. Thelen, Cambridge: Cambridge University Press 2010.

- Fukukawa K., Moon J.: A Japanese model of corporate social responsibility? A study of website reporting, "Journal of Corporate Citizenship" 16(2004), s. 45-60.
- GfK Polonia dla BCC, Badanie wśród pracowników dot. społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport z badania jakościowego, 2010a.
- GfK Polonia dla BCC, Badanie wśród przedsiębiorców dot. społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport z badania jakościowego, 2010b.
- GfK Polonia dla BCC, Społeczna odpowiedzialność biznesu. Raport z badania omnibusowego, 2010d.
- GfK Polonia dla BCC, Społeczna odpowiedzialność biznesu. Raport z badania omnibusowego, 2011.
- GfK Polonia dla BCC, Stan CSR w polskich firmach. Raport z badania ilościowego wśród przedsiębiorców, 2010c.
- Giddens A.: Stanowienie społeczeństwa: zarys teorii strukturacji, Poznań: Zysk i S-ka 2003.
- Grant D.S., Downey L.: Regulation through information: An empirical analysis of the effects of state sponsored right-to-know programs on industrial toxic pollution, "Policy Studies Review" 14(1996), No 3-4, s. 339-352.
- Grant D.S.: Allowing citizen participation in environmental regulation: An empirical analysis of the effects of right-to-sue and right-to-know provisions on industry's toxic emissions, "Social Science Quarterly" 78(1997), No 4, s. 859-874.
- Hall P., Soskice D.: An Introduction to Varieties of Capitalism, w: *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*, ed. P. Hall and D. Soskice, Oxford: Oxford University Press 2001, s. 170.
- Hallet T., Ventresca M.: Inhabited Institutions: Social Interactions and Organizational Forms in Gouldner's "Patterns of Industrial Bureaucracy", "Theory and Society" 35(2006), s. 213-236.
- Hampden-Turner Ch., Trompenaars A.: Siedem kultur kapitalizmu: USA, Japonia, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Szwecja, Holandia, Warszawa: PWE 2006.
- Hampden-Turner Ch., Trompenaars A.: Siedem wymiarów kultury: znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej, Kraków: Oficyna Ekonomiczna 2002.
- Hofstede G., Hofstede G.J.: Kultury i organizacje, Kraków: Oficyna Ekonomiczna 2002.
- Inglehart R.: Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies, Princeton, NJ: Princeton University Press 1997.
- Jackson G., Apostolou A.: Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute?, "Journal of Business Ethics" 94(2010), No 3, s. 371-394.
- Kostera M.: Antropologia organizacji, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2003.
- Lawrence T.B., Suddaby R.: *Institutions and Institutional Work*, w: Handbook of Organizational Studies, 2nd ed., ed. C. Clegg, C. Hardy, London: Sage Publications 2006.
- Lofland J., Snow D.A., Anderson L., Lofland L.H.: Analiza układów społecznych. Przewodnik metodologiczny po badaniach jakościowych, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2010.
- Maignan I.: Consumers' perception of corporate social responsibilities: A cross-cultural comparison, "Journal of Business Ethics" 30(2001), s. 57-72.
- March J.G.: A primer on decision making, New York: Free Press 1994.
- Margolis J.D., Walsh J.P.: Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business, "Administrative Science Quarterly" 48(2003), s. 268-305.
- Matten D., Moon J.: "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for understanding CSR in Europe, w: *CSR across Europe*, ed. A. Habisch, J. Jonker, M. Wegner, R. Schmidpeter, Berlin: Germany: Springer-Verlag 2004, s. 335-356.

- Matten D., Moon J.: "Implicit" and "Explicit" CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility, "Academy of Management Review" 33(2008), No 2, s. 404-424.
- Meek G., Roberts C., Gray S.: Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and continental European multinational corporations, "Journal of International Business Studies" 26(1995), No 3, s. 555-573.
- North D.C.: Efektywność gospodarcza w czasie, w: Współczesne teorie socjologiczne, red. A. Jasińska-Kania i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2006.
- Oliver C.: Strategic responses to institutional processes, "Academy of Management Review" 16(1991), No 4, s. 145-179.
- Orlitzky M.: Corporate Social Performance and Financial Performance: A Research Synthesis, w: *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, ed A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, D. Siegel, Oxford: Oxford University Press, s. 113-136.
- Special Report. Corporate Social Responsibility, "The Economist" 17th January 2008.
- Strumińska-Kutra M., Kołodkiewicz I.: Studium przypadku, w: *Badania jakościowe. Podręcznik akademicki*, t. II, red. D. Jemielniak, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 1-40.
- Strumińska-Kutra M.: *Przedsiębiorstwo. Przedmiot, czy podmiot odpowiedzialności? Instytucjonalne uwarunkowania odpowiedzialności*, „Master of Business Administration (MBA)” 19(2011), nr 4, s. 69-83.
- Strumińska-Kutra M.: Rekonstrukcje odpowiedzialności, w: W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar 2010.
- Tolbert P., Zucker L.: The institutionalization of institutional theory, w: *Handbook of Organizational Studies*, s. 175-190.
- Vitell S.J., Paolillo J.G.: A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and social responsibility, "Business Ethics" 13(2004), No 2-3, s. 185-199.
- Waldman D.A., Sully de Luque M., Washburn N., House R.J.: Cultural and leadership predictors of corporate social responsibility values of top management: A GLOBE study of 15 countries, "Journal of International Business Studies" 37(2006), s. 823-837.
- Williams C.A., Conley J.: An Emerging Third Way?: The Erosion of the Anglo-American Shareholder Value Construct, "Cornell International Law Journal" 38(2005), No 2, s. 493-551.

SOCIOLOGICAL CONTRIBUTION TO THE DEBATE
ABOUT *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

S u m m a r y

The sociological perspective can be successfully used in analysis of Corporate Social Responsibility phenomenon. The author presents multiple research of CSR, applying theoretical categories developed in sociology and in related disciplines. She divides the research into two fields: the one focused on the diversity of CSR and the other on CSR dynamics. Quantitative and qualitative methodology is used in both approaches, however the former is more often found in analysis of CSR diversity, while the latter second in investigations devoted to CSR dynamics. Diversified methodology allows for more holistic understanding of CSR phenomenon on different levels of analysis spanning from mega, through macro and mezzo to micro level.

Słowa kluczowe: socjologia ekonomiczna, instytucje, instytucjonalizacja, organizacje, aktorzy społeczni.

Key words: economic sociology, institution, institutionalization, organization, social actors.