

Spółeczna odpowiedzialność biznesu jako realne zobowiązanie przedsiębiorcy wynikające z aksjologii prawnej

Maciej Bernatt

{ Społeczna odpowiedzialność biznesu – pytania na wstępie

- } na ile społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w przypadku polskich przedsiębiorców jest adresowany na zewnątrz, a jak często do wewnątrz przedsiębiorstwa?
- } czym są obecnie dobre praktyki przedsiębiorców w obszarze CSR?
- } na ile CSR jest zintegrowany z głównym obszarem działalności danego przedsiębiorcy?
- } jak często zdarzają się w Polsce sytuacje, w których przedsiębiorcy angażują się w działania w obszarze CSR w konsekwencji ujawnionych nieprawidłowości?
- } jaka jest rola państwa przy upowszechnianiu CSR
- } czy można patrzeć na CSR w oderwaniu od przestrzegania prawa?

{ Konstytucja – źródło wartości dla społecznej odpowiedzialności biznesu

- } Konstytucja może być traktowana jako źródło wartości, które dane społeczeństwo uważa za istotne; tymi wartościami powinni się kierować także przedsiębiorcy przy prowadzeniu działalności gospodarczej
- } Konstytucja „promieniuje” na relacje prywatne
- } na świecie coraz częściej przeważa opinia o konieczności horyzontalnego stosowania praw człowieka:
relacja jednostka – przedsiębiorca jak relacja jednostka - państwo
- } także normy Konstytucji, szczególnie w obszarze praw i wolności jednostki mogą być stosowane horyzontalnie, powinny być uzupełniane przez przepisy ustawowe.

{ Społeczna odpowiedzialność biznesu – regulacja międzynarodowa

- } CSR interesują się organizacje międzynarodowe – efekt – normy *soft law*, które mogą stać się źródłem inspiracji dla przedsiębiorców
- } United Nations Global Compact
 - 10 zasad Global Compact – przestrzeganie przez przedsiębiorców praw człowieka, ochrona środowiska naturalnego
- } Deklaracja ILO ustanawiająca zasady dla przedsiębiorstw wielonarodowych i polityki społecznej
 - wartości przedsiębiorców w obszarze relacji pracy – np. równe traktowanie, pewność zatrudnienia, szkolenia zawodowe
- } Wytyczne OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych
 - ciekawy system wdrażania
- } Dodatkowo regulacje prawa międzynarodowego, stosowane na terenie Europy:
 - Karta Praw Podstawowych (np. prawo pracowników do informacji i konsultacji w ramach przedsiębiorstwa)
 - Europejska Konwencja Praw Człowieka (np. prawo do prywatności)

{ Wartości konstytucyjne i międzynarodowe jako źródło działań przedsiębiorców w obszarze CSR

} Konstytucja, prawo międzynarodowe, kierunkowe normy ustawowe jako źródła wartości przedsiębiorców w obszarze CSR

} Normy ustrojowe w Konstytucji:

- RP jako dobro wspólne wszystkich obywateli,
- RP urzeczywistnia zasady sprawiedliwości społecznej,
- RP zapewnia ochronę środowiska, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju.

} warto przypomnieć, że art. 20 Konstytucji stwierdza, że podstawą ustroju gospodarczego Polski jest „społeczna gospodarka rynkowa” - państwo powinno prowadzić taką politykę gospodarczą, która uwzględnia oddziaływanie przedsiębiorców na społeczeństwo i środowisko naturalne

} Prawa i wolności jednostki – zasada podstawowa – poszanowanie godności ludzkiej

{ Społeczna odpowiedzialność biznesu – ujęcie prawne

} Dwa poziomy CSR

1. Wywiązywanie się z pozytywnych obowiązków określonych przez prawo

Przykład: prawo konsumenta do informacji

2. Dobrowolne działania wychodzące poza obowiązki prawne, ale oparte o wartości systemu prawnego

Przykład: polityka antydyskryminacyjna w przedsiębiorstwie

} Brak potrzeby kodyfikacji – tworzenia przez państwo „kodeksu społecznej odpowiedzialności biznesu”

Potrzeba istnienia precyzyjnych przepisów prawnych umożliwiających przedsiębiorcy określenie swoich zobowiązań

} wywiązywanie się ze społecznej odpowiedzialności biznesu można traktować także jako zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie

} Równość i zakaz dyskryminacji Równość kobiet i mężczyzn

Poziom 1. - dobór pracowników oparty na obiektywnych kryteriach; przyczyny wypowiedzania umów

Poziom 2. - promowanie równościowej polityki w przedsiębiorstwie i u swoich partnerów handlowych, dążenie do zapewnienia równości płac kobiet i mężczyzn, niedyskryminacyjny dobór kontrahentów

Przykład: dyskryminacja pracowników ze względu na wiek i skojarzenia polityczne w Polskim Radio - „złogi gierkowsko-gomułkowskie” (wyroki S.R. dla M.St. W-wy z 2008 i 2009 r. w sprawach M. Kolińskiej-Dąbrowskiej, M. Słomkowskiej-Liberskiej i M. Borkowskiego)

} Ochrona praw pracowników i wolność zrzeszania się

Poziom 1. - przeciwdziałanie mobbingowi i molestowaniu, wysokie standardy bezpieczeństwa pracy

Poziom 2. - inwestowanie w pracowników (szkolenia), organizacja czasu pracy, ochrona sygnalistów, rodzaje zawieranych umów, ochrona pracowników w ramach łańcucha dostaw, promowanie wolności związkowej

} Przykład

- sprawa Piotra Sułka i Post Media Serwis (wyrok S.O. w W-wie z 27 maja 2010 r.)
- sprawa Sławomira M. i agencji Ekotrade (wyrok S.O. w W-wie z 19 czerwca 2009 r.)
- naruszenia praw pracowniczych w supermarketach (szczególnie wynagrodzenie za pracę w godzinach nadliczbowych) – wyrok S.A. w Gdańsku z 17 lipca 2007 r.
- naruszanie praw pracowniczych u podwykonawców firmy G-Star w Indonezji,
- raport Clean Clothes Campaign - produkcja odzieży dla Carrefour, Tesco, Aldi, Lidl i Walmart

{ Wolność słowa i ochrona prywatności

} Wolność słowa

Poziom 1. dopuszczenie prawdziwych wypowiedzi krytycznych wobec przedsiębiorcy wewnątrz przedsiębiorstwa

Poziom 2. dopuszczenie prawdziwych wypowiedzi krytycznych wobec przedsiębiorcy na zewnątrz przedsiębiorstwa

} Przykład

- występowanie z powództwami typu SLAPP (ang. *strategic lawsuit against public participation*) – wyrok SA w Łodzi z 17 maja 2006 r. w sprawie z powództwa ING N-N; sprawa „Mc Libel” - wyrok ETPCz z 15 lutego 2005 ws. *Steel and Morris przeciwko Wielkiej Brytanii*

} Ochrona prywatności, ochrona danych osobowych

Poziom 1. - wymuszanie zgody na przetwarzanie danych osobowych pracowników, monitorowanie pracy pracowników bez ich wiedzy

Poziom 2. - proporcjonalność zbierania danych osobowych, reklama a prawo do prywatności konsumenta

} Przykład

- wyrok NSA z 1 grudnia 2009 r. ze skargi LG na decyzję GIODO (nieproporcjonalność pobierania linii papilarnych, zagadnienie zgody)

{ Ochrona konsumentów, ochrona środowiska

} Ochrona konsumentów

Poziom 1. pełna informacja (informacja wystarczająca do prawidłowego i pełnego korzystania z towaru), sposób sporządzania umów (czytelność wzorców, klauzule abuzywne), niewywiązywanie się z postanowień kodeksów dobrych praktyk, reklama nieprawdziwa i wprowadzająca w błąd

Poziom 2. prawo odstąpienia od umowy, umożliwienie odstąpienia od umowy zamiast naprawy produktu; sposób reklamowania usług i produktów (godność, stereotypy), edukacja konsumentów

} Przykład: sprawa Jolanty Kramarz i Carrefour Polska Sp. z o.o. (ugoda z 28 stycznia 2008 r. przed S.O. w Warszawie)

} Ochrona środowiska

Poziom 1. rygorystyczne wywiązywanie się z przepisów dot. emisji zanieczyszczeń, wprowadzanie konsumentów w błąd przy informowaniu o ekologicznym pochodzeniu produktu

Poziom 2.- „inteligentne” zarządzanie zużyciem energii, edukacja konsumentów, uwzględnianie głosu opinii publ. przy prowadzonych inwestycjach

} Przykład: skarga Inpade i Friends of the Earth przeciwko Shell (kwestia zanieczyszczenia środowiska w sąsiedztwie rafinerii w Buenos Aires)

- } społeczna odpowiedzialność biznesu może być postrzegana przez pryzmat wartości prawnych
- } społeczna odpowiedzialność biznesu jako realne zobowiązanie przedsiębiorców funkcjonujące na dwóch poziomach
- } Takie spojrzenie:
 - zakłada pełną integracją poszczególnych obszarów CSR z głównym obszarem działalności gospodarczej
 - pozwala zarządzać ryzykiem związanym z działalnością gospodarczą, zwłaszcza odpowiedzialnością prawną oraz reakcjami opinii publicznej i konsumentów
- } Podniesienie poziomu ochrony praw i wolności jednostki i innych wartości chronionych konstytucyjnie (np. ochrona środowiska) dzięki wdrażaniu CSR

Dziękuję za uwagę.

Maciej Bernatt
Zakład Europejskiego Prawa Gospodarczego WZ UW
maciej.bernatt@gmail.com