

Maciej Bernatt

Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy

Warszawa 2009



Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego

**Spółeczna
odpowiedzialność biznesu**
**Wymiar konstytucyjny
i międzynarodowy**

Centrum Studiów Antymonopolowych i Regulacyjnych Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Piąta publikacja Programu Wydawniczego CSAiR

Seria: Studia i Monografie Antymonopolowe i Regulacyjne

Redaktor serii: dr hab. Tadeusz Skoczny, prof. UW

Centrum Studiów Antymonopolowych i Regulacyjnych (CSAiR)

www.wz.uw.edu.pl/csair

Centrum Studiów Antymonopolowych i Regulacyjnych (CSAiR) zostało utworzone uchwałą Rady Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego z dnia 21 lutego 2007 r. jako „inna wymieniona w regulaminie wydziału jednostka, niezbędna do realizacji zadań wydziału” w rozumieniu § 20 Statutu Uniwersytetu Warszawskiego z dnia 21 czerwca 2006 r.

CSAiR prowadzi między- i interdyscyplinarne badania naukowe oraz prace rozwojowe i wdrożeniowe w zakresie ochrony konkurencji i regulacji sektorowych w gospodarce rynkowej, ale także przygotowuje wydawnictwa zwarte i periodyczne, organizuje lub współorganizuje konferencje, seminaria, warsztaty i szkolenia, a w przyszłości będzie także patronować studiom podyplomowym.

W skład **CSAiR** wchodzi Członkowie Zwyczajni (pracownicy naukowcy Wydziału Zarządzania UW), Członkowie Stowarzyszeni (pracownicy naukowcy innych wydziałów UW, w tym głównie Wydziału Prawa i Administracji i Wydziału Nauk Ekonomicznych, a także innych krajowych i zagranicznych uczelni i jednostek badawczych) oraz Stali Współpracownicy (w tym osoby zatrudnione w polskich i zagranicznych firmach oraz instytucjach publicznych i prywatnych).

Maciej Bernatt

**Społeczna
odpowiedzialność biznesu
Wymiar konstytucyjny
i międzynarodowy**

Warszawa 2009



Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego

Centre of Antitrust and Regulatory Studies Management Faculty, University of Warsaw

Fifth Publication of the Publishing Programme

Series: Antitrust and Regulatory Studies and Monographs

Series editor: Prof. Tadeusz Skoczny

Centre of Antitrust and Regulatory Studies (CSAiR)

www.wz.uw.edu.pl/csair

CSAiR came into being by order taken by the Council of the School of Management of the University of Warsaw of 21 February 2007. It was founded in accordance with para 20 of the Warsaw University Statute of 21 June 2006 as an 'other unit, listed in the faculty rule book, necessary to achieve the faculty's objectives'. CSAiR conducts cross- and inter-disciplinary academic research and development as well as implementation projects concerning competition protection and sector-specific regulation in market economy. It also prepares one-off and periodical publications, organises or participates in the organisation of conferences, seminars, work-shops and training courses. In the future CSAiR will also act as a patron of post-graduate studies.

CSAiR consists of Ordinary Members (academic staff of the School of Management of the University of Warsaw), Associated Members (academic staff of other faculties of the Warsaw University, mostly the Faculty of Law and Administration and the Faculty of Economics as well as other Polish and foreign universities and research institutes) and Permanent Cooperators (including employees of Polish and foreign companies and public and private institutions).

Maciej Bernatt

**Corporate
Social Responsibility
Constitutional and International
Perspective**

Warsaw 2009

Recenzent:
Prof. dr hab. Jerzy Bogdanienko

Redakcja: Teresa Lis-Pawlak

Projekt okładki: Dariusz Kondefefer

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009

Wszelkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie, przedrukowywanie i rozpowszechnianie całości lub fragmentów bez uzyskania pozwolenia zabronione

ISBN 978-83-61276-27-2



Opracowanie komputerowe, druk i oprawa:
Dom Wydawniczy ELIPSA,
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel./fax 022 635 03 01, 022 635 17 85, e-mail: elipsa@elipsa.pl
www.elipsa.pl

Spis treści

Przedmowa	13
Wykaz skrótów	17
Wstęp	19
1. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu	23
1.1. Rodowód i definicja społecznej odpowiedzialności biznesu	23
1.1.1. Rodowód społecznej odpowiedzialności biznesu	23
1.1.2. Współczesna definicja społecznej odpowiedzialności biznesu ..	26
1.1.3. Językowa analiza pojęcia „społecznej odpowiedzialności biznesu”	27
1.2. Płaszczyzna prawna	30
1.2.1. Nowa płaszczyzna oddziaływania praw człowieka – prawa człowieka w biznesie	30
1.2.2. Przedsiębiorca jako adresat społecznej odpowiedzialności biznesu	38
1.3. Otoczenie przedsiębiorcy – kontrahenci przedsiębiorcy	42
1.4. Społeczna odpowiedzialność biznesu w praktyce	49
1.4.1. Społeczna odpowiedzialność biznesu – współpraca między przedsiębiorcami a społecznością lokalną i organizacjami pozarządowymi	49
1.4.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a ekonomia i zasady <i>corporate governance</i>	53
1.4.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zysk przedsiębiorcy ..	55
1.4.4. Certyfikacja i promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu	60
1.4.5. Usługi prawnicze <i>pro bono</i> jako przykład społecznej odpowiedzialności biznesu	62
2. Instrumenty i prawodawstwo międzynarodowe	75
2.1. Organizacja Narodów Zjednoczonych	75
2.1.1. Deklaracja Praw Człowieka i <i>United Nations Global Compact</i>	75
2.1.2. Normy odpowiedzialności korporacji transnarodowych w odniesieniu do praw człowieka	77

2.1.3. Specjalny przedstawiciel ONZ ds. praw człowieka i korporacji transnarodowych	79
2.2. Wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju	82
2.2.1. Wytyczne OECD – założenia ogólne	82
2.2.2. Treść Wytycznych OECD	83
2.2.3. Promowanie i wdrażanie Wytycznych OECD	86
2.2.4. Reforma systemu Wytycznych OECD	89
2.3. Zasady Międzynarodowej Organizacji Pracy	91
2.3.1. Założenia ogólne	91
2.3.2. Treść Deklaracji ILO	92
2.4. Unia Europejska – regionalne ujęcie społecznej odpowiedzialności biznesu	93
2.4.1. Podstawowe założenia	93
2.4.2. Treść Zielonej Księgi	95
2.4.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a Karta Praw Podstawowych UE	97
2.5. Międzynarodowa regulacja społecznej odpowiedzialności biznesu – stan obecny	98
2.6. Zastosowanie instrumentów międzynarodowych a miejsce prawa międzynarodowego w Konstytucji RP	99
3. Relacja między Konstytucją RP a społeczną odpowiedzialnością biznesu	102
3.1. Konstytucja jako źródło norm prawnych i pozaprawnych skutkujących w stosunkach między podmiotami prywatnymi	102
3.1.1. Uwagi ogólne	102
3.1.2. Bezpośrednie stosowanie Konstytucji RP	102
3.1.3. Zasada horyzontalnej skuteczności Konstytucji	104
3.1.4. „Promieniowanie” Konstytucji na prawo prywatne	106
3.1.5. Godność człowieka jako źródło praw i wolności	108
3.2. Założenia Konstytucji RP a społeczna odpowiedzialności biznesu ..	111
3.2.1. Uwagi ogólne	111
3.2.2. Zasada społecznej gospodarki rynkowej	111
3.2.3. Społeczna gospodarka rynkowa – solidarne działanie partnerów społecznych na rzecz dobra wspólnego	113
4. Normy Konstytucji RP a normy społecznej odpowiedzialności biznesu ..	117
4.1. Uwagi ogólne	117
4.2. Równość i zakaz dyskryminacji	117
4.2.1. Założenia konstytucyjne	117
4.2.2. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu poświęcone równości i dyskryminacji w świetle Konstytucji RP	122
4.2.3. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu a równouprawnienie kobiet	127

4.2.4. Wnioski	132
4.3. Prawa pracownicze	133
4.3.1. Normy konstytucyjne	133
4.3.2. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu a prawa pracownicze	135
4.3.3. Wnioski	140
4.4. Wolność słowa, prawo do krytyki	142
4.4.1. Konstytucyjne pojęcie „wolności słowa”	142
4.4.2. Konstytucyjna wolność słowa a normy społecznej odpowiedzialności biznesu	143
4.4.3. Wnioski	148
4.5. Prawo do prywatności	148
4.5.1. Konstytucyjne podstawy prawa do prywatności	148
4.5.2. Prawo do prywatności na gruncie prawa prasowego a normy społecznej odpowiedzialności biznesu	150
4.5.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a ochrona danych osobowych	154
4.5.4. Wnioski	156
4.6. Wolność zrzeszania się	157
4.6.1. Konstytucyjna zasada wolności zrzeszania się	157
4.6.2. Konstytucyjna zasada wolności zrzeszania się a normy społecznej odpowiedzialności biznesu	159
4.6.3. Wnioski	163
4.7. Ochrona konkurencji i konsumentów	164
4.7.1. Regulacja konstytucyjna	164
4.7.2. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu a ochrona konkurencji i konsumentów	166
4.7.3. Wnioski	176
4.8. Ochrona środowiska naturalnego	176
4.8.1. Podstawa konstytucyjna	176
4.8.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a konstytucyjny nakaz ochrony środowiska	177
4.8.3. Wnioski	179
Podsumowanie	180
Orzecznictwo sądowe i decyzje organów administracji	184
Bibliografia	187

Contents

Preface.....	13
Abbreviations.....	17
Introduction.....	19
1. Concept of Corporate Social Responsibility.....	23
1.1. Origin and definition of Corporate Social Responsibility.....	23
1.1.1. Origin of Corporate Social Responsibility.....	23
1.1.2. Modern definition of Corporate Social Responsibility.....	26
1.1.3. Linguistic analysis of the term Corporate Social Responsibility.....	27
1.2. Legal sphere.....	30
1.2.1. New sphere of Human Rights – Human Rights in business .	30
1.2.2. Entrepreneur as the addressee of Corporate Social Responsibility.....	38
1.3. Surroundings of the entrepreneur – contracting parties.....	42
1.4. Corporate Social Responsibility in practice.....	49
1.4.1. Corporate Social Responsibility – cooperation among entrepreneurs, the local community and NGOs.....	49
1.4.2. Corporate Social Responsibility v. the economy and corporate governance.....	53
1.4.3. Corporate Social Responsibility and the entrepreneur’s profit .	55
1.4.4. Certification and promotion of Corporate Social Responsibility.....	60
1.4.5. Pro bono legal services as an example of Corporate Social Responsibility.....	62
2. International instruments and regulations.....	75
2.1. United Nations.....	75
2.1.1. Universal <i>Declaration of Human Rights</i> and United Nations Global Compact.....	75
2.1.2. Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations with regard to Human Rights.....	77

2.1.3. UN Special Representative on human rights and transnational corporations	79
2.2. OECD Guidelines for Multinational Enterprises	82
2.2.1. OECD Guidelines – general observations	82
2.2.2. Content of OECD Guidelines	83
2.2.3. Promotion and implementation of OECD Guidelines	86
2.2.4. Reform of OECD Guidelines	89
2.3. ILO Tripartite Declaration	91
2.3.1. General comments	91
2.3.2. Content of ILO Tripartite Declaration	92
2.4. European Union – regional approach to Corporate Social Responsibility	93
2.4.1. General observations	93
2.4.2. The content of the Green Paper	95
2.4.3. Corporate Social Responsibility and the Charter of Fundamental Rights	97
2.5. International regulation of Corporate Social Responsibility – current state	98
2.6. Implementation of the international instruments and international law in the Constitution of the Republic of Poland	99
3. Relation between Corporate Social Responsibility and the Constitution of the Republic of Poland	102
3.1. Constitution as the source of legal and other norms influencing inter-relations between private entities	102
3.1.1. General observations	102
3.1.2. Direct application of the Constitution	102
3.1.3. Horizontal effect of the Constitution	104
3.1.4. „Reflecting” of the Constitution on private law	106
3.1.5. Human dignity as the source of rights and liberties	108
3.2. Grounds of the Constitution and Corporate Social Responsibility ..	111
3.2.1. General observations	111
3.2.2. Social market economy	111
3.2.3. Social market economy – joint activity of social partners for the common good	113
4. Norms of the Constitution of the Republic of Poland and Corporate Social Responsibility	117
4.1. General observations	117
4.2. Equality and the prohibition of discrimination	117
4.2.1. Constitutional grounds	117
4.2.2. Norms of Corporate Social Responsibility dedicated to equality and discrimination in the light of the Constitution ..	122

4.2.3. Norms of Corporate Social Responsibility and gender equality	127
4.2.4. Conclusions.....	132
4.3. Labour rights.....	133
4.3.1. Constitutional norms.....	133
4.3.2. Constitutional norms and labour rights	135
4.3.3. Conclusions.....	140
4.4. Freedom of expression and right to critic	142
4.4.1. Constitutional meaning of freedom of expression	142
4.4.2. Constitutional freedom of expression and the norms of Corporate Social Responsibility.....	143
4.4.3. Conclusions.....	148
4.5. Right to privacy	148
4.5.1. Constitutional grounds of the right to privacy	148
4.5.2. Right to privacy in media law and the norms of Corporate Social Responsibility	150
4.5.3. Corporate Social Responsibility and the protection of personal data	154
4.5.4. Conclusions.....	156
4.6. Freedom of association	157
4.6.1. Constitutional principle of freedom of association.....	157
4.6.2. Constitutional principle of freedom of association and the norms of Corporate Social Responsibility	159
4.6.3. Conclusions.....	163
4.7. Competition and consumer protection	164
4.7.1. Constitutional regulation	164
4.7.2. Norms of Corporate Social Responsibility and competition and consumer protection	166
4.7.3. Conclusions.....	176
4.8. Protection of the environment	176
4.8.1. Constitutional grounds	176
4.8.2. Competition and consumer protection and the obligation to protect the environment	177
4.8.3. Conclusions.....	179
Conclusions.....	180
Jurisprudence and administrative decisions.....	184
Bibliography	187

Przedmowa

Przekazujemy do rąk czytelników książkę, która jest rezultatem indywidualnego projektu badawczego realizowanego w ramach Centrum Studiów Antymonopolowych i Regulacyjnych Wydziału Zarządzania UW (CSAiR). CSAiR prowadzi między- i interdyscyplinarne badania naukowe oraz prace rozwojowe i wdrożeniowe w zakresie ochrony konkurencji i regulacji sektorowych w gospodarce rynkowej. W obszarze zainteresowania CSAiR pozostają również badania, których celem jest wskazanie na nowe tendencje występujące wśród przedsiębiorców działających na terytorium Polski i w Unii Europejskiej, które mogą mieć znaczenie dla odpowiedniego funkcjonowania gospodarki rynkowej. CSAiR przygotowuje ponadto wydawnictwa zwarte i periodyczne, organizuje lub współorganizuje konferencje, seminaria, warsztaty i szkolenia, a w przyszłości będzie także patronować studiom podyplomowym.

Książka jest bodaj pierwszym w Polsce tak kompleksowym ujęciem zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu z perspektywy nauk prawnych, zwłaszcza w wymiarze konstytucyjnym i międzynarodowym. Mamy tu do czynienia z jednej strony z wnikliwą analizą norm społecznej odpowiedzialności biznesu w świetle Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, a z drugiej z analizą norm wynikających z wdrażania aktów prawa międzynarodowego. Takie normatywne spojrzenie na społeczną odpowiedzialność biznesu może mieć duże praktyczne znaczenie oraz przyczynić się do rozwoju dyskusji nad tą koncepcją i do jej stosowania przez przedsiębiorców. Podejście zaprezentowane w książce pozwala także oderwać myślenie o społecznej odpowiedzialności biznesu głównie w kategoriach promocji przedsiębiorstwa. Sprzyja natomiast patrzeniu na nią jak na koncepcję, której wdrażanie oznacza pełne zintegrowanie z bieżącą działalnością przedsiębiorcy, ze względu na wartości, które on wyznaje. Istotne jest również w książce porównanie obowiązków natury prawnej przedsiębiorcy z obowiązkami wynikającymi z wdrażania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Dochodzi więc do zestawienia standardów zachowań przedsiębiorców, wyznaczonych przez normy społecznej odpowiedzialności biznesu, ze standardami wynikającymi z norm prawnych.

Mamy nadzieję, że publikacja będzie użyteczna nie tylko dla pracowników naukowych i studentów, ale także dla polityków, przedsiębiorców i menedżerów firm oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych i innych liderów społeczeństwa obywatelskiego. Książka ta stać się może inspiracją dla konkretnych działań zarówno po stronie organów państwowych, które zachęcać będą przedsiębiorców do wdrażania społecznej odpowiedzialności oraz przede wszystkim dla samych przedsiębiorców, którzy z własnej inicjatywy podejmą działania w tym zakresie. Zarysowano tu bowiem sposób funkcjonowania przedsiębiorców w szerszym środowisku, zarówno społecznym, jak i naturalnym, prezentując problem w sposób interdyscyplinarny i wielowątkowy.

Książka stanowi także przegląd wybranych polskich i zagranicznych praktyk – pozytywnych oraz negatywnych – w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Przykłady wdrażania jej norm przez zagranicznych przedsiębiorców – szczególnie na obszarze Unii Europejskiej – mogą stanowić ważny punkt odniesienia dla sektora prywatnego w Polsce. Ze względu na ten właśnie aspekt, w publikację książki swój wkład wnosi Fundacja Europejskie Centrum Przedsiębiorczości (FEuCP). Jest ona organizacją pozarządową, której misją jest wspieranie rozwoju polskich przedsiębiorstw, regionów i organizacji pozarządowych w procesie integracji z Unią Europejską. Zajmuje się zarazem rozwojem przedsiębiorczości w Polsce i w Europie oraz społeczną odpowiedzialnością biznesu.

Mamy nadzieję, że publikacja stanie się doskonałym punktem wyjścia do dalszej, trwałej współpracy między CSAiR i FEuCP. Jeśli weźmie się bowiem pod uwagę spójne zainteresowania obu instytucji, to widać wyraźnie pole do wspólnych działań naukowych, badawczych, doradczych czy edukacyjnych.

Warszawa, 1 lipca 2009 r.

Dr Jerzy Kwieciński
Prezes Zarządu FEuCP

Dr hab. Tadeusz Skoczny, prof. UW
Kierownik CSAiR

Preface

The book we wish to present here is the result of an individual research project realised within the framework of the Centre of Antitrust and Regulatory Studies (CSAiR) situated at the Warsaw University Faculty of Management. CSAiR conducts cross- and inter-disciplinary research, development and implementation projects concerning competition protection and sector-specific regulation in the market economy. CSAiR is also interested in research concerning new tendencies among Polish and EU enterprises that can prove important for the proper functioning of the market economy. Among other activities of CSAiR lies the preparation of one-off publications and periodicals, conferences, seminars, work-shops and training courses. In the future, CSAiR intends also to act as a patron for post-graduate studies.

This book is likely to be the first comprehensive Polish study on the concept of corporate social responsibility considered from the perspective of legal science, in particular, from the constitutional and international point of view. The norms of corporate social responsibility are analysed in the light of the Constitution of the Republic of Poland as well as in light of international legal acts. Such a normative perspective on the concept of corporate social responsibility can have significant implications contributing to a wider discussion on this subject and to its practical implementation. Moreover, the approach applied in this book makes it possible to consider corporate social responsibility not merely as a tool in the promotion of enterprises but rather, as a way of a complex shift in the thinking process concerning business activities in light of the shared values to be pursued. Further emphasised is also the comparison between the standards of conduct associated with corporate social responsibility and legal obligations affecting business practices of entrepreneurs.

We believe that this book will be useful not only for scholars and students but also for politicians, entrepreneurs and managers as well as members of NGOs and other players of the civil society. It should inspire state authorities to undertake concrete actions to encourage entrepreneurs to implement corporate social responsibility. Above all else, however, it should

be inspiring for entrepreneurs themselves to act on their own initiative in the field of corporate social responsibility seeing as the book presents business activities in a very comprehensive manner, in an interdisciplinary and multithreaded way.

Included in this book is also an overview of selected Polish and international practices, both positive and negative, in the field of corporate social responsibility. The examples of the implementation of corporate social responsibility norms by foreign entrepreneurs – especially EU ones – can be considered to be a good reference point for the Polish private sector. The involvement in this project of the Foundation European Centre for Enterprise (FEuCP) can be traced back to this particular aspect of this book. FEuCP is a NGO with a mission to support the economic development and integration of Polish enterprises, regions and NGOs with the EU. FEuCP focuses on the development of entrepreneurship and corporate social responsibility.

We hope that this book will be a good starting point for further, more permanent cooperation between CSAiR i FEuCP. If we take into account the shared interests of the two institutions, it is easy to notice the potential for common scientific, consultative and educational research.

Warsaw, July 1, 2009.

Dr. Jerzy Kwieciński
President of the Board of FEuCP

Prof. Dr. Tadeusz Skoczny
CSAiR Director

Wykaz skrótów

- Deklaracja ILO** – Trójstronna Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy, ustanawiająca zasady odnoszące się do przedsiębiorców wielonarodowych i polityki społecznej z 1977 r.
- DzU** – Dziennik Ustaw
- EKPCz** – Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności
- ETS** – Trybunał Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich
- ETPCz** – Europejski Trybunał Praw Człowieka
- KPP** – Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej
- k.c** – Kodeks cywilny
- KE** – Komisja Europejska
- k.p.** – Kodeks pracy
- TK** – Trybunał Konstytucyjny
- TWE** – Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską
- TUE** – Traktat o Unii Europejskiej
- u.o.k.k.** – ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów
- UE** – Unia Europejska
- WE** – Wspólnota Europejska
- Wytyczne OECD** – Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju
- Zielona Księga** – Zielona Księga Komisji Europejskiej na temat społecznej odpowiedzialności biznesu

Wstęp

Od dawna na świecie trwa dyskusja nad charakterem i celami prowadzenia działalności gospodarczej. Najbardziej popularne wśród przedsiębiorców podejście zakłada, że wyłącznym celem działalności gospodarczej jest kreowanie zysku, rozumianego w kategoriach czysto finansowych.

Natomiast zgodnie z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu przedsiębiorca ma także zobowiązania inne niż wyłącznie przynoszenie zysku. Przedsiębiorca funkcjonuje bowiem w pewnym środowisku społecznym i naturalnym. W związku z tym nie może abstrahować w swojej działalności od potrzeb i interesów tego środowiska. Nabiera to dużego znaczenia z powodu rosnącej roli podmiotów gospodarczych i potencjalnego wpływu – zarówno pozytywnego, jak i negatywnego – na środowisko ich działalności.

Dotychczas odpowiedzialność biznesu była badana i postrzegana głównie z punktu widzenia ekonomii, zarządzania czy filozofii. Rozumiano ją jako strategię działania firmy i traktowano jako inwestycję, która w dłuższej perspektywie czasowej ma przynosić zysk natury finansowej. Równocześnie społeczność międzynarodowa zaczęła oceniać działalność przedsiębiorców pod kątem przestrzegania przez nich praw człowieka. Efektywnemu rozliczaniu przedsiębiorców nie służyły jednak niespójne przepisy prawne, odnoszące prawa człowieka wyłącznie do relacji jednostka – państwo.

Pomocna w tym zakresie stała się koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu. Konieczne jest jej postrzeganie jako zbioru norm, które określają relację między przedsiębiorcą a otoczeniem jego działalności gospodarczej. Dla wyznaczenia charakteru i treści tych norm jest zaś nieodzowne odniesienie i porównanie ich do klasycznych katalogów praw jednostki.

Niniejsza praca stanowi próbę analizy charakteru norm społecznej odpowiedzialności biznesu z punktu widzenia zastanej treści normatywnej i aksjologicznej Konstytucji RP, z uwzględnieniem unormowań międzynarodowych i praktyki stosowania obowiązujących rozwiązań. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu są badane pod kątem ich prawnego charakteru. Rozważany jest charakter tych norm (bezwzględnie czy względnie obowiązujący). Istotne jest ponadto zagadnienie standardów zachowań przedsiębiorców, wyznaczonych przez normy społecznej odpowiedzialności biznesu

w zestawieniu ze standardami wynikającymi z Konstytucji RP i przepisów ustawowych.

Struktura pracy jest następująca. W rozdziale pierwszym zostały omówione założenia definicyjne społecznej odpowiedzialności biznesu, jej geneza i znaczenie językowe. W kontekście dyskusji o prawach człowieka w działalności gospodarczej wyjaśniono prawne podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu. Określono podmioty, do których odnosi się działalność przedsiębiorcy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu – nazwane kontrahentami przedsiębiorcy. Ponadto w rozdziale tym przeanalizowano społeczną odpowiedzialność biznesu w kontekście współpracy między przedsiębiorcami a społecznością lokalną i organizacjami pozarządowymi. Istotne jest również dotychczasowe praktyczne funkcjonowanie społecznej odpowiedzialności biznesu, zwłaszcza z punktu widzenia potencjalnego zysku lub straty z tytułu realizowania przez przedsiębiorcę zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponadto omówiono usługi prawnicze świadczone *pro bono* (a więc nieodpłatnie, w interesie publicznym) jako ciekawy przykład praktycznego funkcjonowania, także z perspektywy polskiej, społecznej odpowiedzialności biznesu.

Rozdział drugi stanowi analizę przepisów prawa międzynarodowego, odnoszących się do społecznej odpowiedzialności biznesu. Mają one co do zasady charakter *soft law* – są normami, które nie mają charakteru bezwzględnie obowiązującego. Mimo to są ważne dla interpretacji społecznej odpowiedzialności biznesu w świetle Konstytucji RP, zwłaszcza ze względu na ich częste, powszechne i dobrowolne przyjęcie przez duże korporacje międzynarodowe oraz ciekawe systemy ich wdrażania, oparte na woluntarystycznym zaangażowaniu się przedsiębiorców oraz znaczącej roli państwa. Analizowane są międzynarodowe normy społecznej odpowiedzialności biznesu wynikające z systemu wdrażanego w ramach Organizacji Narodów Zjednoczonych, Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), Międzynarodowej Organizacji Pracy (ILO) oraz Unii Europejskiej.

Rozdział trzeci jest poświęcony relacji między Konstytucją RP a społeczną odpowiedzialnością biznesu. Zbadano przede wszystkim sposoby zastosowania norm konstytucyjnych do relacji prywatnych. W tym celu przeanalizowano zasadę horyzontalnej skuteczności Konstytucji RP, promieniowanie Konstytucji na prawo prywatne oraz nienaruszalny charakter godności ludzkiej jako źródła praw i wolności jednostki. Rozdział ten jest poświęcony również konstytucyjnym założeniom gospodarki RP pod kątem możliwości odnalezienia w nich ogólnych zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Na tę okoliczność szczegółowej analizie poddano zasadę społecznej gospodarki rynkowej, ze szczególnym uwzględnieniem zasady solidarności, dialogu

i współpracy partnerów społecznych, powiązaną z zasadą dobra wspólnego i zasadą państwa sprawiedliwości społecznej.

Rozdział czwarty stanowi analizę konkretnych norm konstytucyjnych i norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Analizę tę przeprowadzono na podstawie określonych w Konstytucji RP praw (zwłaszcza jednostki) i wartości, które stanowią punkt wyjścia i wzorzec porównawczy dla norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Chodzi tutaj o równość i zakaz dyskryminacji, równouprawnienie kobiety i mężczyzny, wolność słowa i prawo do krytyki, wolność zrzeszania się, prawo do prywatności, prawa pracownicze, ochronę konsumentów i konkurencji, ochronę środowiska naturalnego. Poza sferą zainteresowania znajduje się natomiast analiza relacji między państwem a przedsiębiorcą w zakresie przepisów karnych (korupcja), czy wywiązywania się z obowiązku ponoszenia danin publicznych.

Niniejsza praca ma na celu wykazanie, że społeczna odpowiedzialność biznesu ma charakter normatywny oraz że może być zidentyfikowana na poziomie Konstytucji RP. Wykazanie zaś jej normatywnego charakteru opartego na zasadach konstytucyjnych powinno skutkować pełniejszą ochroną praw człowieka zagwarantowanych w Konstytucji RP, także na płaszczyźnie horyzontalnej w działalności gospodarczej.

Książka nie powstałaby bez pomocy wielu osób. Za wszystkie cenne uwagi i wskazówki oraz wsparcie dla mojej działalności naukowej chciałbym szczególnie podziękować prof. Mirosławowi Wyrzykowskiemu, prof. Witoldowi Góralskiemu, prof. Tadeuszowi Skocznemu oraz dr. Adamowi Bodnarowi. Dziękuję również recenzentowi książki prof. Jerzemu Bogdanienu za cenne komentarze, wskazujące na konieczne zmiany oraz kierunek dalszych badań w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu.

1. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu

1.1. Rodowód i definicja społecznej odpowiedzialności biznesu

1.1.1. Rodowód społecznej odpowiedzialności biznesu

Źródeł społecznej odpowiedzialności biznesu można szukać w filozoficznej idei odpowiedzialności. Zakłada ona, że konsekwencją przypisania człowiekowi wolności jest nałożenie na niego odpowiedzialności¹. Uznaje się, że „autentyczna wolność świadoma jest swoich granic”². Jeżeli przenieść to filozoficzne założenie na grunt stosunków ekonomicznych, to należy uznać, że przedsiębiorca, korzystający z wolności gospodarczej, ma obowiązek również bycia odpowiedzialnym³. W tym wymiarze więc odpowiedzialność przedsiębiorcy jest granicą jego wolności.

Społeczna odpowiedzialność biznesu znajduje swoje podłoże na gruncie etyki biznesu. Za jej początki uważa się encyklikę *Rerum Novarum* Leona XII z 1891 r.⁴ oraz bezpośrednio na gruncie amerykańskim publikację w 1926 r. książki *The Fundamentals of Business Ethics*⁵. W tym czasie ukazała się również encyklika *Quadragesimo Anno* Piusa XI, której rozdział drugi jest poświęcony kwestiom społecznym i gospodarczym⁶. Rozkwit etyki biznesu nastąpił w latach sześćdziesiątych minionego wieku w Stanach Zjednoczonych. Otwarcie ekonomii na etykę wpłynęło na zmiany w praktyce gospodarczej oraz na zmianę patrzenia na działalność przedsiębiorców wyłącznie

¹ J. Filek, *O wolności i odpowiedzialności podmiotu gospodarczego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002, s. 158–159.

² K. Jaspers, *Wolność i komunikacja*, w: L. Kołakowski, K. Pomian (wybór), *Filozofia egzystencjalna*, tłum. L. Kołakowski, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1965, s. 186.

³ J. Filek, *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2006, s. 6–7.

⁴ Leon XIII, *Encyklika o kwestii robotniczej (Rerum Novarum)*, „Znak” 1982, nr 332–334.

⁵ Por. E.W. Lord, *Fundamentals of Business Ethics*, Ronald Press, New York 1926.

⁶ Pius XI, *Encyklika Quadragesimo Anno o odnowieniu ustroju społecznego i o dostosowaniu go do normy prawa Ewangelii*, w 40. rocznicę wydania encykliki *Rerum Novarum* przez Leona XIII, http://www.nonpossumus.pl/encykliki/Pius_XI/quadragesimo_anno/II.php

pod kątem wysokości kreowanego przez nich zysku. Zysk ten powinien być postrzegany w kontekście przestrzegania zasad etycznych przez przedsiębiorcę⁷. W tym sensie rozwinięcie nauki o etyce biznesu można traktować za punkt wyjścia do dyskusji na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. Już jednak dużo wcześniej zauważano konieczność uwzględniania elementów etycznych w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej. Przykładem mogą być tutaj amerykańscy kwakrzy, którzy w XVIII w. zabronili swoim członkom udziału w handlu niewolnikami⁸.

Pierwszymi dobrowolnymi kodeksami dobrych praktyk, odnoszącymi się do działań przedsiębiorców, były Zasady Sullivana (członka zarządu General Motors) z 1977 r., adresowane do amerykańskich przedsiębiorców w Republice Południowej Afryki (przyjęło je 125 przedsiębiorców)⁹. Zabraniały one dyskryminowania w zatrudnieniu w zakresie warunków pracy i ustalania wysokości wynagrodzenia ze względu na pochodzenie rasowe. Nakazywały prowadzenie odpowiednich szkoleń dla pracowników pochodzenia afrykańskiego oraz do zatrudniania ich również na stanowiskach nadzorczych, a także przyczyniania się do generalnej poprawy ich warunków życia.

Można więc powiedzieć, że już w latach siedemdziesiątych XX w. na popularności (przynajmniej na poziomie deklaracji przedstawicieli przedsiębiorców) zaczął tracić pogląd Milтона Friedmana, że „odpowiedzialność społeczna spoczywa wyłącznie na jednostkach, zaś odpowiedzialność firm ogranicza się do zapewnienia zysku udziałowcom”¹⁰. M. Friedman podkreślał, że wyłącznym celem działania przedsiębiorcy jest maksymalizacja zysków w imię zobowiązań wobec swoich udziałowców¹¹. Zauważył, że przekazanie przedsiębiorcom obowiązków społecznych lub z zakresu polityki publicznej spowodowałoby, iż przedsiębiorcy działaliby w obszarze kompetencji i obowiązków państwa, zastępowaliby je¹². To wymagałoby natomiast demokratycznego wyboru władz przedsiębiorstw przez przedstawicieli społeczności lokalnej; zarazem jednak przedsiębiorcy staliby się jednostkami

⁷ A. Polańska, *Zasady podziału dochodów z pracy w świetle etyki i ekonomii*, w: J. Dietl, W. Gasparski (red.), *Etyka biznesu*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1997, s. 317.

⁸ R. Stefanicki, *Złe zachowanie kosztuje*, „Gazeta Wyborcza” z 3–4 stycznia 2009 r., s. 23.

⁹ <http://www.nationmaster.com/encyclopedia/Sullivan-Principles#The-Sullivan-Principles>

¹⁰ M. Friedman, *The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits*, „New York Times Magazine” z 13 września 1970 r.

¹¹ M. Friedman, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago 1962, s. 133–34.

¹² Ibidem, s. 133–136.

państwowymi¹³. Tym samym M. Friedman wpisał się we wcześniejszą dyskusję z lat trzydziestych XX w. odnośnie tego, czy jedynym obowiązkiem przedsiębiorców jest kreowanie zysku. W 1932 r. Merrick Dodd twierdził, że celem przedsiębiorcy powinno być nie tylko przynoszenie zysku, lecz także działanie w interesie społecznym¹⁴. Zaznaczał, że celem tworzenia przedsiębiorstw jest przyczynianie się do dobra publicznego, oraz że przedsiębiorcy są wpisani w pewne otoczenie społeczne i w związku z tym mają prawo i obowiązek uczestniczenia w nim. Pogląd ten wzbudził wtedy wiele kontrowersji. Adolf Berle podkreślał, że konieczne jest jasne określenie granic odpowiedzialności osób zarządzających przedsiębiorstwem¹⁵. Jego zdaniem wskazanie na inne osoby niż właściciele (udziałowcy) przedsiębiorstwa jako podmioty, które powinny być beneficjentami działalności gospodarczej, powoduje rozmycie się odpowiedzialności menedżerów i umożliwia im znalezienie łatwego uzasadnienia dla każdej podjętej decyzji. Stopniowo jednak poglądy A. Berle i M. Friedmana na temat wyłącznego charakteru powiązania między przedsiębiorstwem a jego udziałowcami zaczęły tracić na popularności. Podkreślano, że błędne i naiwne jest uznanie, iż działania przedsiębiorców nie wywierają żadnych skutków (społecznych, środowiskowych czy politycznych)¹⁶. Wskazywano, że przedsiębiorcy otrzymali od społeczeństwa wiele przywilejów i dlatego muszą uwzględniać w prowadzonej działalności gospodarczej wartości istotne w społeczeństwie¹⁷. Korzystanie z tych przywilejów przenosi zarazem na przedsiębiorców odpowiedzialność za godzenie w te wartości (przykładem może być wypłacanie odszkodowań przez przedsiębiorców, którzy korzystali z pracy niewolniczej)¹⁸.

Ze społecznej odpowiedzialności biznesu ma wynikać zarazem wiele obowiązków natury pozytywnej dotyczących jawności działalności gospodarczej, brania pod uwagę interesu środowiska naturalnego, podnoszenie zamożności regionów, w których działalność gospodarcza danego przed-

¹³ Ibidem, s. 133–136.

¹⁴ E.M. Dodd, *For Whom are Corporate Managers Trustees?*, "Harvard Law Review" 1932, t. 45, s. 1145.

¹⁵ A.A. Berle Jr., *Corporate Powers as Powers in Trust*, "Harvard Law Review" 1931, t. 44, s. 1049.

¹⁶ C.A. Williams, *The Securities and Exchange Commission and Corporate Social Transparency*, "Harvard Law Review" 1999, t. 112, nr 6.

¹⁷ C.L. Wade, *Racial Discrimination and the Relationship Between the Directorial Duty of Care and Corporate Disclosure*, "University of Pittsburgh Law Review" 2002, t. 63, s. 389.

¹⁸ L.C. Backer, *Multinational corporations, transnational law: the United Nations' norms on the responsibilities of transnational corporations as a harbinger of Corporate Social Responsibility in international law*, "Columbia Human Rights Law Review" 2006, t. 37, nr 287, s. 4.

siębiorcy się koncentruje czy nawet wpływanie na politykę krajów i innych przedsiębiorców w zakresie ich polityki społecznej¹⁹. Podkreśla się zarazem, że posiadanie przez menedżerów obowiązków odnoszących się do udziałowców spółki, nie oznacza, że nie ponoszą oni odpowiedzialności wobec społecznego otoczenia przedsiębiorcy. To społeczeństwo, nadające przedsiębiorcy status prawny i oddające zasoby środowiska naturalnego, umożliwia jego funkcjonowanie. Społeczeństwo czyni to nie w celu umożliwienia wzbogacenia się ograniczonej liczbie osób, ale po to, by przetwarzać dobra naturalne i zarządzać zasobami ludzkimi w sposób rozumiany wspólnie jako najbardziej optymalny, tj. właśnie za pomocą wolnorynkowej działalności gospodarczej²⁰.

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest również wyrazem upowszechniania zasad demokracji. Demokracja stała się przyczyną wzrostu oczekiwań społecznych, w szczególności w przypadku klientów i pracowników przedsiębiorcy²¹. Zarazem zasady demokracji odnoszą się bezpośrednio do relacji społecznych i zakładają konieczność dialogu między uczestnikami życia społecznego, a więc także między przedsiębiorcą a jego otoczeniem. Zakładają równość tych podmiotów, zwłaszcza w relacji pracodawca – pracownik.

1.1.2. Współczesna definicja społecznej odpowiedzialności biznesu

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility* – CSR) jest definiowana w Zielonej Księdze Komisji Europejskiej z 18 lipca 2001 r.²² jako „koncepcja, według której przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi interesariuszami. Społeczna odpowiedzialność biznesu to proces poprzez który przedsiębiorstwa zarządzają relacjami z różnymi interesariuszami (ang. *stakeholders*), którzy mogą mieć realny wpływ na przyzwolecie na ich działalność. [...] Tak więc CSR powinien być traktowany jako inwestycja, nie koszt, tak samo jak zarządzanie jakością. Firmy mogą podchodzić do CSR w sposób finansowy, handlowy i społeczny, prowadzący do długoterminowej strategii ograniczającej ryzyko związane z niepewnością. Przedsiębiorstwa powinny realizować swoją odpo-

¹⁹ L.C. Backer, op. cit., s. 5.

²⁰ A. Lewicka-Strzałecka, *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2006, s. 18.

²¹ J. Filek, *O wolności i odpowiedzialności...*, op. cit., s. 170.

²² Green Paper Promoting European framework for Corporate Social Responsibility, Commission of the European Communities, Bruksela, 18 lipca 2001 r., http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper_pl.pdf

wiedzialność społeczną, zarówno w Europie jak i na arenie międzynarodowej, włączając w nią swój cały łańcuch zaopatrzeniowy”.

Światowa Rada Biznesu ds. Zrównoważonego Rozwoju (ang. *World Business Council on Sustainable Development*) definiuje społeczną odpowiedzialność biznesu jako „ciągłe zobowiązanie biznesu do etycznego zachowania oraz przyczyniania się do rozwoju ekonomicznego, przy równoczesnej poprawie jakości życia siły roboczej (ang. *workforce*) i jej rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako ogółu”²³ lub jako „zobowiązanie biznesu do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego, współpracy z pracownikami, ich rodzinami, społecznością lokalną i społeczeństwem jako ogółem dla poprawy jakości ich życia”²⁴.

1.1.3. Językowa analiza pojęcia „społecznej odpowiedzialności biznesu”

Termin „społeczny” według *Słownika Języków Obcych PWN* oznacza:

- odnoszący się do społeczeństwa lub jego części;
- wytworzony przez społeczeństwo i będący jego wspólną własnością;
- przeznaczony do obsługiwaniania społeczeństwa;
- pracujący bezinteresownie dla dobra jakiejś społeczności;
- dotyczący postaw lub działań większości członków społeczeństwa;
- zorganizowany przez jakąś społeczność samodzielnie, bez udziału państwa²⁵.

Termin „społeczny(a)” często jest używany na gruncie prawa polskiego. Występuje on w Konstytucji RP w art. 2, gdzie mowa o Rzeczypospolitej Polskiej jako państwie urzeczywistniającej zasady sprawiedliwości społecznej. Sprawiedliwość społeczna zakłada równe traktowanie osób mających tę samą cechę charakterystyczną, istotną dla danej kategorii osób²⁶. Wskazuje się, że wszelkie sporne wartości – wolność, dochód i bogactwo – mają być równo rozdzielone²⁷. Termin „społeczny(a)” powinien więc być rozumiany łącznie z terminem „sprawiedliwość”. Sprawiedliwość społeczna według *Słownika Języków Obcych PWN*, to:

- przyznanie człowiekowi tego, co z tytułu jego wkładu pracy lub zasług słusznie mu się należy;

²³ WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, Holandia, 6–8 wrzesień 1998 r., <http://www.wbcsd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf>, s. 6

²⁴ <http://www.wbcsd.org/DocRoot/IunSPdIKvmYH5HjbN4XC/csr2000.pdf>, s. 5.

²⁵ <http://sjp.pwn.pl/lista.php?co=spo%B3eczny>

²⁶ J. Oniszczyk, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego*, Zakamycze, Kraków 2000, s. 150; Wyrok TK z 22 sierpnia 1990 r., sygn. akt K 7/90, OTK ZU 1986–1995, t. 2/1990, poz. 5.

²⁷ J. Rawls, *Teoria sprawiedliwości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 89.

- przyznanie każdej jednostce należnych jej praw wynikających z zasad demokracji²⁸. W tym więc sensie społeczny charakter odpowiedzialności biznesu można połączyć z kategorią urzeczywistnienia przez działania przedsiębiorców zasad sprawiedliwości, zwłaszcza w relacji ze swoim otoczeniem, np. poprzez budowanie sprawiedliwych relacji na linii pracownik – pracodawca.

W art. 20 Konstytucji RP jest mowa o społecznej gospodarce rynkowej jako podstawie ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej – gospodarki, która uwzględnia społeczne aspekty jej funkcjonowania²⁹.

Termin „społeczny(a)” występuje również na poziomie ustawowym. Ma duże znaczenie w prawie prywatnym, ze względu na klauzulę zasad współżycia społecznego. Działanie sprzeczne z zasadami współżycia społecznego może stanowić w szczególności nadużycie prawa podmiotowego – art. 5 k.c. oraz art. 8 k.p. Ponadto czynność prawna sprzeczna z zasadami współżycia społecznego jest bezwzględnie nieważna (art. 58 § 2 k.c.). W art. 5 k.c. mowa również o społeczno-gospodarczym przeznaczeniu danego prawa. Można uznać także, że termin „społeczny(a)” wynika z klauzuli dobrych obyczajów (przykładowo art. 3851 § 1 k.c.).

Termin „społeczny(a)” jest wieloznaczny. Posłużenie się nim jednak na poziomie nauk prawnych oznacza konieczność brania pod uwagę poza literalnym brzmieniem danej normy kontekstu społecznego, w którym norma ta funkcjonuje. Podobnie społeczne oddziaływanie biznesu, mające również miejsce na płaszczyźnie prawnej, zakłada konieczność odnoszenia skutków działania przedsiębiorcy na jego otoczenie. Termin „społeczny(a)” wydaje się być również synonimem „wobec społeczeństwa”, do określenia wskazującego na adresata działań, ale i odpowiedzialności przedsiębiorcy.

Drugim elementem składowym społecznej odpowiedzialności biznesu jest termin „odpowiedzialność”, rozumiany według *Słownika Języków Obcych PWN* następująco:

- obowiązek moralny lub prawny odpowiadania za swoje lub czyjeś czyny;
- przyjęcie na siebie obowiązku zadbania o kogoś lub o coś³⁰.
Z kolei termin „odpowiedzialny” oznacza:
- gotowy do ponoszenia konsekwencji za swoje postępowanie;
- mający obowiązek dopilnowania czegoś;
- ponoszący winę za coś, co nie powinno się zdarzyć;

²⁸ <http://sjp.pwn.pl/lista.php?co=spo%B3eczny>

²⁹ W. Skrzydło, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, Wydawnictwo Oficyna, Warszawa 2007, s. 25.

³⁰ <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=2493511>

- wymagający kwalifikacji i obarczający odpowiedzialnością;
- powodujący jakiś stan lub proces³¹.

Termin „odpowiedzialność”, użyty na gruncie analizowanej koncepcji, nie może być utożsamiany z prawnym znaczeniem tego terminu. Nie chodzi tu bowiem o odpowiedzialność prawną w znaczeniu ponoszenia konsekwencji czynu lub zaniechania przez prawo czynu zakazanego lub nakazanego. Z przytoczonych znaczeń „odpowiedzialności” chodzi więc tutaj o „przyjęcie na siebie obowiązku zadbania o kogoś lub o coś” oraz o „powodujący jakiś stan lub proces”. „Odpowiedzialność” więc w znaczeniu przedmiotowej koncepcji to podejmowanie pozytywnych działań przez przedsiębiorcę, który ma na uwadze dobro szeroko pojmowanego społeczeństwa. Potwierdzeniem powyższego jest użycie w języku angielskim słowa *responsibility* (zakłada pozytywne zobowiązania), a nie *liability* (odpowiedzialność prawna w związku z popełnieniem czynu).

Wskazana społeczna odpowiedzialność jest odnoszona na gruncie badanej koncepcji do biznesu. Według *Słownika Języka Polskiego PWN* biznes (ang. *business*) to przedsięwzięcie handlowe lub produkcyjne przynoszące zysk; potocznie też: firma realizująca to przedsięwzięcie³². Termin ten nie ma więc charakteru prawnego. Jego odpowiednikiem będzie natomiast pojęcie „przedsiębiorcy”, czyli osoby fizycznej, osoby prawnej i jednostki organizacyjnej, niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadzącej we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową (art. 43¹ k.c.)³³. W pierwotnej angielskiej wersji społecznej odpowiedzialności biznesu jest użyte sformułowanie *corporate*. Tłumacząc więc dosłownie mielibyśmy do czynienia z korporacyjną społeczną odpowiedzialnością, odpowiedzialnością społeczną korporacji. Wskazuje to, że społeczna odpowiedzialność jest odnoszona, opierając się na swoich językowych znaczeniach, przede wszystkim do dużych podmiotów gospodarczych, bardzo często o charakterze transnarodowym, działających na terenie RP w formie spółek prawa handlowego. Takie rozumienie społecznej odpowiedzialności biznesu pozwala również na wykorzystanie przy wyznaczaniu jej treści normatywnej zasad *corporate governance*. Należy zarazem uznać, że znaczenie językowe nie wyklucza założenia, iż społeczna odpowiedzialność biznesu odnosi się do przedsiębiorcy jako takiego, bez względu na jego

³¹ <http://sjp.pwn.pl/lista.php?co>

³² W: <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=2552335>

³³ Por. definicję przedsiębiorcy zawarte także w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 r. (DzU. 2007, nr 50, poz. 331) oraz w ustawie prawo upadłościowe i naprawcze z 28 lutego 2003 r. (DzU 2003, nr 60, poz. 535).

wielkość (choć w przypadku dużych podmiotów gospodarczych znajduje ona szczególne zastosowanie).

Mając na względzie powyższe społeczna odpowiedzialność biznesu rozumiana jest jako zobowiązanie przedsiębiorców do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju społeczno-ekonomicznego, w szczególności poprzez zobowiązania natury społecznej i ekologicznej, oparte o wartości wynikające z obowiązujących norm prawnych, ale wykraczające poza minimum zachowania nimi wyznaczone. Zobowiązania przedsiębiorców na gruncie społecznej odpowiedzialności biznesu wywodzone są z norm prawnych (konstytucyjnych i ustawowych oraz prawa międzynarodowego). Tym

samym społeczna odpowiedzialność biznesu powinna mieć swoje źródło w rygorystycznym przestrzeganiu prawa i polegać na wdrażaniu dodatkowych, dobrowolnych praktyk, sięgających dalej niż obowiązki ustawowe. Równocześnie społeczna odpowiedzialność biznesu nie powinna być utożsamiana z działaniami przedsiębiorcy w obszarze *public relations* czy reklamy i wiązać się wyłącznie z podejmowaniem działań (np. natury filantropijnej) niezintegrowanych z działalnością gospodarczą przedsiębiorcy.

1.2. Płaszczyzna prawna

1.2.1. Nowa płaszczyzna oddziaływania praw człowieka – prawa człowieka w biznesie

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest postrzegana przede wszystkim jako strategia zarządzania firmą. Z tego wynika co do zasady woluntarystyczny charakter przyjmowanych przez danego przedsiębiorcę zobowiązań. Nie oznacza to jednak, że społeczna odpowiedzialność biznesu nie ma prawnego charakteru. Dzieje się tak, ponieważ społeczna odpowiedzialność biznesu jest szczególnie istotna w zakresie, w jakim stanowi realizację aksjologii, która wypływa z norm prawnych³⁴.

Ponadto koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu badana z punktu widzenia jej relacji do prawa powinna zakładać, że przedsiębiorca będzie rygorystycznie wywiązywał się ze wszelkich nałożonych na niego przez prawo obowiązków. Chodzi tutaj nie tylko o niedopuszczanie do naruszenia prawa, lecz także o pozytywne działanie na rzecz ochrony danego dobra. Ważne jest również to, że przedsiębiorcy mają duże możliwości rozwiązania potencjalnych problemów natury prawnej, zanim została podjęta interwencja ze strony organów państwowych stosujących prawo lub nawet działania natury prawotwórczej. Szczególnie w świetle długości

³⁴ A. Bodnar, *CSR a przestrzeganie prawa*, w: <http://www.blog.centrumcsr.pl/?p=3>

trwania procesu legislacyjnego przedsiębiorcy powinni sami podejmować działania, które w danym momencie pozostają poza regulacją prawną (np. niewykorzystywanie produktu zdrowotnie szkodliwego, nawet jeżeli nie jest to na dany okres zabronione). Podkreśla się również, że to osoby zarządzające przedsiębiorstwami mają najwięcej informacji i najszerszą wiedzę na temat ewentualnych negatywnych skutków działań firmy, oraz że to oni – jako najlepiej znający realia – powinni brać aktywny udział w procesie legislacyjnym, wykorzystując w nim praktyczne doświadczenie w rozwiązywaniu danego problemu na poziomie przedsiębiorstwa³⁵.

Ujęcie prawne społecznej odpowiedzialności biznesu bliskie jest ponadto nowemu, horyzontalnemu rozumieniu praw człowieka. Tradycyjnie bowiem podejście do nich zakłada, że to państwo jest zarówno strażnikiem praw człowieka, jak i ich potencjalnym naruszcycielem. Jest to bezpośrednio związane z koncepcją wertykalnej skuteczności praw człowieka, zgodnie z którą prawa i wolności jednostki są bezpośrednio skuteczne i podlegają ochronie w relacji państwo – jednostka. Na państwie co do zasady spoczywają obowiązki natury społeczno-ekonomicznej (zabezpieczenie społeczne, służba zdrowia, zwalczanie bezrobocia, mieszkalnictwo). Takiemu podejściu sprzyja również spojrzenie na prawa człowieka jako na sferę publiczną i zestawienie jej ze sferą prywatną, do której zalicza się prowadzenie działalności gospodarczej. Skutkuje to m.in. brakiem regulacji w prawach spółek większości państw na świecie, w tym Polski, zagadnień związanych z ochroną praw człowieka³⁶.

Spojrzenie na prawa człowieka jako na relację wertykalną jednostka – państwo nie przystaje do współczesnego obrazu świata. Rosnąca rola i znaczenie korporacji transnarodowych i dużych przedsiębiorstw powoduje, że wymóg absolutnego zakazu naruszania praw człowieka musi zostać odniesiony także do działalności przedsiębiorców. Należy podkreślić, że wśród stu największych gospodarek świata około 50 to korporacje międzynarodowe³⁷. Obroty niektórych przedsiębiorców są więc zdecydowanie większe niż budżety państw³⁸. Za powyższym przemawia fakt, że państwo wycofuje się z wielu obszarów działalności gospodarczej, w które wkracza sektor prywatny. Sytuacja ta ma miejsce zwłaszcza w państwach przechodzących transformację, gdzie znaczny obszar sfery działalności państwa, trafia na

³⁵ A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 20.

³⁶ M.K. Addo, *The changing face of parent and subsidiary Corporation: Entity vs. Enterprise Liability*, „Connecticut Law Review” 2005, t. 37, nr 667, s. 670.

³⁷ A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 21.

³⁸ Por. listę Forbes, http://www.forbes.com/lists/2008/18/biz_2000global08_The-Global-2000_Rank.html

skutek prywatyzacji w ręce prywatnych podmiotów gospodarczych, zwłaszcza dużych korporacji transnarodowych³⁹. Zdarza się, że przejmują one nawet funkcje związane z: utrzymaniem porządku, bezpieczeństwem, edukacją i kulturą.

W doktrynie wskazuje się na zacieranie się różnic między polityką i zadaniami państwa a prywatną sferą działalności gospodarczej. To zaś powinno skutkować uznaniem, że niemożliwe staje się utrzymanie traktowania praw człowieka jako sfery oddziaływania wyłącznie władzy państwowej⁴⁰. Wskazuje się w szczególności na bardzo duży wpływ korporacji transnarodowych na politykę państwa⁴¹. Zwłaszcza negocjacje przedinwestycyjne mogą być momentem, który, w związku z bardzo dużą siłą ekonomiczną przedsiębiorcy, może dochodzić do ustalenia takich warunków inwestycji, które zagrażają godziwej wysokości płac pracowniczych, bezpieczeństwu pracy czy wywiązywaniu się ze zobowiązań podatkowych⁴². Ze strony korporacji transnarodowych zachodzi również ryzyko korupcji oraz popierania siły politycznej, która zapewnia utrzymanie korzystnych warunków ekonomicznych dla prowadzonej działalności gospodarczej⁴³. Stawianie zaś przez kraje ubogie zbyt wysokich wymagań potencjalnym inwestorom może skutkować utratą inwestycji na rzecz innego państwa⁴⁴.

Założenie, że przedsiębiorca jest zobowiązany wyłącznie do przestrzegania bezpośrednio skutecznych norm prawnych, obowiązujących w danym kraju jest błędne. Jak wskazano współcześnie przedsiębiorcy to często wielkie korporacje międzynarodowe prowadzące działalność gospodarczą w wielu krajach na całym świecie. Mogłyby więc one teoretycznie swobodnie przenosić inwestycję do kraju, w którym w danym czasie określona forma działalności nie jest zabroniona lub ograniczenia w jej prowadzeniu są mniejsze. Surowe normy środowiskowe obowiązujące w krajach rozwiniętych mogłyby przy przyjętym założeniu skłaniać przedsiębiorców do przenoszenia działalności gospodarczej do krajów, w których takie normy nie obowiązują (tzw. transfer brudnych technologii). To samo można odnieść do standardów prawa pracy, zasad niedyskryminacji czy bezpieczeństwa i higieny pracy. Tym samym ograniczanie zobowiązań przedsiębiorców do przestrzegania prawa

³⁹ M.K. Addo, op. cit., s. 671.

⁴⁰ Ibidem, s. 670.

⁴¹ I. Bantekas, *Corporate Social Responsibility in international law*, "Boston University International Law Review" 2004, t. 22, nr 309, s. 314.

⁴² Ibidem, s. 314.

⁴³ Ibidem, s. 315.

⁴⁴ S. Shamir, *Between self-regulation and the Alien Tort Claims Act: on the contested concept of Corporate Social Responsibility*, "Law and Society Review" 2004, t. 38, nr 635, s. 637.

obowiązującego w danym kraju prowadziłyby do możliwości osiągnięcia sukcesów finansowych kosztem minimalnych standardów pracy i wymagań ekologicznych⁴⁵. Takie redukcje obowiązków przedsiębiorcy skutkowałyby ustalaniem standardów na najniższym poziomie określonym jako moralność krańcowa⁴⁶. Jej przełożenie na działalność przedsiębiorców oznacza zachowanie przedsiębiorców odpowiadające dolnej granicy prawnie i społecznie tolerowanego etycznego minimum.

Należy również zauważyć, że wpływ opinii publicznej w zakresie przestrzegania wysokich standardów społecznej odpowiedzialności biznesu może być ograniczony, w przypadku przenoszenia niektórych inwestycji do krajów rozwijających się ze względu na niższe standardy tam obowiązujące, zasadniczo do krytyki w razie ujawnienia nieprawidłowości na dużą skalę lub mieć charakter wyłącznie następczy (np. po katastrofie ekologicznej). Konieczne jest zatem wdrażanie odpowiednich standardów w przedsiębiorstwach niezależnie od istniejących regulacji prawnych, zwłaszcza w krajach rozwijających się lub sięgających dalej niż regulacje prawne krajów rozwiniętych.

Istotną więc z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest realizacja za jej pomocą należytej ochrony praw człowieka. W literaturze wskazuje się przede wszystkim na wolność zrzeszania się i prawo do zbiorowych negocjacji interesów pracowniczych, wyeliminowanie przypadków pracy niewolniczej, bezwzględny zakaz pracy dzieci, bezwzględny zakaz dyskryminacji w miejscu pracy, właściwe wykorzystywanie kapitału ludzkiego oraz zapewnienie odpowiednich warunków bezpieczeństwa i ochrony zdrowia pracowników⁴⁷.

Wymagania płynące ze społecznej odpowiedzialności biznesu w aspekcie zapewniania wysokiego standardu ochrony praw człowieka są istotne, zwłaszcza w przypadku przedsiębiorców ponadnarodowych, prowadzących lub rozpoczynających swoją działalność w krajach rozwijających się. Do nich należy również zaliczyć, ze względu na poziom respektowania praw człowieka, kraje Europy Wschodniej, w tym Polskę. System ochrony praw człowieka w tych krajach cechuje wielość instrumentów ochronnych (konstytucyjne prawa i wolności oraz gwarancje z nimi związane, prawo europejskie, odpowiedzialność odszkodowawcza za poczynania władzy publicznej, skarga na przewlekłość postępowania etc.), przy jednocześnie daleko posuniętych

⁴⁵ A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 20.

⁴⁶ Ibidem, s. 20 oraz powoływana tam A. Dylus, *Moralność krańcowa jako problem dla katolickiej nauki społecznej*, Pallotinum, Warszawa 1992.

⁴⁷ I. Bantekas, *Corporate Social Responsibility in international law*, op. cit., s. 332.

praktycznych problemach z realizacją wskazanych praw⁴⁸. Wydaje się, że przez społeczną odpowiedzialność biznesu możliwa jest pełniejsza realizacja określonych w Konstytucji RP praw i wolności obywatelskich. Tym samym może wpływać na poziom ochrony praw człowieka w Polsce.

Podnoszenie standardów ochrony praw człowieka przez wdrażanie w strategiach przedsiębiorców społecznej odpowiedzialności biznesu jest również postrzegane w doktrynie jako źródło do zwiększenia zysków w przyszłości⁴⁹. Uznaje się, że poszanowanie praw człowieka oraz działalność na rzecz państwa prawa prowadzi do budowy społeczeństwa otwartego, bardziej tolerancyjnego, wolnego od napięć i konfliktów⁵⁰. To zaś powinno skutkować powstaniem lepszego otoczenia dla biznesu, środowiska sprzyjającego rozwojowi wolnego rynku i lepszych warunków prowadzenia działalności gospodarczej.

Istotne jest również, że w coraz większym stopniu w odniesieniu do sytuacji w Stanach Zjednoczonych w grę może wchodzić pozwanie przedsiębiorcy przed sądem amerykańskim za szkodę wyrządzoną przez przedsiębiorcę na terytorium poza USA. Jest to możliwe przez zastosowanie *Alien Tort Claims Act* (28 U.S.C. §1350) (ATCA). ATCA umożliwia obcokrajowcom złożenie pozwu w amerykańskich sądach, także wtedy, gdy pozwany nie jest obywatelem amerykańskim lub przedsiębiorcą mającym swoją siedzibę w Stanach Zjednoczonych. Przy użyciu ATCA rozstrzygano np.: sprawy amerykańskiego koncernu paliwowego Chevron, odpowiadającego za katastrofę ekologiczną i zamieszki w delcie Nigru w Afryce; koncernu paliwowego Unocal, któremu zarzucano świadome wykorzystywanie niewolniczej siły roboczej do budowy gazociągu w Birnie we współpracy z armią birmańską; koncernu Royal Dutch Shell, który miał dostarczać broń nigeryjskim siłom bezpieczeństwa, wiedząc, że zostanie ona użyta przeciw manifestantom; koncernu Texaco, któremu zarzucono niszczenie ich środowiska naturalnego i zdrowia odpadami toksycznymi, czy Coca-Coli, która miała użyć sił paramilitarnych do zduszenia działalności związkowej w fabryce w Kolumbii – sprawy zazwyczaj kończą się ugodami⁵¹. Podkreśla się również, że w sto-

⁴⁸ Na takim stanowisku stoi E. Łętowska, por. M. Bernatt, *Relacja z konferencji: „Dostęp do wymiaru sprawiedliwości – wybrane aspekty”*, „Prawo i Prokuratura” 2007, nr 9, s. 126–129.

⁴⁹ J. Filek, *Spółeczna odpowiedzialność biznesu...*, op. cit., 2006, s. 11.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ R. Stefanicki, *Złe zachowanie kosztuje*, op. cit, s. 23; A. Ramasastry, R.C. Thompson, *Commerce, Crime and Conflict. Legal remedies for Private Sector Liability for Grave Breaches of International Law*, Fafo Institute Report 2006, <http://www.fafo.no/pub/rapp/536/536.pdf>, s. 23.

sunku do przedsiębiorców w grę może wchodzić także odpowiedzialność przed Międzynarodowym Trybunałem Karnym⁵².

O możliwości skutecznego monitorowania działań przedsiębiorców pod kątem przestrzegania przez nich praw człowieka świadczy przykład sprawy spółki Aker Kværner⁵³, którą zajmował się Norweski Krajowy Punkt Kontaktowy OECD, działający w ramach systemu implementacji Wytycznych OECD⁵⁴. Od 1991 r. Aker Kværner ASA poprzez swoją spółkę-córkę Kværner Process Services Inc. świadczył usługi dla Departamentu Obrony USA w Zatoce Guantanamo. W 2001 r. ich zakres usług został rozszerzony o utrzymanie więzienia dla osób schwytanych podczas operacji wojskowych, m.in. w Afganistanie (tzw. X-Ray Camp). Według raportów organizacji międzynarodowych, m.in. Międzynarodowego Komitetu Czerwonego Krzyża⁵⁵ oraz Human Rights Watch⁵⁶ warunki panujące w więzieniu na Guantanamo godziły w podstawowe prawa umieszczonych tam osób, podejrzanych o prowadzenie działalności terrorystycznej. Zwracano uwagę, że do pozbawienia wolności tych osób dochodzi bez jakiegokolwiek postanowienia sądowego, co stanowi naruszenie powszechnie akceptowanych standardów ochrony praw człowieka⁵⁷. Sposób postępowania z więźniami można było uznać również za godzący w zasady humanitarnego traktowania i tym samym stanowiący niedopuszczalne tortury⁵⁸, zwłaszcza w związku z celowym uniemożliwianiem im snu, umieszczaniem w klatkach, oświetlaniu przez całą dobę silnym światłem stroboskopowym, a także zarzutami molestowania seksualnego.

W skardze złożonej do norweskiego Krajowego Punktu Kontaktowego OECD, przez grupę kilkudziesięciu organizacji pozarządowych – Forum

⁵² Por. szczegółowo A. Ramasastry, R.C. Thompson, op. cit., s. 15–17.

⁵³ Informacje nt. sprawy pochodzą ze strony organizacji OECD Watch, zrzeszającej organizacje pozarządowe, które monitorują przestrzeganie przez przedsiębiorców Wytycznych OECD, http://oecdwatch.org/cases/Case_81/@@casesearchview?type=Issue&search=en_Aker%20Kv%C3%A6rner%20involvement%20in%20Guant%C3%A1namo%20Bay%20Prisons

⁵⁴ Por. punkt 2.2. niniejszej książki.

⁵⁵ Por. doniesienia prasowe: <http://www.msnbc.msn.com/id/6618051>

⁵⁶ Por. liczne raporty i artykuły dostępne na stronie Human Rights Watch, http://www.hrw.org/en/search/apachesolr_search/Guantanamo

⁵⁷ Por. art. 9 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ z 1948 r.: „Nikt nie może podlegać arbitralnemu zatrzymaniu, aresztowaniu lub wygnaniu” oraz art. 9 Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych z 1966 r.: „Nikt nie może być arbitralnie zatrzymany bądź aresztowany; kto jest zatrzymany będzie natychmiast poinformowany o zarzutach i niezwłocznie postawiony przed sędzią z prawem do odwołania”.

⁵⁸ Por. art. 5 i 9 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka ONZ i art. 7 Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych.

for Environment and Development, podnoszono, że do naruszenia praw człowieka więźniów na półwyspie Guantanamo może dochodzić właśnie w związku z działalnością Aker Kværner. Usługi świadczone przez tę firmę polegały m.in. na utrzymywaniu infrastruktury więzienia i dostarczaniu prądu. Tym samym skarżący podnosili, że doszło do naruszenia rozdziału 2. punkt 2. Wytycznych OECD (dział Postanowienia ogólne), zgodnie z którym przedsiębiorcy są zobowiązani do przestrzegania praw człowieka wobec tych, na których oddziałują poprzez prowadzoną przez siebie działalność, w sposób spójny z międzynarodowymi powinnościami i zobowiązaniami rządów państw goszczących inwestycje. Na skutek złożenia skargi, po dwóch spotkaniach z przedstawicielami spółki Aker Kværner w tej sprawie, doszło do wydania rekomendacji przez norweski Krajowy Punkt Kontaktowy OECD⁵⁹. W rekomendacji z 29 listopada 2005 r. ustalił on stan faktyczny sprawy zgodnie z żądaniem skargi. Zauważył, że jakkolwiek przedsiębiorcy nie są stronami konwencji i innych postanowień międzynarodowych, do których naruszenia doszło w przypadku więzienia w Guantanamo (są nimi państwa), to powinni oni brać pod uwagę prawa człowieka przy prowadzonej działalności gospodarczej, a w szczególności nie czerpać zysku z powodu ich naruszenia. Podkreślono, że zgodnie z Wytycznymi OECD przedsiębiorcy powinni przestrzegać praw człowieka wobec podmiotów, na których oddziałują poprzez prowadzoną przez siebie działalność; powinno się to odnosić również do praw osób pozbawionych wolności⁶⁰. Zwrócono uwagę na konieczność ciągłego poddawania przez przedsiębiorcę ewaluacji własnej działalności gospodarczej także w zakresie przestrzegania praw człowieka. Norweski Krajowy Punkt Kontaktowy OECD wytknął Aker Kværner brak posiadania jakichkolwiek wewnętrznych standardów dotyczących praw człowieka w kontekście prowadzonej działalności gospodarczej i powoływanie się na ochronę tajemnicy klientów w celu uzasadnienia odmowy udostępniania informacji w postępowaniu przed Krajowym Punktem Kontaktowym⁶¹.

⁵⁹ Nie jest to powszechna praktyka wśród Krajowych Punktów Kontaktowych. Zazwyczaj podejmują one tylko próbę mediacji i w razie jej niepowodzenia umarzają postępowanie. Tylko niektóre krajowe Punkty Kontaktowe mają odpowiednie zaplecze instytucjonalne i merytoryczne, które daje im możliwość wydania rekomendacji. Należy zauważyć również, że norweski Krajowy Punkt Kontaktowy OECD jest zbudowany na podstawie zasady niezawisłości i bezstronności, co wynika m.in. z jego składu – reprezentantów Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Ministerstwa Handlu i Przemysłu, Konfederacji Norweskich Przedsiębiorstw oraz Norweskiej Konfederacji Związków Zawodowych.

⁶⁰ W rekomendacji stwierdzono: „the activities that the company has carried out can be said, at least partly, to have affected the inmates of the prison”.

⁶¹ W rekomendacji stwierdzono: „Aker Kværner could have delivered a great deal more documentation without compromising customer confidentiality”.

Zalecono przygotowanie takich zasad postępowania i ich skuteczną implementację we wszystkich krajach, w których Aker Kværner prowadzi działalność gospodarczą. Aker Kværner po wydaniu rekomendacji zdecydował się wycofać z Guantanamo. Jako oficjalny powód podano nieprzedłużenie umowy na 2006 r. Wydaje się jednak, że decyzja mogła być w rzeczywistości motywowana negatywną oceną opinii publicznej na temat działalności gospodarczej Aker Kværner, potwierdzoną rekomendacją wydaną przez norweski Krajowy Punkt Kontaktowy OECD.

Przykładem sprawy, w której przedsiębiorcy zarzucano bezpośrednio naruszenie praw człowieka w związku z wykonywaniem zadań powierzonych przez państwo, była australijska sprawa spółki Global Solutions Limited Australia⁶². W skardze złożonej do australijskiego Krajowego Punktu Kontaktowego OECD pięć skarżących organizacji pozarządowych zarzuciło spółce Global Solutions Limited Australia naruszenie praw człowieka w administrowanych przez nią ośrodkach imigracyjnych o charakterze zamkniętym, w których umieszczano na czas nieokreślony osoby, którym biura imigracyjne Australii odmówiły przyznania statusu uchodźcy. Skarga odnosiła się zwłaszcza do praw dzieci, w związku z przyzwoleniem spółki na ich przebywanie w ośrodku imigracyjnym i niezaprzesania tej praktyki pomimo negatywnych dla spółki zaleceń medycznych. Podkreślano, że dochodzi do złamania międzynarodowych przepisów dotyczących praw dzieci, w szczególności Konwencji o Prawach Dziecka ONZ z 20 listopada 1989 r.⁶³. Naruszony miał zostać również art. 9 Międzynarodowego Paktu Praw Politycznych i Obywatelskich w związku z nieokreślonym czasowo charakterem umieszczenia w ośrodku. Opisana w skardze sytuacja miała mieć miejsce, pomimo deklarowania przez spółkę zaangażowania w propagowanie dobrych praktyk w obszarze praw człowieka. Na skutek spotkań zorganizowanych przez australijski Krajowy Punkt Kontaktowy OECD udało się wypracować kompromis między stronami. Spółka Global Solutions Limited Australia zobowiązała się poprawić sytuację panującą w ośrodkach imigracyjnych, przez dopuszczenie do ośrodków imigracyjnych ekspertów z organizacji pozarządowych, poprawę standardów życia oraz opuszczenie przez dzieci tych ośrodków. Pozytywny wynik mediacji został podkreślony w rekomendacjach australijskiego Krajowego Punktu Kontaktowego OECD.

Opisane sprawy są przykładami możliwości odnoszenia praw człowieka i zobowiązań z nich wynikających do działalności przedsiębiorców. Spółka Global Solutions Limited Australia naruszała prawa człowieka w związku ze

⁶² Por. http://oecdwatch.org/cases/Case_73; szczegółowe informacje dostępne są również na stronie: <http://www.bsl.org.au>

⁶³ http://www.hfhrpol.waw.pl/pliki/Konwencja_o_Prawach_Dziecka.pdf

świadczeniem usług tradycyjnie zarezerwowanych dla sfery obowiązków państwa. Tym bardziej konieczna i uprawniona stała się więc ocena działalności przedsiębiorcy z punktu widzenia respektowania praw człowieka. Podobnie, w przypadku spółki Aker Kværner ASA jej działalność przyczyniała się do bezpośredniego naruszenia praw człowieka ze strony państwa. Istotne jest również, że w obu sprawach został zastosowany skutecznie system monitorowania działalności przedsiębiorców z punktu widzenia wywiązywania się przez nich z deklarowanych zobowiązań w obszarze praw człowieka. Było to możliwe bez odwoływania się do tradycyjnej drogi sądowej; pozwoliło to zarazem na ocenę odpowiedzialności spółki-matki za usługi świadczone przez spółkę-córkę.

W pełni jest zatem uzasadnione odniesienie praw człowieka do działalności przedsiębiorców. Jednym ze sposobów implementacji praw człowieka do działalności przedsiębiorców jest społeczna odpowiedzialność biznesu, która w swoich normach chroni także prawa człowieka.

1.2.2. Przedsiębiorca jako adresat społecznej odpowiedzialności biznesu

Społeczna odpowiedzialność biznesu traktuje o przedsiębiorcy jako podmiocie społecznie odpowiedzialnym. Wymagają więc, aby przedsiębiorca, w ramach prowadzonej działalności gospodarczej wywiązywał się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Odpowiada to przyjętemu na gruncie anglojęzycznym pojęciu *corporate citizenship*⁶⁴, które zakłada spojrzenie na przedsiębiorcę jako odpowiedzialnego obywatela działającego aktywnie na rzecz swojego otoczenia. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu nie będą odnoszone jednak wyłącznie do dużych podmiotów gospodarczych (spółek prawa handlowego), ale także do mniejszych przedsiębiorców.

Przedsiębiorca jest zobowiązany do przestrzegania norm społecznej odpowiedzialności biznesu za pomocą różnych instrumentów⁶⁵. Zgodnie z powszechnie akceptowanymi zasadami prawa międzynarodowego korporacje transnarodowe nie mają podmiotowości prawnomiędzynarodowej. Mogą być więc one bezwzględnie zobowiązane normami prawa międzynarodowego, np. traktatami Międzynarodowej Organizacji Pracy tylko przez transponowanie danych norm adresowanych do państwa-sygnatariusza na normy wewnętrzne. W większości jednak przypadków normy społecznej odpowie-

⁶⁴ Tłumacząc dosłownie: obywatelstwo korporacyjne.

⁶⁵ Por. normy prawa międzynarodowego społecznej odpowiedzialności biznesu. Stanowią one jedno z podstawowych źródeł odniesienia norm społecznej odpowiedzialności do norm Konstytucji RP.

działności biznesu mają charakter *soft law* i są adresowane bezpośrednio do przedsiębiorców transnarodowych. W tym zakresie uznaje się więc, że przedsiębiorcy stają się podmiotami prawa międzynarodowego w rozumieniu prawa zwyczajowego (ang. *customary law*)⁶⁶. Skutkuje to nałożeniem na nich obowiązków przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju, zgodnie z postanowieniami Agendy 21. do Deklaracji z Rio na temat środowiska i rozwoju z 1992 r.⁶⁷

Na gruncie amerykańskim przeszkodą w upowszechnianiu społecznej odpowiedzialności biznesu wśród przedsiębiorców jest wąskie ujęcie powierniczych obowiązków osób zarządzających spółkami, a zarazem ich odpowiedzialności za działanie z należytą starannością. Sytuacja ta miała miejsce szczególnie po orzeczeniu Sądu Najwyższego Delaware w sprawie *Smith v. Van Gorkom* (488 A.2d 858 (Del. 1985)). W rezultacie tego wyroku w wielu stanach USA ograniczono odpowiedzialność członków zarządu w spółce. Problemem jest również domniemanie zgodności działania zarządu z interesem spółki. Taka sytuacja może skutkować tendencją do podejmowania przez udziałowców ryzykownych, mogących przynieść duży zysk, decyzji, stanowiących równocześnie źródło szkody dla otoczenia przedsiębiorcy⁶⁸.

W związku z tym wskazuje się na nieadekwatność dotychczasowych koncepcji i konieczność odejścia od nich. Koncepcje te wskazują bowiem, że przedsiębiorca dąży przede wszystkim do osiągnięcia czysto ekonomicznego zysku, a jego odpowiedzialność dotyczy tylko udziałowców (akcjonariuszy) danej spółki. Tak pojmowany zysk może stawać się źródłem strat ponoszonych przez otoczenie przedsiębiorcy⁶⁹. Ponadto w praktyce handlowej, przy ukształtowanej strukturze władz spółki wobec jej udziałowców (akcjonariuszy), może pojawić się praktyczny problem odpowiedzialności władz z tytułu wdrażanej polityki społecznej odpowiedzialności biznesu. Możliwa jest sytuacja, w której akcjonariusze sprzeciwiają się przeznaczeniu zysku na prospołeczną działalność spółki. W sytuacji takiej konieczne będzie zrozumienie społecznej odpowiedzialności biznesu jako możliwości budowania pozytywnego wizerunku spółki, przekładającego się na jej lepsze wyniki handlowe i większe zyski akcjonariuszy. Powyższe staje się coraz bardziej

⁶⁶ I. Bantekas, op. cit., s. 312–313.

⁶⁷ Rio Declaration on Environment and Development, U.N. Conference on Environment and Development, <http://www.un.org/esa/sustdev/agenda21.htm>

⁶⁸ E. Scalise, *The code for corporate citizenship: States should amend statutes governing corporations and enable corporations to be good citizens*, "Seattle University Law Review" 2005, t. 29, nr 275, s. 285.

⁶⁹ Ibidem, s. 287–288.

powszechne zarówno wśród osób spółką zarządzających, jak i wśród otoczenia przedsiębiorcy⁷⁰.

Jednym ze sposobów upowszechniania społecznej odpowiedzialności biznesu wśród przedsiębiorców jest uchwalanie w niektórych stanach amerykańskich (Kalifornia, Minesota, Maine) kodeksów dobrych praktyk przedsiębiorców korporacyjnych (ang. *Code for Corporate Citizenship*). Stanowią one odpowiedź na dotychczasowe niesprzyjające rozwojowi społecznej odpowiedzialności biznesu regulacje amerykańskiego prawa handlowego⁷¹. Kodeksy te wprowadzają zmiany do prawa handlowego poszczególnych stanów USA, aby uwzględniło ono także obowiązek ochrony interesu społecznego – interesu otoczenia przedsiębiorcy. W związku z tym regulują odpowiedzialność karną i cywilną członków zarządu spółki, za szkodę dla środowiska, naruszenie praw człowieka, godności pracowników, negatywny wpływ na zdrowie, bezpieczeństwo publiczne lub dobro społeczności lokalnych, w którym dany przedsiębiorca działa⁷². W sytuacji naruszenia wskazanych wartości podmiot poszkodowany może wystąpić na drodze sądowej przeciwko przedsiębiorcy o odszkodowanie.

Obowiązek przedsiębiorcy do działania z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu może wynikać również z norm prawa handlowego. Sytuacja taka może mieć miejsce przez obowiązek uwzględniania w działalności spółki zasad współżycia społecznego. Te zaś mogą być utożsamiane z działaniem zgodnym z normami społecznej odpowiedzialności biznesu. Potwierdzenie dla tej koncepcji można znaleźć w polskim Kodeksie spółek handlowych, w szczególności w związku z zasadą jedności prawa cywilnego i treścią art. 2 Kodeksu spółek handlowych⁷³. Nakazuje on stosować w kwestiach nieuregulowanych w Kodeksie spółek handlowych Kodeks cywilny. Przykładem takiej sytuacji może być regulacja poświęcona statutowi spółki. Statut, będąc najważniejszą wewnętrzną regulacją danej spółki, określa przedmiot jej działalności. Uchwalenie statutu jest czynnością prawną. W sytuacji, gdyby treść lub sposób uchwalenia statutu były sprzeczne z za-

⁷⁰ Task force of world economic forum CEOS, joint statement, global corporate citizenship: the leadership challenge for CEOS and boards CEOS 10 (2002), http://www.weforum.org/pdf/GCCI/GCC_CEOstatement.pdf

⁷¹ E. Scalise, op. cit., s. 289–299.

⁷² Model unif. code for corp. responsibility: duty to safeguard the public interest § 1 (2005): “the responsibility of the directors to manage the corporation in a manner that does not cause damage to the environment, violate human rights, adversely affect the public health or safety, damage the welfare of communities in which the corporation operates, or violate the dignity of the corporation’s employees”.

⁷³ Ustawa z 15 września 2000 r. – Kodeks spółek handlowych, DzU 2000, nr 94, poz. 1037.

sadami współzycia społecznego stawałby się on automatycznie nieważny (art. 58 § 2 k.c.). Zasady współzycia społecznego będą miały znaczenie przy ocenie bezprawności działania przedsiębiorcy, wobec którego osoby trzecie (np. konkurenci albo konsumenci) dochodzić będą odszkodowania.

Poza normami społecznej odpowiedzialności biznesu, które mają swoje źródło w prawodawstwie międzynarodowym oraz zmianami dokonującymi się w prawie handlowym poszczególnych państw⁷⁴, ogromne znaczenie dla zdefiniowania zakresu norm społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszących się do przedsiębiorcy ma prawo konstytucyjne. Pozostawiając miejsce na analizę relacji między Konstytucją RP a społeczną odpowiedzialnością biznesu w rozdziale czwartym, odnieść się tutaj należy do szerokiego orzecznictwa niemieckiego ukształtowanego na gruncie art. 14 ust. 2 Konstytucji Republiki Federalnej Niemiec. Stanowi on, że własność zobowiązuje, a korzystanie z niej powinno zarazem służyć dobru ogółu. W orzecznictwie Federalnego Sądu Konstytucyjnego (niem. *Bundesverfassungsgericht*, BverfG) podkreśla się, że korzystanie z własności prywatnej powinno zawierać w sobie społeczną odpowiedzialność właściciela⁷⁵. Zarazem uznaje się, że dobro wspólne wyznacza granice korzystania z własności. Istotne staje się również określenie równowagi między prawem właściciela do korzystania z własności a interesem społecznym⁷⁶. W sprawie *Deposit Copy* Federalny Sąd Konstytucyjny oceniał zakres społecznego obowiązku przedsiębiorcy⁷⁷. Chodziło o wydawcę, który zgodnie z prawem Hesji musiał nieodpłatnie przekazywać kopie swoich niskonakładowych książek lokalnym bibliotekom. W wyroku Federalny Sąd Konstytucyjny podkreślił, że przy ocenie powyższego konieczne jest ustalenie do jakiego stopnia własność ma funkcje społeczne oraz na ile proporcjonalne do możliwości finansowych przedsiębiorcy jest nałożenie na niego obowiązków społecznych⁷⁸. Mając to na uwadze potwierdził społeczny charakter własności. Ze względu zaś na duże społeczne znaczenie publikacji, uznał za proporcjonalne zobowiązanie przedsiębiorcy do przekazywania ich do publicznego użytku⁷⁹. Na gruncie doktryny

⁷⁴ W celu porównania szerokiej legislacji w różnych państwach odnoszących się do CSR, zob. D. Frank (red.), *CSR World, Jurisdictional comparison in the law and regulation of corporate social responsibility*, European Lawyer Reference, London 2005.

⁷⁵ Decyzja w sprawie *Allotment*, BverfGE 1979, t. 52, nr 1, s. 29

⁷⁶ S. Michałowski, L. Woods, *German Constitutional Law, The protection of civil liberties*, Ashgate, Dartmouth 1999, s. 323.

⁷⁷ BverfGE 1981, t. 58, nr 137.

⁷⁸ Ibidem, s. 147–148.

⁷⁹ W przedmiotowej sprawie Federalny Sąd Konstytucyjny uznał, że obowiązki nałożone na wydawcę niskonakładowych, elitarnych pozycji stanowiły dla niego zbyt duży ciężar finansowy.

polskiego prawa konstytucyjnego na znaczenie orzecznictwa niemieckiego wskazał Bolesław Banaszkiewicz⁸⁰. Zajął on stanowisko, że z art. 14 ust. 2 Konstytucji RFN wynika „społeczne związanie” własności⁸¹. Odnosząc się do sytuacji na gruncie Konstytucji RP uznał, że konieczne jest rozszerzenie katalogu przesłanek ograniczenia prawa własności poza wartości wynikające z art. 31 ust. 3 Konstytucji RP. Jako ograniczenie własności wskazał⁸² społeczny charakter gospodarki rynkowej oraz potrzebę sprawiedliwego i efektywnego uregulowania stosunków majątkowych ze względu na zawartą w art. 2 Konstytucji RP zasadę sprawiedliwości społecznej⁸³.

Za własność w odniesieniu do przedsiębiorcy należy uznać przedsiębiorstwo, rozumiane jako zorganizowany zespół składników niematerialnych i materialnych przeznaczony do prowadzenia działalności gospodarczej⁸⁴. W kontekście norm społecznej odpowiedzialności biznesu oznaczałoby to, że przedsiębiorca rozumiany jako podmiotowy odpowiednik przedsiębiorstwa – jego właściciel, jest ograniczony w korzystaniu ze swojej własności. Takim ograniczeniem jest zwłaszcza dobro innych – działania przedsiębiorcy powinny służyć dobru jego kontrahentów⁸⁵.

Przedsiębiorca powinien więc być podmiotem, który prowadzi własne działania w sposób przejrzysty, uwzględniając dobro swojego otoczenia. Wywiązuje się tym samym z norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

1.3. Otoczenie przedsiębiorcy – kontrahenci przedsiębiorcy

Klasyczne podejście do działalności przedsiębiorcy korporacyjnego zakłada, że ma ona być ukierunkowana na realizację interesów udziałowców (ang. *shareholders*). Podkreślano, zwłaszcza że podstawową odpowiedzialnością przedsiębiorcy jest dbanie o zysk⁸⁶ oraz w efekcie właściwy jego podział między udziałowców danej spółki.

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest oparta natomiast na założeniu, że poza udziałowcami istnieje jeszcze wiele podmiotów w otoczeniu przed-

⁸⁰ B. Banaszkiewicz, *Konstytucyjne prawo do własności*, w: M. Wyrzykowski (red.), *Konstytucyjne podstawy systemu prawa*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2001, s. 27–54.

⁸¹ Ibidem, s. 43.

⁸² Ibidem, s. 43.

⁸³ Ibidem, s. 43.

⁸⁴ Na gruncie polskim zasadę taką ustanawia art. 55¹ Kodeksu cywilnego.

⁸⁵ Wnioski takie płyną m.in. z przedstawionych orzeczeń Federalnego Sądu Konstytucyjnego.

⁸⁶ A. Friedman, *The social responsibility of business is to increase its profits...*, op. cit.

siębiorcy, na których ów przedsiębiorca oddziałuje. Podmioty te zwykle się określać interesariuszami lub stronami zainteresowanymi (ang. *stakeholders*). W doktrynie pojawiają się jednak głosy sprzeciwu wobec szerokiego definiowania pojęcia „interesariusz” – traktowania go jako każdego, kto może oddziaływać na przedsiębiorstwo lub każdego, na kogo to przedsiębiorstwo może mieć wpływ⁸⁷. W innych opiniach jako interesariusza określa się te osoby, na których poziom dobrobytu mają istotny wpływ decyzje podejmowane przez firmę lub których prawa mogą być przez firmę naruszone⁸⁸. Bez względu na powyższe problemy definicyjne, za interesariuszy należy uznać – za poglądami doktryny – otoczenie danego przedsiębiorcy: podmioty znajdujące się w kręgu jego oddziaływania. Przede wszystkim chodzi tutaj o: (1) pracowników, inwestorów, udziałowców; (2) klientów, konkurentów; (3) państwo; (4) wspólnoty lokalne, społeczeństwo, organizacje społeczne⁸⁹.

Pojęcie „interesariusz”, przyjęte na gruncie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, badanej z punktu widzenia socjologii czy ekonomii, wydaje się nie być właściwe na gruncie nauk prawnych. Trudno zaakceptować pogląd, że to kierownictwo danej firmy w sposób czysto subiektywny będzie określać do kogo jest kierowana jej społeczna odpowiedzialność.

Przez odwołanie się do filozofii, a konkretnie do liberalizmu, możliwe staje się określenie podmiotów, do których odnoszą się działania przedsiębiorców. Przydatna jest tutaj zwłaszcza koncepcja umowy społecznej⁹⁰. John Locke zakładał, że do zawarcia umowy społecznej dochodzi na dwóch etapach⁹¹. Pierwszy o charakterze pierwotnym polega na zawarciu umowy każdego z każdym. W związku z zawarciem umowy społecznej dochodzi do odejścia od stanu natury, w którym rozumne postępowanie podmiotów⁹² gwarantuje pokój i chęć „zachowania całego rodzaju ludzkiego”⁹³. Jest to konieczne ze względu na potrzebę ochrony praw naturalnych: równości i wolności oraz własności⁹⁴ w obliczu sytuacji niepewności co do zachowań

⁸⁷ A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 24.

⁸⁸ Zob. B. Langtry, powoływany przez A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 24.

⁸⁹ Zob. m.in. J. Filek, *Spółeczna odpowiedzialność biznesu...*, op. cit., s. 4; C. Porębski, *Czy etyka się opłaca?*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1997, s. 43–44.

⁹⁰ Por. np. T. Hobbes, *Lewiatan czyli materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego*, tłum. C. Znamierowski, Fundacja Aletheia, Warszawa 2005; J.-J. Rousseau, *Umowa społeczna*, tłum. A. Peretiatkiewicz, Wydawnictwo Antyk, Kęty 2002.

⁹¹ J. Locke, *Dwa traktaty o rządzie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1992, rozdział II.

⁹² Ibidem, rozdział II, § 19.

⁹³ Ibidem, § 7.

⁹⁴ Ibidem, § 4.

innych. J. Locke uznaje, że „wielki cel, dla którego ludzie wstępują do społeczeństwa, stanowi korzystanie w pokoju i bezpieczeństwie z ich własności [...] potężnym zaś środkiem temu służącym jest prawo⁹⁵”. Pierre Manent ten stan niepewności określa jako sytuację głodu, jaki wkraść się między ludzi w stanie natury⁹⁶. W celu zawarcia umowy i utworzenia społeczeństwa niezbędne jest zachowanie naturalnych uprawnień i jednocześnie pozyskanie dla nich gwarancji – porzucając stan natury ludzie chcą uczynić obowiązywanie rozumnego prawa pewniejszym. U J. Locke’a jednostka zawierająca umowę nie traci swoich praw – traci jedynie możliwość nieskrępowanego korzystania z nich. Możliwość tę ograniczają prawa pozytywne. Zawarcie umowy społecznej na jej pierwszym etapie polega na powstaniu społeczeństwa i zasad jego funkcjonowania. Dopiero na drugim etapie dochodzi do powołania państwa, które wkacza wtedy, gdy samoregulacja, dokonująca się na podstawie ustanowionych w społeczeństwie wartości (określone np. w konstytucji), okazuje się nieskuteczna. Te wartości określone w umowie społecznej, a mające swoje źródło w prawie naturalnym, skutkują m.in. obowiązkiem wykonywania umowy zawartej przez jej kontrahentów w sposób wolny i uczciwy.

Zarówno wolność, jak i godność, mająca charakter praw naturalnych i stanowiąca zarazem zasady sprawiedliwości i element porządku moralnego, ukształtowanego na skutek zawarcia umowy społecznej, jest skuteczna horyzontalnie. Każdy podmiot charakteryzujący się równością i wolnością jest więc kontrahentem umowy społecznej i zobowiązuje się do przestrzegania pewnych reguł. Powinien zwłaszcza nie podejmować działań, które szkodzą, np. środowisku naturalnemu czy naruszają godność lub wolność ludzką. Opierając się na zawartej umowie społecznej jej kontrahenci są zobowiązani do samoograniczenia się i samoregulacji działań w sposób uwzględniający aksjologię danego społeczeństwa, zawartą m.in. w konstytucji.

John Rawls rozwija przedstawione pojęcie „umowy społecznej” i odnosi się m.in. do zagadnienia porządku moralnego⁹⁷. Uznaje, że cechami pierwotnymi podmiotów zawierających umowę społeczną jest wolność i równość. Istotne jest również założenie racjonalności kontrahentów tej umowy. Strony będące w sytuacji pierwotnej dysponują jedynie wiedzą ogólną – „zasłoną niewiedzy”, która wymusza na nich bezstronność (ang. *fairness*), co skutkuje brakiem dążenia do dostosowywania struktury w społeczeństwie do wła-

⁹⁵ Ibidem, § 134.

⁹⁶ P. Manent, *Intelektualna historia liberalizmu*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1994, s. 65 i nast.

⁹⁷ J. Rawls, *Liberalizm polityczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

nych interesów i potrzeb⁹⁸. Koncepcja sprawiedliwości społecznej zakłada równe traktowanie osób mających tę samą cechę charakterystyczną, istotną dla danej kategorii osób (sprawiedliwość dystrybucyjna), tak aby wszelkie sporne wartości – wolność, dochód i bogactwo – były równo rozdzielone⁹⁹. Zdaniem J. Rawlsa, kooperacja społeczna zbudowana na podstawie umowy społecznej powinna tworzyć warunki do właściwego ukształtowania sprawiedliwości społecznej i przyczyniać się do odpowiedniej dystrybucji dóbr w społeczeństwie¹⁰⁰, aby było to z największą korzyścią dla najmniej uprzywilejowanych oraz aby występujące nierówności były związane z pozycjami i urzędami otwartymi dla wszystkich w warunkach autentycznej równości możliwości. Sprawiedliwe zaś społeczeństwo powinno być oparte na porządku konstytucyjnym zgodnym z zasadami sprawiedliwości¹⁰¹. Trybunał Konstytucyjny, interpretując pojęcie „sprawiedliwości” w połączeniu z pojęciem „równości”, przyjmuje, że jeżeli w podziale dóbr i związanym z tym podziale ludzi występują niesprawiedliwe różnice, to wówczas różnice te są uważane za nierówność¹⁰². Sprawiedliwość jest przeciwieństwem arbitralności, wymaga bowiem, aby zróżnicowanie poszczególnych ludzi pozostawało w odpowiedniej relacji do różnic w sytuacji tych ludzi¹⁰³. Wszelkie sporne wartości – wolność, dochód i bogactwo powinny być w związku z tym równo rozdzielone¹⁰⁴. Sprawiedliwe zaś społeczeństwo powinno być oparte na porządku konstytucyjnym zgodnym z zasadami sprawiedliwości¹⁰⁵.

Za kontrahentów tak rozumianej umowy społecznej należy uznać zarówno przedsiębiorcę, jak i podmioty znajdujące się w otoczeniu jego działalności – pracowników i udziałowców, klientów, konkurentów, państwo, wspólnoty lokalne i organizacje społeczne. Przedsiębiorca jako kontrahent umowy społecznej ma prawo korzystania z zasobów danego środowiska społeczno-naturalnego. W zamian za to jednak zobowiązuje się do samoregulacji własnych działań zgodnie z konstytucyjnie określonymi wartościami, wynikającymi także z porządku prawno-naturalnego. Wartości te stanowią zarazem element umowy społecznej, której kontrahentami są przedsiębiorcy. Można w związku z tym mówić o społecznej odpowiedzialności tych przedsiębior-

⁹⁸ C. Porębski, *Wstęp*, w: J. Rawls, *Liberalizm polityczny*, op. cit., s. XX.

⁹⁹ J. Rawls, *Teoria sprawiedliwości*, op. cit., s. 89.

¹⁰⁰ Ibidem, s. 119.

¹⁰¹ C. Porębski, *Wstęp*, w: J. Rawls, *Liberalizm polityczny*, op. cit., s. XXI.

¹⁰² Wyrok TK z 22 sierpnia 1990 r., sygn. akt K 7/90, OTK ZU 1986–1995, t. 2/1990, poz. 5, s. 53.

¹⁰³ Ibidem, s. 54.

¹⁰⁴ Wyrok TK z 22 grudnia 1997 r., sygn. akt K 2/97, OTK ZU 1997, nr 5–6, poz. 72.

¹⁰⁵ C. Porębski, *Wstęp*, w: J. Rawls, *Liberalizm polityczny*, op. cit., s. XXI.

ców, wynikającej z umowy społecznej. Zakres tej odpowiedzialności jest określony w Konstytucji RP.

Mówiąc zatem o przedsiębiorcach w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu będę brał pod uwagę ich działania w stosunku do innych niż oni kontrahentów umowy społecznej. Będę więc posługiwał się pojęciem „kontrahentów przedsiębiorcy”, a nie pojęciem „interesariuszy”.

Można przyjąć, że działanie przedsiębiorcy w stosunku do jego kontrahentów zasadniczo koncentruje się w dwóch sferach.

Sfera wewnętrzna odnosi się głównie do pracowników oraz do jego udziałowców i kadry zarządzającej. Obejmuje ona zwłaszcza takie działania, jak: humanizacja pracy, poprawa bezpieczeństwa, zapewnienie godziwego wynagrodzenia, zabezpieczenie odpowiednich świadczeń socjalnych czy stworzenie możliwości kształcenia pracowników. Sfera ta, pomimo poddania jej w Polsce szczegółowej regulacji prawnej, stwarza dużo problemów, jeżeli chodzi o przestrzeganie praw człowieka w praktyce. Do tej sfery odnoszą się również zasady *corporate governance*, co powinno skutkować lepszą ochroną praw akcjonariuszy.

Sfera zewnętrzna dotyczy oddziaływań przedsiębiorcy na klientów, w tym konsumentów, w szczególności jeżeli chodzi o zagwarantowanie wysokiej jakości dóbr i usług oraz tworzenie uczciwych zasad wymiany. Odnosi się ona również do konkurentów danego przedsiębiorcy. W sferze zewnętrznej oddziaływania przedsiębiorcy ponadto należy umieścić ochronę środowiska. Do sfery zewnętrznej trzeba zaliczyć także tzw. dalsze otoczenie przedsiębiorcy (przez niektórych traktowaną jako trzecia sfera oddziaływania)¹⁰⁶. Odnosi się ona głównie do pośredniego wpływu przedsiębiorcy na wspólnoty lokalne, regionalne, państwowe czy nawet globalne. Należałoby tutaj umieścić również oddziaływanie przedsiębiorcy na strukturę państwową. To dalsze otoczenie przedsiębiorcy powinno nie tylko być beneficjentem działań przedsiębiorców w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, lecz także równocześnie aktywnie uczestniczyć w tworzeniu jak najlepszych warunków dla przedsiębiorców.

Szczególną rolę powinno tutaj odgrywać państwo poprzez kompleksową politykę w tym obszarze. Działania podejmowane przez państwo powinny prowadzić do stwarzania takich warunków, zwłaszcza prawnych, dzięki którym przedsiębiorca będzie mógł w pełni wywiązywać się z nałożonych na niego obowiązków z tytułu społecznej odpowiedzialności biznesu. Jednak przy analizie roli państwa jako jednego z najbardziej istotnych kontrahentów przedsiębiorcy trzeba mieć świadomość, że przy dyskusji nad

¹⁰⁶ C. Porębski, *Czy etyka się opłaca?*, op. cit., s. 44.

wdrażaniem polityki państwowej w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu bardzo ważne jest, aby nie doszło do przeregulowania działalności gospodarczej i tym samym zniechęcenia przedsiębiorców zagranicznych do inwestowania w danym kraju. Współcześni przedsiębiorcy mają przecież możliwość inwestowania w różnych krajach i poszukiwania tych, w których standardy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu są niższe (tzw. *forum shopping*). Nie chodzi więc o to, aby państwo zniechęcało przedsiębiorców do podejmowania inwestycji w danym kraju poprzez daleko posuniętą regulację, a raczej by za element warunkujący podjęcie takiej inwestycji uważało posiadanie i faktycznie wdrażanie odpowiednich standardów międzynarodowych, odnoszących się do różnych sfer społecznej odpowiedzialności biznesu. Istotne jest zatem prowadzenie przez państwo kampanii uświadamiających przedsiębiorcom i ich klientom znaczenie prowadzenia inwestycji w sposób społecznie odpowiedzialny. Bardzo ważne jest również zachęcanie do inwestowania przy użyciu ulg ekonomicznych, które mogłyby się przełożyć na oszczędności przedsiębiorcy, pomimo wdrażania w swojej strategii zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Potencjalne działania państwa mogą wiązać się np. ze stwarzaniem ulg podatkowych dla przedsiębiorców inwestujących w środowisko lub podejmujących działania dla społeczności lokalnych (np. uruchomienie specjalnego programu zwalczania bezrobocia w gminie wiejskiej). Na przykład w Polsce przeszkodą w upowszechnianiu zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w obszarze usług prawniczych¹⁰⁷ jest regulacja art. 8 ust. 2 ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług¹⁰⁸. Zgodnie z nim opodatkowaniu podlega nieodpłatne świadczenie usług, jeżeli nie są one związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa, a podatnikowi przysługiwało w całości lub w części prawo do obniżenia kwoty podatku należnego o kwotę podatku naliczonego przy nabyciu towarów i usług związanych z tymi usługami. W tej definicji mieści się także nieodpłatne świadczenie pomocy prawnej. Skutkuje to obowiązkiem odprowadzania 22% podatku od dochodu, jaki zostałby uzyskany, gdyby porada prawna była udzielana odpłatnie. Nieodpłatne świadczenie pomocy prawnej na rzecz osób ubogich i potrzebujących jest więc w obecnym stanie prawnym podwójnie nieopłacalne. Prawnik, który rezygnuje ze swojego wynagrodzenia za usługę, musi naliczyć i odprowadzić podatek tak, jakby świadczył ją odpłatnie. Za podstawę odliczenia podatku musi przyjąć wartość wynagrodzenia, które pobrałby za wykonanie takiej usługi odpłatnie. Nie uzyskuje więc dochodu, a ponosi dodatkowe wydatki. Ponadto osoba,

¹⁰⁷ Por. punkt 1.4.5. niniejszego rozdziału.

¹⁰⁸ DzU 2004, nr 54, poz. 535.

która taką bezpłatną poradę otrzyma, powinna potraktować jej wartość jako swój przychód i zapłacić podatek dochodowy. Regulacja ta jest powszechnie krytykowana zarówno przez kancelarie prawne, jak i organizacje pozarządowe jako najbardziej oczywista przeszkoda dla rozwoju usług *pro bono* w Polsce¹⁰⁹.

Na dużą pozytywną rolę państwa wskazuje ustawodawstwo międzynarodowe, które w swojej naturze jest do niego głównie adresowane. Jako przykład można wskazać na art. 2 Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych: „[Państwo] zobowiązuje się przestrzegać i zapewnić wszystkim osobom, które znajdują się na jego terytorium i podlegają jego jurysdykcji, prawa uznane w niniejszym Pakcie. [...] Zobowiązuje się podjąć [...] odpowiednie kroki mające na celu przyjęcie tego rodzaju środków ustawodawczych lub innych, jakie okażą się konieczne w celu urzeczywistnienia praw uznanych w niniejszym Pakcie”. Podobny charakter mają postanowienia Karty Praw Podstawowych, która w art. 51 przewiduje związanie postanowieniami karty instytucji i organów Unii. Jeżeli więc z danych umów międzynarodowych, a zwłaszcza z zagwarantowanych tam praw jednostki wynikają normy społecznej odpowiedzialności biznesu, to państwo powinno podjąć wszelkie działania umożliwiające przedsiębiorcom wywiązywanie się z nich. Dobrym przykładem w tym zakresie są Wytyczne OECD, które nakładają na rządy państw członkowskich OECD obowiązek prowadzenia działań promocyjnych i informacyjnych na temat wytycznych, w tym ustanowienia Krajowego Punktu Kontaktowego. Istotna jest również działalność Komisji Europejskiej, zmierzająca do upowszechniania społecznej odpowiedzialności biznesu w UE¹¹⁰. Zielona Księga przewiduje również wiele postanowień, odnoszących się bezpośrednio do działań, które powinna podjąć KE w celu propagowania społecznej odpowiedzialności biznesu. Stawia się tam pytania, czy UE powinna wspierać i uzupełniać istniejące już formy działania na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu. Wskazuje się na możliwość powołania struktury europejskiej, która zajmowałaby się przejrzystością, spójnością i przestrzeganiem praktyk w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu. Rozważa się wprowadzenie jednolitych standardów dotyczących zasad oceny i weryfikacji społecznej odpowiedzialności biznesu.

¹⁰⁹ Por. w szczególności list Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka do Ministra Sprawiedliwości z 7 maja 2007 r., <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosci/nieodplatna-pomoc-prawna-nie-moze-byc-opodatkiem.html>.

¹¹⁰ Por. http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/

1.4. Społeczna odpowiedzialność biznesu w praktyce

1.4.1. Społeczna odpowiedzialność biznesu – współpraca między przedsiębiorcami a społecznością lokalną i organizacjami pozarządowymi

Jednym z podstawowych założeń społecznej odpowiedzialności biznesu jest uwzględnianie przy prowadzonej działalności gospodarczej interesów różnych kontrahentów, w szczególności społeczności lokalnych i reprezentantów społeczeństwa obywatelskiego. Powinno się to wiązać z koniecznością uwzględniania w planach i skutkach swojej inwestycji interesów lokalnej społeczności. Zobowiązanie to może mieć zarówno charakter pozytywny, np. współpracy z organizacjami pozarządowymi, jak i negatywny – powstrzymanie się od działań, które mogłyby godzić w interesy społeczności lokalnej lub samych pracowników przedsiębiorstwa, wywodzących się z tej społeczności. Z powyższego wynika jak największe wykorzystywanie lokalnych zasobów ludzkich oraz prowadzenie badań naukowych i technologicznych we współpracy z lokalnymi ośrodkami naukowymi. Efektem tak prowadzonej działalności gospodarczej mogą być zyski dla przedsiębiorcy w postaci zaufania i przychylności społeczności lokalnej. Może się to przełożyć na zwiększenie sukcesu ekonomicznego inwestycji. Może mieć również znaczenie dla skutecznego pozyskiwania pracowników i efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi (wywodzącymi się zazwyczaj z lokalnych społeczności).

Branie pod uwagę interesów społeczności lokalnej ma szczególne znaczenie w przypadku inwestowania w regionie, w którym inwestycje korzystają z dodatkowych przywilejów przyznawanych przez państwo, np. w formie pomocy publicznej. W Polsce przykładem mogą być Specjalne Strefy Ekonomiczne¹¹¹. Przedsiębiorca inwestujący w Specjalnej Strefie Ekonomicznej – korzystający z preferencyjnych warunków prowadzenia działalności gospodarczej – powinien uwzględniać interes lokalnego środowiska, w którym inwestuje, w celu niejako wynagrodzenia społeczności lokalnej za otrzymanie tych przywilejów albo udogodnień¹¹².

Przykładem promowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w obszarze współpracy ze społecznością lokalną może być projekt Fundacji

¹¹¹ Por. ustawę o specjalnych strefach ekonomicznych z 20 października 1994 r., DzU 1994, nr 123, poz. 600 z późn. zm.

¹¹² Wnioski takie płyną z referatu Roberta Geislera i Grzegorza Piskalskiego, *Wytyczne OECD a CSR. Relacje inwestorów SSE ze swoimi interesariuszami na przykładzie podstrefy Tyskiej KSSE*, przedstawionego na konferencji Fundacji Centrum CSR.PL, Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych oraz Ministerstwa Gospodarki na temat „Społeczne otoczenie Specjalnych Stref Ekonomicznych” (Warszawa, 30 września 2008 r.).

Karpackiej „The Way It Works”, realizowany w czterech krajach Euro-regionu Karpackiego: w Polsce, Rumunii, na Słowacji i na Węgrzech¹¹³. Elementem projektu jest również działanie specjalnej strony internetowej, która ma być platformą wymiany aktualnych informacji o społecznej odpowiedzialności biznesu, zwłaszcza przykłady najlepszych praktyk z Regionu Karpackiego¹¹⁴. Zaangażowanie przedsiębiorców w ramach tego projektu polegało na podejmowaniu działań sponsoringowych i charytatywnych (ICN Polfa Rzeszów SA), wspieraniu organizacyjnym i materialnym szkół podstawowych i gimnazjów w regionie (PGNiG SA – Sanok), pomocy dzieciom (Grupa Nowy Styl), założenia i prowadzenia liceum plastycznego (Talens Polska Sp. z o.o.) czy darowizny sprzętu komputerowego na cele edukacyjne (IBM Polska Sp. z o.o.)¹¹⁵. Równocześnie jednak z badań prowadzonych na Podkarpaciu wynika, że prowadzenie działalności gospodarczej z uwzględnieniem zasad społecznej odpowiedzialności, zwłaszcza w obszarze dobrych relacji i współpracy ze społecznością lokalną, jest w regionie podkarpackim tym lepsze im lepsze jest zintegrowanie przedsiębiorstwa z tą społecznością lokalną i tym samym lepsze rozumienie jej potrzeb¹¹⁶. Przykłady udanej współpracy dotyczyły zwłaszcza przedsiębiorstw z dominującym polskim kapitałem, przedsiębiorstw o scentralizowanym modelu zarządzaniu (charyzmatyczny lider) oraz gdy osoby zarządzające przedsiębiorstwem wywodziły się z Podkarpacia¹¹⁷. Gorzej wyglądały inwestycje społecznie odpowiedzialne w przypadku dużych międzynarodowych korporacji, gdzie decyzje na temat współpracy ze społecznością lokalną musiały być konsultowane z zarządem przedsiębiorstwa za granicą, oraz w przypadku przedsiębiorstw ze Specjalnej Strefy Ekonomicznej, która funkcjonuje w oderwaniu od swojego lokalnego otoczenia¹¹⁸.

Innym przykładem promowania społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie lokalnym w Polsce jest projekt Domu Współpracy Polsko-Niemieckiej „CSR dla Górnego Śląska. Międzysektorowa wiosna 2008/2009: działania na rzecz ożywienia współpracy między sektorami”, mający na celu zawiązanie dialogu, a w dalszej perspektywie, długotrwałej współpracy, między sektorem biznesu a organizacjami pozarządowymi z Górnego Śląska¹¹⁹.

¹¹³ <http://www.thewayitworks.org/project/idea/>

¹¹⁴ <http://www.thewayitworks.org>

¹¹⁵ Zob. referat R. Geislera i G. Piskalskiego, Wytoczne OECD a CSR. Relacje inwestorów SSE ze swoimi interesariuszami na przykładzie podstrefy Tyskiej KSSE, op. cit.

¹¹⁶ Ibidem.

¹¹⁷ Ibidem.

¹¹⁸ Ibidem.

¹¹⁹ http://www.csr-haus.pl/o_projekcie.php

W ocenie pomysłodawców projektu kluczowym elementem skutecznego rozwoju regionu o wielokulturowym charakterze jest utożsamianie się z nim przedsiębiorców działających w tym regionie oraz ich zaangażowanie na rzecz społeczności lokalnej¹²⁰. Współpraca obejmuje obecnie 17 przedsiębiorców¹²¹.

Praktycznym przykładem społecznej odpowiedzialności biznesu może być świadczenie usług prawniczych *pro bono* przez kancelarie prawne oraz indywidualnych prawników przy współpracy organizacji pozarządowych¹²².

Są one w szczególności odpowiedzialne za selekcję, przygotowywanie, przekazywanie, a następnie koordynowanie spraw, którymi na zasadach *pro bono* będzie zajmować się dany prawnik lub kancelaria prawna. Organizacje takie zwykle określać się jako *clearinghouse*. Współpracę między kancelariami prawnymi a organizacjami pozarządowymi poprzedzają zazwyczaj negocjacje¹²³. Efektem ich pozytywnego zakończenia jest przeważnie zobowiązanie firmy prawniczej do prowadzenia danej sprawy *pro bono* i zobowiązanie organizacji społecznej do aktywnego współuczestnictwa w procesie (np. przez przedłożenie opinii prawnej), nagłaśnianie zarówno danej problematyki, jak i samego faktu współpracy w mediach¹²⁴. W Polsce organizacjami, które mają cechy *clearinghouse* są Centrum Pro Bono¹²⁵ oraz Helsińska Fundacja Praw Człowieka w związku z działalnością prowadzoną w ramach Programu Spraw Precedensowych¹²⁶. Centrum Pro Bono jest platformą współpracy między organizacjami pozarządowymi a kancelariami prawnymi w zakresie bezpłatnej pomocy prawnej. Od stycznia 2008 r. organizacje pozarządowe z całej Polski mogą zgłaszać do Centrum Pro Bono sprawy wymagające specjalistycznej wiedzy prawnika. W przypadku przyjęcia przez Centrum Pro Bono danej sprawy jest ona przesyłana do kancelarii prawnej. Zadaniem projektu jest stworzenie sieci współpracy między kancelariami a organizacjami społecznymi, poprzez pośredniczenie w przedstawianiu firmom prawniczym spraw zgłoszonych przez organizacje społeczne, gromadzenie i publikowanie przykładów dobrych praktyk oraz działalność publikacyjną (np. wydawanie

¹²⁰ Ibidem.

¹²¹ www.csr-haus.pl/tresc.php?subaction=showfull&id=1231879401&archive=&start_from=&ucat=13&

¹²² Por. punkt 1.4.5. niniejszego rozdziału.

¹²³ G. Wiaderek, M. Ziółkowski, *Formy i zakres pomocy prawnej świadczonej przez organizacje pozarządowe*, w: A. Winiarska (red.), *Obywatel i Prawo. Raport z realizacji trzeciej edycji Programu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2008, s. 24.

¹²⁴ Ibidem.

¹²⁵ www.centrumprobono.pl

¹²⁶ www.hfhr.org.pl/precedens

zbiorów opracowanych strategii wraz z komentarzami, wydawanie propozycji ankiet, scenariuszy działań)¹²⁷.

Program Spraw Precedensowych (PSP) współpracuje natomiast z licznymi prawnikami zarówno z kancelarii indywidualnych, jak i dużych firm prawniczych w związku z prowadzeniem spraw w formie litygacji strategicznej¹²⁸. Zapewnienie prawnika jest zawsze związane z wcześniejszą analizą sprawy i podjęciem pozytywnej decyzji co do zajęcia się tą sprawą. Przekazanie sprawy prawnikowi wiąże się z jej dalszym koordynowaniem, pośredniczeniem między klientem a prawnikiem kancelarii oraz medialnym nagłaśnianiem sprawy¹²⁹. Przekazanie sprawy prawnikowi jest połączone często z obserwowaniem toczącego się procesu w charakterze publiczności, przygotowywaniem opinii przyjaciela sądu lub nawet wyjątkowo przystępowaniem do postępowania sądowego w charakterze organizacji społecznej. Sens pomocy prawnej udzielanej jednostce wyraża się więc przede wszystkim w znalezieniu właściwego partnera *pro bono*, a następnie w podejmowaniu działań uzupełniających, do których należy zaliczyć także nagłośnienie problemu¹³⁰. PSP buduje również stałą współpracę z kancelariami prawnymi¹³¹, która wiąże się ze wsparciem finansowym PSP i uzyskaniem przez kancelarię statusu partnera głównego lub wspierającego programu. Na zasadzie *pro bono* w ramach PSP są lub były prowadzone, m.in.: sprawa nie powołania przez Prezydenta RP sędziów wskazanych przez Krajową Radę Sądownictwa¹³²; sprawa dyskryminacji kobiet ze względu na wiek w Polskim Radiu SA¹³³, czy sprawa K.S., wdowy po policjancie, który zginął na służbie¹³⁴.

Inną organizacją, która za cel stawia sobie upowszechniania świadczenia usług *pro bono* przez prawników w Europie Środkowo-Wschodniej jest Public Interest Law Institute¹³⁵. Jej dużym osiągnięciem jest stworzenie

¹²⁷ G. Wiaderek, M. Ziółkowski, op. cit., s. 25.

¹²⁸ Program Spraw Precedensowych współpracuje na zasadzie *pro bono* z kancelariami międzynarodowymi, jak Weil, Gotshal & Manges, Dewey&LeBeouf, Lovells, Salans, Clifford Chance, Dechert LLP, siedmioma dużymi polskimi kancelariami oraz z ponad 50 indywidualnymi prawnikami. Por. szczegółowo http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/images/stories/bodnar_budapest_pro_bono_forum.pdf

¹²⁹ G. Wiaderek, M. Ziółkowski, op. cit., s. 24.

¹³⁰ Ibidem.

¹³¹ Szczegóły projektu dostępne są pod adresem: <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/ogolne/projekt-cee-trust.html>

¹³² A. Bodnar, J. Lora, *Prezydent nie skorzystał z prerogatywy*, „Biuletyn Informacyjny Programu Spraw Precedensowych HFPC” 2007, nr 10, s. 3–4.

¹³³ <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/sprawy-prawne/dyskryminacja.html>

¹³⁴ <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/sprawy-prawne/wykonywanie-wladzy-publicznej-2.html>

¹³⁵ www.pili.org

forum dyskusji na temat współpracy między kancelariami prawnymi a organizacjami pozarządowymi. W 2007 i 2008 r. zorganizowało w Budapeszcie Europejskie Forum Pro Bono (*European Pro Bono Forum*)¹³⁶.

Świadczenie pomocy prawnej przy współpracy z organizacjami społecznymi jest dobrym przykładem społecznej odpowiedzialności biznesu. Uznaje się, że wzajemne zbliżenie organizacji społecznych i firm prawniczych pomaga w budowaniu profesjonalnego i sprawnego systemu pomocy osobom potrzebującym, nagłaśnianiu i zwalczaniu niewłaściwych praktyk oraz poszerzaniu przestrzeni aktywnego zaangażowania prawników w działalność na rzecz dobra publicznego¹³⁷.

1.4.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a ekonomia i zasady *corporate governance*

Można powiedzieć, że punktem odniesienia dla społecznej odpowiedzialności biznesu mogą być zasady *corporate governance* – zasady zarządzania i nadzoru wewnętrznego w spółkach kapitałowych¹³⁸. Ich wprowadzenie ma na celu poprawienie ochrony interesów i praw akcjonariuszy przy uwzględnieniu zasady, że podstawową dyrektywą dla spółek jest realizacja jej interesu. Ten zaś jest definiowany jako wypadkowa interesów akcjonariuszy i innych podmiotów zainteresowanych prawidłowym funkcjonowaniem spółki¹³⁹ – kontrahentów spółki (rozumianych w sposób przedstawiony). W tym sensie realizacja zasad *corporate governance* powinna przyczyniać się więc do ochrony interesów kontrahentów. Co do zasady jednak ochrona ta będzie realizowana w sposób pośredni. Wynika to z faktu, że zasady *corporate governance* dotyczą wewnętrznej organizacji spółki. Sposób ich realizacji powinien być natomiast w pełni przejrzysty i dostępny dla potencjalnych inwestorów. Podkreśla się, że dostarczane przez inwestorów informacje mogą wywierać nacisk ekonomiczny na spółki emitujące akcje i przyczyniać się do wzrostu

¹³⁶ M. Bernatt, D. Pudzianowska, *Europejskie Forum pro bono*, „Biuletyn Informacyjny Programu Spraw Precedensowych HFPC” 2007, nr 10, s. 4–5. Jednym z elementów forum jest „NGO Marketplace”, na którym organizacje pozarządowe miały możliwość zaprezentowania swojej działalności oraz zachęcenia firm prawniczych do współpracy.

¹³⁷ *Deklaracja Prawników na rzecz działań pro publico bono*, Trybunał Konstytucyjny, Warszawa, 22 czerwca 2007 r., <http://www.fupp.org.pl/down/deklaracja.pdf>

¹³⁸ A. Waclawik, I. Karasik, *Polski kodeks corporate governance. Mechanizmy wdrażania i egzekwowania*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2002, nr 7, s. 24.

¹³⁹ A. Waclawik, *Zasady Dobrych Praktyk w Spółkach Publicznych w 2002 roku. Pozaustawowa regulacja zagadnień corporate governance a odpowiedzialność za przestrzeganie zasad ładu korporacyjnego*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2002, nr 4, s. 16.

lub spadku ich wartości¹⁴⁰. Ów nacisk ekonomiczny jest zaś postrzegany jako podstawa wywiązywania się ze zobowiązań natury *corporate governance*¹⁴¹, które mają co do zasady charakter woluntarystyczny, stanowiący uzupełnienie postanowień prawa spółek. Zasady *corporate governance* mają również duże znaczenie prawne ze względu na możliwość uznania ich za dobre obyczaje lub zasady współżycia społecznego w rozumieniu Kodeksu Spółek Handlowych i Kodeksu Cywilnego¹⁴². Istotne z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest ujęcie interesu spółki jako jej podstawowego celu. W szczególności wzrost wartości spółki jest korygowany interesem kontrahentów. Jako podstawowy jest również uważany nakaz posiadania uczciwych intencji i nienadużywania uprawnień¹⁴³. Ponadto systematyczne ujawnianie informacji o działalności spółki ma pozytywne znaczenie nie tylko dla decyzji potencjalnych inwestorów, lecz także dla konsumentów i pracowników. Uzyskana bowiem w ten sposób wiedza pomaga nie tylko w dokonaniu właściwego wyboru, lecz także zmniejsza prawdopodobieństwo poszkodowania kogokolwiek działaniem przedsiębiorcy.

Zasady *corporate governance* są również istotne w zakresie, w jakim mogą stanowić wzór dla implementacji norm społecznej odpowiedzialności biznesu do działalności spółek, zwłaszcza tych notowanych na giełdzie. Wydaje się, że spółki, które poddają się zasadom dobrych praktyk *corporate governance*, mogą być gotowe zastosować podobne instrumenty kontroli przestrzegania i wdrażania norm społecznej odpowiedzialności biznesu. W tym zakresie więc wywiązywanie się przez spółki z norm społecznej odpowiedzialności biznesu stanowiłoby rozwinięcie realizacji zasad *corporate governance*.

Należy podkreślić, że transparentność działalności gospodarczej, której służy przestrzeganie zasad *corporate governance*, jest także istotnym elementem międzynarodowych regulacji społecznej odpowiedzialności biznesu. Na tę kwestię zwraca się szczególną uwagę w Wytycznych OECD. Udostępnienie informacji powinno mieć miejsce zwłaszcza w odniesieniu do struktury, sytuacji finansowej i wyników przedsiębiorstwa oraz polegać na ujawnianiu m.in. takich informacji, jak wyniki finansowe głównych udziałowców czy polityki nadzoru korporacyjnego. Do zasad *corporate governance* nawiązuje się także w Zielonej Księdze Komisji Europejskiej¹⁴⁴.

¹⁴⁰ A. Waclawik, I. Karasik, op. cit., s. 25.

¹⁴¹ Ibidem, s. 26.

¹⁴² Ibidem, s. 27–28.

¹⁴³ A. Waclawik, op. cit., s. 22.

¹⁴⁴ Zielona Księga, par. 85.

Należy zwrócić również uwagę na międzynarodowe regulacje *soft law*, bezpośrednio odnoszące się do *corporate governance*, w szczególności Zasady nadzoru korporacyjnego OECD z 1999 r.¹⁴⁵. W rozdziale piątym tych Zasad umieszczono dział „Jawność i przejrzystość”, którego postanowienia zasadniczo odpowiadają Wytycznym OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych. Podkreśla się tam zwłaszcza, że ramy nadzoru korporacyjnego powinny gwarantować terminowe publikowanie przez spółki precyzyjnych informacji, odnoszących się do wszystkich istotnych spraw dotyczących tych spółek, w tym informacji na temat sytuacji finansowej, wyników struktury właścicielskiej kapitału i nadzoru sprawowanego nad spółką¹⁴⁶. W zasadach nadzoru korporacyjnego OECD jest regulowana również rola kontrahentów (w rozumieniu przez mnie zaproponowanym) w procesach nadzoru korporacyjnego. Branie pod uwagę interesów kontrahentów w ramach efektywnego nadzoru korporacyjnego jest równoznaczne z wywiązywaniem się przez przedsiębiorcę ze społecznej odpowiedzialności biznesu. Podkreśla się, że ramy nadzoru korporacyjnego powinny uwzględniać prawa kontrahentów i sprzyjać aktywnej współpracy między nimi a spółkami, zmierzającymi do tworzenia wartości ekonomicznej, miejsc pracy oraz trwałej rentowności przedsiębiorstw.

1.4.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zysk przedsiębiorcy

Często podkreśla się, że pozytywne postrzeganie przedsiębiorcy z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności przekłada się na jego wyniki ekonomiczne, zwłaszcza na poziom notowań giełdowych¹⁴⁷. Równocześnie

¹⁴⁵ OECD Principles for Corporate Governance: standards and guidelines for shareholder rights and other governance issues (1999), <http://www.oecd.org/dataoecd/16/32/34656740.pdf>.

¹⁴⁶ Publikowane powinny być m.in. istotne informacje na temat:

- wyników finansowych i operacyjnych spółki;
- celów spółki;
- wspólników/akcjonariuszy posiadających znaczące pakiety akcji wraz z ich prawami głosu;
- polityki wynagrodzeń członków rady nadzorczej i zarządu oraz informacje dotyczące członków rady nadzorczej;
- transakcji z powiązanymi kontrahentami;
- istotnych dających się przewidzieć czynników ryzyka;
- istotnych zagadnień dotyczących pracowników i innych interesariuszy;
- struktur i polityki nadzoru, w szczególności postanowień wszystkich kodeksów nadzoru korporacyjnego lub polityki nadzoru korporacyjnego oraz procedur, za pomocą których jest ona realizowana.

¹⁴⁷ I. Bantekas, op. cit., s. 340.

negatywna ocena opinii publicznej odnosząca się do działań przedsiębiorcy może mieć wpływ na zmianę jego zachowania właśnie w związku z obawą spadku dochodów. Skuteczne okazują się tutaj kampanie społeczne pokazujące nieprawidłowości w działaniach konkretnych przedsiębiorców, np. w obszarze inwestycji w krajach rozwijających się. W grę wchodzi często bojkot produktów lub usług tego przedsiębiorcy¹⁴⁸. Kampanie społeczne i bojkot wielokrotnie odnosiły skutek w postaci zmiany zachowania przedsiębiorcy, np. przez wycofanie się z kontrowersyjnej inwestycji (choć bardzo często za oficjalny powód są podawane motywy ekonomiczne, jak nieprzedłużenie umowy). Przykładem może być bojkot produktów Nike w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku, który obniżył jej zyski o połowę¹⁴⁹. Bojkot był związany z ujawnieniem przez amerykańskich obrońców praw człowieka zatrudniania dzieci w fabrykach Nike w Azji. W efekcie protestów Nike zdecydował się poprawić warunki pracy oraz ustalił minimalny wiek zatrudnienia. Do podobnych zmian, polegających na wprowadzeniu zewnętrznego monitoringu i odpowiednim znakowaniu produktów, został zmuszony Reebok w związku z oskarżeniami wykorzystywania pracy dzieci przy produkcji piłek do piłki nożnej w Pakistanie (kampanie nazwano "FoulBall")¹⁵⁰. Ostatnim przykładem skutecznej kampanii społecznej są działania koalicji organizacji obywatelskich z całego świata (pod nazwą Sudan Divestment Task Force¹⁵¹), która zmierza do podważenia wiarygodności przedsiębiorców inwestujących w Sudanie w trakcie trwania konfliktu w Darfurze. Kampania toczy się wokół hasła: „Uczciwi ludzie nie inwestują w firmy zaangażowane w Sudanie”, a więc uderza w interesy ekonomiczne przedsiębiorców inwestujących w Sudanie i za cel stawia sobie obniżenie notowań giełdowych tych przedsiębiorców (stworzono specjalny ranking firm inwestujących w Sudanie¹⁵²). Zainicjowanie kampanii było możliwe z powodu dużego uzależnienia ekonomicznego Sudanu od inwestycji zagranicznych, zwłaszcza związanych z wydobyciem ropy naftowej, które są podstawowym źródłem finansowym dla prowadzonej wojny domowej w tym kraju. Wystosowano list, w którym wzywano do wyzbycia się akcji czterech największych inwestorów w Sudanie – koncernów paliwowych z Chin, Indii i Malezji. Akcja społeczna przełożyła się na podjęcie przez niektóre ze stanów USA uchwał o nie inwestowaniu w akcje przedsiębiorców, prowadzących działalność gospodarczą w Sudanie. W związku z tą akcją, z Sudanu

¹⁴⁸ R. Stefanicki, Złe zachowanie kosztuje, op. cit., s. 23.

¹⁴⁹ <http://www.geocities.com/athens/acropolis/5232/newnike.htm>

¹⁵⁰ <http://ca.geocities.com/busa2100/ILOFocusChildLaborPact.htm>

¹⁵¹ <http://www.sudandivestment.org/home.asp>, por. też R. Stefanicki, op. cit., s. 23–24.

¹⁵² Por. <http://www.sudandivestment.org/position.asp>

wycofało się kilkanaście dużych firm, sprzedawano także akcje spółki Petro-China inwestującej w Sudanie. Autorzy kampanii podkreślają, że jedynym ze sposobów na zmianę zachowania przedsiębiorców jest uświadomienie im ryzyka biznesowego¹⁵³. Głośny był również bojkot usług dostarczanych przez Google, zorganizowany w lutym 2006 r. przez organizację „Studenci dla Wolnego Tybetu”¹⁵⁴, w związku ze współpracą Google z władzami chińskimi w zakresie cenzury informacji dostępnych poprzez wyszukiwarke Google. Po wejściu na dostępną w Chinach stronę google.cn, chiński internauta, szukając wiadomości o Tajwanie, wydarzeniach na placu Tiananmen, ruchu Falun Gong czy demokracji, znajdował informację: „Zgodnie z lokalnym prawem niektóre wyniki nie mogły zostać wyświetlone”¹⁵⁵. Tym samym Google przyczynił się do znaczącego ograniczania wolności słowa w Chinach – kraju, w którym podstawowym źródłem niezależnych i obiektywnych informacji staje się właśnie Internet. Podejmowane były również próby bojkotowania produktów i usług przedsiębiorców, nie pochodzących z Chin, którzy byli sponsorami Igrzysk Olimpijskich w Pekinie w 2008 r. – Volkswagen, Adidas, Coca-Cola i Samsung¹⁵⁶.

Skutek bojkotów lub kampanii społecznych jest z punktu widzenia wyników finansowych przedsiębiorcy krótkotrwały i nie przyczynia się co do zasady do zachwiania stabilności przedsiębiorstwa w długiej perspektywie czasowej. Istotna jest w związku z tym odpowiedź na pytanie, na ile trwała i konsekwentna strategia przedsiębiorcy w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu przekłada się na jej zysk finansowy w długiej perspektywie czasowej. Spierają się tu dwa poglądy. Pierwszy zakłada, że realizowanie w działalności gospodarczej zasad społecznej odpowiedzialności biznesu nie przekłada się bezpośrednio na zyski finansowe przedsiębiorcy w związku z faktem, że ekonomiczne wykazanie takiej relacji jest bardzo trudne. Generalnie jednak nie wyklucza się, że pozytywne skutki dla przedsiębiorcy mogą wystąpić (w 2001 r. pozytywne skutki odnotowano w 53% ze 127 badań związku między polityką społeczną przedsiębiorcy a jego zyskiem finansowym¹⁵⁷). Drugi z poglądów wskazuje jednoznacznie, że taka pozytywna relacja zachodzi. Działania na rzecz zaspokajania interesów różnych grup

¹⁵³ R. Stefanicki, op. cit., s. 23.

¹⁵⁴ Strona bojkotu dostępna jest pod adresem: <http://noluv4google.com/article.php?list=type&type=92>

¹⁵⁵ M. Kuźmiński, *Cyberdysydenci kontra Goolag*, „Tygodnik Powszechny” nr 10 z 5 marca 2006 r., s. 7.

¹⁵⁶ Por. m.in. V. Makarenko, *Czy sponsorzy wstydzą się igrzysk?*, <http://wyborcza.pl/1,89010,5112848.html>

¹⁵⁷ Na takie badania Joshua Daniela Margolisa i Jamesa Patrica Walsh powołuje się J. Lewicka-Strzatecka, op. cit., s. 27; por. J. Margolis, J. Walsh, *People and profits – the*

kontrahentów przedsiębiorcy mają zwiększać efektywność organizacji w przystosowywaniu się do zewnętrznych wymagań. To zaś sprzyja większej elastyczności przedsiębiorcy w prowadzonej działalności gospodarczej; buduje jego przewagę konkurencyjną poprzez zwiększenie możliwości adaptacyjnych i tym samym przekłada się na lepszy zysk finansowy przedsiębiorcy¹⁵⁸. Zauważa się również, że społeczna odpowiedzialność biznesu jest wdrażana przede wszystkim w dużych przedsiębiorstwach, które działają na rynku przez długi okres i tym samym mają możliwość dostrzeżenia pozytywnych skutków wdrażania, bez względu na pojawiające się koszty takiej polityki w okresie krótkoterminowym¹⁵⁹. Te przedsiębiorstwa zarazem najchętniej poddają się zewnętrznemu, niezależnemu audytowi, który sprawdza zgodność wdrażanej przez nich polityki ze standardami międzynarodowymi¹⁶⁰.

Społeczna odpowiedzialność biznesu nie powinna być więc postrzegana w kategoriach *public relation* czy reklamy danego przedsiębiorcy. Niezasadne jest jej utożsamianie z działalnością filantropijną. Oczywiście jest to założenie, które nie zawsze znajduje potwierdzenie w praktyce. W literaturze podkreśla się, że upowszechnianie się społecznej odpowiedzialności biznesu wpłynęło na większą przejrzystość niefinansowych aspektów działania przedsiębiorcy¹⁶¹. Równocześnie uważa się, że społeczna odpowiedzialność biznesu stworzyła przedsiębiorcom możliwość przeciwdziałania bądź reagowania na ewentualną krytykę przedsiębiorcy i tym samym umożliwiła zwiększenie ich wpływów¹⁶².

W związku z powyższym społeczna odpowiedzialność biznesu, badana z punktu widzenia szeroko rozumianych nauk ekonomicznych, powinna być rozumiana jako taki sposób zarządzania, który skutkować może zbudowaniem przewagi konkurencyjnej danego przedsiębiorcy na rynku. Utożsamiana być powinna z inwestycją, a nie ze stratami (szczególnie w długim okresie). Postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu jako strategii przedsiębiorcy powinno oznaczać również jej długofalowy charakter i tym samym nie być ograniczone do jednorazowych akcji charytatywnych.

search for a link between a Company's social and Financial performance, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey 2001.

¹⁵⁸ J. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 26.

¹⁵⁹ K. Szymielewicz, *Prawa człowieka w biznesie: czyj zysk i czyja odpowiedzialność?*, Polski Raport Social Watch 2008, Czas na prawa, s. 89, <http://www.socialwatch.org/en/informeImpreso/pdfs/SW-Poland-Report-2008.pdf>.

¹⁶⁰ K. Szymielewicz, op. cit., s. 89.

¹⁶¹ J.M. Conley, C.A. Williams, *Engage, Embed, and Embellish: Theory Versus Practice in the Corporate Social Responsibility Movement*, UNC Legal Studies Research Paper No. 05-16, 2005, <http://ssrn.com/abstract=691521>, s. 59-60.

¹⁶² Ibidem, s. 62.

Ma to szczególne znaczenie w przypadku kryzysu finansowego na świecie lub w samym przedsiębiorstwie i związanymi z powyższym skutkami w postaci ograniczania wydatków w przedsiębiorstwie na cele niezwiązane bezpośrednio z działalnością gospodarczą, w tym na cele charytatywne¹⁶³. Trwałe zintegrowanie społecznej odpowiedzialności z innymi aspektami działalności przedsiębiorstwa umożliwi uniknięcie ograniczania wydatków na działalność związaną ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Podkreśla się, że okres kryzysu finansowego pozwala w jasny sposób zauważyć, które z działań przedsiębiorców mają charakter doraźny, a które stanowią trwały element strategii przedsiębiorcy¹⁶⁴. Wydaje się, że przedsiębiorcy powinni budować swój wizerunek bez względu na sytuację gospodarczą – temu zaś także służy społeczna odpowiedzialność biznesu¹⁶⁵.

Równocześnie przedsiębiorcy powinni być świadomi ryzyka, jakie ponoszą również z punktu widzenia czysto ekonomicznego, gdy decydują się na prowadzenie inwestycji, które godzą w zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Istotne jest wdrażanie odpowiednich systemów certyfikacji oraz korzystanie z oferty adresowanej do przedsiębiorców ze strony organizacji pozarządowych i związków przedsiębiorców w zakresie odnoszącym się do społecznej odpowiedzialności biznesu. Wydaje się, że takie zachowanie przedsiębiorcy może przełożyć się na jego sukces rynkowy, zwłaszcza ten widziany w długiej perspektywie czasowej. Należy uznać, że wdrażanie społecznej odpowiedzialności biznesu podnosi także konkurencyjność przedsiębiorcy na rynku. Jest to najbardziej widoczne w obszarze zarządzania relacjami wewnętrznymi w przedsiębiorstwie (szczególnie relacji z pracownikami i w efekcie możliwości rekrutowania najlepszych pracowników), w zarządzaniu ryzykiem i reputacją przedsiębiorcy oraz innowacyjnością przedsiębiorstwa. Powinno być to zatem bezpośrednio związane z uwzględnianiem praw człowieka, transparentnością działań przedsiębiorcy oraz zarządzaniem łańcuchem dostaw (ang. *supply chain*) – dokonywaniem oceny kontrahentów z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu¹⁶⁶.

¹⁶³ Zgodnie z sondażem przeprowadzonym w grudniu 2008 r. przez „Gazetę Prawną” 51% przedstawicieli przedsiębiorców uważa, że kryzys finansowy osłabi społeczną odpowiedzialność biznesu, 14,5% jest zdania, że wzmocni, a 20%, że zmieni. 54% z nich deklaruje, że pomimo kryzysu w ich przedsiębiorstwie budowana i implementowana będzie strategia społecznej odpowiedzialności biznesu w kolejnym roku, http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/101201,csr_a_kryzys_finansowy.html

¹⁶⁴ L. Anam, CSR a kryzys finansowy, http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/101201,csr_a_kryzys_finansowy.html

¹⁶⁵ Ibidem.

¹⁶⁶ Wnioski takie płyną z raportu Komisji z 2008 r. na temat konkurencyjności europejskiej, http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/competitiveness/doc/compet_rep_2008/

1.4.4. Certyfikacja i promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu

O upowszechnieniu społecznej odpowiedzialności biznesu świadczy powołanie do życia specjalnych ratingów, mierzących poziom społecznej odpowiedzialności. W szczególności spółki notowane na FTSE i Dow Jones są umieszczane na wskaźnikach FTSE4GOOD¹⁶⁷ i DJSI (Dow Jones *Sustainability Indexes*)¹⁶⁸, jeżeli spełniają wymagania z zakresu ochrony środowiska, praw człowieka i praw pracowniczych oraz relacji ze swoimi kontrahentami¹⁶⁹. Podobne notowania są obecne na giełdzie kanadyjskiej i brazylijskiej. Wydaje się, że wprowadzenie tego rodzaju ratingów na innych giełdach przyniesie pozytywne skutki, zarówno jeżeli chodzi o wzrost zysków i reputacji danego przedsiębiorcy, jak i pełniejszą ochronę na płaszczyźnie praw człowieka.

Ponadto stworzone zostały specjalne standardy – certyfikaty międzynarodowe, które pozwalają na ocenę społecznej odpowiedzialności danego przedsiębiorcy¹⁷⁰. Umożliwiają one przeprowadzanie w przedsiębiorstwie zewnętrznego, niezależnego audytu, mającego na celu zbadanie zgodności polityki przedsiębiorcy z określonymi standardami międzynarodowymi. Wdrażanie w przedsiębiorstwie polityki zgodnej z danym standardem międzynarodowym, a następnie kontrolowanie jego przestrzegania poprzez audyt oznacza, że przedsiębiorca podejmuje kroki sięgające dalej niż wyłącznie deklarowanie przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Można twierdzić, że przyznanie standardu powinno przekładać się na realną poprawę wizerunku przedsiębiorcy i w efekcie przyczyniać się do zwiększenia jego zysków. Znane są certyfikaty ISO, odnoszące się do jakości i bezpieczeństwa produktów. ISO 14000 certyfikuje jednak przestrzeganie przez przedsiębiorcę norm ochrony środowiska¹⁷¹. Ponadto trwają prace nad nowym certyfikatem ISO 26000 (jego opracowanie jest przewidywane na 2010 r.). Ma on służyć ujednoczeniu rozumienia społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie międzynarodowym w różnych warunkach kulturowych, społecznych, ekologicznych i prawnych. Ponadto ma zawierać

com_2008_0774.pdf

¹⁶⁷ http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp

¹⁶⁸ <http://www.sustainability-indexes.com/>; por. także prace nad RESPECT Index, który ma znaleźć zastosowanie na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, <http://www.respect/opis-projektu,39806,1>.

¹⁶⁹ I. Bantekas, op. cit., s. 340.

¹⁷⁰ Por. szczegółowo: M.M. Blair, C.A. Williams, L. Li-Wen, *The Roles of Standardization, Certification, and Assurance Services in Global Commerce* (2008), <http://ssrn.com/abstract=1120503>, s. 1–28.

¹⁷¹ http://www.iso.org/iso/iso_14000_essentials

wytyczne na temat sposobu wdrażania na świecie społecznej odpowiedzialności biznesu¹⁷².

Innymi przykładami standardów międzynarodowych, odnoszącymi się bezpośrednio do różnych sfer społecznej odpowiedzialności biznesu są SA 8000 (*Social Accountability International*), skupiające się na prawach pracowników, prawach człowieka i warunkach pracy¹⁷³ oraz AA 1000 (*Accountability 1000*), certyfikujący integrację otoczenia przedsiębiorcy z procesem zrównoważonego rozwoju¹⁷⁴ oraz certyfikaty SAAS (*Social Accountability Accreditation Services*¹⁷⁵). Uzupełnieniem certyfikatów są wytyczne opracowane przez *Global Reporting Initiative (GRI)*¹⁷⁶.

Programem promującym społeczną odpowiedzialność biznesu na terenie Polski jest m.in. Przedsiębiorstwo „Fair Play”¹⁷⁷. Programu ma na celu promowanie etyki w działaniach gospodarczych przedsiębiorców oraz w ich stosunkach z otoczeniem. W „Fair Play” oceniane są m.in. stosunki z pracownikami, jak np. warunki i bezpieczeństwo w miejscu pracy, świadectwa socjalne, podnoszenie kwalifikacji pracowników oraz wrażliwość społeczna (działalności charytatywne i prospołeczne). Innym polskim przykładem może być promowanie dobrych praktyk w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu przez samych przedsiębiorców, opartych na ich dotychczasowych doświadczeniach w ramach programu „Forum Odpowiedzialnego Biznesu” (FOB)¹⁷⁸. FOB realizuje również projekt „Liga Odpowiedzialnego Biznesu”¹⁷⁹ adresowany do menedżerów, przedsiębiorców i animatorów społecznych. Z kolei Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce organizuje co roku konkurs „Dobroczynca Roku”. Konkurs ma na celu nagradzanie dobroczynności przedsiębiorców, popularyzowanie skutecznych form współpracy organizacji społecznych z firmami, akcji i programów charytatywnych, wolontariatu, aktywności obywatelskiej społeczeństwa¹⁸⁰. Źródłem informacji dla przedsiębiorców w Polsce z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu jest portal CSRinfo¹⁸¹. Szkolenia i konferencje tematyczne promujące społeczną odpowiedzialność biznesu organizuje ponadto Fundacja Centrum

¹⁷² Por. www.iso.org/sr oraz <http://www.csr-haus.pl>

¹⁷³ <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageID=473>

¹⁷⁴ <http://www.accountability21.net/publications.aspx?id=3254>

¹⁷⁵ www.saasaccreditation.org

¹⁷⁶ www.globalreporting.org

¹⁷⁷ <http://przedsiębiorstwo.fairplay.pl>

¹⁷⁸ Jego efektem jest wydawanie raportów „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” <http://www.fob.org.pl/raport--1884253.htm>

¹⁷⁹ <http://lob.org.pl/>

¹⁸⁰ www.dobroczyncaroku.pl

¹⁸¹ www.csrinfo.org

CSR.PL¹⁸². Stara się ona popularyzować społeczną odpowiedzialność biznesu jako całościową strategię, filozofię prowadzenia odpowiedzialnej działalności gospodarczej i budowania przez przedsiębiorców relacji z otoczeniem społecznym. Przykłada wagę zarówno do promowania dobrych praktyk w zakresie społecznego zaangażowania biznesu, jak i dyskusji o negatywnych konsekwencjach działalności gospodarczej. Odrzuca postrzeganie społecznej odpowiedzialności w kategoriach *public relation*¹⁸³.

Podkreślenia wymaga jednak bardzo ograniczone zaangażowanie polskich przedsiębiorców w zakresie wdrażania standardów międzynarodowych¹⁸⁴. Z zestawień SAAS25 wynika, że tylko pięciu polskich przedsiębiorców poddało się procesowi certyfikacji¹⁸⁵. Z kolei według danych GRI26, żaden z przedsiębiorców posiadający swoją siedzibę w Polsce nie opublikował w 2008 r. raportu w zakresie zgodności swoich działań z tym międzynarodowym standardem¹⁸⁶. Jedynym standardem powszechnym wśród polskich przedsiębiorców jest ISO 14000 dotyczący ochrony środowiska¹⁸⁷.

W Europie znaną organizacją jest CSR Europe – europejska sieć zrzeszająca przedsiębiorców europejskich¹⁸⁸. Misją CSR Europe jest wspieranie stowarzyszonych przedsiębiorców w codziennej działalności gospodarczej¹⁸⁹. Duże znaczenie odgrywa również Europejski Sojusz na rzecz CSR (*The European Alliance for CSR*), skupiający duże i średnie przedsiębiorstwa w celu promowania innowacyjnych i odpowiedzialnych praktyk biznesu¹⁹⁰.

1.4.5. Usługi prawnicze *pro bono* jako przykład społecznej odpowiedzialności biznesu

Prawnik to przedsiębiorca świadczący co do zasady odpłatnie usługi, a zatem podmiot prowadzący działalność gospodarczą. W związku z tym na usługi prawnicze można patrzeć z punktu widzenia zasad odnoszących się do prowadzenia działalności gospodarczej jako takiej, a samo świadczenie przez prawników usług *pro bono* należy uznać za realizację społecznej

¹⁸² www.centrumcsr.pl

¹⁸³ http://www.centrumcsr.pl/index.php?strona_id=1&podkategoria_id=1

¹⁸⁴ K. Szymielewicz, op. cit., s. 93.

¹⁸⁵ Social Accreditation Accountability Services, Certified Facilities by Country, http://www.saasaccreditation.org/facilities_by_country.htm

¹⁸⁶ Global Reporting Initiative, GRI 2008 Report List, <http://www.globalreporting.org/GRIReports/2008ReportsList>

¹⁸⁷ K. Szymielewicz, op. cit., s. 93–94.

¹⁸⁸ <http://www.csreurope.org/>

¹⁸⁹ http://www.csreurope.org/pages/en/about_us.html

¹⁹⁰ <http://www.csreurope.org/pages/en/alliance.html>

odpowiedzialności biznesu¹⁹¹. Wdrożenie w kancelarii prawniczej strategii prowadzenia działalności gospodarczej, która uwzględnia obowiązek świadczenia przez prawników usług prawnych o charakterze *pro bono* jest niczym innym, jak wdrażaniem w działalność tych kancelarii społecznej odpowiedzialności biznesu. Ma to służyć z jednej strony upowszechnianiu wizerunku firmy prawniczej i ewentualnego zwiększenia zysków w przyszłości, a z drugiej – wypełnianiu prawnych i moralnych obowiązków wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu, w szczególności działania na rzecz praw i wolności jednostki, w tym udzielania pomocy prawnej podmiotom tego potrzebującym.

Świadczenie usług prawniczych *pro bono* staje się coraz bardziej powszechne w Polsce. Wzorem w tym zakresie są inne kraje europejskie i Stany Zjednoczone. U źródła działalności *pro bono* leży założenie, że prawnicy, posiadający monopol w zakresie świadczenia usług prawnych¹⁹², powinni w swojej działalności brać pod uwagę interes publiczny, w tym interes podmiotów, których nie stać na odpłatność za profesjonalną pomoc prawną. Efektywność świadczenia usług *pro bono* wiąże się jednak z koniecznością jej instytucjonalizacji – stąd potrzebna jest współpraca między kancelariami prawnymi i indywidualnymi prawnikami a organizacjami pozarządowymi.

Podstawowym źródłem o charakterze powszechnym, z którego można odkodować zobowiązanie prawników do działania *pro bono*, są podstawowe zasady ONZ, dotyczące roli prawników (*UN Basic Principles on the Role of Lawyers*)¹⁹³, przyjęte w Hawanie 27 sierpnia 1990 r. na ósmym Kongresie ONZ w sprawie przeciwdziałania przestępstwom i postępowania wobec przestępców. Rola prawników i ich samorządów jest postrzegana tam jako współpraca z rządem, która ma służyć sprawiedliwości i interesowi publicznemu. Równocześnie preambuła do Zasad ONZ stanowi, że każdy powinien mieć efektywny dostęp do pomocy prawnej, świadczonej przez niezależny zawód prawniczy. Podkreśla się ponadto, że samorzady zawodowe odgrywają szczególną rolę w dbaniu o wysoki poziom etyczny prawników, w tym w zapewnianiu pomocy prawnej dla wszystkich jej potrzebujących. Szczegółowe postanowienia zasad ONZ nakładają na samorzady zawodowe i samych prawników obowiązek udzielania pomocy osobom potrzebującym (por. punkty 3 i 4 zasad ONZ) i zapewniania każdemu równego i efek-

¹⁹¹ Na takim stanowisku stoi również J. Kluczyńska, *Działalność pro bono z perspektywy największych polskich kancelarii prawnych*, w: *Działalność pro bono w Polsce*, Centrum Pro Bono, Warszawa 2008, s. 27.

¹⁹² B.F. Christensen, *The lawyer's Pro Bono Publico Responsibility*, "American Bar Foundation Research Journal" 1981, nr 1, s. 16.

¹⁹³ http://www.unhchr.ch/html/menu3/b/h_comp44.htm

tywnego dostępu do pomocy prawnej. Podkreśla się równocześnie, że obowiązkiem prawników jest gwarantowanie odpowiedniego poziomu ochrony praw człowieka w danym państwie (punkt 24 zasad ONZ). Na poziomie regionalnym podobną funkcję, jak zasady ONZ, pełnią Zalecenia Komitetu Ministrów Rady Europy R(2000)21 na temat wolności wykonywania zawodu adwokata z 25 października 2000 r. (*Recommendation Rec(2000)21 of the Committee of Ministers to member states on the freedom of exercise of the profession of lawyer*)¹⁹⁴. W zasadzie IV punkt 2 zawarto zobowiązanie dla państw członkowskich Rady Europy, zgodnie z którą państwa powinny zachęcać prawników do świadczenia usług prawnych osobom znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej. Świadczenie takich usług jest zgodnie z punktem 3 wyjaśnień do Zaleceń Komitetu Rady Ministrów Rady Europy (RE), przejawem nakazu dla prawników do działania nie tylko w interesie konkretnych klientów, lecz także w interesie publicznym. W punkcie 46 Wyjaśnień do Zaleceń Komitetu Rady Ministrów RE podkreślono, że zachęcanie przez państwo prawników do udzielania pomocy finansowej osobom znajdującym się w ciężkiej sytuacji finansowej jest pochodną samoistnego obowiązku prawników w tym zakresie. Innymi słowy, państwo powinno stworzyć takie warunki, w których prawnicy będą mogli wywiązywać się z nałożonego na nich nakazu świadczenia pomocy prawnej osobom potrzebującym. Zgodnie z punktem 47 Wyjaśnień do Zaleceń Komitetu Rady Ministrów RE jeden ze sposobów świadczenia tej pomocy może przejawiać się w ramach współpracy prawników z organizacjami społecznymi, polegającej na udzielaniu profesjonalnych porad prawnych i w razie potrzeby reprezentacji w sądach.

Źródła dla świadczenia usług *pro bono* należy szukać również w uchwałach i dokumentach, które powstają w ramach środowiska prawniczego. Zobowiązanie do działalności *pro bono* będzie więc wynikać w takiej sytuacji nie z norm prawnych, mających charakter zewnętrzny, a z norm stanowionych przez samych prawników i adresowanych do nich – norm powstałych na skutek samoregulacji.

Świadczenie usług *pro bono* jest popularne zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych. Dlatego należy wskazać na American Bar Association Model Rules of Professional Conduct z 5 lutego 2002 r.¹⁹⁵, które w zasadzie 6.1. szczegółowo regulują praktyczne aspekty działalności *pro bono*.

W Unii Europejskiej w omawianym zakresie największe znaczenie ma działalność Rady Adwokatur i Stowarzyszeń Prawniczych Europy (*The*

¹⁹⁴ <http://www.advokatsamfundet.dk/Default.aspx?ID=12022> oraz [http://cm.coe.int/ta/rec/2000/ExpRec\(00\)21.htm](http://cm.coe.int/ta/rec/2000/ExpRec(00)21.htm)

¹⁹⁵ http://www.law.cornell.edu/ethics/aba/current/ABA_CODE.HTM

Council of Bars and Law Societies of Europe – CCBE)¹⁹⁶. W ramach jej prac został uchwalony w 1988 r. Kodeks postępowania prawników w Unii Europejskiej (*Code of Conduct for Lawyers in the European Union*)¹⁹⁷. W punkcie 1.1. Preambuły do tego kodeksu definiuje się rolę prawników w UE. Jest nią nie tylko wypełnienie poleceń klienta w granicach wyznaczonych prawem, lecz także działania na rzecz sprawiedliwości jako takiej oraz ochrona praw i wolności jednostki, której jest świadczona usługa prawna. Prawnicy mają więc działać w interesie publicznym, co przejawia się zwłaszcza w konieczności ochrony praw i wolności jednostek tego potrzebujących.

Szczegółowa regulacja wskutek negocjacji prowadzonych w różnych krajach Ameryki Północnej i Południowej została uchwalona jako *Pro Bono Declaration for the Americas*¹⁹⁸. Obowiązuje od 1 stycznia 2008 r. Jej podpisanie obliguje firmy prawnicze i indywidualnych prawników do świadczenia usług *pro bono* w określonym wymiarze godzinowym. Równocześnie praca *pro bono* jest traktowana jako wypełnianie obowiązku prawników, czyli upowszechniania sprawiedliwego systemu prawnego, respektującego prawa człowieka.

W Wielkiej Brytanii uchwalono natomiast 13 lutego 2006 r. *Joint Protocol for Pro Bono Legal Work*¹⁹⁹. Protokół definiuje świadczenie usług *pro bono* jako dobrowolne, nieodpłatne udzielanie porad prawnych lub zapewnianie reprezentacji osobom lub grupom społecznym, których nie stać na odpłatną pomoc prawną, pod warunkiem, że niedostępna jest dla nich pomoc prawna z urzędu. Wskazuje się tam również na bezwzględny obowiązek dokładania takiej samej staranności przy pracy *pro bono*, jak przy pracy odpłatnej. Uznaje się zarazem, że świadczenie usług *pro bono* ma charakter wyłącznie uzupełniający wobec pomocy prawnej z urzędu.

W krajach dawnego Bloku Wschodniego natomiast zwraca uwagę węgierska deklaracja „Hungarian lawyers’ role in advancing the public good”²⁰⁰. Deklaracja zawiera ogólne zobowiązanie dla prawników węgierskich świadczenia usług *pro bono*. Jeżeli chodzi o upowszechnianie świadczenie usług *pro bono* w Polsce, to największe znaczenie miało przyjęcie 22 czerwca 2007 r. Deklaracji prawników na rzecz działań *pro publico*

¹⁹⁶ www.ccbe.org

¹⁹⁷ http://www.ccbe.org/fileadmin/user_upload/NTCdocument/2006_code_enpdf1_1182240432.pdf

¹⁹⁸ http://www.abcnyc.org/VanceCenter/PBDA/PBDA_English.pdf

¹⁹⁹ http://lawworks.org.uk/temp_downloads/v68u143o60e83q3f39g43d120k124w88o-19r52b82y108m9/Protocol_text.pdf

²⁰⁰ http://www.pili.org/en/dmdocuments/Declaration_FIN_ENG.pdf

*bono*²⁰¹. Podkreśla ona odpowiedzialność prawników za właściwe funkcjonowanie polskiego wymiaru sprawiedliwości, w tym zwłaszcza zapewnianie pomocy prawnej osobom potrzebującym oraz organizacjom społecznym działającym na ich rzecz.

Poszukiwanie źródeł świadczenia usług *pro bono* z perspektywy polskiej wymaga odniesienia się do kodeksów etycznych adwokatów i radców prawnych. Jak wskazano normy odnoszące się do działań *pro bono* wynikają pośrednio z kodeksu postępowania prawników w UE. W Kodeksie Etyki Adwokackiej i Kodeksie Etyki Radców Prawnych na czoło wysuwa się obowiązek dbania o interes klienta. Równocześnie charakter zawodu prawniczego wymaga zaufania, aby adwokaci i radcowie prawni byli odpowiedzialni za właściwe funkcjonowanie wymiaru sprawiedliwości, a w szerszym zakresie całego społeczeństwa. Najlepiej świadczy o tym Preambuła do Kodeksu Etyki Radców Prawnych, w której podkreśla się, że ze względu na szczególną rolę radcy prawnego, jego działalność ma służyć interesom sprawiedliwości. Przejawem tego jest obowiązek etyczny i prawny działania na rzecz społeczeństwa, dla którego istnienie wolnego i niezależnego zawodu związanego z poszanowaniem zasad ustanowionych przez jego przedstawicieli jest podstawowym środkiem ochrony praw człowieka. Ponadto zarówno na radcę prawnego (art. 6 punkt 2 Kodeksu Etyki Radców Prawnych), jak i na adwokata (§ 1 punkt 3 Kodeksu Etyki Adwokackiej) nałożono obowiązek dbania o godność zawodu. W tym zakresie świadczenie usług *pro bono* przyczynia się niewątpliwie do podnoszenia renomy, a tym samym dbania o godność zawodu radcy prawnego i adwokata.

Obowiązek upowszechniania świadczenia usług *pro bono* dotyczy niewątpliwie samorządów zawodowych adwokatów i radców prawnych. Jest wyrazem sprawowania przez nie pieczy nad należytym wykonywaniem tych zawodów w granicach interesu publicznego i dla jego ochrony. Świadczenie usług *pro bono* stanowi bez wątpienia działalność zmierzającą do ochrony interesu publicznego. Warto zwrócić również uwagę, że art. 1 ustawy z 26 maja 1982 r. Prawo o adwokaturze²⁰² nakłada na adwokaturę obowiązek udzielania pomocy prawnej, współdziałania w ochronie praw i wolności obywatelskich oraz w kształtowaniu i stosowaniu prawa – świadczenie pomocy prawnej *pro bono* jest przykładem współdziałania w ochronie praw i wolności obywatelskich. Przejawem dążenia samorządu zawodowego do upowszechniania usług *pro bono* może być Uchwała Krajowego Zjazdu

²⁰¹ <http://www.centrumprobono.pl/uploads/deklaracja.pdf>

²⁰² DzU 2002, nr 123, poz. 1058.

Adwokatury z listopada 2007 r.²⁰³, w której w punkcie 4.3.e apeluje się do adwokatów, aby dobrowolnie, a więc nie w ramach pomocy prawnej z urzędu – świadczyli pomoc prawną potrzebującym dla wyrażenia solidarności z nimi i na wzór adwokatów w innych krajach.

Ogólne zasady międzynarodowe nie określają wprost zakresu prowadzenia przez prawnika działalności natury *pro bono*. Ustanawiają jednak obowiązek, zarówno dla profesji prawniczej jak i konkretnego prawnika, działania nie tylko w interesie ich konkretnego klienta, lecz także w interesie publicznym. Odnosi się to zwłaszcza do konieczności udzielania pomocy prawnej osobom potrzebującym. Obowiązek ten jest adresowany bezpośrednio do prawników i ich samorządów. Państwo natomiast powinno spełniać funkcje pomocnicze i stwarzać ku temu odpowiednie warunki. W praktyce jednak obowiązek ten ma polegać na stworzeniu systemu pomocy prawnej z urzędu osobom ubogim. Nie oznacza to jednak, że prawnicy nie mają obowiązku działania w interesie publicznym również w takich sytuacjach, gdy system pomocy prawnej z urzędu z jakichś przyczyn nie okaże się możliwy do zastosowania. Z punktu widzenia uregulowań międzynarodowych świadczenie usług *pro bono* będzie więc stanowić właśnie bezpośrednią realizację obowiązku działania w interesie publicznym.

Źródłem, z którego wprost wynika obowiązek świadczenia usług *pro bono* są wskazane uchwały i deklaracje środowiska prawniczego. Stają się one coraz bardziej popularne zarówno w krajach rozwiniętych, jak i przechodzących transformację (Ameryka Łacińska czy Europa Środkowo-Wschodnia). Określają one zarazem w sposób najbardziej precyzyjny konkretne obowiązki prawników w zakresie świadczenia usług *pro bono*.

W Polsce źródła świadczenia usług o charakterze *pro bono* można szukać w normach deontologicznych, uchwalanych przez samorzady adwokatów i radców prawnych oraz w zakresie obowiązku działań samorządów, określonych na poziomie ustawowym i zmierzającym do sprawowania pieczy nad wykonywaniem zawodu adwokata i radcy prawnego w sposób uwzględniający konieczność ochrony interesu publicznego.

Dla oceny normatywnej źródeł działalności *pro bono* duże znaczenie ma koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu. Jej zarówno normatywny, jak i praktyczny charakter pozwala na zakwalifikowanie prawniczych usług *pro bono* jako formy wywiązywania się z obowiązków nałożonych na przedsiębiorców w zakresie działań na rzecz praw i wolności jednostki.

²⁰³ Uchwała nr 1 IX Krajowego Zjazdu Adwokatury, Warszawa 23–25 listopada 2007 r., bip.adwokatura.pl/pl/bip/o_nas_i_u_nas/uchwaly_kza_07/px_uchwala_nr_1.doc

Analiza źródeł normatywnych prawniczych usług *pro bono*, w tym zwłaszcza uchwał i deklaracji środowiska prawniczego oraz zasad społecznej odpowiedzialności biznesu prowadzi do wniosku, że świadczenie usług *pro bono* nie może być uznane za tożsame ze świadczeniem pomocy prawnej z urzędu, czy to w sprawach karnych, czy cywilnych²⁰⁴. Usługi prawne świadczone *pro bono* mogą być traktowane jedynie jako uzupełnienie, a nie alternatywa dla systemu pomocy prawnej z urzędu. Jego właściwe zorganizowanie spoczywa przede wszystkim na państwie i samorządach zawodowych, a nie na konkretnych prawnikach lub firmach prawniczych. Cechą odróżniającą świadczenie usług *pro bono* od udzielania pomocy prawnej z urzędu jest również co do zasady wolontarystyczny charakter działalności *pro bono*.

Jednym z najbardziej rozwiniętych krajów zarówno jeżeli chodzi o tradycję, jak i zakres świadczenia usług *pro bono* są – jak wspomniano – Stany Zjednoczone. W kraju tym obowiązują bardzo szczegółowe regulacje odnoszące się do tej kwestii. Szczególne znaczenie mają tutaj American Bar Association Model Rules of Professional Conduct z 5 lutego 2002 r. W zasadzie 6.1. regulują one szczegółowo dobrowolne świadczenia *pro bono*. Stwierdza się tam przede wszystkim, że każdy prawnik ma zawodowy obowiązek świadczenia usług prawnych osobom nieposiadającym wystarczających środków lub organizacjom społecznym w zakresie przynajmniej 50 godzin rocznie. Ewentualnie w grę może wchodzić również działanie na rzecz poprawy prawa lub funkcjonowania profesji prawniczej. Prawo stanowe może zwiększyć lub zmniejszyć liczbę 50 godzin rocznie w zależności od lokalnych potrzeb. Przepisy nie wykluczają świadczenia nie całkowicie bezpłatnie usług prawnych, a za ograniczoną opłatą. Przewidziano również możliwość zastąpienia świadczenia usług *pro bono* ekwiwalentnym wsparciem finansowym w sytuacji, gdy świadczenie usług *pro bono* nie jest możliwe. Zasady przewidują, że pracodawcy firm prawniczych mają obowiązek faktycznego umożliwienia prawnikom świadczenia usług *pro bono*. W doktrynie podkreślano jednak kontrowersje, jakie wzbudzało wprowadzenie tego obowiązkowego systemu pomocy prawnej *pro bono*²⁰⁵. Propagowaniem świadczenia usług *pro bono* w Stanach Zjednoczonych zajmuje się wiele organizacji i celowo do tego powołanych programów. Ich liczba wzrosła z 83 w 1980 r. do przeszło 900 w 2005 r.²⁰⁶. Szkoły prawa w USA prowadzą 83 programy pomocy prawnej *pro bono*. Już w 1993 r. ABA Standing Committee on Pro Bono and Public

²⁰⁴ Na takim stanowisku stoi również J. Kluczyńska, op. cit., s. 27.

²⁰⁵ B.F. Christensen, op. cit., s. 1–2.

²⁰⁶ Por. Raport: American Bar Association: “Supporting Justice: A Report on the Pro Bono Work of America’s Lawyers”, Standing Committee on Pro Bono and Public Service, 2005, www.abaprobono.org

Service²⁰⁷ powołał do życia Law Firm Pro Bono Project²⁰⁸, który miał na celu zachęcanie dużych korporacji prawniczych do poświęcenia 3% lub 5% swojego czasu pracy na świadczenie usług *pro bono*. W chwili obecnej sygnatariuszami tego porozumienia jest 138 firm prawniczych. W większości z nich zatrudnione są osoby, których jedynym obowiązkiem jest koordynowanie pracy *pro bono* w tych firmach. Na poziomie prawa stanowego wprowadzono również szczegółowe przepisy prawne. W stanach: Floryda, Maryland, Nevada i Missisipi wprowadzono zasadę rocznego, obowiązkowego rozliczania z pracy *pro bono* z surowymi sankcjami za niewywiązywanie się z tego obowiązku. Czternaście stanów uchwaliło prawo, na podstawie którego usługi *pro bono* mogą być świadczone przez emerytowanych prawników. Równocześnie w Stanach Zjednoczonych trwa dyskusja nad koniecznością wprowadzenia efektywnego systemu monitorowania świadczenia usług *pro bono* oraz konieczności dalszego poszerzania praktyki *pro bono* (w 2003 r. według Raportu American Lawyer Magazine usługi *pro bono* świadczyło 18% wszystkich aktywnych zawodowo prawników w USA)²⁰⁹.

W Wielkiej Brytanii świadczenie usług *pro bono* staje się coraz bardziej powszechne, co wynika z zaangażowania się w tę działalność znacznie większej liczby firm prawniczych z jednej strony, a organizacji społecznych z drugiej²¹⁰. Tendencję tę obserwowano już na przestrzeni lat dziewięćdziesiątych minionego wieku²¹¹. Ciekawym przykładem organizacji prawników, która za cel stawia sobie upowszechnianie świadczenia usług prawnych *pro bono* jest Solicitors Pro Bono Group (SPBG), założona w 1997 r., działająca także pod nazwą LawWorks²¹². Organizacja ta działa przede wszystkim jako pośrednik między podmiotami świadczącymi pomoc prawną *pro bono* a osobami jej poszukującymi oraz jako miejsce mediacji sporów (*LawWorks Mediation*). Inne organizacje to The Bar Pro Bono Unit²¹³, założona w 1996 i stawiająca sobie za cel udzielanie pomocy *pro bono* poprzez 1300 zrzeszo-

²⁰⁷ <http://www.abanet.org/legalservices/probono/>

²⁰⁸ <http://www.abanet.org/legalservices/probono/committeeinfo.html#cpbinfo>

²⁰⁹ Raport: American Bar Association: "Supporting Justice: A Report on the Pro Bono Work of America's Lawyers", punkt 2.2. Public Service by Private-Practice Lawyers, op. cit.

²¹⁰ A Survey of Pro Bono Practices and Opportunities in Selected Jurisdictions, prepared by Latham & Watkins LLP for the Pro Bono Institute, 2006, http://www.lw.com/upload/pubcontent/_pdf/pub1812_1.pdf, s. 17.

²¹¹ Szczegółowo porównaj A. Boon, R. Abbey, *Moral Agendas? Pro Publico Bono in large law firms in the United Kingdom*, "The Modern Law Review Limited" 1997, t. 60, nr 5, s. 630–654.

²¹² <http://lawworks.org.uk>

²¹³ <http://www.barprobono.org.uk>

nych w nich adwokatów (*barristers*), Free Representation Unit²¹⁴, skupiająca się na sprawach z zakresu prawa pracy i zabezpieczeń społecznych, oraz Business in the Community²¹⁵, która prowadzi program Pro Help, zapewniający pomoc *pro bono* w różnych dziedzinach życia – także prawa. Ogólną zasadą wszystkich wymienionych organizacji jest możliwość skorzystania z ich usług, ale tylko wtedy, gdy niedostępna jest dla danego podmiotu pomoc prawna z urzędu.

We Francji²¹⁶ brakuje jednolitej terminologii dla określenia usług *pro bono*. Zazwyczaj określa się je jako bezpłatną pomoc prawną (fr. *assistance juridique gratuite*) lub pomoc dobrowolną (fr. *assistance benevole*). Cechą świadczenia usług *pro bono* we Francji jest jej scentralizowanie w obszarze paryskim wokół paryskiej izby adwokackiej oraz dopuszczenie otrzymywania niewielkiego wynagrodzenia, płatnego z budżetu państwa. Cały czas jednak główne znaczenie ma pomoc prawna z urzędu (świadczona w dwóch systemach – jako *Aide Juridictionnelle* lub *Acces au Droit*), a wolontarystyczna pomoc prawna *pro bono* dotyczy głównie dużych międzynarodowych firm prawniczych. Zasadniczą przeszkodą jest zakaz reklamy usług prawniczych, dotyczący także reklamowania usług natury *pro bono*.

Niemcy mają dobrze rozwinięty system pomocy prawnej z urzędu ze znaczącym ustawowym ograniczeniem możliwości konkurencji między prawnikami. Brakuje jednak organizacji zajmujących się propagowaniem działalności *pro bono* w Niemczech. Skutkuje to ograniczonymi możliwościami rozwoju praktyk *pro bono*²¹⁷. Równocześnie obecność na rynku niemieckim międzynarodowych firm prawniczych, a także złagodzenie zakazu reklamy powoduje, że stopniowo pojawia się przestrzeń dla świadczenia usług *pro bono*. W chwili obecnej jednak prowadzenie sporów sądowych przez kancelarie na zasadzie *pro bono* będzie w praktyce mogło jedynie obejmować skomplikowane sprawy. Duża liczba prawników na rynku niemieckim i efektywny odpłatny system pomocy prawnej powoduje, że w większości przypadków osoby potrzebujące uzyskają pomoc prawną gwarantowaną przez państwo.

Decyzja o zaangażowaniu się w świadczenie usług *pro bono* jest co do zasady wynikiem uprzedniej analizy, zwłaszcza w zakresie oczekiwanych pozytywnych skutków, jak i potencjalnych zagrożeń takiego zaangażowania.

²¹⁴ <http://www.freerepresentationunit.org.uk>

²¹⁵ www.bitc.org.uk

²¹⁶ Szczegółowo porównaj: A Survey of Pro Bono Practices and Opportunities..., op. cit., s. 18–23.

²¹⁷ Ibidem, s. 24–26.

Jako najczęściej podawaną przyczynę podjęcia się świadczenia usług *pro bono* wskazywano chęć wywiązania się z etycznego obowiązku zawodu prawniczego oraz osobistą satysfakcję. Dotyczyły to 70% prawników amerykańskich²¹⁸, jak i większości polskich²¹⁹. Na gruncie amerykańskim jako ważną przyczynę podawano zrozumienie i chęć pomocy potrzebującym (43%). Natomiast stosunkowo niewielka (15%) liczba respondentów amerykańskich jako powód podawała potencjalny zysk dla prowadzonej działalności²²⁰. Osobista satysfakcja i chęć sprawdzenia się jest podawana również najczęściej przez polskich prawników. Wiąże się to bardzo często z wyjątkową możliwością poprowadzenia sprawy, która cieszy się dużym medialnym rozgłosem lub sprawy, której rozstrzygnięcie zapada przed najwyższymi organami wymiaru sprawiedliwości – Trybunałem Konstytucyjnym, Sądem Najwyższym czy Europejskim Trybunałem Praw Człowieka. Równocześnie decyzja o zaangażowaniu się w konkretną sprawę może się wiązać z koniecznością daleko posuniętych przygotowań i to niekiedy w dziedzinie, która jest przedmiotem specjalizacji w pracy zawodowej na co dzień.

Wydaje się jednak, że jednym z podstawowych motywów zaangażowania się we współpracę *pro bono* jest możliwość autopromocji czy elementu budowania wizerunku firmy. Przygotowując komunikaty prasowe przed ważnymi rozprawami organizacje społeczne, które korzystają z usług prawnika *pro bono* umieszczają tam informacje o fakcie, że dany prawnik lub kancelaria prowadzi daną sprawę na zasadzie *pro bono*. To samo dotyczy wywiadów udzielanych mediom oraz aktualnych informacji umieszczanych na stronie internetowej. W Polsce, gdzie możliwości reklamy usług prawniczych są bardzo ograniczone, tego typu działania sprzyjają autopromocji współpracującego na zasadzie *pro bono* prawnika. Fakt zaangażowania się we współpracę *pro bono* na stałych zasadach sprzyja również budowaniu wizerunku firmy. Najbardziej wymierne efekty może przynieść przy okazji rankingów kancelarii prawnych, przygotowywanych w Polsce przez „Gazetę Prawną” i „Rzeczpospolitą”, gdzie jednym z czynników oceny jest poziom zaangażowania w działalność *pro bono*. Jeżeli chodzi natomiast o indywidualnych prawników, to coraz większego znaczenia nabiera coroczny konkurs na prawnika *pro bono*, organizowany przez Fundację Uniwersyteckich Poradni

²¹⁸ Por. ankieta opublikowana w: Raport: American Bar Association “Supporting Justice: A Report on the Pro Bono Work of America’s Lawyers”, punkt 2.2. Public Service by Private-Practice Lawyers, op. cit.

²¹⁹ J. Kluczyńska, op. cit., s. 28–29.

²²⁰ Por. ankieta opublikowana w: Raport: American Bar Association “Supporting Justice: A Report on the Pro Bono Work of America’s Lawyers”, punkt 2.2. Public Service by Private-Practice Lawyers, op. cit.

Prawnych i dziennik „Rzeczpospolita”, pod patronatem Naczelnej Rady Adwokackiej oraz Krajowej Rady Radców Prawnych²²¹. Fakt działalności *pro bono* jest również okazją do wydania odpowiednich biuletynów i ulotek przez same kancelarie bądź tworzenia specjalnych podstron internetowych, poświęconych działalności *pro bono*. Praktykuje to na poziomie globalnym większość międzynarodowych korporacji prawniczych. Podkreśla się ponadto, że zaangażowanie się znacznej liczby przedstawicieli danej profesji prawniczej służy budowie pozytywnego wizerunku danego zawodu w społeczeństwie²²². Na tym powinno zależeć przede wszystkim samorządom zawodowym i dużym korporacjom prawnym.

Za inne powody zaangażowania się w działalność *pro bono* można uznać zachęcanie lub wymaganie od pracowników przez ich pracodawców działalności w tym zakresie – wiąże się to zazwyczaj z zaliczeniem czasu pracy poświęconego na sprawy *pro bono* do ogólnego czasu pracy. W przypadku polskich kancelarii prawnych brak jest jednoznacznej praktyki w tym zakresie. Niektóre z nich, na wzór amerykański, nadają sprawom *pro bono* oddzielny numer, traktują tę pracę według tych samych kryteriów, jak pracę dla klientów komercyjnych, a nawet wymagają określonej liczby godzin rocznie na pracę *pro bono*²²³.

Istnieje wiele przeszkód w upowszechnianiu działalności *pro bono*. Najczęściej podawanym powodem natury praktycznej o charakterze obiektywnym jest konflikt interesów. Oczywiście, że kancelaria prawna nie może podjąć się prowadzenia sprawy *pro bono*, nawet tej najlepiej przygotowanej i wyselekcjonowanej przez organizację pozarządową, w sytuacji, gdy miałaby występować przeciwko swojemu ówczesnemu klientowi. Bardzo często jednak kancelarie prawne biorą również pod uwagę konflikty interesów natury potencjalnej (np. pod kątem przyszłych klientów) oraz adresowania swojej działalności na konkretne rynki, np. rynek energetyczny, gdzie liczba podmiotów tam działających jest co do zasady ograniczona²²⁴. Częstym praktycznym problemem jest specjalizacja prawników w danej dziedzinie prawa²²⁵ oraz brak wystarczających możliwości czasowych (69%

²²¹ <http://www.fupp.org.pl/index.php?id=probono2007>

²²² J. Kluczyńska, op. cit., s. 29.

²²³ Ibidem, s. 30–31.

²²⁴ Dyskusji na ten temat dotyczył jeden z panelów Pierwszego Europejskiego Forum Pro Bono (European Pro Bono Forum), 18–19 października 2007 r., Budapeszt, Węgry – por. M. Bernatt, D. Pudzianowska, op. cit., s. 4–5.

²²⁵ Wskazuje na to 15% ankietowanych prawników amerykańskich, w: Ankieta opublikowana w Raport: American Bar Association “Supporting Justice: A Report on the Pro Bono Work of America’s Lawyers”, punkt 2.2. Public Service by Private-Practice Lawyers, op. cit.

amerykańskich prawników podaje brak czasu jako podstawową przeszkodę w zaangażowaniu się w działalność *pro bono*²²⁶), osobowych i organizacyjnych (np. brak efektywnego systemu rozliczania godzin poświęconych na pracę *pro bono*²²⁷) danej kancelarii. 12% prawników amerykańskich uważa ponadto, że prowadzenie spraw *pro bono* może wiązać się z dodatkowymi kosztami²²⁸.

Przeszkodami natury systemowej dla upowszechniania świadczenia usług *pro bono* są bariery natury prawnej. W systemach prawnych kontynentalnych bardzo często występuje całkowity zakaz lub znaczące ograniczenia w zakresie reklamy. Dlatego kancelarie prawne nie mogą w pełni wykorzystać możliwości promocyjnych, jakie wiążą się z prowadzeniem sprawy *pro bono*. Opisane ograniczenia w zakresie reklamowania się w związku z prowadzeniem sprawy *pro bono* są połączone z brakiem możliwości ustalenia przez prawników tzw. *contingency fees* (wynagrodzenia ustalonego procentowo od zasądzonej w wygranej procesie kwoty). Skuteczna działalność *pro bono* nie przekłada się więc bezpośrednio na poziom ustalanego wynagrodzenia od wygranych spraw, prowadzonych na zasadach odpłatności.

Konieczne jest poszukiwanie rozwiązań, które przyczynią się do upowszechniania usług *pro bono*. W Polsce konieczna jest zmiana ustawy o podatku od towarów i usług w przedstawionym zakresie²²⁹. Właściwym kierunkiem działań ustawodawcy byłoby wprowadzenie preferencji, czy też ulg podatkowych dla podmiotów, świadczących usługi prawne *pro bono*, polegających np. na wprowadzeniu bezpłatnego ubezpieczenia OC, od spraw prowadzonych *pro bono*. Ważne jest również wdrożenie jasnych kryteriów oceny pracy *pro bono* oraz umożliwienie elastycznego zaangażowania się danego prawnika na zasadzie *pro bono*, np. nie zawsze zobowiązywanie go do prowadzenia całej sprawy, a wyłącznie do udzielania konkretnej porady prawnej lub przygotowania określonego pisma procesowego. Bardzo ważna jest również gratyfikacja dla indywidualnych prawników pracujących w kancelarii bezpłatnie w interesie społecznym. Konieczne jest zatem budowanie wzajemnego zaufania i szybkiej wymiany informacji między współpracującymi z organizacjami pozarządowymi kancelariami. Powinno temu służyć zarówno na poziomie krajowym, jak i ponadnarodowym, istnienie osoby koordynującej działalność *pro bono* w firmie. Należy uznać, że w sytuacji, gdy kontakt z daną kancelarią krajową w zakresie rozpoczęcia czy prowadzenia działalności *pro bono* jest utrudniony, możliwe powinno być zwrócenie się

²²⁶ Ibidem.

²²⁷ Wskazuje na to 15% ankietowanych prawników amerykańskich, ibidem.

²²⁸ Ibidem.

²²⁹ Por. punkt 1.3. niniejszego rozdziału.

bezpośrednio do ogólnoswiatowej dyirekcji tej kancelarii. Należy przykładać szczególną wagę do zachowania takiego samego standardu przy działalności *pro bono*, jak przy odpłatnej usłudze prawnej.

Należy jednak zauważyć, że nawet najlepiej funkcjonujący system świadczenia usług *pro bono* nie może być uznawany za alternatywę dla systemu pomocy prawnej z urzędu osobom ubogim. Nawet na gruncie amerykańskim, gdzie świadczenie usług *pro bono* jest najbardziej powszechne i zarazem najefektywniejsze pojawiają się krytyczne głosy. Wskazuje się w szczególności, że przeniesienie ciężaru udzielania pomocy prawnej osobom potrzebującym na konkurujące ze sobą na wolnym rynku kancelarie prawne, uzależnia zakres i jakość tej pomocy od aktualnej sytuacji i tendencji rynkowych²³⁰.

Upowszechnianie świadczenia usług *pro bono* przyczynia się z jednej strony do podnoszenia standardów ochrony praw człowieka, a z drugiej – do podnoszenia wizerunku marki firmy oraz profesji zawodu prawnika jako takiego. Jest zarazem bardzo dobrym, konkretnym przykładem wdrażania przez przedsiębiorców społecznej odpowiedzialności biznesu, polegającym na zintegrowaniu społecznej odpowiedzialności biznesu z działalnością gospodarczą przedsiębiorcy (decyzja kancelarii prawnej o świadczeniu usług *pro bono* przesądza też o zaangażowaniu pracowników kancelarii w taką działalność). Pokazuje zarazem, że może ona stać się elementem działalności gospodarczej zarówno dużych podmiotów gospodarczych (firm prawniczych), jak i pojedynczych przedsiębiorców (prawników indywidualnych).

²³⁰ R.L. Sandefur, *Lawyers' Pro Bono Service and American-Style Civil Legal Assistance*, "Law & Society Review" 2007, nr 1, s. 104–106.

2. Instrumenty i prawodawstwo międzynarodowe

2.1. Organizacja Narodów Zjednoczonych

2.1.1. Deklaracja Praw Człowieka i *United Nations Global Compact*

Dotychczasowy rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu wynikał w dużym zakresie z działalności organizacji międzynarodowych. Można uznać, że u podstaw nałożenia na podmioty gospodarcze odpowiedzialności za pełną realizację praw człowieka leży preambuła Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka z 10 grudnia 1948 r.: „Zgromadzenie Ogólne ogłasza niniejszą Powszechną Deklarację Praw Człowieka jako wspólny cel dla wszystkich ludów i narodów, aby każda jednostka i organ społeczny [...] dążyły [...] do coraz pełniejszego poszanowania tych praw i wolności i aby zapewniły [...] ich powszechne i skuteczne uznanie i przestrzeganie”. Istota wskazanej deklaracji w odniesieniu do działań przedsiębiorców jest podkreślana w doktrynie, zwłaszcza w zakresie horyzontalnego skutku praw człowieka¹.

Bezpośrednim wskazaniem na przedsiębiorców jako grupę, która jest obowiązana do wcielania zasad Deklaracji Praw Człowieka, w tym zwłaszcza przestrzegania praw człowieka, są wydane w 1999 r., z inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ Kofiego Annana, *United Nations Global Compact*². Stanowią one wezwanie skierowane do przedsiębiorców, a zwłaszcza do przedsiębiorców transnarodowych³, aby w swojej działalności kierowali się 10 podstawowymi zasadami z zakresu praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji. Wskazuje się na: popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową (zasada 1.), eliminację wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez przedsiębiorcę (zasada 2.), poszanowanie wolności

¹ M.K. Addo, *The changing face of parent and subsidiary Corporation: Entity vs. Enterprise Liability*, „Connecticut Law Review” 2005, t. 37, nr 667, s. 682–683.

² <http://www.ci.undp.org/ptd/global.htm>

³ Przedsiębiorca transnarodowy (ang. *transnational corporation*) jest rozumiany na gruncie ustawodawstwa ONZ jako jakiegokolwiek podmiot prowadzący działalność gospodarczą na terenie więcej niż jednego państwa – punkt 20.

stowarzyszania się (zasada 3.), eliminację wszelkich form pracy przymusowej (zasada 4.), zniesienie pracy dzieci (zasada 5.), efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia (zasada 6.), prewencyjne podejście do środowiska naturalnego (zasada 7.), podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej (zasada 8.), stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii (zasada 9.), przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach (zasada 10.). Choć zasady *UN Global Compact* mają charakter *soft law* to ich rola jest nie do przecenienia w zakresie wskazania wartości, których działania przedsiębiorcy powinni uwzględniać⁴. Ich istotą jest również pozytywny charakter obowiązków przedsiębiorcy, polegający na podejmowaniu wszelkich możliwych działań na rzecz urzeczywistnienia zasad wynikających z *UN Global Compact*. W związku z tym *UN Global Compact* jest również platformą współpracy i wymiany praktycznych doświadczeń między przedsiębiorcami. Przedsiębiorcy są zobowiązani efektywnie wdrażać polityki w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu oraz przygotowywać raporty w tym zakresie. W tej chwili *UN Global Compact* jest najbardziej popularną na świecie inicjatywą w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, obejmującą około pięć tysięcy przedsiębiorców z ponad 120 krajów, działających w ponad 60 sieciach regionalnych. Z *UN Global Compact* współpracuje sześć agend ONZ: Międzynarodowa Organizacja Pracy, Biuro Wysokiego Komisarza ds. Praw Człowieka, Program Narodów Zjednoczonych ds. Ochrony Środowiska, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Organizacja Rozwoju Przemysłu ONZ i Biuro ONZ ds. Kontroli Narkotyków i Zapobiegania Przestępczości. W Polsce *UN Global Compact* działa od 2001 r. za pośrednictwem polskiego oddziału Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP)⁵.

Działalność *UN Global Compact* jest jednak krytykowana, w szczególności przez organizacje pozarządowe, które podkreślają, że udział przedsiębiorców w inicjatywie *UN Global Compact* wynika często z konieczności odbudowy nadszarpniętej reputacji bądź jest sposobem budowania wizerunku własnej marki⁶. Brak jest również w ramach *UN Global Compact* skutecznej procedury monitorowania faktycznego wywiązywania się przez przedsiębiorców z przyjętych zobowiązań. Potwierdzeniem tego są inwestycje spółki China National Petroleum Corporation (CNPC) i jej spółki-córki PetroChina – sygnatariusza *UN Global Compact* w Sudanie (jego główne dochody pocho-

⁴ Por. I. Batenkas, *Corporate Social Responsibility in international law*, "Boston University International Law Review" 2004, t. 22, nr 309, s. 312–321.

⁵ http://www.undp.org.pl/biznes/temat_opis.php?tid=26

⁶ Por. <http://www.globalcompactcritics.net/>

dzą z wydobycia ropy naftowej i są przeznaczone w ogromnej części na finansowanie wojny domowej). Oznacza to w praktyce współfinansowanie przez CNPC ludobójstwa w Darfurze. Opisana sytuacja była przedmiotem krytyki różnych organizacji pozarządowych na świecie i interwencji u Dyrektora Wykonawczego *UN Global Compact*⁷.

2.1.2. Normy odpowiedzialności korporacji transnarodowych w odniesieniu do praw człowieka

Kolejnym krokiem w działalności ONZ dotyczącej regulowania działalności przedsiębiorców transnarodowych w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu były Normy odpowiedzialności korporacji transnarodowych i innych przedsiębiorców w odniesieniu do praw człowieka z 13 sierpnia 2003 r. (ang. *Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with regard to Human Rights*)⁸ (dalej: normy), uchwalone przez Podkomisję ds. Promocji i Ochrony Praw Człowieka (organ pomocniczy Komisji Praw Człowieka ONZ, ang. *UN Sub-Commission on the Promotion and Protection of Human Rights*). Obowiązki wynikające z tej rezolucji dotyczą szeroko rozumianych praw człowieka, standardów publicznego zdrowia i bezpieczeństwa, nieangażowania się lub czerpania korzyści ze zbrodni wojennych, zbrodni przeciwko ludzkości, ludobójstwa, tortur, pracy przymusowej, obowiązku postępowania wobec środowiska zgodnego z międzynarodowymi porozumieniami. Działania przedsiębiorców mają się przyczyniać do zrównoważonego rozwoju. Poza wskazanym katalogiem obowiązków przedsiębiorcy, istotne są sposoby implementacji norm, przewidziane w ich punktach 12–14. Zaleca się przedsiębiorcom ustalenie wewnętrznych zasad funkcjonowania zgodnych z normami, także w odniesieniu do kontrahentów. Przewiduje się sporządzanie przez ONZ i inne organizacje międzynarodowe raportów ONZ, dotyczących implementacji norm. Wskazuje się również na odpowiedzialność przedsiębiorcy, zwłaszcza odszkodowawczą, z tytułu naruszenia norm. Równocześnie jako instytucje właściwe do orzekania na podstawie norm, uznaje się sądy krajowe i międzynarodowe, nakładające na państwa członkowskie obowiązek zbudowania systemu instytucjonalnego, który umożliwi odpowiednie egzekwowanie norm. Normy tworzą więc całościowy system umożliwiający implementację społecznej odpowiedzialności biznesu w kontekście praw człowieka.

W doktrynie podkreślano, że sposób ich implementacji może stanowić odejście od klasycznego, woluntarystycznego podejścia do społecznej odpo-

⁷ http://www.centrumcsr.pl/pliki/GlobalCompact_Darfur_130508.pdf

⁸ <http://www1.umn.edu/humanrts/links/norms-Aug2003.html>

wiedzialności biznesu⁹. Wskazywano jednak na potencjalne zalety norm. Annie Wallis wskazywała za Amnesty International na kompleksowy i precyzyjny charakter regulacji¹⁰. Normy zostały uznane za podstawową platformę implementacji praw człowieka – norm co do zasady o charakterze *ius cogens*, do sfery gospodarki światowej¹¹. Podkreślano również pozytywny charakter obowiązków nałożonych na przedsiębiorców. Przykładem właściwego oddziaływania norm był tzw. proces Kimberley, który przyczynił się do rozwiązania konfliktu zaistniałego w Afryce na gruncie produkcji diamentów¹². Z kolei Tracy Schmidt, badając funkcjonowanie norm z punktu widzenia działalności korporacji transnarodowych w Indonezji, opowiadał się za ich bardziej wiążącym charakterem, zwłaszcza przez ustanowienie efektywnego systemu monitoringu i raportów¹³. Uznawał jednak zarazem, że normy są bardzo dobrym narzędziem w rękach rządów państw rozwijających się, umożliwiającym wymaganie od korporacji transnarodowych przestrzegania uznanych międzynarodowo standardów ochrony praw człowieka i ochrony środowiska, bez odwoływania się do bardzo często nieskutecznych instrumentów prawa wewnętrznego¹⁴. Sprzeciwiał się również postrzeganiu norm jako powtórzenia przyjętych już standardów międzynarodowych, zwłaszcza ze względu na nowatorskie, jego zdaniem, odniesienie tych standardów do działalności podmiotów prywatnych, a nie tylko państw¹⁵.

Normy w wersji zaproponowanej przez Podkomisję ds. Promocji i Ochrony Praw Człowieka ostatecznie nie wzbudziły jednak uznania wśród przedstawicieli państw, przedsiębiorców oraz nie zyskały akceptacji w ramach Komisji Praw Człowieka ONZ. Krytyce podlegały w szczególności rozwiązania norm, które skutkowały nałożeniem na przedsiębiorców bezpośrednich, wiążących zobowiązań na gruncie prawa międzynarodowego oraz odniesieniem do przedsiębiorców zasad, które nie są powszechnie akceptowane w sferze działalności gospodarczej.

⁹ T.M. Schmidt, *Transnational corporate responsibility for international environmental and human rights violations: will the United Nations' "Norms" provide the required means?*, "California Western International Law Journal" 2005, t. 36, nr 217, s. 236.

¹⁰ A. Wallis, *Data Mining: Lessons from the Kimberley Process for the United Nations' development of human rights norms for transnational corporations*, "Northwestern University Journal of International Human Rights" 2005, t. 4, nr 388, s. 68.

¹¹ Ibidem, s. 69.

¹² Ibidem, s. 72–80.

¹³ T.M. Schmidt, *Transnational corporate responsibility...*, op. cit., s. 243–246.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Ibidem, s. 238.

2.1.3. Specjalny przedstawiciel ONZ ds. praw człowieka i korporacji transnarodowych

Komisja Praw Człowieka ONZ zdecydowała się jednak, pomimo odrzucenia norm na kontynuowanie prac w obszarze praw człowieka i działalności gospodarczej. Przejawiło się to w powołaniu w 2005 r. Johna Ruggiego na stanowisko Specjalnego Przedstawiciela ONZ ds. praw człowieka, korporacji transnarodowych i innych podmiotów gospodarczych (ang. *UN Special Representative of the Secretary General on human rights and transnational corporations and other business enterprises*, dalej: Specjalny Przedstawiciel ONZ)¹⁶. Został on upoważniony do zidentyfikowania i wyjaśnienia standardów odpowiedzialności przedsiębiorców w obszarze praw człowieka – określenia zasad praw człowieka, które znajdują zastosowanie w odniesieniu do praw człowieka.

Efektom prac Specjalnego Przedstawiciela ONZ było przygotowanie Raportu nt. ochrony, przestrzegania i egzekwowania praw człowieka w działalności gospodarczej (Raport: *Protect, Respect and Remedy: a Framework for Business and Human Rights*) z kwietnia 2008 r., złożonego do Rady Praw Człowieka ONZ 3 czerwca 2008 r.¹⁷. Raport potwierdza konieczność istnienia platformy do wymiany zasad i doświadczeń w obszarze działalności gospodarczej i praw człowieka. W raporcie podkreśla się, że działalność współczesnych korporacji transnarodowych wiąże się z licznymi niebezpieczeństwami w sytuacjach, w których kontrola ze strony organizacji międzynarodowych jest znacząco ograniczona. Raport wprowadza rozróżnienie między działalnością gospodarczą jako taką a możliwością zarządzania z punktu widzenia praw człowieka. W raporcie stwierdza się, że podstawową przyczyną problemów w zakresie skutecznego implementowania zasad praw człowieka do działalności gospodarczej są luki w systemie zarządzania związane ze skutkami globalizacji i niemożnością sprawowania skutecznej kontroli przez społeczeństwo¹⁸. Istnienie tych luk pozwala przedsiębiorcom naruszać prawa człowieka bez ponoszenia z tego tytułu odpowiedzialności ani cywilnej, ani karnej. Równocześnie w raporcie stwierdza się praktyczną

¹⁶ Por. Rezolucja Komisji Praw Człowieka ONZ 2005/69, UN Doc. E/CN.4/2005/L.87 (15 kwietnia 2005 r.), http://ap.ohchr.org/documents/E/CHR/resolutions/E-CN_4-RES-2005-69.doc

¹⁷ Raport: *Protect, Respect and Remedy: a Framework for Business and Human Rights*, <http://www.reports-and-materials.org/Ruggie-report-7-Apr-2008.pdf>

¹⁸ Raport, Wprowadzenie, par. 3: “the root cause of the business and human rights predicament today lies in the governance gaps created by globalization – between the scope and impact of economic forces and actors, and the capacity of societies to manage their adverse consequences”.

niemożliwość wskazania wyczerpującej listy praw człowieka, które można odnosić do działalności gospodarczej¹⁹. W związku z tym nacisk w raporcie został położony nie na tworzenie takiej listy, ale na wskazanie podstawowych luk w zarządzaniu działalnością gospodarczą w skali światowej, których występowanie może się wiązać z naruszeniem praw człowieka²⁰.

Raport jest skonstruowany na podstawie trzech podstawowych założeń, które przesądzają zarazem o jego strukturze. Pierwszym elementem jest obowiązek państwa w zakresie zapewniania ochrony przed naruszaniem praw człowieka przez inne podmioty, w tym przedsiębiorców. Drugim elementem odpowiedzialności przedsiębiorców – jak się zakłada – jest respektowanie praw człowieka. Trzecim elementem jest wskazanie na konieczność zapewnienia bardziej skutecznego dostępu do środków kontroli (ang. *remedies*).

Pierwsza część raportu jest więc poświęcona tradycyjnemu podejściu do praw człowieka, które zakłada, że na państwie spoczywają podstawowe obowiązki w zakresie gwarantowania odpowiedniego poziomu ochrony praw człowieka w tym zakresie, przeciwdziałania i ścigania naruszeń praw człowieka popełnionych przez przedsiębiorców²¹.

Druga część raportu dotyczy bezpośrednio społecznej odpowiedzialności biznesu rozumianej jako uwzględnianie interesów społecznych, w tym w szczególności respektowanie praw człowieka w prowadzonej działalności gospodarczej. W tym zakresie raport wskazuje na konieczność implementowania przez przedsiębiorców szczegółowych zasad umożliwiających samokontrolę (ang. *due diligence*) w zakresie przestrzegania praw człowieka, w tym zwłaszcza uprzedniego rozważania potencjalnych niebezpieczeństw (a nie ograniczania się wyłącznie do przestrzegania wiążących norm prawa krajowego)²².

Część trzecia raportu jest poświęcona dostępowi do środków kontroli (zaskarżenia). W raporcie podkreśla się, że nie jest możliwe skuteczne przeciwdziałanie wszystkim naruszeniom praw człowieka przez przedsiębiorców. W związku z tym konieczny jest efektywny dostęp do sądu oraz reforma

¹⁹ Por. par. 52 raportu.

²⁰ Por. również analizę 320 spraw umieszczonych na stronie internetowej Business and Human Rights Resource Center w okresie luty 2005 – grudzień 2007 r., zawartą w załączniku 2. do raportu: *A Survey of the Scope and Pattern of Alleged Corporate-Related Human Rights Abuse*, A/HRC/8/5/Add.2 (23 maja 2008 r.), <http://www.reports-and-materials.org/Ruggie-2-addendum-23-May-2008.pdf>

²¹ Por. par. 18 raportu: “take all necessary steps to protect against such abuse, including to prevent, investigate, and punish the abuse, and to provide access to redress”.

²² Por. def. *due diligence* – “a process whereby companies not only ensure compliance with national laws but also manage the risk of human rights harm with a view to avoiding it”, raport, par. 25.

instytucji pozaprawnych, które zajmują się rozstrzyganiem sporów w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Chodzi tu zwłaszcza o instytucje mediacyjne i rozstrzygające spory pracownicze, krajowe systemy ochrony praw człowieka oraz system implementacji Wytycznych OECD, zwłaszcza w obszarze zasad postępowania przed Krajowymi Punktami Kontaktowymi OECD.

J. Ruggie wylicza cechy instytucji, która rozstrzyga o sporach w zakresie odnoszącym się do społecznej odpowiedzialności biznesu. Instytucja taka powinna mieć uprawnienia do rozstrzygania sporów oraz posiadać strukturę gwarantującą rzetelność, obiektywność i niezależność postępowania. Ponadto powinna być łatwo dostępna, szczególnie z punktu widzenia podmiotu poszkodowanego (np. jego zasobów finansowych czy znajomości języka) oraz przewidywalna, jeżeli chodzi o zasady proceduralne, czas trwania poszczególnych etapów postępowania (np. wstępnego rozpoznania sprawy), możliwe typy rozstrzygnięć oraz środki monitorowania procesu implementacji rozstrzygnięcia. Istotną cechą instytucji rozstrzygającej powinna być też równość broni w takim postępowaniu, zwłaszcza jeżeli chodzi o dostęp do informacji oraz koniecznej profesjonalnej porady. Ponadto postępowanie przed taką instytucją powinno gwarantować wydanie rozstrzygnięcia, które odpowiada międzynarodowym standardom ochrony praw człowieka. Ostatnią z cech jest przejrzystość postępowania (domniemanie jawności postępowania), w szczególności z punktu widzenia interesu publicznego; odnosi się to zwłaszcza do instytucji niepaństwowych. Wydaje się, że wskazane cechy są niezwykle istotne dla stworzenia realnej kontroli nad wdrażaniem przez przedsiębiorców zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, w tym w szczególności respektowania praw człowieka. W praktyce jednak funkcjonowanie instytucji rozstrzygających spory w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu nie jest doskonałe. Odnosi się to do funkcjonowania Krajowych Punktów Kontaktowych odpowiedzialnych za wdrażanie Wytycznych OECD²³.

Pierwsze reakcje na Raport J. Ruggiego były pozytywne. Rada Praw Człowieka ONZ przedłużyła mu mandat, zalecając przygotowanie propozycji praktycznych opartych na przedstawionej analizie. Przedstawiciele doktryny prawa międzynarodowego wskazują również, że w raporcie we właściwy sposób rozumie się regulowanie międzynarodowej działalności gospodarczej i może on służyć jako propozycja lepszego zarządzania działaniami przedsiębiorstw w obszarze praw człowieka²⁴.

²³ Por. szczegółowo punkt 1.4.2.3. Promowanie i wdrażanie Wytycznych oraz punkt 1.4.2.4. Reforma Wytycznych.

²⁴ C. Ochoa, *The 2008 Ruggie Report: A Framework for Business and Human Rights*, <http://www.asil.org/insights/2008/06/insights080618.html>

2.2. Wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju

2.2.1. Wytyczne OECD – założenia ogólne

Innym przykładem prawa międzynarodowego natury *soft law* odnoszącym się do działań przedsiębiorców w sferze społecznej odpowiedzialności biznesu są Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (ang. *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*)²⁵. Można je uznać za najbardziej kompleksowy przykład regulacji społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie międzynarodowym, na który składa się szczegółowy katalog zobowiązań przedsiębiorców i system kontroli ich wdrażania.

Wytyczne zostały przyjęte w 1976 r., a zrewidowane w 2000 r. Stanowią załącznik do Deklaracji w sprawie inwestycji międzynarodowych oraz przedsiębiorstw wielonarodowych, przyjętej przez państwa członkowskie OECD 27 czerwca 2000 r. Wytyczne w swoich założeniach nawiązują do Deklaracji Praw Człowieka ONZ oraz innych standardów prawa międzynarodowego. Obecnie zostały przyjęte przez 30 państw członkowskich OECD oraz 8 państw nieposiadających takiego statusu (Argentyna, Brazylia, Chile, Estonia, Izrael, Łotwa, Litwa, Słowenia).

Wytyczne OECD to zestaw akceptowanych dobrowolnie zasad i praktyk w obszarze zatrudnienia i praw związkowych, praw człowieka, ochrony środowiska, ujawniania informacji, korupcji i zobowiązań podatkowych, ochrony konkurencji i konsumentów oraz środowiska naturalnego. Przestrzeganie Wytycznych deklarują przedsiębiorcy, prowadzący działalność gospodarczą w krajach OECD lub z nich pochodzący (w przypadku inwestycji zagranicznych, poza obszarem OECD)²⁶. Podstawowym adresatem Wytycznych OECD są przedsiębiorstwa wielonarodowe, rozumiane jako przedsiębiorstwa inwestujące lub posiadające własne oddziały lub spółki-córki w innych państwach. Postanowienia Wytycznych nie stoją jednak na przeszkodzie ich przyjęcia przez przedsiębiorców krajowych, którzy również mogą deklarować ich przestrzeganie w prowadzonej działalności gospodarczej.

Istotą Wytycznych jest udział państw członkowskich OECD w ich implementacji na poziomie działań przedsiębiorców²⁷. Państwa członkowskie są zwłaszcza zobowiązane do promowania wytycznych i rozwiązywania sporów, związanych z działaniami przedsiębiorców, którzy przyjęli Wytyczne jako

²⁵ <http://www.oecd.org/dataoecd/56/36/1922428.pdf>

²⁶ www.oecd.org/daf/investment/guidelines

²⁷ S. Deva, *Sustainable good governance and corporations: an analysis of asymmetries*, "Georgetown International Environmental Law Review" 2006, t. 18, s. 735.

podstawowe zasady działalności. Normy Wytycznych OECD nie mogą być w ich założeniu podstawą roszczeń, dochodzonych na drodze sądowej; nie oznacza to jednak braku możliwości oceny działalności przedsiębiorców z punktu widzenia zasad, do przestrzegania których się zobowiązali.

Rządy państw członkowskich OECD mają obowiązek prowadzenia działań promocyjnych i informacyjnych na temat Wytycznych, w tym ustanowienia Krajowego Punktu Kontaktowego (NCP – *National Compact Point*) jako miejsca upowszechniającego stosowanie Wytycznych i odpowiedzialnego za rozwiązywanie konfliktów powstałych na gruncie ich stosowania. Jego zadaniem jest rozpatrywanie skarg na działania korporacji ponadnarodowych. Przyjęcie takiej konstrukcji jakkolwiek zwiększające zakres oddziaływania na przedsiębiorców powoduje, że poziom wiążącego charakteru Wytycznych różni się w poszczególnych państwach²⁸. Wskazuje się również na brak *stricte* prawnego ich charakteru²⁹. Nie zmienia to jednak faktu, że 95% wszystkich korporacji ponadnarodowych – wywodząc się z państw należących do OECD – objętych jest ramami Wytycznych³⁰. O ich znaczeniu świadczy również potwierdzenie ich przez rządy państw grupy G-8 deklaracjami z lat 2002, 2003 i 2008.

Wytyczne zostały skodyfikowane w 10 rozdziałach, poświęconych m.in.: „Jawności informacji”, „Zatrudnieniu i stosunkom pracy”, „Ochronie środowiska”, „Zwalczaniu korupcji”, „Ochronie interesów konsumenta”, „Ochronie konkurencji”, „Opodatkowaniu”, „Nauce i technologii”.

2.2.2. Treść Wytycznych OECD

Z Założeń Ogólnych Wytycznych OECD³¹ dla przedsiębiorców wielonarodowych wynika obowiązek brania pod uwagę specyfiki państwa i społeczności, w której działalność gospodarcza jest prowadzona, zwłaszcza z: perspektywy praw człowieka, zakazu dyskryminacji pracowników i odpowiedzialnego podejścia do środowiska, zdrowia, bezpieczeństwa, pracy i kwestii finansowych. Wiąże się to z koniecznością uwzględniania w planach i skutkach swojej inwestycji interesów lokalnej społeczności i środowiska naturalnego. W Wytycznych OECD podkreśla się wprost, że przedsiębiorstwa powinny promować budowanie potencjału lokalnego przez bliską współpracę ze społecznością lokalną, w tym z kręgami biznesowymi, a także stworzyć i wyko-

²⁸ R. Szewczyk, *Wytyczne dla Korporacji Wielonarodowych OECD*, http://www.solidarnosc.org.pl/zagr/opr/wytycz_oecd.htm, s. 2.

²⁹ Ibidem.

³⁰ Ibidem.

³¹ Por. punkt II Wytycznych OECD.

rzystywać w praktyce skuteczne metody kontroli wewnętrznej oraz systemy zarządzania, zwiększające poczucie pewności i wzajemnego zaufania między przedsiębiorstwami a społecznościami, w których działają. Równocześnie inwestycje powinny opierać się na lokalnych zasobach ludzkich. Prowadzone badania naukowe i technologiczne również powinny – zgodnie z Wytycznymi OECD – uwzględniać rozwój regionu, w którym ma miejsce inwestycja. Powyższe może mieć również znaczenie dla skuteczniejszego pozyskiwania pracowników i efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi. Konieczne jest zarazem uwzględnianie wytycznych zarówno na etapie planowania inwestycji, jak i ich realizacji. Dużą rolę odgrywać w tym zakresie może współpraca między inwestorem a lokalnymi władzami i organizacjami społecznymi.

Z założeń ogólnych Wytycznych OECD wynika generalny obowiązek dla przedsiębiorców przestrzegania w swojej działalności praw człowieka oraz prawa wewnętrznego państwa, w którym jest prowadzona inwestycja. Wytyczne wskazują również na konieczność przestrzegania zasad *corporate governance*, chronienia tzw. *whistleblowers* – osób podnoszących istnienie nieprawidłowości w danym przedsiębiorstwie oraz powstrzymania się od zaangażowania w lokalną działalność polityczną.

Punkt III Wytycznych OECD jest poświęcony zasadom udostępniania przez przedsiębiorców informacji. Powinno mieć to miejsce zwłaszcza w odniesieniu do struktury, sytuacji finansowej i wyników przedsiębiorstwa i polegać na ujawnianiu m.in. takich informacji, jak wyniki finansowe głównych udziałowców czy polityki nadzoru korporacyjnego. Zachęca się przedsiębiorstwa do udostępniania dodatkowych informacji, np. zasad postępowania, w tym informacji na temat polityki socjalnej, etycznej i środowiskowej przedsiębiorstwa, oraz innych kodeksów postępowania stosowanych przez dane przedsiębiorstwo, informacji na temat systemów zarządzania ryzykiem, a także informacji na temat stosunków z pracownikami i innymi kontrahentami. Zgodnie z Wytycznymi przedsiębiorstwa powinny stosować wysokie normy jakościowe w zakresie ujawniania informacji, prowadzenia księgowości i audytu.

Punkt IV Wytycznych OECD jest poświęcony relacjom pracowniczym i wolności związkowej. W Wytycznych kładzie się duży nacisk na umożliwienie pracownikom zakładania i działania w związkach zawodowych oraz udzielania przez pracodawcę pomocy w tworzeniu skutecznych układów zbiorowych. Ponadto wzywa się przedsiębiorców do faktycznego zlikwidowania problemu pracy dzieci, eliminacji wszelkich form pracy przymusowej, dyskryminacji w zatrudnieniu ze względu na: rasę, kolor skóry, płeć, religię, przekonania polityczne, przynależność narodowościową lub pochodzenie społeczne oraz wprowadzenia wysokich standardów bezpieczeństwa i higieny pracy. Co istotne, w szczególności w świetle inwestycji w specjalnych strefach

ekonomicznych, Wytyczne rekomendują zatrudnienie w jak największym stopniu pracowników lokalnych oraz udostępnianie im szkoleń pozwalających na podniesienie kwalifikacji. Podkreślana jest konieczność wcześniejszego informowania pracowników i społeczności lokalnych w przypadku planów restrukturyzacji przedsiębiorstw.

Wytyczne zakładają (punkt V) obowiązek brania pod uwagę konieczności ochrony środowiska, zdrowia publicznego i bezpieczeństwa tak, aby przyczynić się do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju. Przedsiębiorcy powinni tworzyć systemy zarządzania środowiskowego, sprzyjające minimalizowaniu ryzyka dla środowiska. Ponadto przedsiębiorcy są zobowiązani do informowania społeczeństwa o wpływie prowadzonej działalności gospodarczej na środowisko, zdrowie lub bezpieczeństwo publiczne oraz dążyć do stworzenia odpowiedniego systemu reagowania w sytuacji kryzysu, który może stanowić zagrożenie dla środowiska.

Punkt VI Wytycznych OECD odnosi się do zwalczania w działaniach przedsiębiorców korupcji. Wiąże się to m.in. z zakazem przekazywania funkcjonariuszom państwowym i partnerom biznesowym jakiegokolwiek płatności poza kwotą zawartą w umowie. Przedsiębiorcy powinni gwarantować, że wynagrodzenie ich przedstawicieli jest odpowiednie i otrzymywane jedynie za usługi, mające podstawę prawną. Przedsiębiorcom rekomenduje się również promowanie wśród swoich pracowników postaw przyczyniających się do zwalczania korupcji, w tym organizowanie programów szkoleniowych i procedur dyscyplinarnych. Jawność przekazywania środków finansowych powinna dotyczyć także wspierania kandydatów w wyborach politycznych.

Wytyczne regulują (punkt VII) relacje między przedsiębiorcami i konsumentami. Wysuwają postulaty gwarantowania jak najwyższej jakości dóbr i usług oraz rygorystycznego przestrzegania obowiązujących w tym zakresie norm prawnych. Wytyczne odnoszą się do – uważanych za podstawowe prawa konsumenta – informacji³² i będących ich konsekwencją możliwości podejmowania przez konsumenta świadomej i przemyślanej decyzji. Uznają m.in., że przedsiębiorca powinien dostarczać dokładnych i jasnych informacji na temat zawartości produktów, zasad ich bezpiecznego użytkowania i obsługi oraz tworzyć przejrzyste i skuteczne procedury rozpatrywania skarg konsumentów. Obowiązki przedsiębiorcy odnoszą się także do poszanowania prywatności konsumenta i ochrony jego danych osobowych oraz współpracy z organami władzy publicznej w zakresie zapobiegania i usuwania zagrożeń dla zdrowia i bezpieczeństwa publicznego, spowodowanych użytkowaniem ich produktów.

³² E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999, s. 127–131.

Równocześnie Wytyczne nakazują przestrzegać reguły prawa konkurencji (punkt IX) w zakresie odnoszącym się do niedozwolonych porozumień i praktyk antykonkurencyjnych. Wskazują również na konieczność współpracy z organami ochrony konkurencji, zwłaszcza w zakresie całościowego udostępniania żądanych informacji.

Wytyczne zawierają ponadto zalecenia odnoszące się do nauki i technologii (punkt VIII). Wskazują one na konieczność zapewniania zgodności działalności przedsiębiorcy z polityką i planami dotyczącymi nauki i technologii w kraju, w którym dana działalność jest prowadzona, stosowanie praktyk pozwalających na szybki transfer technologii i wiedzy specjalistycznej, w sposób, który przyczynia się do możliwości długoterminowego rozwoju kraju goszczącego. Wytyczne zachęcają również do współpracy z lokalnymi uczelniami i publicznymi instytucjami badawczymi w zakresie realizacji projektów badawczych.

Wytyczne (punkt X) wzywają do właściwego i terminowego rozliczania się przez przedsiębiorców z obowiązujących w danym kraju zobowiązań podatkowych.

2.2.3. Promowanie i wdrażanie Wytycznych OECD

Znaczenie Wytycznych OECD jako przykładu prawa międzynarodowego zawierającego normy społecznej odpowiedzialności biznesu polega również na stworzeniu unikalnego systemu implementowania zasad wytycznych, systemu nieznanego innym międzynarodowym regulacjom społecznej odpowiedzialności biznesu³³. Zakłada on współpracę między państwem, przedsiębiorcami, organizacją międzynarodową a przedstawicielami społeczeństwa obywatelskiego, zwłaszcza organizacjami pozarządowymi i związkami zawodowymi. Na system składają się zasadniczo trzy elementy: (1) Krajowy Punkt Kontaktowy (NCP), który powinien zostać powołany w każdym z państw członkowskich OECD; (2) Komisja OECD ds. inwestycji międzynarodowych i przedsiębiorstw wielonarodowych³⁴ (CIME) oraz (3) komitety doradcze: Komitet Doradczy Biznesu i Przemysłu przy OECD (BIAC³⁵) i Komitet Doradczy Związków Zawodowych OECD (TUAC³⁶). Duże znaczenie dla skutecznego monitorowania wdrażania Wytycznych odgrywają organizacje pozarządowe

³³ J.L. Černič, *Corporate Responsibility for Human Rights: A Critical Analysis of the OECD Guidelines for Multinational enterprises*, "Hanse Law Review" 2008, t. 4, nr 1, s. 82–83.

³⁴ OECD's Committee on International Investment and Multinational Enterprises.

³⁵ The Business and Industry Advisory Committee.

³⁶ The Trade Union Advisory Committee.

skupione w OECD Watch³⁷. OECD Watch jest platformą współpracy organizacji pozarządowych, pochodzących z krajów, w których przyjęto Wytyczne OECD. Jej podstawowym celem jest koordynacja działalności, wymiana wiedzy i informacji w obszarze stosowania Wytycznych OECD. Członkowie OECD Watch za cel stawiają sobie: udzielanie pomocy w pracach CIME; testowanie skuteczności wytycznych jako instrumentu monitoringu przedsiębiorców w zakresie polityki CSR; upowszechnianie informacji na temat Wytycznych OECD, zasad *corporate governance* i działalności CIME oraz udzielanie informacji organizacjom pozarządowym w składaniu skarg na przedsiębiorców w związku z naruszeniem wytycznych.

CIME jest odpowiedzialny w szczególności za wyjaśnienia niejasności związanych ze stosowaniem Wytycznych (zwłaszcza w związku z rozpatrywaniem przez Krajowy Punkt Kontaktowy konkretnej sprawy) i poddawanie ich treści dyskusji (np. przez organizowanie spotkań) oraz odpowiadanie na żądania państw członkowskich OECD, BIAC i TUAC w zakresie odnoszącym się do Wytycznych. Ponadto CIME rozpatruje doroczne raporty Krajowych Punktów Kontaktowych z poszczególnych państw członkowskich OECD.

Kluczowe znaczenie dla należytego wdrażania Wytycznych odgrywają Krajowe Punkty Kontaktowe³⁸. Jako zasadę ogólną przyjmuje się ich działanie w sposób przejrzysty, ogólnie dostępny i jak najbardziej efektywny. Państwom członkowskim OECD pozostawiano niezależność co do modelu Krajowego Punktu Kontaktowego, jaki przyjmują. Funkcję Krajowego Punktu Kontaktowego może pełnić urzędnik rządowy wysokiego szczebla lub instytucja rządowa. Krajowy Punkt Kontaktowy może mieć jednak również formę organu współpracy, w którego skład wchodzi przedstawiciele różnych instytucji rządowych. W skład Krajowego Punktu Kontaktowego mogą także wchodzić przedstawiciele środowiska biznesu, organizacji pracowników i innych zainteresowanych stron. Bez względu jednak na formalną strukturę Krajowego Punktu Kontaktowego w Wytycznych wskazuje się na potrzebę każdorazowej współpracy ze środowiskami przedsiębiorców, organizacjami pracowników i organizacjami pozarządowymi. W przypadku Polski Krajowy Punkt Kontaktowy został umieszczony w ramach jednego z departamentów Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA³⁹.

Krajowe Punkty Kontaktowe pełnią zasadniczo dwie funkcje. Po pierwsze, są odpowiedzialne za rozpowszechnianie wiedzy na temat Wytycznych, udostępnianie ich w językach narodowych oraz współpracę z podmiotami

³⁷ Zob. www.oecdwatch.org

³⁸ Por. stanowisko OECD, http://www.oecd.org/document/3/0,3343,en_2649_34889_1933116_1_1_1_1,00.html

³⁹ <http://www.paiz.gov.pl/index/index.php?id=9c9f1366edbae758a3bb56eca4388b64>

zainteresowanymi Wytycznymi, w tym odpowiadanie na pytania związane z ich stosowaniem. Potencjalni inwestorzy zagraniczni w danym kraju i inwestorzy krajowi inwestujący za granicą powinni być informowani o Wytycznych. Po drugie, Krajowe Punkty Kontaktowe są odpowiedzialne za wdrażanie Wytycznych OECD w konkretnych przypadkach, tj. rozpatrywania skarg na działania przedsiębiorców, które stanowią naruszenie Wytycznych. Krajowe Punkty Kontaktowe powinny być zwłaszcza forum dyskusji i udzielać pomocy środowiskom biznesowym, organizacjom pracowników i innym zaangażowanym stronom w rozwiązywaniu w sposób skuteczny i szybki problemów z zakresu stosowania wytycznych. Krajowe Punkty Kontaktowe mają prawo do wstępnej oceny zasadności składanych skarg. W przypadkach, gdy poruszone kwestie uznają za warte dalszego badania udzielają zaangażowanym stronom pomocy w ich rozwiązywaniu, zwłaszcza wysuwają za zgodą stron propozycje ugodowego rozwiązania sporu. Jeżeli zaangażowane w spór strony nie dojdą do porozumienia, Krajowy Punkt Kontaktowy ma prawo wydać oświadczenie i, jeżeli jest to uzasadnione, rekomendacje, na temat wdrażania wytycznych. W postępowaniu przed Krajowym Punktem Kontaktowym chroniona powinna być tajemnica przedsiębiorstwa oraz inne informacje uznane za godne ochrony. Samo postępowanie przed Krajowym Punktem Kontaktowym jest wyłącznie jawne wewnętrznie – dla stron sporu. Po zakończeniu postępowania, jeżeli strony uczestniczące nie doszły do porozumienia co do rozwiązania problemu, mają one wolną rękę w kwestii informowania i prowadzenia dyskusji na ich temat⁴⁰. Może to mieć znaczenie zwłaszcza w przypadku skarg składanych przez organizacje pozarządowe, które mają szerokie możliwości nagłośnienia wyników postępowania, ze wskazaniem na ewentualne zarzuty stawiane przedsiębiorcom w zakresie stosowania wytycznych. Krajowy Punkt Kontaktowy jest obowiązany do udostępniania do publicznej wiadomości wyniku postępowania, chyba że uzna, iż zachowanie poufności leży w interesie skutecznej implementacji wytycznych. Jak się jednak wydaje sytuacja taka powinna być wyjątkowa i wsparta odpowiednim uzasadnieniem.

W dotychczasowej praktyce Krajowych Punktów Kontaktowych na świecie większość skarg dotyczyła wolności związkowej (około 90 w okresie 2000–2007)⁴¹. W przypadku Polski skargi składane przez związki zawodowe na działalność trzech przedsiębiorców: UPC Polska Sp. z o.o., Frito Lay Poland Sp. z o.o. i Marriott w związku z zarzutami utrudniania działalności związkowej. W sprawach tych jednak nie doszło do wydania ostatecznych

⁴⁰ Jednak informacje i poglądy przedstawione w trakcie postępowania przez stronę trzecią pozostaną poufne, chyba że strona ta zgodzi się na ich upublicznienie.

⁴¹ Por. TUAC submission to the OECD Annual Meeting of National Contact Points, Paris, June 2008, s. 1–3.

rozstrzygnięć, a część postępowań zawieszono ze względu na toczące się równoległe postępowania sądowe. Przykładowe skargi za granicą dotyczą sprawy Inpade i Friends of the Earth przeciwko Shell (kwestia zanieczyszczenia środowiska w sąsiedztwie rafinerii w Buenos Aires)⁴², sprawy Green Party przeciwko ANZ Bank (wycinka lasów deszczowych na Papui Nowej Gwinei)⁴³ oraz sprawy La Guajira i inni przeciwko BHP-Billiton (przymusowe wysiedlenia ludności rdzennej w Kolumbii z obszarów odkrywki węgla)⁴⁴. Na gruncie Wytycznych OECD rozstrzygano jednak takie sprawy, jak skarga na działalność spółki Aker Kværner, która odpowiedzialna była za budowę fundamentów w celach w więzieniu CIA na wyspie Guantanamo i dostarczanie energii (zwłaszcza elektrycznej do tej bazy)⁴⁵.

2.2.4. Reforma systemu Wytycznych OECD

Od pewnego czasu toczy się dyskusja nad koniecznością reformy Wytycznych OECD, w tym w szczególności usprawnienia dla działania Krajowych Punktów Kontaktowych. W raporcie z 2008 r. Specjalnego Reprezentanta Sekretarza Generalnego ONZ ds. Praw Człowieka i Biznesu Johna Ruggiego pt. *Protect, Respect and Remedy: a Framework for Business and Human Rights* podkreślono, że Wytyczne mogą stać się bardzo ważną instytucją zaradczą w obszarze zapewniania wysokich standardów ochrony praw człowieka w działalności przedsiębiorców oraz wdrażania przez nich zasad społecznej odpowiedzialności biznesu; jednak w raporcie podkreśla się zarazem, że Krajowe Punkty Kontaktowe bardzo często nie wykorzystują potencjału, jaki posiadają⁴⁶. Podkreślono, że ich częste usytuowanie w strukturze administracji państwowej, odpowiedzialnej za promocję gospodarczą danego kraju, nie sprzyja obiektywnemu rozpatrywaniu skarg na działalność przedsiębiorców, związaną z realizacją inwestycji w danym kraju i może być uznane za konflikt interesów. Na marginesie należy zauważyć, że z taką właśnie sytuacją mamy do czynienia w Polsce – spółka Skarbu Państwa, podlegająca Ministrowi Gospodarki odpowiedzialna za promowanie Polski, jeżeli chodzi o inwestycje zagraniczne, jest równocześnie Krajowym Punktem Kontaktowym.

⁴² <http://oecdwatch.org/news-en/oecd-guidelines-case-update-argentine-and-dutch-governments-accept-case-against-shell/>

⁴³ OECD Watch Quarterly Case Update Summer 2008, http://oecdwatch.org/publications-en/Publication_2550/at_download/fullfile, s. 3–4.

⁴⁴ <http://oecdwatch.org/news-en/complaint-lodged-against-bhp-billiton-with-oecd-for-conduct-of-cerrejon-coal-in-colombia?searchterm=La+Guajira++BHP+Billiton>

⁴⁵ <http://oecdwatch.org/files/ncp-final-statement-29-11-05>.

⁴⁶ Raport, par. 98.

J. Ruggie zauważa, że Krajowe Punkty Kontaktowe nie mają również odpowiedniego doświadczenia i środków, pozwalających na skuteczne mediarowanie zgłoszonych sporów. Brak jest niejednokrotnie wskazania terminów na wszczęcie i zakończenie postępowania, a ostateczne rozstrzygnięcia często nie podlegają publicznemu ogłoszeniu⁴⁷. Na powyższe wskazuje również TUAC, który zauważa, że postępowanie przed Krajowym Punktem Kontaktowym trwa średnio od 1 roku do 2 lat⁴⁸. Sytuacja ta może godzić w ogólne zasady ONZ odpowiedniego poziomu legitymacji, dostępności, przewidywalności, równości i przejrzystości jako zasad, na których powinna opierać się konstrukcja instytucji pozasądowych rozstrzygających spory z zakresu naruszeń praw człowieka w związku z działalnością gospodarczą. Dlatego w Raporcie J. Ruggiego proponowana jest reforma Krajowych Punktów Kontaktowych. Jako przykład podaje się Holenderski Punkt Kontaktowy, który jest skonstruowany jako panel czterech osób reprezentujących różne środowiska (np. biznes, organizacje pozarządowe, związki zawodowe), w związku z czym rozpatruje skargi niezależnie od administracji państwowej⁴⁹. Raport podkreśla więc dużą rolę państw w zakresie upowszechniania Wytycznych; jednocześnie wskazuje, że konieczna jest reforma zmierzająca do lepszej kontroli działań przedsiębiorców w świetle zasad wynikających z wytycznych oraz zbudowania odpowiedniego systemu zachęt do ich przestrzegania⁵⁰.

W trakcie konferencji w Paryżu w czerwcu 2008 r., która była zarazem dorocznym spotkaniem Krajowych Punktów Kontaktowych OECD, John Ruggie zwrócił uwagę na konieczność zmiany nie tylko systemu wdrażania wytycznych, ale także ich treści⁵¹. Zauważył przede wszystkim, że zakres ochrony praw człowieka zawarty w Wytycznych jest uzależniony od zobowiązań międzynarodowych danego kraju i dlatego nie odpowiada praktyce działania przedsiębiorstw międzynarodowych⁵². Podkreślił zwłaszcza, że w przypadku konfliktu prawa międzynarodowego z prawem krajowym danego państwa, przedsiębiorcy starają się działać w duchu wartości prawa międzynarodowego, nie naruszając równocześnie prawa krajowego⁵³. Pod-

⁴⁷ Ibidem.

⁴⁸ TUAC submission..., op. cit., s. 1.

⁴⁹ Raport, par. 99.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Professor John G. Ruggie Special Representative of the UN Secretary-General for Business and Human Rights, Keynote Presentation, Annual Meeting of National Contact Points Organization for Economic Cooperation and Development, Paris, 24 June 2008, <http://www.oecd.org/dataoecd/9/63/40933850.pdf>

⁵² Ibidem, s. 4.

⁵³ Ibidem.

kreślił, że Wytyczne wykazują znaczące braki w zakresie regulowania innych obszarów praw człowieka niż prawa pracownicze. Jego zdaniem, Wytyczne w ogóle nie obejmują niektórych sfer działalności przedsiębiorców, zwłaszcza ich wpływu na pewne grupy społeczne, np. osoby niepełnosprawne, oraz nie odnoszą się do sytuacji kryzysowych, np. wojny domowej w kraju, w którym inwestuje dany przedsiębiorca⁵⁴. J. Ruggie jest równocześnie zwolennikiem usprawnienia systemu wdrażania Wytycznych, a nie dążenia do wyczerpującego katalogowania praw człowieka, które potencjalnie mogą znaleźć zastosowanie w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej⁵⁵. Podkreślił również znaczenie odpowiedniej samokontroli w działaniach przedsiębiorców, w tym wymagania od swoich kontrahentów i dostawców odpowiednich standardów w obszarze praw człowieka⁵⁶.

2.3. Zasady Międzynarodowej Organizacji Pracy

2.3.1. Założenia ogólne

Innym przykładem międzynarodowej regulacji społecznej odpowiedzialności biznesu jest Trójstronna Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy, ustanawiająca zasady odnoszące się do przedsiębiorców wielonarodowych i polityki społecznej (ang. *International Labour Organisation Tripartite Declaration of Principles Concerning Multinational Enterprises and Social Policy*)⁵⁷, przyjęta w 1977 r. i zrewidowana, podobnie jak Wytyczne OECD, w 2000 r.

Deklaracja ILO ma na celu zachęcenie przedsiębiorców do przyjmowania pozytywnych zobowiązań, które przyczynią się do rozwoju ekonomicznego i społecznego oraz ograniczenia ryzyka, wiążącego się z działaniami przedsiębiorców⁵⁸. Postanowienia Deklaracji ILO są adresowane do rządów państw członkowskich ILO, organizacji pracowników i pracodawców oraz przedsiębiorców wielonarodowych. Deklaracja ILO ustanawia zasady w obszarze zatrudnienia, szkoleń pracowniczych, warunków pracy i praw związkowych, które adresaci Deklaracji ILO zobowiązują się dobrowolnie przestrzegać. Postanowienia Deklaracji ILO powinny być jednak postrzegane w kontekście prawnie wiążących Konwencji ILO⁵⁹, zwłaszcza: Konwencji

⁵⁴ Ibidem, s. 4–5.

⁵⁵ Ibidem.

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ <http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/download/english.pdf>

⁵⁸ Deklaracja ILO, par. 2.

⁵⁹ Por. załącznik do Deklaracji ILO: List of international labour Conventions and Recommendations referred to in the Tripartite Declaration of Principles concerning

nr 29 dotyczącej pracy przymusowej lub obowiązkowej z 1930 r.⁶⁰, Konwencji nr 87 dotyczącej wolności związkowej i ochrony praw związkowych z 1948 r.⁶¹, Konwencji nr 98 dotyczącej stosowania zasad prawa organizowania się i rokowań zbiorowych z 1949 r.⁶², Konwencji nr 111 dotyczącej dyskryminacji w zakresie zatrudnienia i wykonywania zawodu z 1958 r.⁶³, Konwencji nr 122 dotyczącej polityki zatrudnienia z 1964 r.⁶⁴.

2.3.2. Treść Deklaracji ILO

W Deklaracji ILO podkreśla się, że przedsiębiorcy powinni brać pod uwagę przy prowadzeniu działalności gospodarczej specyfikę lokalną i kulturę danego kraju. Znaczenie przedsiębiorców międzynarodowych rośnie bowiem w przypadku inwestycji w krajach rozwijających się⁶⁵.

W Deklaracji ILO za szczególnie istotny uznaje się nakaz równego traktowania i zwalczania dyskryminacji ze względu na: rasę, płeć, wyznanie, opinie polityczne, pochodzenie narodowe i społeczne. Drugą z podstawowych zasad Deklaracji ILO jest pewność zatrudnienia, zwłaszcza poprzez odpowiednie planowanie zapotrzebowania na pracowników i uwzględniania ich interesów w przypadku przekształceń lub likwidacji przedsiębiorstwa oraz zapewnienia odpowiedniej odprawy w przypadku zwolnienia.

W Deklaracji ILO za kolejną istotną zasadę uznaje się odpowiedni dostęp do szkoleń zawodowych. Rządy państw członkowskich powinny wdrażać w tym zakresie odpowiednie polityki, zwłaszcza w odniesieniu do doradztwa zawodowego. Na przedsiębiorcach natomiast spoczywa obowiązek zapewnienia równego dostępu do szkoleń dla wszystkich pracowników bez względu na funkcję, którą pełnią w przedsiębiorstwie.

Multinational Enterprises and Social Policy, <http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/download/english.pdf>

⁶⁰ Dostępna: http://www.mps.gov.pl/_download.php?f=userfiles%2FFile%2FDepartament+Rynku+Pracy%2FMOP%2Fkonw_29.doc

⁶¹ Dostępna: http://www.mps.gov.pl/_download.php?f=userfiles%2FFile%2FDepartament+Rynku+Pracy%2FMOP%2Fkonw_87.doc

⁶² Dostępna: http://www.mps.gov.pl/_download.php?f=userfiles%2FFile%2FDepartament+Rynku+Pracy%2FMOP%2Fkonw_98.doc

⁶³ Dostępna: http://www.mps.gov.pl/_download.php?f=userfiles%2FFile%2FDepartament+Rynku+Pracy%2FMOP%2Fkonw_111.doc

⁶⁴ Dostępna: http://www.mps.gov.pl/_download.php?f=userfiles%2FFile%2FDepartament+Rynku+Pracy%2FMOP%2Fkonw_122.doc

⁶⁵ Podobnie I. Bantekas, op. cit., s. 314; S. Shamir, *Between self-regulation and the Alien Tort Claims Act: on the contested concept of Corporate Social Responsibility*, "Law and Society Review" 2004, t. 38, nr 635, s. 637.

Deklaracja ILO odnosi się również do gwarancji odpowiedniego poziomu wynagrodzenia, świadczeń pracowniczych i warunków pracy. Odnośnie do wynagrodzenia zakłada się, że nie powinno być ono mniejsze niż średnie wynagrodzenie otrzymywane w kraju inwestycji za pracę tego rodzaju. Ewentualnie, gdy ustalenie tego nie jest możliwe wynagrodzenie powinno być możliwie jak najwyższe.

Zgodnie z ogólnymi założeniami, Deklaracja ILO odnosi się szczegółowo do zagadnień praw związkowych, zwłaszcza prawa do zrzeszania się w związku zawodowym oraz prawa do negocjowania zbiorowych warunków pracy. Deklaracja ILO wyklucza możliwość zwolnień i dyskryminacji na tle przynależności do związku zawodowego. Odnośnie do zobowiązań państw podkreślono, że niedopuszczalne jest, aby jedną z form zachęty do inwestowania w danym kraju była obietnica ograniczenia praw związkowych. Dla właściwego funkcjonowania relacji między pracodawcą a jego pracownikami, zwłaszcza przeciwdziałaniu konfliktom, konieczne są regularne konsultacje. Nie powinny one jednak nigdy zastępować ani negocjowania zbiorowych warunków pracy, ani systemu skarg. Państwa powinny natomiast stworzyć model negocjowania sporów między pracownikami a pracodawcami, zwłaszcza poprzez stworzenie dobrowolnego sądownictwa arbitrażowego.

Deklaracja ILO odnosi się więc bezpośrednio tylko do praw pracowniczych i związkowych jako obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu. Znaczenie Deklaracji ILO polega na założeniu jej dwutorowego wdrażania – z jednej strony przez państwa (rządy państw członkowskich ILO), a z drugiej – przez samych przedsiębiorców wielonarodowych. Zaniechania w obszarze wdrażania Deklaracji ILO nie mogą stać się jednak podstawą uzasadniająca niewywiązanie się z jej postanowień przez przedsiębiorców wielonarodowych. Oczywiście najbardziej pożądane są wspólne i skoordynowane działania w obszarze praw pracowniczych i związkowych.

2.4. Unia Europejska – regionalne ujęcie społecznej odpowiedzialności biznesu

2.4.1. Podstawowe założenia

UN Global Compact, Wytyczne OECD i Deklaracja ILO są głównymi źródłami międzynarodowych norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Jednak istnieją również regulacje i strategie regionalne w tym obszarze. Znaczenie ma tutaj w szczególności Unia Europejska, ze względu na wielkość gospodarki i fakt, że duża liczba przedsiębiorców wielonarodowych

wywodzi się właśnie z UE. Istnieje więc konieczność odnoszenia do ich działalności norm społecznej odpowiedzialności biznesu, zwłaszcza w przypadku ich inwestycji w krajach rozwijających się lub biedniejszych krajach Unii Europejskiej, gdzie system kontroli ich działalności jest znacząco słabszy. Dlatego podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu instytucji Unii Europejskiej może mieć duże znaczenie dla kształtowania jej norm w skali światowej. Znaczenie ma tutaj również dążenie Unii Europejskiej do bycia organizacją o wysokich standardach ochrony praw człowieka, czego najlepszym dowodem jest uchwalenie Karty Praw Podstawowych z 18 grudnia 2000 r.⁶⁶.

Należy odnotować zainteresowanie Komisji Europejskiej tematyką społecznej odpowiedzialności biznesu i założeniem o konieczności jej upowszechniania wśród przedsiębiorców europejskich⁶⁷. Podstawowym dokumentem poświęconym społecznej odpowiedzialności biznesu jest Zielona Księga⁶⁸. Jej istotą było nie tyle przedstawienie projektu regulacji społecznej odpowiedzialności biznesu w ramach prawa wspólnotowego, ile rozpoczęcie dyskusji w Europie na ten temat. Postawiono pytania o rolę Unii Europejskiej w rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu, rolę społecznej odpowiedzialności biznesu w strategii przedsiębiorcy, znaczenie kontrahentów przedsiębiorcy oraz sposoby rozwoju i monitorowania społecznej odpowiedzialności biznesu⁶⁹. Kolejnym krokiem było opublikowanie w 2002 r. Białej Księgi⁷⁰ – Komunikatu określającego europejską strategię na rzecz promowania społecznej odpowiedzialności biznesu oraz jej wpływu na gospodarkę i społeczeństwo (*Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*, 2003)⁷¹. Krytyka postrzegania społecznej odpowiedzialności biznesu przez Komisję Europejską dotyczyła w szczególności jej *stricte* woluntarystycznego założenia. Wątpliwości w tej

⁶⁶ Karta Praw Podstawowych z 18 grudnia 2000 r., Dz.Urz. UE z 14 grudnia 2007 r., C 303.

⁶⁷ Por. w szczególności odrębną stronę społecznej odpowiedzialności biznesu: http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/

⁶⁸ *Zielona Księga Komisji Europejskiej na temat społecznej odpowiedzialności biznesu*, COM/2001/0366 final, Green Paper Promoting European framework for Corporate Social Responsibility, Commission of the European Communities), Bruksela, 18 lipca 2001 r.

⁶⁹ S. MacLeod, *Corporate Social Responsibility within the European Union framework*, "Wisconsin International Law Journal" 2005, t. 23, nr 541, s. 545.

⁷⁰ *Komunikat Komisji Europejskiej dotyczący odpowiedzialności biznesu. Wkład biznesu w zrównoważony rozwój*, COM (2002) 347 z 2 lipca 2002 r., <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52002DC0347:PL:NOT>

⁷¹ <http://europa.eu/eur-lex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52002DC0347:EN:NOT>

materii zgłosiły organizacje pozarządowe, jak np. Amnesty International. Zwraca się również uwagę na postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu przez KE głównie z perspektywy przedsiębiorców, a nie ich kontrahentów oraz brak jednoznacznego wskazania, jakie dobra KE chce chronić przy użyciu społecznej odpowiedzialności biznesu. Od 2002 r. działa Europejskie Forum Kontrahentów (ang. *European Multi Stakeholder Forum*)⁷², zrzeszające przedstawicieli przedsiębiorców, związków zawodowych i społeczeństwa obywatelskiego (organizacje pozarządowe). Ostatnim dokumentem wydanym przez UE na temat społecznej odpowiedzialności biznesu jest Komunikat Komisji Europejskiej – „Realizacja partnerstwa na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia: uczynienie Europy liderem w zakresie odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw”, z 22 marca 2006 r.⁷³.

Ogłoszono w nim sojusz na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu. Jako działania wymienia się tam: zwiększenie świadomości na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, dzielenie się dobrymi praktykami także między małymi i średnimi przedsiębiorcami, wspieranie inicjatyw wielostronnych na poziomie sektorowym, współpracę z państwami członkowskimi i przystępującymi, informowanie konsumentów, przejrzystość podejmowanych działań, wspieranie prac badawczych oraz edukację. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest ważnym elementem Strategii Lizbońskiej na lata 2007–2013, która zakłada, że UE ma stać się najbardziej konkurencyjną i opartą na wiedzy gospodarką świata, zdolną do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju opartego na wysokiej jakości pracy i współpracy społecznej⁷⁴. Komisja Europejska uznaje zarazem znaczenie praw człowieka w praktyce biznesowej oraz konieczność ich zawarcia w kodeksach dobrych praktyk.

2.4.2. Treść Zielonej Księgi

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest definiowana w Zielonej Księdze jako „koncepcja, według której przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi interesariuszami”⁷⁵. Kontrahentami przedsiębiorców są wszystkie podmioty, które mogą odczuwać efekty ich działalności gospodarczej⁷⁶. Społeczna odpowiedzialność biznesu rozumiana jest rów-

⁷² http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/last_forum_complete2.pdf

⁷³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0136:PL:NOT>

⁷⁴ Zielona Księga, par. 6.

⁷⁵ Ibidem, par. 8.

⁷⁶ Ibidem.

niez jako wychodzenie poza wywiązywanie się z obowiązków ustawowych. Powinno się to przejawiać zwłaszcza w inwestowaniu w kapitał ludzki danego przedsiębiorstwa, relacje z kontrahentami i w ochronę środowiska. Tym samym w ocenie Komisji Europejskiej powinny rosnać konkurencyjność i zdolności produkcyjne przedsiębiorcy⁷⁷.

Zielona Księga analizuje społeczną odpowiedzialność biznesu z punktu widzenia jej sfery wewnętrznej i zewnętrznej. Sfera wewnętrzna odnosi się do zarządzania zasobami ludzkimi, co obejmuje przede wszystkim wprowadzenie praktyk antydyskryminacyjnych, bezpieczeństwa i higieny pracy, uwzględnianie interesu pracowników w przypadku restrukturyzacji przedsiębiorstwa, brania pod uwagę skutków działalności gospodarczej dla środowiska i zużycia zasobów naturalnych. Społeczna odpowiedzialność w wymiarze zewnętrznym zakłada uwzględnianie interesu społeczności lokalnych, partnerów gospodarczych, dostawców, konsumentów oraz praw człowieka, postrzeganych niezależnie od innych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu, zwłaszcza w obszarze inwestycji międzynarodowych, praw pracowniczych i nadużyć, które mogą występować u dostawców lub usługodawców danego przedsiębiorcy. Równocześnie wskazuje się na konieczność zwalczania korupcji. Komisja Europejska zaleca również uchwalanie i wdrażanie kodeksów dobrych praktyk, opartych na konwencjach Międzynarodowej Organizacji Pracy i Wytycznych OECD, przedstawia także propozycję całościowego podejścia do społecznej odpowiedzialności biznesu. Ma to być proces zarządzania przedsiębiorstwem, który uwzględnia cały łańcuch dostaw oraz interesy pracowników i kadry zarządzającej. Podkreśla się również rolę raportowania i audytu w obszarze ochrony środowiska, bezpieczeństwa i higieny pracy oraz praw człowieka i pracy dzieci, zwłaszcza w świetle standardów Social Accountability 8000 i Global Reporting Initiative. W ocenie KE społeczna odpowiedzialność biznesu dotyczy także inwestycji.

Opisane podejście Komisji Europejskiej do społecznej odpowiedzialności biznesu jest również wykorzystywane w dyskusji na temat konkurencyjności gospodarki europejskiej. W raporcie KE z listopada 2008 r. na temat konkurencyjności europejskiej (*Communication from the Commission on the European Competitiveness Report 2008*, COM(2008) 774 final – 28 listopada 2008 r.⁷⁸), wskazała ona na dwa istotne obszary polityk UE, które wpływają na konkurencyjność gospodarki europejskiej – są to zrównoważona polityka przemysłowa oraz społeczna odpowiedzialność biznesu⁷⁹. Równocze-

⁷⁷ Ibidem, par. 21.

⁷⁸ Raport KE na temat konkurencyjności europejskiej, http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/competitiveness/doc/compet_rep_2008/com_2008_0774.pdf

⁷⁹ Ibidem, s. 8–9.

śnie KE po raz pierwszy tak jednoznacznie powiązała konkurencyjność ze społeczną odpowiedzialnością biznesu⁸⁰. Raport podkreśla pozytywny wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu na konkurencyjność przedsiębiorców oraz odrzuca tezę o traktowaniu społecznej odpowiedzialności w kategoriach kosztów działania przedsiębiorcy⁸¹. Zwraca więc uwagę na konieczność wzmocnienia społecznej odpowiedzialności biznesu i postrzegania jej w kategoriach środka do zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorcy.

2.4.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a Karta Praw Podstawowych UE

W Zielonej Księdze Komisja Europejska wiąże konieczność wdrożenia europejskiej strategii na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu z przyjęciem Karty Praw Podstawowych. Stwierdza, że w czasie, gdy Unia Europejska podejmuje próbę identyfikacji wspólnych wartości przez przyjęcie Karty Praw Podstawowych coraz większa liczba przedsiębiorców dostrzega swoją społeczną odpowiedzialność i traktuje ją jako integralną część własnego wizerunku⁸².

Nawiązanie to sprzyja odniesieniu zasad wynikających z Karty Praw Podstawowych (KPP) także do przedsiębiorców. Oczywiście z postanowień KPP, szczególnie w świetle jej obecnego, niewiążącego prawnie charakteru, nie można wywieść bezpośrednich zobowiązań dla jednostek, w tym przedsiębiorców wywodzących się z Unii Europejskiej. Adresatem Karty Praw Podstawowych zgodnie z jej art. 51 są instytucje Unii Europejskiej⁸³. Spoczywa na nich jednak nie tylko obowiązek respektowania wartości i praw z KPP wynikających, ale także ich promowania na terenie Unii Europejskiej. W tym zakresie więc działania instytucji europejskich powinny mieć na uwadze upowszechnianie postanowień KPP również wśród przedsiębiorców, jako podmiotów prywatnych mających ogromne znaczenie dla właściwego funkcjonowania Unii Europejskiej. Na skutek tych działań przedsiębiorcy powinni dążyć do wypełniania zobowiązań KPP w stosunku do jednostek, społeczeństwa i środowiska – obszarów istotnych w świetle treści Karty Praw Podstawowych.

⁸⁰ Ibidem, s. 9.

⁸¹ Ibidem.

⁸² Zielona Księga, par 8: “At a time when the European Union endeavours to identify its common values by adopting a Charter of Fundamental Rights, an increasing number of European companies recognise their social responsibility more and more clearly and consider it as part of their identity”.

⁸³ Por. szczegółowo: P. Eeckhout, *The EU Charter of Fundamental Rights and the Federal Question*, “Common Market Law Review” 2002, t. 39, nr 5, s. 945–994.

Podkreślenia wymaga fakt, że wiele z praw podstawowych zawartych w KPP może znaleźć zastosowanie zarówno w przypadku instytucji publicznych, jak i przedsiębiorców. Za takie promowanie wartości Karty mogą zostać w szczególności uznane działania KE w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Można więc uznać, że, pomimo braku prawnie obowiązującego charakteru wartości z KPP wynikających, będą promieniować na sferę stosunków gospodarczych w Unii Europejskiej⁸⁴. Wskazane jest w efekcie takie interpretowanie zobowiązań wobec przedsiębiorców, aby uwzględniały one w jak największym zakresie powszechnie akceptowane w UE wartości.

Społeczna odpowiedzialność biznesu postrzegana w ramach nauki o zarządzaniu firmą jako strategia prowadzenia działalności gospodarczej, może zostać także dodatkowo wzmocniona poprzez implementowanie wartości zawartych w Karcie Praw Podstawowych. Równocześnie jednak społeczna odpowiedzialność rozumiana – jak w niniejszej pracy – jako zbiór norm może stanowić dopełnienie postanowień Karty Praw Podstawowych⁸⁵.

2.5. Międzynarodowa regulacja społecznej odpowiedzialności biznesu – stan obecny

Normy zawarte w omówionych regulacjach ONZ, OECD, ILO i UE odnoszą się głównie do zewnętrznej sfery społecznej odpowiedzialności biznesu. Dotyczy ona w szczególności generalnego odesłania do nakazu uwzględniania w prowadzonej działalności gospodarczej: praw człowieka, zwłaszcza przyrodzonej godności ludzkiej, prawa do prywatności i ochrony danych osobowych, wolności słowa i sumienia, ochrony praw konsumentów, ochrony konkurencji, ochrony środowiska oraz nakazu zwalczania korupcji. Sfera wewnętrzna społecznej odpowiedzialności biznesu jest szczegółowo regulowana w obszarze praw pracowniczych i związkowych. Należy jednak zauważyć, że konieczne wydaje się ujednoczenie treści i zakresu przeanalizowanych regulacji międzynarodowych tak, aby objęte nią zostały najważniejsze obszary praw człowieka, które mogą mieć znaczenie w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej. Obecnie np. zakres chronionych praw pracowniczych i związkowych na gruncie Deklaracji ILO jest szer-

⁸⁴ Odnośnie do koncepcji promieniowania wartości konstytucyjnych na relacje prywatne por. punkt 2.1.3. niniejszego rozdziału.

⁸⁵ M. Bernatt, *Corporate Social Responsibility from the point of view of the Fundamental Rights of the European Union, Central European Case Studies*, Batthyány Lajos College of Law, Győr 2007, s. 88–89.

szy niż w przypadku Wytycznych IECD. Może to skutkować nieskuteczną implementacją zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, np. w przypadku sporów rozstrzyganych przez Krajowy Punkt Kontaktowy OECD.

Konieczne jest również stworzenie efektywnego systemu wdrażania i monitorowania przestrzegania międzynarodowych reguł społecznej odpowiedzialności biznesu. Po pierwsze, powinno to oznaczać istnienie odpowiedniej samokontroli w przedsiębiorstwie. Wiązać się zwłaszcza z jasnymi zasadami udostępniania informacji na temat działalności przedsiębiorcy oraz z regularnym audytem, jeżeli chodzi o wywiązywanie się ze strategii i przyjętych zobowiązań w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu⁸⁶. Po drugie, konieczne jest właściwe funkcjonowanie systemu zewnętrznej kontroli przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu przez Krajowe Punkty Kontaktowe OECD lub UN Global Compact. Powinno to oznaczać m.in. odpowiednie gwarancje niezawisłości i bezstronności instytucji, rozpatrujących spory związane z wdrażaniem społecznej odpowiedzialności biznesu. Skuteczny system monitorowania wywiązywania się ze zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu powinien wiązać się również się z zaangażowaniem w ten proces przedstawicieli społeczeństwa obywatelskiego, zwłaszcza społeczności lokalnych, organizacji pozarządowych oraz związków zawodowych i przedstawicieli pracodawców (mogliby oni zajmować się monitorowaniem przestrzegania dobrowolnie przyjętych przez przedsiębiorców kodeksów dobrych praktyk).

2.6. Zastosowanie instrumentów międzynarodowych a miejsce prawa międzynarodowego w Konstytucji RP

Z przedstawionej analizy prawa międzynarodowego poświęconego społecznej odpowiedzialności biznesu wynika, że istnieje zbiór norm międzynarodowych społecznej odpowiedzialności biznesu. Choć zasadą jest, że prawo międzynarodowe dotyczy relacji między państwami, to normy te wywierają także pośredni skutek na samych przedsiębiorców. Skutek taki mają zwłaszcza Zasady Global Compact, Deklaracja ILO, Normy i Wytyczne OECD. Dokumenty opracowane w ramach Unii Europejskiej nie mają natomiast *stricte* prawnego charakteru (choć należy pamiętać o znaczeniu Karty Praw Podstawowych w tym zakresie).

Art. 9 Konstytucji RP stanowi, że Rzeczpospolita Polska przestrzega wiążącego ją prawa międzynarodowego. Prawo międzynarodowe to w szcze-

⁸⁶ Por. punkt 2.3. Raportu Specjalnego Przedstawiciela ONZ, op. cit.

gólności umowy międzynarodowe. Im poświęcone są normy art. 87–91 Konstytucji RP, gdzie stwierdza się m.in., że umowy międzynarodowe ratyfikowane za uprzednią zgodą wyrażoną w ustawie mają pierwszeństwo przed ustawą, jeżeli ustawy tej nie da pogodzić się z umową. Ponadto z art. 91 ust. 3 Konstytucji RP wynika bezpośrednio stosowania i pierwszeństwo przed ustawami prawa stanowionego przez organizację międzynarodową, jeśli to wynika z ratyfikowanej przez Rzeczpospolitą Polską umowy międzynarodowej konstytuującej tę organizację międzynarodową.

Omówione ustawodawstwo międzynarodowe dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu ma z punktu widzenia prawa międzynarodowego publicznego charakter niewiążący, tzw. *soft law*. W każdym przypadku jest to jednak prawo stanowione przez organizacje międzynarodowe, których członkiem jest także Rzeczpospolita Polska. Jeżeli więc uznać, że omówione regulacje społecznej odpowiedzialności biznesu stanowią prawo organizacji międzynarodowej w rozumieniu art. 91 ust. 3 Konstytucji RP, to oznaczałoby to, że Rzeczpospolita Polska jest zobowiązana upowszechniać społeczną odpowiedzialność na swoim terytorium. Nie chodzi tutaj wyłącznie o stworzenie zaplecza instytucjonalnego – w przypadku Wytocznych OECD o stworzenie Krajowych Punktów Kontrolnych, ale o działanie na płaszczyźnie prawnej i pozaprawnej w sposób umożliwiający ocenę działań przedsiębiorców w świetle przyjętych standardów międzynarodowych społecznej odpowiedzialności biznesu. W grę wchodziłaby tutaj taka interpretacja polskiego prawa, w tym Konstytucji RP, która pozostaje w zgodzie z międzynarodowymi założeniami społecznej odpowiedzialności biznesu. Z norm społecznej odpowiedzialności biznesu prawa międzynarodowego wynika więc konieczność wykładni polskiego prawa w zgodzie z owymi normami i to bez względu na fakt, że mają one charakter *soft law*.

Z drugiej strony społeczna odpowiedzialność biznesu, będąc realizacją na poziomie działalności przedsiębiorców w szczególności praw człowieka, może zostać utożsamiana z zasadami ogólnymi prawa międzynarodowego. Zgodnie z poglądami doktryny polskiego prawa konstytucyjnego i międzynarodowego przywołana norma art. 9 Konstytucji RP nie odnosi się wyłącznie do umów międzynarodowych – zawarte są w niej również ogólne zasady prawa międzynarodowego i zwyczaj międzynarodowy⁸⁷. Wprowadzenie przez art. 9 Konstytucji RP do polskiego systemu prawnego zasady jego ogólnej przychylności wobec prawa międzynarodowego oznacza, iż stosowaniu i wykładni norm prawa krajowego powinno towarzyszyć przestrzeganie prawa międzynarodowego, w tym prawa zwyczajowego i ogólnych

⁸⁷ B. Banaszak, *Prawo konstytucyjne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2004, s. 147.

zasad prawa międzynarodowego⁸⁸. Z art. 9 Konstytucji RP wynika ponadto wyższość ogólnych zasad prawa międzynarodowego i zwyczaju międzynarodowego nad ustawami⁸⁹. Konieczne jest więc przestrzeganie i wykładnia polskiego prawa, zgodnie z zasadami ogólnymi prawa międzynarodowego – w przedmiotowym przypadku z normami społecznej odpowiedzialności biznesu.

Założeniem społecznej odpowiedzialności biznesu jest przyjmowanie społecznie odpowiedzialnych zobowiązań w stosunku do swoich kontrahentów. Jeżeli uznać, że społeczna odpowiedzialność to normy, które są (lub staną się) powszechnie akceptowane wśród przedsiębiorców, to można rozważyć czy nie stają się one zwyczajem handlowym. Oznaczałoby to, że przedsiębiorca, który nie jest społecznie odpowiedzialny mógłby (w przyszłości) ponieść konsekwencje niewywiązywania się z obowiązku bycia społecznie odpowiedzialnym nie tylko na poziomie ekonomicznym – spadku zysków czy obrotów handlowych – lecz także prawnym, właśnie w związku ze złamaniem zwyczaju handlowego.

Istnieją więc trzy zasadnicze sposoby otwarcia polskiego porządku prawnego, w tym Konstytucji RP poprzez prawo międzynarodowe na społeczną odpowiedzialność biznesu. Są nimi ratyfikowane przez Polskę umowy międzynarodowe, prawodawstwo organizacji międzynarodowych, których członkiem jest Rzeczpospolita Polska, ogólne zasady prawa międzynarodowego, dotyczące w szczególności praw człowieka, które stanowią źródło polskiego prawa w rozumieniu art. 9 Konstytucji RP oraz międzynarodowy zwyczaj handlowy w zakresie, w jakim może się stać dobrowolnym zobowiązaniem przedsiębiorcy do bycia społecznie odpowiedzialnym.

Z powyższego wynika, że prawo międzynarodowe, zawierające w sobie normy społecznej odpowiedzialności biznesu, oddziałuje na polski porządek prawny, w tym na Konstytucję RP. Jej analiza pod kątem społecznej odpowiedzialności biznesu nie może być dlatego dokonywana w oderwaniu od istniejących regulacji prawno-międzynarodowych.

⁸⁸ M. Masternak-Kubiak, *Umowa międzynarodowa w prawie konstytucyjnym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 200.

⁸⁹ B. Banaszak, op. cit., s. 149–150.

3. Relacja między Konstytucją RP a społeczną odpowiedzialnością biznesu

3.1. Konstytucja jako źródło norm prawnych i pozaprawnych skutkujących w stosunkach między podmiotami prywatnymi

3.1.1. Uwagi ogólne

Normy konstytucyjne oddziałują przy pomocy różnych środków na działalność przedsiębiorców na rynku polskim. Z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu najważniejsze jest znaczenie Konstytucji jako źródła wartości – aksjologii w danym państwie i społeczeństwie. W tym kontekście najbardziej istotna jest nienaruszalna godność ludzka jako źródło wszystkich praw i wolności jednostki określonych w Konstytucji RP (por. punkt 3.1.5.).

Adresatami konstytucyjnej aksjologii życia społecznego są obok państwa również podmioty prywatne. Do nich poza jednostkami należy zaliczyć przedsiębiorców, prowadzących działalność gospodarczą na terenie RP.

Wartości konstytucyjne nie zawsze muszą być określone jako prawa podmiotowe jednostek i przez horyzontalną skuteczność tych praw (por. punkt 3.1.3.), odnosić się bezpośrednio do działalności przedsiębiorców. Często w sytuacji, gdy nie mamy do czynienia z określeniem prawa podmiotowego w Konstytucji RP, wartości te są egzekwowane na poziomie ustawowym. Aksjologia konstytucyjna może być źródłem dla wielu woluntarystycznych praktyk przedsiębiorców, stanowiących istotną część koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Jest to możliwe dzięki „promieniowaniu” Konstytucji na relacje prywatne (por. punkt 3.1.4.).

3.1.2. Bezpośrednie stosowanie Konstytucji RP

Powszechnie przyjmuje się, że w obowiązującym w Polsce porządku prawnym Konstytucja RP jest bezpośrednio stosowana¹. Wyrażono to wprost

¹ K. Działocha, *Zasada bezpośredniego stosowania konstytucji w dziedzinie wolności i praw obywateli*, w: *Obywatel – jego wolności i prawa: Rzecznik Praw Obywatelskich (1988–1998)*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa 1998, s. 26; L. Garlicki, *Bezpośrednie sto-*

w jej art. 8 ust. 2, w którym stwierdza się, że przepisy Konstytucji stosuje się bezpośrednio, chyba że Konstytucja stanowi inaczej. Z zasady tej wynika obowiązek i uprawnienie organów władzy publicznej do bezpośredniego stosowania konstytucji². Równocześnie uznaje się, że konstytucję może stosować także obywatel, co umożliwi mu powoływanie się przed organami państwowymi bezpośrednio na Konstytucję³.

W doktrynie rozróżnia się również stosowanie samoistne i niesamoistne Konstytucji⁴. W pierwszej sytuacji mamy do czynienia ze stosowaniem postanowień Konstytucji jako samodzielnej podstawy rozstrzygnięć, stosowaniem wprost przy braku istnienia regulacji ustawowej. Ze stosowaniem niesamoistnym Konstytucji mamy natomiast do czynienia, gdy przepisy konstytucyjne są stosowane równoległe z normą ustawową, w sytuacji, gdy norma konstytucyjna nie jest wystarczająco precyzyjna i konkretna. Podział ten jednak z punktu widzenia celu pracy – badania, w jaki sposób normy konstytucyjne oddziałują na normy społecznej odpowiedzialności biznesu, nie jest istotny, ponieważ za każdym razem analizę o dyskusji na temat norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie poprzedzać zidentyfikowanie odpowiednich norm konstytucyjnych (por. rozdział czwarty niniejszej pracy).

Interesujący dla tych badań jest natomiast podział na stosowanie bezpośrednie i pośrednie Konstytucji⁵. Stanowi on w szczególności podstawę do dalszej analizy bezpośredniej horyzontalnej skuteczności norm konstytucyjnych. Uznaje się, że bezpośrednie stosowanie Konstytucji zakłada sytuację, w której norma konstytucyjna stanowi podstawę wprost do wydania orzeczenia na temat danej sytuacji prawnej – ma więc samodzielny charakter normatywny. Samodzielny normatywnie przepis konstytucyjny musi być jednak dostatecznie skonkretyzowany⁶. Oznacza to, że norma konstytucyjna musi być samodzielna normatywnie i precyzyjnie określona w przepisach Konstytucji, aby na jej podstawie mógł zostać wydany akt stosowania prawa⁷

sowanie konstytucji, w: *Konferencja naukowa: Konstytucja RP w praktyce*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa 1999, s. 18; M. Haczkowska, *Zasada bezpośredniego stosowania Konstytucji w działalności orzeczniczej sądów*, „Przegląd Sejmowy” 2005, nr 1, s. 57; S. Nita, *Bezpośrednie stosowanie konstytucji a rola sądów w ochronie konstytucyjności prawa*, „Państwo i Prawo” 2002, nr 9, s. 36.

² K. Działocha, op. cit., s. 30 i nast.

³ Ibidem, s. 31.

⁴ S. Nita, op. cit., s. 37–38; L. Garlicki, op. cit., s. 12; M. Haczkowska, op. cit., s. 58.

⁵ M. Haczkowska, op. cit., s. 59–60; S. Nita, op. cit., s. 38–40.

⁶ P. Winczorek, *Komentarz do Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Wydawnictwo Liber, Warszawa 2000, s. 20.

⁷ P. Sarnecki, *Stosowanie Konstytucji PRL w orzecznictwie NSA*, „Studia Prawnicze” 1988, nr 3, s. 62.

(w przeciwieństwie jednak do stosowania samoistnego, do stosowania bezpośredniego dochodzi bez względu na to, czy w danej materii istnieje także przepis ustawowy). Ponadto należy zauważyć, że z art. 8 ust. 2 Konstytucji RP wynika, iż przepisy Konstytucji stosuje się bezpośrednio, o ile sama konstytucja nie stanowi inaczej. Bezpośrednie stosowanie nie musi jednak zawsze oznaczać posłużenia się wzorcem konstytucyjnym jako wyłączną podstawą rozstrzygnięcia w danej sprawie. Trybunał Konstytucyjny uznał, że oprócz formy stosowania samoistnego, bezpośrednie stosowanie może przybrać też postać współstosowania normy konstytucyjnej lub prowadzić do stwierdzenia sprzeczności między regulacją konstytucyjną a przepisami niższego rzędu⁸. Uznaje się, że art. 8 ust. 2 Konstytucji RP stanowi jeden z podstawowych elementów systemu ochrony konstytucyjnych praw i wolności jednostki⁹. Powinien on być postrzegany łącznie z obowiązkiem działania władzy publicznej zgodnie i w granicach prawa (art. 7 Konstytucji RP) oraz zasadą ochrony praw i wolności (art. 31 ust. 1 w związku z art. 2 Konstytucji RP). W efekcie władza publiczna jest zawsze zobowiązana respektować konstytucyjny status jednostki. W celu ochrony swoich praw jednostce przysługuje możliwość powołania się bezpośrednio na Konstytucję. Ochrona ta przybiera często formę ochrony sądowej, w związku z czym sądy są uprawnione do samoistnego zastosowania normy konstytucyjnej (w braku jakiegokolwiek regulacji ustawowej) lub bezpośredniego stosowania normy konstytucyjnej wspólnie z normą ustawową (por. art. 178 ust. 1 Konstytucji RP).

Pośrednie stosowanie konstytucji w przeciwieństwie do stosowania bezpośredniego ma miejsce wtedy, gdy przepis konstytucyjny jest zbyt ogólny i nieprecyzyjny i tym samym nie może stanowić bezpośredniej podstawy prawnej do rozstrzygnięcia. Przepis ten powinien być uwzględniany jednak przy interpretacji (wykładni) przepisów ustawowych i podustawowych.

3.1.3. Zasada horyzontalnej skuteczności Konstytucji

Tradycyjnym adresatem norm konstytucyjnych jest państwo, władza publiczna. Z wielu jednak norm konstytucyjnych, szczególnie dotyczących praw człowieka, wynika zobowiązanie dla każdego, może być ono sformułowane jednoznacznie (być więc bezpośrednio skuteczne) albo wynikać z wykładni systemowej lub funkcjonalnej (być pośrednio skuteczne).

Oznacza to, że normy te są skuteczne horyzontalnie, na poziomie jednostka – jednostka, a nie tylko na poziomie wertykalnym jednostka

⁸ Wyrok z 22 marca 2000 r., sygn. akt P 12/98, OTK ZU 2000, nr 2, poz. 67.

⁹ W. Skrzydło, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, Wydawnictwo Oficyna, Warszawa 2007, s. 17 i 73.

– państwo. Przy świadomości argumentów przeciwników horyzontalnej skuteczności Konstytucji RP (takich, jak brak wystarczająco precyzyjnie sformułowanych na poziomie konstytucyjnym obowiązków dla podmiotów prywatnych) jestem zwolennikiem za Krzysztofem Wojtyczkiem możliwie szerokiego stosowania zasady horyzontalnej skuteczności norm konstytucyjnych¹⁰. Przyjęcie tego jako zasady zwłaszcza w odniesieniu do większości z zasad omawianych w rozdziale czwartym oznacza, że kierowanie się tymi zasadami stanowi wskazanie oczekiwanego zachowania przedsiębiorcy.

Przyjmuje się, że horyzontalna skuteczność wynika z art. 31 ust. 2 zd. 1 Konstytucji RP: „Każdy jest obowiązany szanować wolności i prawa innych”. Uznaje się, że z przepisu tego wynika jednoznacznie, że prawodawca konstytucyjny dąży do zapewnienia ochrony praw człowieka na płaszczyźnie horyzontalnej¹¹.

Zarazem jednak art. 31 ust. 1 i 2 Konstytucji RP statuuje prawo do wolności jako samoistne prawo podmiotowe¹². Treścią tego prawa jest „swoboda podejmowania aktów woli i wyboru”¹³. Dotyczy to zarówno sfery zewnętrznej, np. sposobu zachowania się czy wyboru miejsca pracy, jak i wewnętrznej – bezpieczeństwa czy integralności osobistej. Obowiązek poszanowania wolności spoczywa na każdym, odnosi się więc nie tylko do zobowiązań państwa, lecz także do osób fizycznych, osób prawnych i innych zbiorowych podmiotów o podobnym charakterze¹⁴.

Pośrednia horyzontalna skuteczność Konstytucji RP zakłada natomiast, że zapewnienie ochrony tych praw odbywa się za pomocą interwencji ustawodawcy zwykłego, który przez wydanie odpowiednich ustaw ustanawia szczegółowe zakazy i nakazy dla podmiotów prywatnych. Ponadto pośrednia horyzontalność zakłada prokonstytucyjną wykładnię przepisów ustawowych w celu zapewnienia należytej ochrony praw konstytucyjnych.

Należy zauważyć, że horyzontalna pośrednia skuteczność Konstytucji może mieć duże znaczenie w zakresie, w jakim społeczna odpowiedzialność biznesu jest adresowana do państwa. Otóż zakłada się, że państwo powinno stwarzać warunki i zachęcać przedsiębiorców do bycia społecznie odpowiedzialnymi. W tym kontekście stwarzanie warunków przez państwo przedsię-

¹⁰ K. Wojtyczek, *Horyzontalny wymiar praw człowieka zagwarantowany w Konstytucji RP*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 1999, nr 2, s. 229–236.

¹¹ Ibidem, s. 229.

¹² L. Garlicki, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej: komentarz*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2005, Komentarz do art. 31 Konstytucji RP, s. 8.

¹³ L. Wiśniewski, *Prawo a wolność człowieka. Pojęcie i konstrukcja prawna*, w: L. Wiśniewski (red.), *Podstawowe prawa jednostki i ich sądowa ochrona*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1997, s. 54.

¹⁴ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 31 Konstytucji RP, s. 11.

biorcom do bycia społecznie odpowiedzialnymi jest tożsame z obowiązkiem państwa do zapewnienia horyzontalnej skuteczności praw człowieka.

Bezpośrednia horyzontalna skuteczność Konstytucji RP sięga dalej. Wynika ona z art. 8 ust. 2 Konstytucji RP: „Przepisy Konstytucji stosuje się bezpośrednio, chyba że Konstytucja stanowi inaczej” w związku z art. 31 ust. 2 zd. 1 Konstytucji RP¹⁵. Na podobnym stanowisku stoi Leszek Garlicki, który poza art. 31 ust. 2 zd. 1 horyzontalną bezpośrednią skuteczność praw podstawowych w konstytucji zagwarantowanych wywodzi z art. 30 zd. 2 Konstytucji RP¹⁶. Ustanawia on nienaruszalny charakter godności ludzkiej jako podstawy innych wolności i praw jednostki. Nienaruszalny charakter musi się wiązać jego zdaniem z zapewnieniem skuteczności tych praw nie tylko w relacji między państwem a jednostką, lecz także w relacji horyzontalnej.

Można z tego wywnioskować, że „podmiotem zobowiązanym do realizacji poszczególnych praw są również osoby fizyczne, o ile tylko z istoty samego prawa wynika, że może ono działać na płaszczyźnie horyzontalnej”¹⁷. Za takie podmioty zobowiązane należy uznać również osoby prawne. Dotyczą zarówno ewentualnego naruszania, jak i zapewnienia należytego standardu ochrony praw człowieka. Z większości norm wskazywanych w rozdziale czwartym może wynikać – na skutek uznania horyzontalnej skuteczności – obowiązek ich przestrzegania przez przedsiębiorców działających na rynku polskim.

3.1.4. „Promieniowanie” Konstytucji na prawo prywatne

W doktrynie uznaje się, że oddziaływanie Konstytucji na prawo prywatne odbywa się na trzy sposoby. Po pierwsze, za pomocą Konstytucji dochodzi do powstania praw podmiotowych (wymaga to określenia w samej Konstytucji podmiotu uprawnionego i zobowiązanego, treści prawa podmiotowego oraz odpowiadającego mu obowiązku po stronie innego podmiotu)¹⁸. Po drugie, Konstytucja oddziałuje w związku z nakazem dokonywania wykładni uwzględniającej system zasad i wartości konstytucyjnych, tj. takiej interpretacji prawa prywatnego, która w przypadku różnych możliwości pozostaje w zgodzie z Konstytucją¹⁹. Po trzecie, Konstytucja wymaga wprowadzenia do

¹⁵ K. Wojtyczek, op. cit., s. 230.

¹⁶ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 30 Konstytucji RP, s. 19.

¹⁷ K. Wojtyczek, op. cit., s. 230.

¹⁸ M. Safjan, *Refleksje wokół konstytucyjnych uwarunkowań rozwoju ochrony dóbr osobistych*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 2002, nr 1, s. 225.

¹⁹ Ibidem.

systemu prawnego odpowiednich instrumentów, które zapewniają gwarancję konstytucyjnych praw jednostki w relacjach cywilnoprawnych²⁰.

Założenie horyzontalnej skuteczności praw człowieka zagwarantowanych w Konstytucji nie powoduje, że wszystkie konstytucyjne normy określone w rozdziale czwartym mają charakter praw podmiotowych i są wiążące dla przedsiębiorców. Szczególnie prawa ekonomiczne i socjalne – z zakresu prawa pracy nie mają na gruncie Konstytucji charakteru praw podmiotowych (nie są bezpośrednio horyzontalnie skuteczne), w związku z czym w przypadku ich naruszenia Konstytucja nie może być podstawą dochodzonej ochrony. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku ochrony konsumentów. Na poziomie Konstytucji RP są to prawa tylko pośrednio horyzontalnie skuteczne. Dlatego konieczne jest znalezienie rozwiązań, które pozwolą na otwarcie zasad konstytucyjnych na stosunki między podmiotami prywatnymi bez odwoływania się do horyzontalnej skuteczności praw podstawowych.

Jednym ze sposobów jest odwołanie się do koncepcji promieniowania konstytucji rozumianej jako twórcza inspiracja prawa prywatnego konstytucyjną regulacją, w szczególności regulacją praw podstawowych. Na gruncie niemieckim najlepszym przykładem na takie promieniowanie jest tzw. ogólne prawo osobistości. Na jego bazie jest oparta w znacznej części ochrona dóbr osobistych w Niemczech. Obowiązek poszanowania godności i rozwoju osobowości jest więc skuteczny wobec każdego, także w zakresie materii prawa prywatnego (społeczna odpowiedzialność biznesu jest realizowana głównie na płaszczyźnie prawa prywatnego). Zgodnie z tą koncepcją uznaje się, że prawo prywatne otrzymuje od konstytucji „wskazówki i impulsy”, co przejawia się m.in. w konieczności uwzględniania zasad i wartości konstytucyjnych przez podmioty prawa prywatnego (więc również przedsiębiorców) oraz dokonywania przez organy władzy państwowej prokonstytucyjnej wykładni przepisów prawa prywatnego.

Na gruncie niemieckim, *stricte* liberalny BGB – dzięki koncepcji promieniowania – otworzono na konstytucyjną zasadę państwa socjalnego. Niemieckie prawo prywatne przeszło więc znaczącą ewolucję (przejawia się ona m.in. w zapewnieniu większej ochrony konsumentom i upowszechnieniu się zasady sprawiedliwości kontraktowej). Jest ona określona tak, że „formalna etyka wolności, leżąca u podstaw niemieckiego systemu prawa prywatnego, ustąpiła miejsca etyce społecznej odpowiedzialności”²¹.

Tak więc Konstytucja zawierająca zasady ogólne może być inspirującym źródłem do poszukiwania rozwiązań, które są wystarczające dla ukształtowa-

²⁰ Ibidem.

²¹ J. Limbach, „Promieniowanie” konstytucji na prawo prywatne, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 1999, nr 3, s. 406.

nia takiego systemu, zarówno na poziomie prawnym jak i moralnym, który na płaszczyźnie polskiej pozwoli na realizację koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Przykładem może być klauzula generalna społecznej gospodarki rynkowej, z której wynika obowiązek działania przedsiębiorców dla dobra wspólnego, a nie wąsko pojmowanego zysku finansowego²².

„Promieniowanie” Konstytucji RP powinno przejawiać się w odpowiednim oddziaływaniu w relacji obywatel – przedsiębiorca. Jak stwierdza Jutta Limbach, przez ustanowienie katalogu praw podstawowych ustrojodawca uznaje pewien obiektywny porządek wartości²³. Podobne stanowisko było wyrażone w zakresie odnoszącym się do polskiego prawa cywilnego²⁴. Ten system wartości promieniuje również na relacje między podmiotami prywatnymi.

Zgodnie z powyższym, jeżeli uznamy, że niektóre z norm społecznej odpowiedzialności biznesu zawarte są w Konstytucji RP, to równocześnie musimy zgodzić się, że muszą one znaleźć zastosowanie w relacji między przedsiębiorcą a jego kontrahentami. Z zasady bezpośredniego stosowania Konstytucji wynika, że to przedsiębiorcy powinni wskazać system wartości na siebie przyjąć. W sytuacji natomiast braku bezpośredniego zastosowania danej normy konstytucyjnej wymagana być może interwencja państwa na poziomie ustawowym w celu urzeczywistnienia zasad społecznej odpowiedzialności biznesu.

Równocześnie należy uznać, że bez względu na to czy dane prawa są na gruncie Konstytucji bezpośrednio horyzontalnie skuteczne, przedsiębiorcy powinni przyjąć zasady i wartości konstytucyjne dobrowolnie w momencie podejmowania działalności gospodarczej w Polsce, a następnie prowadzić działalność gospodarczą z uwzględnieniem systemu wartości wynikającego z Konstytucji RP.

3.1.5. Godność człowieka jako źródło praw i wolności

Godność człowieka jest powszechnie uważana za podstawową wartość, na której została oparta ochrona praw jednostki we współczesnym świecie. Godność człowieka jest punktem wyjścia do ochrony praw człowieka w prawie międzynarodowym²⁵ i w Europie²⁶. Najlepszym przykładem jest

²² Por. punkt 3.2. w tym rozdziale.

²³ J. Limbach, op. cit., s. 409.

²⁴ M. Safjan, op. cit., s. 225.

²⁵ Por. tytułem przykładu preambuła Karty Narodów Zjednoczonych, Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, czy preambuła Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych.

²⁶ Przykładowo art. 1 Karty Praw Podstawowych UE: „Godność ludzka jest nienaruszalna. Musi być szanowana i chroniona”.

uregulowanie art. 1 Konstytucji RFN, które stanowi, że godność człowieka jest nienaruszalna, a jej poszanowanie i ochrona jest obowiązkiem całej władzy państwowej. W systemie niemieckim opartym na godności człowieka został zbudowany cały system praw jednostki. O godności, ale w kontekście równości, mowa również w Konstytucji Republiki Włoskiej – „Wszyscy obywatele mają taką samą godność społeczną”²⁷.

Godność człowieka podlega ochronie i jest podstawą ochrony praw jednostki również w Konstytucji RP. W Preambule do Konstytucji RP sformułowano nakaz dbania przez każdego o zachowanie przyrodzonej godności człowieka. Art. 30 Konstytucji RP stwierdza natomiast: „Przyrodzona i niezbywalna godność człowieka stanowi źródło wolności i praw człowieka i obywatela. Jest ona nienaruszalna, a jej poszanowanie i ochrona jest obowiązkiem władz publicznych”. Zdanie pierwsze art. 30 Konstytucji RP świadczy niewątpliwie o znaczeniu godności jako łącznika między prawem naturalnym a prawem stanowionym i zarazem aksjologicznej podstawy i przesłanki całego porządku konstytucyjnego²⁸. Zdaniem Trybunału Konstytucyjnego ustrojodawca nadał godności człowieka znaczenie konstytucyjne, czyniąc z niej płaszczyznę odniesienia dla całego systemu wartości, wokół którego zbudowano Konstytucję, a zarazem fundament całego porządku prawnego w państwie²⁹. Podkreśla się również pierwotny i nadrzędny w stosunku do państwa charakter godności ludzkiej³⁰.

Opowiadając się za normatywnym charakterem art. 30 Konstytucji RP, można wskazać na jego następujące funkcje³¹: otwarcie Konstytucji jako aktu prawa pozytywnego na zewnętrzny i nadrzędny porządek prawnonaturalny, ustanowienie podstawowej wartości determinującej proces wykładni i stosowania całej konstytucji³², wyznaczenie systemu i zakresu poszczególnych praw i wolności jednostki, sformułowanie odrębnego prawa podmiotowego jednostki. Poprzez art. 30 Konstytucji RP dochodzi do otwarcia konstytucji ku systemowi reguł i zasad o prawnonaturalnym charakterze. W efekcie wszystkie prawa i wolności jednostki muszą być rozpatrywane na tle zasady godności, a ich kształtowanie i ograniczenie nie może skutkować naruszeniem godności człowieka³³ – godność staje się więc równocześnie

²⁷ Art. 3 Konstytucji Republiki Włoskiej: “Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale”.

²⁸ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 30 Konstytucji RP, s. 1.

²⁹ Wyrok TK z 4 kwietnia 2001 r., sygn. akt K 11/00, OTK ZU 2001, nr 3, poz. 54.

³⁰ D. Dörre-Nowak, *Ochrona godności i innych dóbr osobistych pracownika*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2005, s. 18.

³¹ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 30 Konstytucji RP, s. 9.

³² Por. również P. Tuleja, *Stosowanie Konstytucji RP w świetle zasady jej nadrzędności (wybrane problemy)*, Zakamycze, Kraków 2003, s. 125.

³³ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 30 Konstytucji RP, s. 11.

rdzeniem treściowym (niejako istotą) praw i wolności człowieka wyrażonych w kolejnych artykułach Konstytucji RP³⁴. Istotne, również z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu, jest wyrażenie w art. 30 Konstytucji RP zasady, że godność człowieka jest źródłem wolności i praw człowieka i obywatela. Powyższe odnosi się w szczególności do otwarcia poprzez godność regulacji konstytucyjnej na inne zewnętrzne normy i wartości.

Jeżeli zaś można uznać, że godność jako źródło wolności i praw jednostki jest również źródłem norm społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie Konstytucji RP w zakresie, w jakim regulują one relacje między przedsiębiorcą a innymi jednostkami. Ponadto przez godność do Konstytucji można wprowadzić te normy społecznej odpowiedzialności biznesu, które nie dadzą się utożsamiać całkowicie z prawami i wolnościami jednostki w Konstytucji RP już zagwarantowanymi, ale zmierzają do zagwarantowania należytej ochrony i poszanowania godności ludzkiej.

Godność ludzka rozumiana natomiast jako prawo podmiotowe o skutku horyzontalnym³⁵ nakłada na każdego – a więc również na przedsiębiorcę – obowiązek nie naruszania jej. Powyższe wywodzi się z nienaruszalnego charakteru godności ludzkiej i w związku z tym nakazu odnoszenia go nie tylko do działań władzy publicznej, lecz także do podmiotów prywatnych³⁶. W tym więc konkretnym wymiarze wszelkie działania przedsiębiorcy, które skutkowałyby naruszeniem godności ludzkiej lub stwarzałyby warunki, w których taka godność może zostać naruszona (np. w relacjach między pracownikami) stanowiłyby działania sprzeczne z istotą społecznej odpowiedzialności biznesu. W związku z tym można zająć stanowisko, że istotą społecznej odpowiedzialności biznesu będzie nakaz bezwzględnego poszanowania godności ludzkiej w działalności gospodarczej. Pod tym kątem będzie więc prowadzona analiza konkretnych norm społecznej odpowiedzialności biznesu w rozdziale czwartym niniejszej pracy. Będzie to odpowiadać założeniu, że zakresu prawa podmiotowego nienaruszalnej godności ludzkiej nie da się ustalić w sposób abstrakcyjny³⁷. Potrzebna jest konkretna analiza przypadku lub analiza naruszenia innego dobra konstytucyjnego, skutkującego zarazem naruszeniem godności ludzkiej.

³⁴ Ibidem, s. 13.

³⁵ Za takim rozumieniem godności opowiada się L. Garlicki, op. cit., s. 15.

³⁶ K. Wojtyczek, op. cit., s. 231.

³⁷ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 30 Konstytucji RP, s. 20.

3.2. Założenia Konstytucji RP a społeczna odpowiedzialność biznesu

3.2.1. Uwagi ogólne

Dotychczasowe przedstawienie założeń społecznej odpowiedzialności biznesu pozwala prowadzić dalszą analizę społecznej odpowiedzialności biznesu z punktu widzenia Konstytucji RP. Szczególnie istotne jest porównanie modelu gospodarki, określonego w Konstytucji RP, z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu. Ze względu na powyższe analizie zostanie poddana zasada społecznej gospodarki rynkowej, ze szczególnym uwzględnieniem zasady solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych (art. 20), powiązana z zasadą dobra wspólnego (art. 1) i zasadą państwa sprawiedliwości społecznej (art. 2). Wynikają one z Rozdziału I Konstytucji RP – Rzeczpospolita. Mogą więc stać się równocześnie podstawą społecznej odpowiedzialności biznesu na gruncie Konstytucji RP. Ponadto zidentyfikowanie punktów wspólnych podstawowych założeń konstytucyjnych gospodarki RP i tych płynących ze społecznej odpowiedzialności biznesu stanie się pomocne przy dalszej analizie porównawczej norm społecznej odpowiedzialności biznesu z normami konstytucyjnymi.

3.2.2. Zasada społecznej gospodarki rynkowej

W doktrynie przyjmuje się, że koncepcja gospodarki przyjęta na gruncie Konstytucji z 1997 r. ma charakter gospodarki państwa liberalnego, które jest zobowiązane do przyjęcia na siebie konkretnych zobowiązań socjalnych³⁸. Potwierdzeniem powyższego jest art. 20 Konstytucji RP stanowiący, że: „Społeczna gospodarka rynkowa oparta na wolności działalności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych stanowi podstawę ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej”.

Zasada ta jest podstawą ustroju gospodarczego III RP. Przez jej wprowadzenie odrzucono tezę o neutralności państwa w dziedzinie gospodarczej³⁹ oraz czysto wolnorynkowej wersji porządku gospodarczego⁴⁰. Zarazem jednak ingerencja państwa w gospodarkę nie może naruszyć istoty rynku

³⁸ Z. Czerwiński, *Problematyka gospodarcza w projektach Konstytucji RP*, „Ruch Prawniczy Socjologiczny i Prawniczy” 1995, nr 2, s. 38–39.

³⁹ Z. Witkowski, *Zasada społecznej gospodarki rynkowej jako podstawa ustroju gospodarczego Trzeciej RP – wolność działalności gospodarczej*, w: E. Kustra (red.), *Przemiany polskiego prawa*, t. II, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2002, s. 7.

⁴⁰ L. Garlicki, op. cit., *Komentarz do art. 20 Konstytucji RP*, s. 6.

gospodarczego⁴¹. Podkreśla się, że wystąpienie jednej z tych dwóch sytuacji byłoby naruszeniem Konstytucji RP⁴². Społeczna gospodarka rynkowa oznacza przyjęcie przez państwo współodpowiedzialności za stan gospodarki⁴³. Istotne jest jednak, że mamy do czynienia ze współodpowiedzialnością – oznacza to, że za prawidłowe funkcjonowanie gospodarki odpowiedzialność ponosi nie tylko państwo, lecz także społeczni uczestnicy procesów gospodarczych, którzy powinni przyczyniać się solidarnie do właściwego ich przebiegu⁴⁴. Za takich społecznych uczestników procesów gospodarczych należy uznać również przedsiębiorców, w tym w szczególności duże podmioty gospodarcze, jak korporacje międzynarodowe, które działają na rynku polskim. Z tego płynie wniosek, że przedsiębiorca w ramach prowadzonej działalności gospodarczej jest odpowiedzialny za właściwy przebieg procesów gospodarczych.

Art. 20 Konstytucji RP odnosi się również bezpośrednio do wolności działalności gospodarczej, traktując ją jako istotę ustroju społecznej gospodarki rynkowej⁴⁵. W orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego przyjęto, że art. 20 powinien być odczytywany łącznie z art. 22 Konstytucji RP⁴⁶ w zakresie, w jakim ten wskazuje na dopuszczalne ograniczenia wolności działalności gospodarczej⁴⁷. Funkcjonowanie w obrocie gospodarczym norm społecznej odpowiedzialności biznesu nie może być jednak postrzegane jako ograniczenie wolności działalności gospodarczej. Podkreśla się, że społeczna odpowiedzialność biznesu nie może być traktowana jako cel działalności gospodarczej – jest nim zysk⁴⁸. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest natomiast zbiorem zasad, którymi powinien kierować się przedsiębiorca, dążąc do osiągnięcia tego zysku. Dlatego społecznie odpowiedzialne prowadzenie działalności gospodarczej powinno stanowić istotę tej działalności. W związku z tym również na państwie spoczywa pozytywny obowiązek

⁴¹ Z. Witkowski (red.), *Prawo konstytucyjne*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, Toruń 2002, s. 87.

⁴² L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 20 Konstytucji RP, s. 6.

⁴³ Wyrok TK z 24 stycznia 2001 r., sygn. akt K 17/00, OTK ZU 2001, nr 1, poz. 4, s. 39.

⁴⁴ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 20 Konstytucji RP, s. 8.

⁴⁵ A. Domańska, *Konstytucyjne podstawy ustroju gospodarczego Polski*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2001, s. 111.

⁴⁶ Art. 22 Konstytucji RP: „Ograniczenie wolności działalności gospodarczej jest dopuszczalne tylko w drodze ustawy i tylko ze względu na ważny interes publiczny”.

⁴⁷ Wyrok TK z 29 kwietnia 2003 r., sygn. akt SK 24/02, OTK ZU 2003, nr 4, poz. 33, s. 459–460.

⁴⁸ J. Filek, *Społeczna odpowiedzialność biznesu, Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2006, s. 9.

stworzenia warunków, w których prowadzenie tak pojmowanej działalności gospodarczej będzie możliwe – polegać to powinno w szczególności na zbudowaniu umożliwiającej to infrastruktury prawnej i gospodarczej⁴⁹.

3.2.3. Społeczna gospodarka rynkowa – solidarne działanie partnerów społecznych na rzecz dobra wspólnego

Najważniejszym elementem społecznej gospodarki rynkowej z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest solidarność, dialog i współpraca partnerów społecznych. Zawarcie tych trzech wartości w treści art. 20 Konstytucji RP stanowi odwołanie do filozoficznej koncepcji solidaryzmu społecznego, a zwłaszcza do solidarystycznego modelu gospodarki⁵⁰. Solidaryzm jest również wyrazem odpowiedzialności obywatelskiej – stanowi element społeczeństwa i powinien być traktowany jako jeden z elementów osiągnięcia dobra wspólnego⁵¹. Dobra wspólne zaś jest podstawowym kryterium działania w społecznej gospodarce rynkowej – nie odnosi się ono tylko do realizacji celów jednostkowych, lecz także do generalnych, przyczyniających się do wzrostu dobrobytu państwa i jego obywateli⁵². Z punktu widzenia Konstytucji RP zasada ta odnosi się głównie do działań państwa. Nie sposób jednak abstrahować od niej w przypadku działań podejmowanych przez przedsiębiorców.

Przyjmuje się, że podstawowym kryterium, które pozwala wyróżnić model społecznej gospodarki rynkowej jest zasada sprawiedliwości społecznej⁵³. Już preambuła do Konstytucji RP stanowi, że obowiązek solidarności z innymi jest jedną z zasad, na jakich opiera się Rzeczpospolita Polska. Do urzeczywistnienia zasady sprawiedliwości społecznej konieczny jest czynny udział partnerów społecznych⁵⁴. Do nich właśnie odnosi się solidarność, dialog i współpraca wyrażona w art. 20 Konstytucji RP. W doktrynie pojęcie „partnerów społecznych” jest utożsamiane z podmiotami stanowiącymi centrum gospodarcze w szerokim tego słowa znaczeniu⁵⁵. Odnosi się je do wszelkich organów państwowych i samorządowych oraz do wspólnot interesów (partii politycznych, związków zawodowych, organizacji pracodawców, samorządów

⁴⁹ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 22 Konstytucji RP, s. 11.

⁵⁰ Ibidem, Komentarz do art. 20 Konstytucji RP, s. 12.

⁵¹ A. Domańska, op. cit., s. 111.

⁵² B. Banaszak, op. cit., s. 254.

⁵³ Ibidem, s. 241.

⁵⁴ Ibidem, s. 242.

⁵⁵ C. Kosikowski, *Problemy prawne nowego centrum gospodarczego*, „Państwo i Prawo” 1995, nr 4, s. 23.

gospodarczych i zawodowych, stowarzyszeń i fundacji)⁵⁶. Takie rozumienie pojęcia „partnerów społecznych” jest zbyt wąskie z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu. Jak wskazano w rozdziałach pierwszym i drugim niniejszej publikacji zmienia się podejście do praw człowieka na świecie – odnosi się je również do działalności podmiotów prywatnych, a nie tylko do państwa. Za takim pojmowaniem praw człowieka powinna iść redefinicja niektórych pojęć zawartych w Konstytucji RP. W szczególności powinna ona dotyczyć pojęcia „partnera społecznego” – odniesienie go wyłącznie do związków zawodowych, samorządów gospodarczych czy partii politycznych zamyka w sposób znaczący sferę zastosowania Konstytucji RP do działań przedsiębiorców. Za partnera społecznego należy uznać każdego przedsiębiorcę oraz jego kontrahentów (np. organizacje społeczne czy społeczności lokalne⁵⁷). Przedsiębiorca, wchodząc w relacje natury gospodarczej ze swoimi kontrahentami, staje się dla nich partnerem społecznym. Różnica między przedsiębiorcą a tradycyjnie pojmowanymi partnerami społecznymi polega na tym, że ci ostatni prowadzą działalność w imieniu pewnej grupy – reprezentują abstrakcyjne interesy całej tej grupy. Przedsiębiorca natomiast powinien wywiązywać się z obowiązków nałożonych na partnera społecznego w konkretnej relacji ze swoim kontrahentem. W tym zakresie należy odnieść do niego zobowiązania wynikające z obowiązku urzeczywistnienia sprawiedliwości społecznej (art. 2 Konstytucji RP). Za takim rozumowaniem przemawia również orzecznictwo Trybunału Konstytucyjnego. W wyroku z 30 stycznia 2001 r. (K 17/00) Trybunał Konstytucyjny podkreślił, że: „odwołanie się do solidarności, o której mowa w art. 20, oznacza konstytucyjny obowiązek wspólnego ponoszenia przez partnerów społecznych, a więc także przez pracodawców, kosztów transformacji społecznej. Należy ponadto przyjąć, że wspomniana wartość daje wyraz preferencjom na rzecz negocjacyjnego trybu załatwiania spornych spraw społecznych, a na tle art. 1 Konstytucji RP, określającego Rzeczpospolitą jako wspólne dobro wszystkich obywateli, rozumieć ją należy w ten sposób, że wszyscy obywatele, zarówno pracodawcy jak i pracownicy, są w stopniu odpowiednim do swoich możliwości zobowiązani do poświęcania pewnych interesów własnych dla dobra wspólnego”. Inne wyroki Trybunału Konstytucyjnego potwierdzają również postawioną w niniejszym akapicie tezę: „Dlatego na przepisy dotyczące czasu pracy nie można patrzeć wyłącznie z punktu widzenia interesów pracowników, ale występuje tu konieczność »wyważenia« interesów obu partnerów społecznych, tj. pracowników i pracodawców. Podkreśla to zasada solidarności

⁵⁶ Ibidem, s. 23; P. Winczorek, op. cit., s. 33.

⁵⁷ Por. punkt 1.4. niniejszej pracy.

partnerów społecznych (art. 20 Konstytucji RP)”⁵⁸. Powyższe wyroki TK jednoznacznie potwierdzają teorię, że do przedsiębiorców – w konkretnym przypadku pracodawców, należy odnieść obowiązki przypisane partnerom społecznym, polegające na solidarnym działaniu na rzecz dobra wspólnego. Doktryna wskazuje również, że pojęcia „dialogu” i „współpracy partnerów społecznych” dotyczą wszystkich podmiotów, które czynnie uczestniczą w procesie kształtowania i funkcjonowania gospodarki państwa⁵⁹, a więc także przedsiębiorców. Przyjmuje się również, że pojęcie „solidarności społecznej” określa moralne powinności „kapitału i pracy”. Ponadto przyjęcie, że to na państwie spoczywa obowiązek stworzenia warunków umożliwiających czynny udział w funkcjonowaniu gospodarki rynkowej⁶⁰, nie oznacza, że przedsiębiorca nie powinien podejmować działań, które urzeczywistniają zasady sprawiedliwości społecznej.

Sprawiedliwość społeczna jako zasada konstytucyjna odnosi się nie tylko do stosunków między państwem a grupami społecznymi, lecz także do relacji między samymi grupami społecznymi⁶¹. Efektem jest pojmowanie sprawiedliwości jako kategorii społecznej, która powinna być brana pod uwagę przy ustalaniu znaczenia innych norm konstytucyjnych⁶². Sprawiedliwość społeczna jest bezpośrednio związana nie tylko z zasadą demokratycznego państwa prawnego, lecz także z art. 1 Konstytucji RP, ustanawiającym zasadę, że Rzeczpospolita Polska jest dobrem wspólnym wszystkich obywateli. Trybunał Konstytucyjny podkreślał, że „nie jest demokratycznym państwem prawnym państwo, które nie realizuje idei sprawiedliwości, przynajmniej pojmowanej jako dążenie do zachowania równowagi w stosunkach społecznych i powstrzymywanie się od kreowania nieusprawiedliwionych, niepopartych obiektywnymi wymogami i kryteriami przywilejów dla wybranych grup obywateli”⁶³. Równocześnie zdaniem TK „w tym kontekście (w zestawieniu art. 1 i art. 2 Konstytucji RP) chodzi przede wszystkim o zasadę sprawiedliwości pojmowaną jako czynnik prowadzący do słusznego lub inaczej sprawiedliwego wyważenia interesu ogółu (dobra wspólnego) i interesów jednostki”⁶⁴. Takie rozumienie sprawiedliwości społecznej pozwala na odniesienie jej do działalności przedsiębiorcy. Powinien on mieć na względzie nie tylko własny indywidualny interes, lecz także interes swoich kontrahentów.

⁵⁸ Wyrok TK z 24 lutego 2004 r., sygn. akt K 54/02, OTK ZU 2004, nr 2, poz. 10, s. 191.

⁵⁹ B. Banaszak, op. cit., s. 242.

⁶⁰ Ibidem, s. 242; L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 22 Konstytucji RP, s. 14.

⁶¹ B. Banaszek, op. cit., s. 225.

⁶² Ibidem, s. 226.

⁶³ Wyrok TK z 12 kwietnia 2000 r., sygn. akt K 8/98, OTK ZU 2000, nr 3, poz. 87, s. 411.

⁶⁴ Ibidem.

Działanie na rzecz dobra wspólnego jest bezpośrednio związane z solidarnością społeczną i obowiązkami partnerów społecznych – także przedsiębiorców. Trybunał Konstytucyjny podkreślał, że społeczna gospodarka rynkowa zgodnie z art. 20 Konstytucji RP opiera się na solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych⁶⁵. Zdaniem TK zakłada to koncepcja równowagi interesów uczestników rynku i zarazem poszanowania ich autonomii⁶⁶. Trybunał Konstytucyjny odwołał się do wartości wynikających z filozofii społecznej – solidaryzmu społecznego⁶⁷. Według założeń tej filozofii życie społeczne opiera się na współzależności i współodpowiedzialności wszystkich jego uczestników. Solidaryzm głosi zgodność i wspólnotę interesów wszystkich jednostek i grup społecznych w obrębie danej społeczności, a także obowiązek partycypowania w obciążeniach na rzecz społeczeństwa. TK podkreślał również, że z solidarności społecznej wynika konstytucyjny obowiązek wspólnego ponoszenia przez partnerów społecznych, a więc także przez pracodawców, kosztów transformacji społecznej⁶⁸. W kontekście zaś art. 1 Konstytucji RP rozumieć ją należy w ten sposób, że wszyscy obywatele, zarówno pracodawcy jak i pracownicy, są w stopniu odpowiednim do swoich możliwości zobowiązani do poświęcania pewnych interesów własnych dla dobra wspólnego⁶⁹.

Wynika z tego, że podstawowe zasady społecznej odpowiedzialności biznesu mogą zostać zidentyfikowane na poziomie gospodarczych założeń ustroju RP. Normie społecznej odpowiedzialności biznesu nakazującej przedsiębiorcy podejmowanie działań nie tylko w interesie wąsko pojmowanego zysku, lecz także kontrahentów przedsiębiorcy, odpowiada wynikający z zasady społecznej gospodarki rynkowej obowiązek brania pod uwagę dobra ogółu. Obowiązek taki spoczywa na partnerach społecznych. Do nich należy zaliczyć przedsiębiorców, a w efekcie nałożyć na nich obowiązek działania przy uwzględnieniu dobra swojego otoczenia. Co więcej, konieczne może być nawet poświęcenie części zysku (zwłaszcza krótkoterminowego) na rzecz długofalowych perspektywicznych działań.

⁶⁵ Wyrok TK z 30 stycznia 2001 r., sygn. akt K 17/00, OTK ZU 2001, nr 1, poz. 4.

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ Ibidem, par. 5.

⁶⁹ Ibidem.

4. Normy Konstytucji RP a normy społecznej odpowiedzialności biznesu

4.1. Uwagi ogólne

Niniejszy rozdział będzie poświęcony analizie norm Konstytucji RP i norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Będzie ona dokonywana na podstawie określonych w Konstytucji RP praw (szczególnie prawa jednostki), stanowiących punkt wyjścia i wzorzec porównawczy dla norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Wskazanie na te prawa będzie stanowić zarazem odwołanie się do aksjologii Konstytucji, mającej swoje źródło w omówionej nienaruszalnej godności człowieka. Chodzi tu o takie zasady konstytucyjne, jak: równość i zakaz dyskryminacji, równouprawnienie kobiety i mężczyzny, wolność słowa i prawo do krytyki, wolność zrzeszania się, prawo do prywatności, prawa pracownicze, ochronę konsumentów i konkurencji, ochronę środowiska. Wyznaczają one zakres zachowań przedsiębiorcy w stosunku do jego kontrahentów. W ich ramach można również mówić o realizacji zewnętrznej i wewnętrznej sfery społecznej odpowiedzialności biznesu. W związku z tym w powyższym zakresie zostanie rozważona wzajemna relacja norm Konstytucji RP i norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Podjęta zostanie próba odpowiedzi na pytanie o standardy zachowania przedsiębiorcy korporacyjnego z tych norm wynikające oraz o charakter norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

4.2. Równość i zakaz dyskryminacji

4.2.1. Założenia konstytucyjne

Art. 32 Konstytucji RP stanowi, że wszyscy są wobec prawa równi, oraz że wszyscy mają prawo do równego traktowania przez władze publiczne. Zgodnie natomiast z ust. 2 nikt nie może być dyskryminowany w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiegokolwiek przyczyny.

Zdaniem Trybunału Konstytucyjnego z art. 32 ust. 1 wynika nakaz jednakowego traktowania podmiotów prawa w obrębie określonej klasy (kategorii)¹. Wszystkie podmioty prawa charakteryzujące się w równym stopniu istotną cechą powinny być traktowane równo, a więc według jednakowej miary, bez zróżnicowań zarówno dyskryminacyjnych, jak i faworyzujących². Decydujące jest więc rozróżnienie czy dane podmioty są podobne, czy odmienne – o ocenie zaś tego przesądza występowanie pewnej cechy istotnej³.

Pojęcie równości z art. 32 Konstytucji RP jest rozwijane w kolejnych postanowieniach Konstytucji RP (np. w art. 6, art. 11, art. 60 czy art. 64 ust. 2). Z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu istotna jest w szczególności regulacja art. 33 Konstytucji RP, ustanawiająca równość kobiet i mężczyzn. Stanie się ona przedmiotem analizy w dalszej części pracy.

Dla właściwego zrozumienia przedmiotowej normy konieczna jest znajomość kontekstu międzynarodowego, zwłaszcza art. 14 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka, orzecznictwa ETPCz i ETS oraz szczegółowej regulacji zawartej w art. 20–26 Karty Praw Podstawowych. Powyższe ma więc duże znaczenie dla zdefiniowania zakresu pojęciowego dyskryminacji na gruncie Konstytucji RP – sformułowania „z jakiegokolwiek przyczyny”⁴.

Art. 32 Konstytucji RP odnosi się do równości wobec prawa, dlatego zróżnicowanie traktowania musi być związane ze stosowaniem regulacji prawnych, a nie z faktycznymi nierównościami społecznymi⁵. Obowiązek równego traktowania wszystkich, jak wynika *explicite* z art. 32 Konstytucji RP, odnosi się do władzy publicznej. Zasadniczo więc art. 32 Konstytucji RP dotyczy relacji jednostka – państwo, gdzie państwo jest potencjalnym podmiotem ustanawiającym lub stosującym prawo, które może naruszać zasadę równości.

Równocześnie uważa się, że z art. 32 Konstytucji RP wynika prawo podmiotowe do bycia równie traktowanym przez władze publiczne⁶. Przyjmuje

¹ Wyrok TK z 9 marca 1988 r., sygn. akt U 7/87, OTK ZU 1988, poz. 1, s. 14.

² Ibidem. Podobnie W. Sadurski, *Równość wobec prawa*, „Państwo i Prawo” 1978, nr 8–9, s. 52; J. Oniszczuk, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków 2004, s. 571.

³ L. Garlicki, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej: komentarz*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2005, Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 6.

⁴ L. Garlicki, *Zasada równości i zakaz dyskryminacji w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego*, w: *Obywatel – jego wolności i prawa: Rzecznik Praw Obywatelskich (1988–1998)*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa 1998, s. 79–80.

⁵ L. Garlicki, *Konstytucja...*, Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 8.

⁶ Postanowienie TK z 24 października 2001 r., sygn. akt SK 10/01, OTK ZU 2001, nr 7, poz. 225, s. 1147.

się, że przysługuje ono zarówno jednostce, jak i osobie prawnej⁷. Prawu temu nie nadaje się, w zakresie, w jakim art. 32 Konstytucji RP odnosi się do stanowienia prawa, charakteru horyzontalnego. Jeżeli chodzi natomiast o stosowanie prawa w doktrynie został wyrażony pogląd, że konstytucyjna zasada równości znajduje zastosowanie horyzontalne⁸. Wydaje się, że, nawet pomimo braku językowego wskazania w art. 32 ust. 1, możliwość taka może zostać wywiedziona z generalnej zasady horyzontalnej skuteczności Konstytucji RP. Podkreśla się również, że brak wyraźnego wskazania adresatów zakazu dyskryminacji oznacza, że prawodawca nie chciał ograniczyć zastosowania art. 32 Konstytucji RP tylko do relacji między państwem a podmiotami prywatnymi, a odniósł go także na poziom horyzontalny⁹. W celu zapewnienia pełniejszej realizacji konstytucyjnej zasady równości konieczne jest jej jak najszersze zastosowanie już na poziomie konstytucyjnym, co jest możliwe przy założeniu horyzontalnej skuteczności art. 32. Z wykładni systemowej – umiejscowienia generalnej zasady zakazu dyskryminacji obok zawartej w art. 33 Konstytucji RP zasady równości kobiet i mężczyzn może wynikać również potwierdzenie horyzontalnego charakteru generalnej zasady równości zawartej w art. 32 Konstytucji RP. Art. 33 gwarantuje kobiecie równe prawa, np. w obszarze zatrudnienia. Trudno uznać więc, że przepis ten znajdzie zastosowanie tylko w relacji państwo pracodawca – pracownik. Oczywiście jest, że powinno się go odnosić również do relacji przedsiębiorca pracodawca – pracownik¹⁰. Uznanie, że konstytucyjna zasada równości także wywiera skutek w relacji między podmiotami prywatnymi ma duże znaczenie dla właściwego funkcjonowania norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

Art. 32 Konstytucji RP ma ogromne znaczenie jako jedna z podstawowych zasad ustroju RP – wynika on z całokształtu unormowania konstytucyjnego oraz z całokształtu postanowień rozdziału drugiego Konstytucji RP, postrzeganych w świetle art. 2 Konstytucji RP – zasady sprawiedliwości społecznej¹¹. Podkreśla się, że znaczenie zasady równości wiąże się zarówno z realizacją poszczególnych praw i wolności jednostki, jak i z wyznaczeniem sposobu funkcjonowania jednostki w społeczeństwie oraz sposobu jego organizacji¹².

⁷ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 14.

⁸ K. Wojtyczek, *Horyzontalny wymiar praw człowieka zagwarantowany w Konstytucji RP*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 1999, nr 2, s. 243.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 11.

¹² Ibidem.

Rozwinięciem zasady równości jest zawarty w art. 32 ust. 2 Konstytucji RP zakaz dyskryminacji w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiegokolwiek przyczyny. Chodzi tutaj zarówno o regulacje pogarszające, jak i polepszające sytuację określonych podmiotów w stosunku do innych¹³. Wystąpienie dyskryminacji jest uzależnione od zróżnicowania traktowania podmiotów podobnych – konieczne staje się wyznaczenie każdorazowo w tym zakresie odpowiedniej cechy relewantnej¹⁴. Podkreśla się, że poziom ochrony konstytucyjnej z tytułu występującej dyskryminacji jest związany bezpośrednio z intensywnością ochrony udzielanej naruszanemu prawu lub wolności konstytucyjnej (inna sytuacja wystąpi na płaszczyźnie praw politycznych, a inna na poziomie praw socjalnych)¹⁵.

Bardzo istotne z punktu widzenia konkretnej oceny naruszenia zakazu dyskryminacji jest odpowiednie zdefiniowanie pojęcia „z jakiegokolwiek przyczyny” jako generalnego sposobu określenia w Konstytucji RP podstawy dyskryminacji. Przyjęta na poziomie Konstytucji RP konstrukcja jest odmienna od uregulowań międzynarodowych i konstytucyjnych innych państw europejskich. Przyczyna tego tkwi w braku zgody na wskazanie konkretnych podstaw dyskryminacji, jaki nastąpił w trakcie prac konstytucyjnych¹⁶. Nie oznacza to jednak, że istnieją podstawy do innego rozumienia powyższej normy niż w sposób przyjęty w orzecznictwie w szczególności ETPCz, na gruncie art. 14 Konwencji¹⁷ i ETS, na gruncie art. 13 TWE¹⁸. Podobny zakaz zawiera Karta Praw Podstawowych. Oznacza to ponadto, że katalog podstaw dyskryminacyjnych zawarty w art. 32 ust. 2 Konstytucji RP ma charakter otwarty. Świadczy to o uniwersalnym oddziaływaniu zasady równości – kluczowy jest fakt wystąpienia zróżnicowania, a nie posiadanie danej cechy¹⁹. Treść zaś art. 14 Konwencji²⁰ pozwala na wyróżnienie sytuacji, w których wystąpi podobieństwo – w przypadku tych cech wystąpienie róż-

¹³ Wyrok TK z 9 marca 1988 r., sygn. akt U 7/87, OTK ZU 1988, poz. 1, s. 14.

¹⁴ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 18.

¹⁵ Jest to koncepcja *tertium comparationis*, L. Garlicki, *Zasady określające orzecznictwą działalność sądów konstytucyjnych*, w: E. Zwierchowski (red.), *Prawo i kontrola jego zgodności z konstytucją*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1997, s. 141.

¹⁶ L. Garlicki, *Zasada równości i zakaz dyskryminacji w orzecznictwie...*, op. cit., s. 79.

¹⁷ Ibidem, s. 79–80.

¹⁸ Art. 13 TWE uprawnia instytucje wspólnotowe do podejmowania środków niezbędnych do zwalczania wszelkiej dyskryminacji ze względu na: płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

¹⁹ L. Garlicki, *Konstytucja...*, op. cit., Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 21.

²⁰ Art. 14 Konwencji zakazuje dyskryminacji wynikającej z takich powodów, jak: płeć, rasa, kolor skóry, język, religia, przekonania polityczne i inne, pochodzenie narodowe lub społeczne, przynależność do mniejszości narodowej, majątek, urodzenie bądź z jakiegokolwiek innych przyczyn.

nicowania stanowi domniemanie dyskryminacji²¹. W orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego wypracowano równocześnie zasady, kiedy zróżnicowanie w przypadku podmiotów podobnych nie będzie prowadzić do uznania, że dochodzi do dyskryminacji – decydujący będzie uzasadniony charakter takiego zróżnicowania²². Uzasadniony charakter będzie natomiast ustalany na podstawie trzech podstawowych kryteriów: relewantności zróżnicowania, proporcjonalności argumentów, przemawiających za wprowadzeniem zróżnicowania, oraz konstytucyjnej rangi argumentów, przemawiających za wprowadzeniem zróżnicowania²³.

Zasada równości, w związku ze swoją doniosłą wagą i nawet przy uznaniu, że nie skutkuje ona bezpośrednio i samodzielnie – bez powiązania z inną wolnością lub prawem jednostki, wywiera skutek, promieniuje na prawo prywatne i relacje między podmiotami prywatnymi. Wszystkie prawa jednostki powinny być postrzegane z perspektywy konieczności urzeczywistniania równości.

O fakcie promieniowania zasady równości na relacje prywatnoprawne świadczą w szczególności normy art. 11³ k.p.²⁴ oraz art. 18^{3a} § 1 k.p.²⁵. Urzeczywistniają one w relacjach pracy konstytucyjne wartości wyrażone w art. 32 Konstytucji RP. Stanowią zarazem odzwierciedlenie w prawie polskim tendencji wynikających z prawa Unii Europejskiej i Rady Europy.

W związku z faktem promieniowania konstytucyjnej zasady równości na relacje prywatne powinna być ona brana pod uwagę przy ocenie zachowania przedsiębiorców. Dyskryminacja może wystąpić, gdy przedsiębiorca jest równocześnie pracodawcą. Bezwzględne zastosowanie powinny wtedy znaleźć przepisy kodeksu pracy.

²¹ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 32 Konstytucji RP, s. 22.

²² Wyrok TK z 3 września 1996 r., sygn. a K 10/96, OTK ZU 1996, nr 4, poz. 33, s. 281.

²³ Ibidem.

²⁴ Art. 11³ k.p.: „Jakakolwiek dyskryminacja w zatrudnieniu, bezpośrednia lub pośrednia, w szczególności ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy – jest niedopuszczalna”.

²⁵ Art. 18^{3a} § 1 k.p.: „Pracownicy powinni być równo traktowani w zakresie nawiązania i rozwiązania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania oraz dostępu do szkolenia w celu podnoszenia kwalifikacji zawodowych, w szczególności bez względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także bez względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy”.

4.2.2. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu poświęcone równości i dyskryminacji w świetle Konstytucji RP

Z dotychczasowej analizy zawartej w rozdziale trzecim wynika, że społeczna odpowiedzialność biznesu zakłada, iż przedsiębiorca będzie uwzględniał w swojej działalności dobro innych, mając na względzie zasady sprawiedliwości społecznej i bezwzględny zakaz naruszania godności ludzkiej. Pochodną obowiązku realizacji w działalności gospodarczej wskazanych wartości jest niedyskryminowanie i przeciwdziałanie dyskryminacji. W związku z tym społeczna odpowiedzialność biznesu powinna zostać przeanalizowana w zakresie, w jakim odnosi się do różnych podstaw dyskryminacji. Po zbadaniu tej relacji można będąc próbę odpowiedzi na pytanie o charakter norm społecznej odpowiedzialności biznesu i standard działań przedsiębiorcy przez nie wyznaczanych.

Jedną z podstaw dyskryminacji, która może występować w relacjach z kontrahentami przedsiębiorcy, zwłaszcza pracownikami, jest wiek. Dyskryminacja z tego powodu w szczególności może występować w związku z budowaniem wizerunku firmy. Może tutaj chodzić o zakres swobody przedsiębiorcy w doborze pracowników. Należy się zastanowić czy dopuszczalne jest kierowanie stewardes na przymusową przedwczesną emeryturę po osiągnięciu wieku 50 lat i to pomimo pozytywnych wyników badań sprawności fizycznej i mentalnej. Sytuacja taka może być zakwalifikowana jako naruszenie norm przedstawionych w Kodeksie pracy. Opierając się na wywiedzionym z aksjologii art. 32 Konstytucji RP bezwzględnym nakazie dążenia do równości społecznej, można uznać, że w sytuacji takiej dochodzi do naruszenia normy społecznej odpowiedzialności biznesu zakazującej dyskryminacji. Dyskryminacja polega więc na żądaniu od pracownic spełnienia kryterium wieku, które nie ma znaczenia (przy pozytywnym przejściu odpowiednich testów) dla jakości świadczonej usługi, a w szczególności gwarantowania odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa. Naruszona więc zostaje w tym zakresie godność pracownika, w związku z pojmowaniem wieku jako bezwzględnego wyznacznika wizerunku firmy.

Innym przykładem dyskryminacji ze względu na wiek jest opisywana w mediach²⁶ sytuacja zwolnień w Polskim Radiu w 2007 r. W związku z wypowiedzeniami stosunku pracy wobec licznych pracowników w wieku wyższym niż 40–50 lat z ust członka Zarządu Polskiego Radia padały sformułowania jednoznacznie wskazujące, że faktyczną przyczyną zwolnienia jest wiek

²⁶ Por. <http://www.gazetawyborcza.pl/8,75402,4065936.html>

oraz poglądy polityczne²⁷. W tej sprawie zwolnieni dziennikarze wszczęli postępowania o przywrócenie ich do pracy oraz o naruszenie dóbr osobistych²⁸. Sytuację tę można rozważać z punktu społecznej odpowiedzialności biznesu na dwóch poziomach. Po pierwsze, stanowi ona naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie bezwzględnego zakazu dyskryminacji – nie powinno być celem działania pracodawcy rozliczenie się z pracownikami na podstawie niejasnych kryteriów i skojarzeń²⁹. Nie jest również społecznie odpowiedzialne powoływanie pozornie obiektywnej przyczyny zwolnienia, np. restrukturyzacji firmy w celu uzasadnienia zwolnienia opartego na subiektywnych, wynikających z przyjętej ideologii, kryteriach. Po drugie, opisana sytuacja może stanowić naruszenie godności pracowników, zwłaszcza przez mający miejsce mobbing³⁰. Mobbing powinien być bezwzględnie zakazany z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu³¹. Niedopuszczalne z punktu widzenia pracodawcy jest posługiwanie się stwierdzeniami, które w sposób jednoznaczny znieważają i zniesławiają. Działanie takie nie ma nic wspólnego z dozwoloną krytyką. Podkreśla się ponadto, że zwolnienie z pracy w sposób naruszający przepisy Kodeksu pracy może skutkować odpowiedzialnością z tytułu naruszenia dóbr osobistych, jeśli przyczyna wypowiedzenia umowy o pracy była bezpodstawną, a samo wypowiedzenie umowy stanowiło naruszenie dóbr osobistych³². Niewątpliwie w sytuacji, w której w świetle powyższego stanowiska jest uzasadnione roszczenie z tytułu naruszenia dóbr osobistych, dochodzi także do naruszenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu. W analizowanej sprawie interesujące jest również to, że podmiotem, do którego społeczna odpowiedzialność biznesu się odnosi nie musi być wyłącznie przedsiębiorca, którego kapitał jest w całości prywatny. Z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu za ich adresata należy uznać również podmiot publiczny prowadzący działalność gospodarczą. Wydaje się, że dopuszczalne

²⁷ Według doniesień prasowych członek Zarządu Polskiego Radia zwalnianych pracowników porównywał do „złogów gierkowsko-gomułkowskich”, mówił, że dookoła widzi „same stare kobiety” oraz że „średnia wieku jest bliska tej na cmentarzu”, ibidem.

²⁸ W niektórych z toczących się spraw zapadły już wyroki, por. wyrok Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy z 21 maja 2008 r. (sygn. akt. VII P 937/07), w którym uznano, że zwolnienie dziennikarki Polskiego Radia M. Kolińskiej-Dąbrowskiej stanowiło niedozwoloną dyskryminację w zatrudnieniu ze względu na wiek.

²⁹ Np. podobieństwa nazwiska do nazwiska wysokiego funkcjonariusza państwowego w czasach PRL.

³⁰ Problem mobbingu definiuje i omawia szeroko D. Dörre-Nowak, *Ochrona godności i innych dóbr osobistych pracownika*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2005, s. 235–269.

³¹ Porównaj szerzej w punkt 4.4. niniejszego rozdziału.

³² D. Dörre-Nowak, op. cit., s. 143–144.

jest nawet uznanie, iż standardy zachowania w spółkach, w których udziałowcem jest Skarb Państwa powinny być nawet wyższe i stanowić przykład promowania przez państwo zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w przypadku, w którym państwo występuje w charakterze podmiotu prawa prywatnego.

Inną podstawą dyskryminacji, na podstawie której można porównywać zastaną normę konstytucyjną oraz jej rozwinięcie zawarte w prawie pracy z normą społecznej odpowiedzialności biznesu, jest narodowość (pochodzenie etniczne). Dobrym przyczynkiem do takiej analizy może być sprawa obywatela polskiego pochodzenia ukraińskiego zwolnionego – w jego ocenie – z zajmowanego stanowiska, ze względu na jego pochodzenie etniczne, po tym jak doświadczał licznych zniewag ze strony współpracowników³³. Podaną przyczyną zwolnienia była likwidacja tego stanowiska z powodu zmian organizacyjnych³⁴. Najistotniejszą kwestią z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest wynikający z nich sposób, w jaki przedsiębiorca – w przedmiotowej sprawie pracodawca – jest obowiązany działać.

Istotą zakazu dyskryminacji wynikającej z przepisów Kodeksu pracy jest zakaz naruszania zasady równości. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu będą co do swojej treści zasadniczo identyczne z normami Konstytucji RP i Kodeksu pracy w zakresie dyskryminacji. Będą jednak zobowiązywać przedsiębiorcę do działań dalej idących, polegających w szczególności na pozytywnym zaangażowaniu.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu wynikające z Kodeksu pracy nakładają na przedsiębiorcę-pracodawcę obowiązki w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji. Zgodnie z art. 94 punkt 2b k.p. „pracodawca jest obowiązany w szczególności przeciwdziałać dyskryminacji w zatrudnieniu, w szczególności ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy”. Powyższy obowiązek pracodawcy jest uznawany za obowiązek dotyczący indywidualnych pracowników, który może być podstawą dochodzenia przez pracownika jego realizacji przed sądem pracy. Na pozytywne

³³ Istotny jest również, ze względu na jego wyższe wykształcenie, fakt oddelegowania na trzymiesięczny okres wypowiedzenia do myjni samochodowej oraz niepodejmowanie przez pracodawcę żadnych działań, pomimo wiedzy o zaistniałych zniewagach, http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/arttykul.php?precedens_arttykul_id=361

³⁴ Szczegółowe informacje na temat tej sprawy są dostępne pod adresem <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosci/rozprawa-w-sprawie-m-h-2.html>

obowiązki pracodawcy w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji wskazuje się również w literaturze międzynarodowej, gdzie mowa nawet o odpowiedzialności za nieświadomą dyskryminację pracowników (ang. *unconscious discrimination*)³⁵.

Nakaz przeciwdziałania dyskryminacji nakłada na pracodawcę szczególne, pozytywne obowiązki – wywiązywanie się z nich stanowi równocześnie realizację norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Nie jest wystarczające z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu wywiązywanie się z nakazu zawartego w art. 94¹ k.p., zgodnie z którym pracodawca jest obowiązany udostępniać pracownikom tekst przepisów dotyczących równego traktowania w zatrudnieniu w formie pisemnej informacji rozpowszechnionej na terenie zakładu pracy lub zapewniać pracownikom dostęp do tych przepisów w inny sposób, przyjęty u danego pracodawcy. Pozytywne obowiązki przeciwdziałania dyskryminacji powinny odnosić się przede wszystkim do stworzenia w miejscu pracy środowiska wolnego od dyskryminacji z jakichkolwiek względów. Pracodawca powinien organizować spotkania z pracownikami, na których wszelkie kontrowersyjne kwestie związane z odmiennością, mogącą być przyczyną dyskryminacji, powinny być dyskutowane. Ponadto pracodawca jest obowiązany podejmować niezwłoczne działania w przypadku, kiedy pracownik zarzuca zaistnienie dyskryminacji lub też kiedy pracodawca posiada wiedzę, że w zakładzie pracy może dochodzić do przypadków dyskryminacji.

Z obowiązku pracodawcy do przeciwdziałania dyskryminacji w miejscu pracy wynika ponadto odpowiedzialność za działania dyskryminujące ze strony pracowników w stosunku do innego pracownika. Ma ona swoje źródło w normie art. 94 pkt 2b k.p. oraz z systemowej wykładni Kodeksu pracy i w efekcie w normach społecznej odpowiedzialności biznesu. Zgodnie z art. 18^{3a} § 5 k.p. przejawem dyskryminowania w rozumieniu art. 18^{3a} § 2 k.p. są działania polegające na zachęcaniu innej osoby do naruszenia zasady równego traktowania w zatrudnieniu (tzw. instrukcja do dyskryminowania, ang. *instruction to discriminate*), jak także zachowanie, którego celem lub skutkiem jest naruszenie godności, albo poniżenie lub upokorzenie pracownika (molestowanie lub szykanowanie, ang. *harassment*). O ile w przypadku tzw. instrukcji do dyskryminacji, konieczne jest działanie ze strony pracodawcy lub osób reprezentujących pracodawcę, o tyle w przypadku molestowania (szykanowania) oceniane powinno być zachowanie współpracowników w stosunku do osoby dyskryminowanej. W takim przypadku

³⁵ D.B. Oppenheimer, *Negligent Discrimination*, "University of Pennsylvania Law Review" 1993, t. 141, nr 3, s. 899.

odpowiedzialność pracodawcy zależy od tego czy stworzył (lub przynajmniej podejmował próby) on środowisko pracy wolne od dyskryminacji, w którym pracownicy nie naruszają godności innych pracowników, czy ze względu na ich odmienność nie zostają oni poniżani lub upokarzani.

W kontekście dyskryminacji sprzeczne z normami społecznej odpowiedzialności jest również naruszanie dóbr osobistych pracownika przy okazji wypowiedzenia umowy o pracę. Do takiej sytuacji dochodzi, zwłaszcza gdy pracownik zostaje oddelegowany na okres wypowiedzenia, wbrew doświadczeniu i wykształceniu, na stanowisko niższe od dotychczas zajmowanego. W opisywanym przypadku mieliśmy do czynienia z oddelegowaniem ze stanowiska kierownika działu marketingu na stanowisko pracownika myjni samochodowej. Sytuacja taka jest sprzeczna z wyrokiem Sądu Najwyższego z 5 grudnia 1980 r.³⁶, gdzie wyjaśniono, że w okresie wypowiedzenia pracodawca jest zobowiązany zatrudnić pracownika na dotychczasowych warunkach. Niedopuszczalne jest w tym okresie pogarszanie warunków pracy, nawet przy utrzymywaniu wysokości dotychczasowego wynagrodzenia³⁷. Na marginesie należy dodać, że bez znaczenia dla oceny czy doszło do naruszenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu pozostaje faktyczny sposób rozwiązania umowy o pracę. Nie jest istotne czy to pracodawca wypowiedział umowę, czy też pracownik został do tego przez niego zmuszony. Wnioski takie płyną z wykładni art. 18^{3b} § 1 pkt. 1 k.p.³⁸ – przepisy kodeksu pracy nie przesądzają, że to pracodawca powinien zwolnić pracownika. Decydujący jest materialny skutek, tj. rozwiązanie stosunku pracy. W przypadku, kiedy działania pracodawcy doprowadziły pracownika do podjęcia decyzji o rozwiązaniu stosunku pracy, taka sytuacja będzie podlegała rozpatrzeniu pod kątem naruszenia zasady niedyskryminacji – w efekcie ocena będzie dokończana także pod kątem norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

Uwagi poczynione na gruncie dyskryminacji ze względu na narodowość należy odnieść również do innych podstaw dyskryminacji. Dyskryminacja ze względu na orientację seksualną może w szczególności stanowić naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Przykładem takiego naruszenia była sprawa z powództwa B.K., rozpatrywana przed Sąd Rejonowy

³⁶ Wyrok SN z 5 grudnia 1980 r., sygn. akt I PR 96/80, PiZS 1981, nr 5, poz. 58.

³⁷ U. Jackowiak, M. Pankowski, J. Stelina, W. Uziak, A. Wypych-Żywicka, M. Zieleniecki, *Kodeks pracy z komentarzem*, Fundacja Gospodarcza, Gdańsk 1997, teza 5, s. 123.

³⁸ Zgodnie z art. 18^{3b} § 1 pkt. 1 k.p. za naruszenie zasady równego traktowania w zatrudnieniu uważa się różnicowanie przez pracodawcę sytuacji pracownika z jednej lub kilku przyczyn określonych w art. 18^{3a} § 1 Kodeksu pracy, którego skutkiem jest w szczególności odmowa nawiązania lub rozwiązanie stosunku pracy.

w Płocku³⁹ o zapłatę odszkodowania za dyskryminację w miejscu pracy ze względu na orientację seksualną. Powód B.K. dochodził przywrócenia do pracy. Wcześniej był zatrudniony w charakterze sprzątacza parkingowego w firmie obsługującej jeden z supermarketów w Płocku. B.K. twierdził, że w miejscu pracy był szykanowany ze względu na jego orientację seksualną, a w konsekwencji pracodawca zmusił go do zwolnienia się z pracy⁴⁰.

4.2.3. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu a równouprawnienie kobiet

Zasada równości wyrażona w art. 32 Konstytucji RP znajduje swoje rozwinięcie w art. 33 Konstytucji RP⁴¹.

Norma art. 33 Konstytucji RP poza uszczegółowieniem treści art. 32 Konstytucji RP daje wyraz ogólnemu systemowi wartości, na których jest zbudowany polski system prawa – stanowi dyrektywę zarówno dla procesu stanowienia, jak i stosowania prawa⁴². Ponadto jest jedną z zasad systemu praw i wolności jednostki⁴³. Doktryna opowiada się za nadaniem art. 33 Konstytucji RP charakteru prawa podmiotowego – umożliwia to samodzielne powoływanie się na normę art. 33 jako podstawy prawnej roszczenia, a nie tylko w związku z naruszeniem innych wolności i praw⁴⁴. Istotne jest również uznanie, że art. 33 Konstytucji RP jest skuteczny horyzontalnie – jego adresatami jest nie tylko władza publiczna, lecz także podmioty prywatne – zwłaszcza pracodawcy⁴⁵. Dla pracodawców właśnie z treści art. 33 ust. 2 Konstytucji RP wynika wiele szczegółowych obowiązków. Do nich odnosi się nakaz równości w kształceniu – stwarzaniu pracownikom obu płci takich samych szans uczestniczenia w szkoleniach zmierzających do podwyższenia kwalifikacji zawodowych. To na przedsiębiorcach również spoczywa obo-

³⁹ Wyrok Sądu Rejonowego w Płocku, sygn. akt IV P 353/05.

⁴⁰ W sprawie jednak dyskryminacji w pierwszej instancji nie stwierdzono; apelację odrzucano z przyczyn formalnych, <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosci/sprawa-boleslawa-k.-dyskryminacja-w-miejscu.html>

⁴¹ Art. 33 Konstytucji RP:

“1. Kobieta i mężczyzna w Rzeczypospolitej Polskiej mają równe prawa w życiu rodzinnym, politycznym, społecznym i gospodarczym.

2. Kobieta i mężczyzna mają w szczególności równe prawo do kształcenia, zatrudnienia i awansów, do jednakowego wynagradzania za pracę jednakowej wartości, do zabezpieczenia społecznego oraz do zajmowania stanowisk, pełnienia funkcji oraz uzyskiwania godności publicznych i odznaczeń”.

⁴² L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 33 Konstytucji RP, s. 4–5.

⁴³ Ibidem.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Tak w wyroku TK z 13 czerwca 2000 r., sygn. akt K 15/99, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 137, s. 681; K. Wojtyczek, op. cit., s. 243.

wiązek stworzenia obiektywnego systemu kryteriów zatrudnienia i awansów – w szerszym kontekście zaś równości do zajmowania stanowisk i pełnienia funkcji. Niezwykle istotne z punktu widzenia występujących obecnie w praktyce problemów jest nakaz jednakowego wynagradzania za pracę tej samej wartości – w efekcie wprowadzenie zróżnicowania zarobków kreuje domniemanie sprzeczności takiej sytuacji z Konstytucją RP⁴⁶. Wskazany katalog przesłanek naruszania równości ma charakter przykładowy.

Treścią nakazu równego traktowania kobiet i mężczyzn jest zakaz dyskryminacji – zakaz nieuzasadnionego różnicowania sytuacji kobiet i mężczyzn⁴⁷. Ważna jednak z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest odpowiedź na pytanie, czy jest dozwolona dyskryminacja pozytywna (akcje afirmatywne), tj. wprowadzenie uprzywilejowania jednej z płci (w obecnej sytuacji społecznej kobiet), w celu wyrównania istniejących różnic społecznych. Uprzywilejowania takie mogą skutkować odwrotną dyskryminacją drugiej płci i same w sobie nie są zgodne z zasadą równości. To zagadnienie było przedmiotem analizy Trybunału Konstytucyjnego na gruncie stanu prawnego sprzed wejścia w życie obecnej Konstytucji RP. Trybunał uznał wtedy, że argumentem konstytucyjnym, który przemawia za możliwością wprowadzenia akcji afirmatywnych jest zasada sprawiedliwości społecznej, której wyrazem jest potrzeba stworzenia kobiecie równouprawnionej pozycji wobec mężczyzny⁴⁸. Trybunał stwierdził: „ponieważ w rzeczywistości społecznej kobieta zajmuje z reguły pozycję słabszą [...] istnieje konstytucyjne uzasadnienie dla wprowadzania regulacji nadających kobiecie pewne przywileje w porównaniu z mężczyzną, bo jest to instrument prowadzący do zapewnienia kobiecie rzeczywistego równouprawnienia. Innymi słowy, konstytucyjnie dopuszczalne jest tzw. uprzywilejowanie wyrównawcze, tzn. uprzywilejowanie prawne mające na celu zmniejszenie nierówności faktycznie występujących w życiu społecznym pomiędzy kobietami a mężczyznami”. Trybunał wskazał, że regulacje ustanawiające tego typu uprzywilejowanie wyrównawcze nie mogą być z góry traktowane jako zakazane na tle zasady równości⁴⁹. Powyższą ocenę TK utrzymał na gruncie obecnej Konstytucji⁵⁰.

⁴⁶ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 33 Konstytucji RP, s. 7.

⁴⁷ Por. art. 11² k.p.: „Pracownicy mają równe prawa z tytułu jednakowego wypełniania takich samych obowiązków; dotyczy to w szczególności równego traktowania mężczyzn i kobiet w zatrudnieniu”.

⁴⁸ Wyrok TK z 29 września 1997 r., sygn. akt K 15/97, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 137, s. 7–9.

⁴⁹ Ibidem, s. 8–9.

⁵⁰ Por. Wyrok TK z 28 marca 2000 r., sygn. akt K 27/99, OTK ZU 2000, nr 2, poz. 62; Wyrok TK z 5 grudnia 2000 r., sygn. K 35/99, OTK ZU 2000, nr 8, poz. 295.

Przyjmuje się jednak, że uprawnienia wyrównawcze będą zazwyczaj badane w kontekście wprowadzonych ograniczeń korzystania z innych wolności i praw konstytucyjnych⁵¹. W szczególności uznaje się, że uprawnienia wyrównawcze są bardziej akceptowalne na tle praw ekonomicznych i społecznych, a niekoniecznie już w przypadku praw osobistych i politycznych⁵². Takie wnioski płyną również z orzeczenia TK z 29 września 1997 r.⁵³; przykładem akcji afirmatywnej na poziomie politycznym byłoby np. wprowadzenie cenzusu liczby kobiet w parlamencie.

Nie ma podstaw, aby zagadnienie uprawnień wyrównawczych odnosić wyłącznie do równości płci. Wydaje się, że ustalony w orzecznictwie TK sposób rozumowania można odnieść do innych okoliczności, w których może wystąpić dyskryminacja. Pojawia się jednak pytanie, czy uprawnienia wyrównawcze są środkiem ultymatywnym, który może być zastosowany dopiero wtedy, gdy inne sposoby zwalczania występującej dyskryminacji okażą się nieskuteczne. Na takim stanowisku stoi doktryna, wskazując na konieczny element ugruntowanego i daleko idącego charakteru nierówności⁵⁴. Drugą istotną kwestią z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest odpowiedź na pytanie, czy wprowadzenie uprawnień wyrównawczych pozostaje wyłącznie w gestii ustawodawcy – państwa, czy też może zostać także wprowadzone przez przedsiębiorcę w celu zlikwidowania istniejących nierówności w jego przedsiębiorstwie⁵⁵.

Powyższe ustalenia co do charakteru równości płci powinny znaleźć pełne zastosowanie na gruncie norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Po pierwsze, równość między kobietą a mężczyzną musi być brana pod uwagę jako nadrzędna wartość, która powinna mieć bezpośredni wpływ na decyzje podejmowane przez przedsiębiorców. Po drugie, naruszenie zasady równości może skutkować bezpośrednią odpowiedzialnością przedsiębiorcy w szczególności na gruncie norm Rozdziału IIa k.p., które mają pełne zastosowanie do dyskryminacji ze względu na płeć.

Przejawem naruszenia zakazu dyskryminacji kobiet na gruncie art. 33 Konstytucji RP oraz norm społecznej odpowiedzialności biznesu może być żądanie od kobiet starających się o pracę zaświadczenia lub informacji o stanie cywilnym lub – co absolutnie niedopuszczalne – zaświadczenia, że nie jest w ciąży. W sferze tej dużego znaczenia nabierają właśnie normy

⁵¹ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 33 Konstytucji RP, s. 11.

⁵² Ibidem.

⁵³ Wyrok TK z 29 września 1997 r., sygn. akt K 15/97, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 137.

⁵⁴ L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 33 Konstytucji RP, s. 12.

⁵⁵ Wprowadzenie np. preferencji dla awansu kobiet w celu zmiany struktury władzy w spółce.

społecznej odpowiedzialności biznesu. Stanowią one uzupełnienie postanowień ustawowych, które w praktyce nie zapewniają kontroli nad tym, czy takie zaświadczenia są przez potencjalnego pracodawcę żądane. Również z punktu widzenia kobiety starającej się o pracę mało prawdopodobne jest odmówienie podania takiej informacji⁵⁶. Inny będzie w takim przypadku sposób oddziaływania norm społecznej odpowiedzialności biznesu – zgodnie z nimi przedsiębiorca jest zobowiązany wywiązywać się z takiego zakazu *ex ante*. W tym zakresie norma społecznej odpowiedzialności biznesu będzie zakładać pozytywny charakter zobowiązania. Innymi słowy, skuteczność tej normy będzie wynikać nie z grożącej sankcji, a z faktu, że przedsiębiorca przyjął do własnego systemu wartości zasadę równości płci.

Najistotniejsza jednak, jeżeli chodzi o społeczną odpowiedzialności biznesu jest rola jej norm w wypełnieniu pozytywną treścią zakazów i nakazów Kodeksu pracy. W szczególności chodzi o wprowadzenie odpowiedniej polityki, która zmierza do szeroko rozumianego równouprawnienia kobiet z mężczyznami. Powyższe powinno polegać na stworzeniu jasnych kryteriów awansu, także na najwyższe stanowiska w firmie. Powinno to przeciwdziałać sytuacji, w której kobiety, będąc często lepiej wykształcone, stanowią niewielki procent na wyższych stanowiskach. W tym kontekście należy również pozytywnie odpowiedzieć na pytanie o posiadanie przez przedsiębiorcę prawa do wprowadzenia uprzywilejowań wyrównawczych w celu zlikwidowania istniejących nierówności w jego przedsiębiorstwie. Wydaje się, że w świetle norm społecznej odpowiedzialności biznesu, ustanawiających wobec przedsiębiorcy daleko sięgające standardy zachowania, powinien on mieć nie tylko prawo, ale i obowiązek wprowadzenia polityki antidyskryminacyjnej, nawet jeżeli miałyby ona prowadzić do tzw. odwrotnej dyskryminacji. Nie stoją powyższemu na przeszkodzie przepisy kodeksu pracy. W szczególności w art. 18^{3b} § 3 k.p. stwierdza się, że nie stanowią naruszenia zasady równego traktowania w zatrudnieniu działania podejmowane przez określony czas, zmierzające do wyrównywania szans wszystkich lub znacznej liczby pracowników wyróżnionych z jednej lub kilku przyczyn określonych w art. 18^{3a} § 1 – więc również płci, przez zmniejszenie na korzyść takich pracowników faktycznych nierówności.

Realizacja norm społecznej odpowiedzialności biznesu przez przedsiębiorcę jest równoznaczna z wypełnianiem pozytywnymi działaniami sfery normatywnej, wynikającej z art. 33 Konstytucji RP. Ważne z punktu widzenia zawartych w art. 33 Konstytucji RP wartości to stworzenie kobiecie

⁵⁶ Skutkować to przecież może niezawarciem umowy przy prawdopodobnym podaniu innej pozornie obiektywnej przyczyny niezatrudnienia.

możliwości powrotu do pracy po urlopie macierzyńskim. Za pożądane działania należy także uznać stworzenie obiektywnych kryteriów warunku awansu, które uwzględniają w ścieżkach kariery okres ciąży oraz wychowania dzieci. Powyższe należy odnieść również do elastycznego czasu pracy dla osób decydujących się na wychowywanie dzieci oraz możliwości pracy w domu, czy tzw. telepracy. Przykładem promocji takiej postawy wśród przedsiębiorców może być akcja „Firma przyjazna mamie”. W jej edycjach wyróżniono m.in.: Hewlett-Packard, Zakłady Farmaceutyczne Unia, ABN Amro Bank, MEMRB International Poland, Nokia, Johnson & Johnson i Ronson Development. Wskazywano na niestandardowe rozwiązania, które są pomocne młodym matkom: nienormowany czas pracy, negocjacje zakresu obowiązków, przesuwanie czasu pracy, czasowe zmniejszanie etatu, praca w domu. Niektórzy laureaci wspomagali rodziny finansowo, oferując dodatkowy płatny urlop macierzyński, bezpłatną opiekę medyczną dla kobiet w ciąży, zasiłki, pomoc rzeczową, prezenty. Za godną upowszechnienia praktykę uznano urządzenie w firmie pokoju socjalnego dla matek. Wszystkie te działania nagrodzeni pracodawcy uznawali za korzystne nie tylko z racji społecznych, lecz i biznesowych⁵⁷.

Wskazane byłoby stworzenie specjalnych programów edukacyjnych dla kobiet, szczególnie tych wracających z urlopu macierzyńskiego, oraz analogiczne, do przedstawionych generalnych zasad, przeciwdziałania dyskryminacji, natychmiastowe wyjaśnianie i sankcjonowanie wszelkich jej przejawów⁵⁸. Przykładowo w 2005 r. firma Alcatel zainicjowała pięcioletni program „Kobiety w przywództwie”, którego głównym celem jest wyrównanie poziomu zatrudnienia przedstawicieli obu płci na wysokich stanowiskach kierowniczych⁵⁹. Korzyści uzyskane przez pracodawcę w związku z realizacją norm społecznej odpowiedzialności biznesu byłyby bardzo duże. Poprzez zmianę relacji między liczbą zatrudnionych kobiet a mężczyzn, pracodawca uzyskałby lepiej wykształconych pracowników. W skali zaś gospodarki Polski prowadziłyby to do pozytywnego dla przedsiębiorców wzrostu stopy zatrudnienia.

⁵⁷ <http://serwisy.gazeta.pl/czasopisma/1,45057,3747718.html> oraz http://www.agora.pl/agora_pl/1,66636,3057691.html

⁵⁸ Szerzej odnośnie do tworzenia odpowiedniej kultury w pracy w tym zakresie por. C.L. Wade, *Transforming Discriminatory Corporate Cultures: This is Not Just Women's Work*, „Maryland Law Review” 2006, t. 65, nr 2; St. John's Legal Studies Research Paper No. 06-0041, <http://ssrn.com/abstract=892391>

⁵⁹ http://fob.org.pl/kobiety-w-przywodztwie-161_534.htm

4.2.4. Wnioski

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszące się do zakazu dyskryminacji wynikają bezpośrednio z przepisów Konstytucji RP – art. 32 i 33 oraz odpowiednich norm Kodeksu pracy. Ich adresatami są przedsiębiorcy – w przedmiotowej sferze działający w roli pracodawcy. Ponadto normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszące się do zakazu dyskryminacji wyznaczają zakres znaczeniowy dla wewnętrznej sfery społecznej odpowiedzialności biznesu. Normy te mają co do zasady treść identyczną z przedstawionymi normami konstytucyjnymi. Inny jest natomiast adresat (wyłącznie przedsiębiorca) i sposób wywiązywania się z tych norm. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu mają w omawianym zakresie charakter bezwzględnie obowiązujący. Wynikają one bowiem z przepisów bezwzględnie obowiązujących. Bezwzględne obowiązywanie tych norm nie oznacza jednak, że istnieje jeden określony prawnie sposób działania, jeżeli chodzi o omówione działania pozytywne w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji. Przedsiębiorca ma prawo wyboru odpowiedniej do sytuacji istniejącej w jego przedsiębiorstwie polityki wdrażania antydyskryminacyjnych norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

W związku z tym można mówić o dwóch zasadniczych poziomach obowiązywania i wdrażania wobec przedsiębiorców norm społecznej odpowiedzialności biznesu, odnoszących się do zakazu dyskryminacji. Pierwszy poziom polegałby na bezwzględnym przestrzeganiu obowiązującego prawa, także w tych sferach, w których brakuje skutecznych mechanizmów ze strony państwa do jego egzekwowania. Drugi poziom polega natomiast na pozytywnym wypełnianiu treścią norm ogólnych, pozwalających na swobodę w zakresie kształtowania stosunków pracy – chodzić tutaj będzie w szerokim kontekście o stworzenie przez przedsiębiorcę środowiska pracy wolnego od dyskryminacji oraz o podejmowanie odpowiednich działań w przypadku, gdy pracownik zarzuca zaistnienie dyskryminacji lub też, gdy pracodawca posiada wiedzę, że w zakładzie pracy może dochodzić do dyskryminacji. Wywiązywanie się przez przedsiębiorcę z realizacji norm społecznej odpowiedzialności biznesu na drugim poziomie skutkuje zarazem podniesieniem standardów.

Odpowiedzialność za naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie dotyczącym zakazu dyskryminacji będzie miała charakter prawny. Będzie ona dotyczyć zarówno pierwszego poziomu obowiązywania tych norm i przybierze wtedy formę konieczności wypłaty odszkodowania i ewentualnego przywrócenia do pracy dyskryminowanego pracownika. Odpowiedzialność prawna będzie odnosić się jednak również do drugiego poziomu – w przypadku braku odpowiedniej polityki przeciwdziałania dys-

kryminacji pracodawca będzie odpowiedzialny za wszelkie przejawy dyskryminacji występujące między pracownikami. Ponadto odpowiedzialność za naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie dotyczącym zakazu dyskryminacji będzie miała również charakter pozaprawny i będzie mogła skutkować osłabieniem wizerunku danej firmy.

4.3. Prawa pracownicze

4.3.1. Normy konstytucyjne

Konstytucja RP wyznacza generalnie kierunki prawa pracy w RP oraz wartości, które powinny być brane pod uwagę w relacjach pracowniczych. Na regulację konstytucyjną składa się wiele norm. Podstawowe regulacje znajdują się w art. 24 i 65 Konstytucji RP. Zgodnie z pierwszą ze wskazanych regulacji praca znajduje się pod ochroną Rzeczypospolitej Polskiej. Równocześnie RP sprawuje nadzór nad warunkami wykonywania pracy. Art. 65 ust. 1 Konstytucji RP jako konstytucyjnie chronioną zasadę wprowadza wolność wyboru i wykonywania zawodu oraz miejsca pracy, dotyczy ona m.in. wolności wyboru pracodawcy⁶⁰. Istotna jest również zasada społecznej gospodarki rynkowej wynikająca z art. 20 Konstytucji RP ze szczególnym uwzględnieniem dialogu i współpracy partnerów społecznych, zakazu dyskryminacji (art. 32–33 Konstytucji RP) i nienaruszalnej godności człowieka – pracownika (art. 30 Konstytucji RP). Ważna ponadto z punktu widzenia poszukiwania konstytucyjnych norm, odnoszących się do społecznej odpowiedzialności biznesu, jest regulacja art. 66 Konstytucji RP, ustanawiająca prawo do bezpiecznych i higienicznych warunków pracy⁶¹.

Podkreśla się, że z art. 65 ust.1 Konstytucji RP wynika wolność pracy w szerokim kontekście. W szczególności odnosi się ona do traktowania pojęcia „pracy” nie tylko jako zatrudnienia na podstawie umowy o pracę, lecz także na innej podstawie prawnej⁶². To zaś ma konsekwencje dla norm społecznej odpowiedzialności biznesu – przy ich analizie, kiedy mowa o pra-

⁶⁰ Wyrok TK z 23 czerwca 1999 r., sygn. akt K 30/98, OTK ZU 1999, nr 5 poz. 10, s. 549.

⁶¹ Por. również art. 31 Karty Praw Podstawowych UE:

„1. Każdy pracownik ma prawo do warunków pracy uwzględniających jego zdrowie, gwarantujących mu bezpieczeństwo i godność.

2. Każdy pracownik ma prawo do ograniczenia maksymalnego wymiaru czasu pracy, okresów dziennego i tygodniowego odpoczynku oraz do corocznego płatnego urlopu”.

⁶² J. Borowicz, *Wolność pracy*, w: B. Banaszak, A. Preisner, *Prawa i wolności obywatelskie w Konstytucji RP*, C.H. Beck, Warszawa 2002, s. 508.

cownikach jako kontrahentach przedsiębiorcy, należy ujmować ich szerzej niż tylko jako pracowników zatrudnionych na podstawie umowy o pracę.

Art. 65 ust. 1 Konstytucji RP jest adresowany do państwa – to ono ma stworzyć warunki, gdzie wolność pracy będzie funkcjonować. Brak natomiast podstaw, aby wolności pracy nadawać skuteczność horyzontalną i wyprowadzić z tego artykułu obowiązki po stronie prywatnego pracodawcy⁶³. Nie oznacza to jednak, że przedsiębiorcy mogą abstrahować w swojej działalności od wartości konstytucyjnej, jaką jest wolność pracy. W szczególności nie mogą podejmować działań, które by tę wolność ograniczały.

Ważną regulacją konstytucyjną, którą należy uznać za bezpośrednio horyzontalnie skuteczną, jest art. 66 Konstytucji RP⁶⁴. Urzeczywistnienie przewidzianego tam prawa każdego do bezpiecznych i higienicznych warunków pracy spoczywa na każdym pracodawcy. Z art. 66 ust. 2 Konstytucji RP można wywieść natomiast obowiązek pracodawcy do niewymagania od pracowników czasu pracy większego niż wskazane w ustawie maksymalne normy czasu pracy. Sprzeczne z przedmiotową regulacją konstytucyjną byłoby również niewynagradzanie pracownika za pracę w nadliczbowym zakresie. Szczegółowe obowiązki związane z realizacją wymienionych w art. 66 Konstytucji RP wartości konstytucyjnych, będą wynikać jednak z regulacji ustawowej.

Wskazane normy konstytucyjne są uszczegółowione i rozszerzane w Kodeksie pracy. Tam też regulowane są szczegółowe obowiązki pracodawcy zwłaszcza w stosunku do pracowników⁶⁵. Tytułem przykładu należy wymienić takie obowiązki pracodawcy, jak organizowanie pracy w sposób zapewniający pełne wykorzystanie czasu pracy i zmniejszenie uciążliwości pracy, zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy oraz prowadzenie systematycznych szkoleń pracowników w tym zakresie, terminowe i prawidłowe wypłacanie wynagrodzenia, ułatwianie pracownikom podnoszenia kwalifikacji zawodowych, a także stosowania obiektywnych i sprawiedliwych kryteriów oceny pracowników oraz wyników ich pracy.

Rzetelne wywiązywanie się ze wskazanych obowiązków stanowi zarazem czynienie zadość zobowiązaniom płynącym z norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

⁶³ L. Garlicki, *Konstytucja...*, op. cit., Komentarz do art. 65 Konstytucji RP, s. 8.

⁶⁴ Za powyższym opowiada się P. Winczorek., *Komentarz do Konstytucji RP z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Wydawnictwo Liber, Warszawa 2000, s. 90. Na innym stanowisku stoi L. Garlicki, op. cit., Komentarz do art. 66 Konstytucji RP, s. 3.

⁶⁵ Por. w szczególności art. 94–99 k.p.

4.3.2. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu a prawa pracownicze

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszą się bezpośrednio do relacji pracowniczych. Pozostają one w bezpośrednim związku z normami konstytucyjnymi i normami Kodeksu pracy. Z nich wywodzą również swój podstawowy zakres treściowy. Ponownie, jak w przypadku dyskryminacji, sposób wywiązywania się z nich ma w swoim podstawowym wymiarze nie negatywny, a pozytywny charakter. Chodzi w szczególności o wdrażanie praktyk, które mają na celu lepszą ochronę i realizację praw pracowników⁶⁶.

Wywiązywanie się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu polega w szczególności na stworzeniu odpowiednich praktyk zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie⁶⁷, uwzględniających nienaruszalną godność, dobro i szanse rozwojowe pracownika. Dużym wyzwaniem we współczesnej gospodarce jest dla przedsiębiorcy przyciągnięcie i utrzymanie wykwalifikowanych pracowników. Wydaje się, że wykwalifikowani pracownicy, którzy mogą decydować o obliczu firmy, zdecydują się na zatrudnienie w miejscu, w którym uwzględniane są wartości etyczne – wartości konstytucyjne w płaszczyźnie prawnej, które wynikają z realizacji przez danego przedsiębiorcę społecznej odpowiedzialności biznesu⁶⁸. Sprzyja to również budowaniu przewagi konkurencyjnej danego przedsiębiorcy. W tym kontekście istotne jest stworzenie pracownikom odpowiednich warunków rozwoju, zwłaszcza doksztalcania się. O istocie powyższego świadczy regulacja omówionego zagadnienia w Karcie Praw Podstawowych, gdzie w art. 14 jako element prawa do nauki traktuje się prawo każdego do dostępu do kształcenia zawodowego i ustawicznego. Kształcenie to może być w szczególności skuteczne w przypadku partnerstwa z działaczami lokalnymi, którzy opracowują programy edukacyjne i szkoleniowe⁶⁹. Formą wywiązywania się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie również edukacyjne i finansowe wspieranie młodych ludzi w trakcie ich nauki, np. przez stworzenie możliwości odbycia praktyk.

Z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu istotne jest również zapewnienie pracownikom odpowiedniej wiedzy i informacji na temat działalności przedsiębiorstwa, w którym pracuje⁷⁰.

⁶⁶ Jak wskazano, rozumianych jednak szerzej niż tylko jako pracowników w rozumieniu Kodeksu pracy.

⁶⁷ Powinno ono uwzględniać w szczególności obiektywny sposób rekrutacji na wszelkie stanowiska w firmie oraz jasne kryteria awansu.

⁶⁸ Może chodzić np. o przedsiębiorstwo, które zatrudnia osoby niepełnosprawne.

⁶⁹ Zielona Księga, punkt 30.

⁷⁰ Por. art. 27 Karty Praw Podstawowych – Prawo pracowników do informacji i konsultacji w ramach przedsiębiorstwa: „Pracownikom lub ich przedstawicielom należy zagwaran-

W zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy normy społecznej odpowiedzialności biznesu odgrywają bardzo dużą rolę przez propagowanie bezpieczeństwa pracy, wykorzystując je jako kryteria przy nabywaniu produktów i usług od innych przedsiębiorstw oraz jako element marketingowy służący do reklamowania swoich produktów lub usług. Te dobrowolne metody można postrzegać jako uzupełnienie przepisów i kontroli przeprowadzanych przez władze publiczne, ponieważ ich celem jest również propagowanie działań prewencyjnych, tj. wyższego poziomu bezpieczeństwa i higieny pracy⁷¹. W tym kontekście istotne jest również stworzenie odpowiedniego systemu certyfikacji bezpieczeństwa produktów, co pozwala na prostą i obiektywną ocenę przedsiębiorcy w zakresie wywiązywania się z norm bhp⁷². Normy społecznej odpowiedzialności biznesu będą miały również zastosowanie w przypadku restrukturyzacji przedsiębiorstw, w czasie których dochodzi zwłaszcza do zagrożeń dla praw pracowniczych⁷³. W sytuacji restrukturyzacji dużego znaczenia nabiera realizacja prawa pracowników do pełnej informacji na temat działalności firmy oraz możliwości konsultacji co do warunków, na jakich restrukturyzacja się dokonuje.

Bezwzględnym obowiązkiem przedsiębiorcy-pracodawcy jest obowiązek uwzględniania w prowadzonej działalności gospodarczej nienaruszalnej godności ludzkiej – w badanym aspekcie godności pracowniczej, wynikającej z art. 11¹ k.p.⁷⁴. W doktrynie prawa pracy godność pracownicza jest rozumiana w sposób tożsamy z pojęciem „godności” ustalonym w prawie konstytucyjnym⁷⁵. Cechują ją jednak szczególne formy ewentualnego naruszenia, wynikające ze specyfiki stosunku pracy. Z godnością jest związana również ochrona innych dóbr osobistych pracowników oraz odpowiedzialność cywilna ustalana na podstawie zasad ogólnych prawa cywilnego.

Niewątpliwie jednym ze sposobów naruszenia godności pracownika, typowego dla relacji pracowniczych jest mobbing⁷⁶. Norma społecznej odpowie-

tować, na właściwych poziomach, informację i konsultację we właściwym czasie, w przypadkach i na warunkach przewidzianych w prawie wspólnotowym oraz ustawodawstwach i praktykach krajowych”.

⁷¹ Zielona Księga, punkt 30.

⁷² Ibidem, punkty 33–34.

⁷³ Ibidem, punkty 35–39.

⁷⁴ Art. 11¹: Pracodawca jest obowiązany szanować godność i inne dobra osobiste pracownika.

⁷⁵ D. Dörre-Nowak, *Ochrona godności i innych dóbr osobistych pracownika*, C.H. Beck, Warszawa 2005, s. 132–133.

⁷⁶ Na gruncie Kodeksu pracy mobbing jest rozumiany jako „działania lub zachowania dotyczące pracownika lub skierowane przeciwko pracownikowi, polegające na uporczywym i długotrwałym nękanii lub zastraszaniu pracownika, wywołujące u niego zaniżoną

działność biznesu poświęcona mobbingowi wynika bezpośrednio z art. 94³ § 1 k.p. Mowa w nim o przeciwdziałaniu mobbingowi jako obowiązku pracodawcy. Nie będzie więc wywiązywaniem się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu wyłącznie unikanie celowego i długotrwałego nękania i zastraszania pracownika. To samo odnosi się do tolerowania i nieprzeciwdziałania przejawom molestowania w miejscu pracy. Molestowanie (szykanowanie) w rozumieniu art. 183^a § 5 punkt 2 k.p.⁷⁷ jest czynem zależnym bezpośrednio od innych współpracowników. To na pracodawcy spoczywa natomiast odpowiedzialność pośrednia. Takie molestowanie zaś może być powiązane z działalnością dyskryminacyjną. Podkreśla się, że „z uwagi na zasadę równości między ludźmi, której formalnym wyrazem jest zasada równości wobec prawa, godność człowieka jest nierozzerwalnie związana z zakazem dyskryminacji”⁷⁸. W związku z tym naruszenie godności człowieka stanowi przejaw dyskryminacji w stosunkach pracy. Równocześnie „naruszenie godności pracownika albo poniżenie lub upokorzenie go nie zawsze musi być objęte zamiarem pracodawcy, niekiedy może ono być skutkiem określonego jego zachowania lub zachowania osób, za których działania lub zaniechania ponosi odpowiedzialność, na które on się godził”⁷⁹.

W związku z tym o wywiązaniu się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu w przypadku mobbingu oraz molestowania będzie decydować konsekwentna polityka pracodawcy zmierzająca do likwidowania tych zjawisk w jakiegokolwiek postaci. W szerszym kontekście zaś wiązać się to będzie z nakazem dla pracodawcy tworzenia przyjaznego środowiska pracy⁸⁰. W szczególności niedopuszczalne powinno być budowanie relacji w pracy z pozycji siły, zatrudnienia na czas ściśle określony, oparte głównie o niedające poczucia stabilności umowy cywilnoprawne (o dzieło czy zlecenie).

Będzie stanowić więc naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu oparcie struktury przedsiębiorstwa na umowach cywilnoprawnych w sytuacji, gdy sposób organizacji pracy jest typowy dla stosunku pracy, nawet jeżeli nie będzie to sprzeczne z bezwzględnie obowiązującymi regula-

ocenę przydatności zawodowej, powodujące lub mające na celu poniżenie lub ośmieszenie pracownika, izolowanie go lub wyeliminowanie z zespołu współpracowników” (art. 94³ § 2).

⁷⁷ Na gruncie Kodeksu pracy molestowanie to „zachowanie, którego celem lub skutkiem jest naruszenie godności albo poniżenie lub upokorzenie pracownika”.

⁷⁸ D. Dörre-Nowak, op. cit., s 127.

⁷⁹ K. Rączka, *Prawo pracy, Komentarz do art. 183a Kodeksu Pracy*, Wydawnictwo Prawnicze Lexis-Nexis, Warszawa 2004.

⁸⁰ Również przez wynagradzanie wszelkich osiągnięć czy chęci dalszego kształcenia się oraz umożliwienie awansowania z tego tytułu.

cjami prawnymi⁸¹. Naruszeniem norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie również współpraca z młodymi osobami, w szczególności po studiach na zasadach praktyki – bardzo często spotykana jest nieodpłatna praca młodych osób przez czas nieokreślony, dłuższy niż miesiąc bez jakiegokolwiek prawnego uregulowania ich sytuacji i bez zagwarantowania zatrudnienia po tego typu „praktyce”. Prowadzi to do sytuacji, w której część działalności przedsiębiorstw (np. kancelarii prawnych), zwłaszcza tej o charakterze technicznym i pomocniczym jest świadczona nieodpłatnie przez młode, cyklicznie zmieniające się osoby. Zbudowanie struktury przedsiębiorstwa w taki sposób będzie naruszeniem norm społecznej odpowiedzialności biznesu, nawet jeżeli nie dojdzie do złamania bezwzględnie obowiązujących norm prawnych.

Inną sytuacją, która może zilustrować przypadki naruszeń norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest nieodpowiednia organizacja czasu pracy. Jak wskazywano czas pracy jest poddany regulacji konstytucyjnej. W tej materii jednak normy społecznej odpowiedzialności biznesu mogą sięgać dalej. Za niedopuszczalne z ich punktu widzenia jest zmuszanie pracowników do pracy w godzinach nadliczbowych, bez wypłacania dodatkowego wynagrodzenia z tego tytułu. Powyższe należy odnieść zarówno do pracowników fizycznych, jak i umysłowych. W przypadku tych pierwszych, kontrola czasu pracy ze strony organów państwowych ma miejsce po głośnych procesach sądowych wygranych przez pracowników supermarketów⁸² i wydaje się być w przypadku pracowników wielkopowierzchniowych obiektów handlowych skuteczniejsza. Cały czas jednak w niektórych gałęziach gospodarki np. na rynku usług świadczonych przez agencje ochrony, naruszane są prawa pracownicze także w zakresie dotyczącym pracy w godzinach nadliczbowych. Jeżeli chodzi natomiast o pracowników umysłowych to szczególne problemy w tej materii występują w dużych korporacjach. W strategiach tych firm pod pozorem budowania odpowiedniej kultury pracy tworzy się presję do pracy do późnych godzin wieczornych i w weekendy. Tymczasem normy społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie regulowania czasu pracy zakładają racjonalną organizację czasu pracy, z uwzględnieniem prawa każ-

⁸¹ Sytuacja taka występowała w ocenie Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy w spółce Ekotrade, gdzie agenta ochrony zatrudniano na podstawie umowy cywilnoprawnej, pomimo że jego praca miała charakter świadczenie pracy, por. wyrok Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy z 22 grudnia 2008 r., sygn. VII P 5238/06 utrzymany w mocy wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie z 19 czerwca 2009 r., sygn. XII Pa 138/09.

⁸² Por. w szczególności wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z 17 lipca 2007 r. w sprawie z powództwa Bożeny Łopackiej przeciwko Jeronimo Martins Dystrybucja SA, sygn. akt III Apa 19/07.

dego pracownika do wypoczynku i wynagrodzenia za pracę w dodatkowym wymiarze.

Z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszących się do szeroko rozumianego prawa pracy istotna jest podmiotowa sfera zatrudnienia. Za jednoznacznie sprzeczne ze wskazanymi w rozdziale drugim normami międzynarodowymi oraz zasadami konstytucyjnymi jest zatrudnianie dzieci. Wydaje się, że w sferze tej na terenie Polski nie dochodzi do wielu nieprawidłowości. W perspektywie jednak dalszego dynamicznego rozwoju polskich firm, można wyobrazić sobie sytuację, w której polskie firmy będą wchodzić na rynki państw Trzeciego Świata, gdzie taka praktyka jest powszechna. Wydaje się również, że rola polskich przedsiębiorstw w tym zakresie mogłaby polegać na wymaganium od swoich zagranicznych kontrahentów wyjaśniania wszelkich wątpliwości co do pracy dzieci w tych firmach.

Pozytywne i w pełni uzasadnione z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu będzie zatrudnianie niepełnosprawnych. Powyższe nie powinno być traktowane tylko w kategoriach dodatkowego zysku⁸³, a świadomej decyzji przedsiębiorcy, która powinna przełożyć się na poprawę jego wizerunku oraz większą efektywność i wyniki finansowe samego przedsiębiorstwa.

Na kanwie żywej dyskusji, jaka miała miejsce w Polsce w związku z uchwaleniem tzw. nowej ustawy lustracyjnej⁸⁴, nasuwa się obserwacja dotycząca konieczności ukształtowania stosunku pracy opartego na o obiektywnych i *stricte* merytorycznych kryteriach. W tym kontekście za niedopuszczalne należy uznać danie przedsiębiorcy prawa do dyscyplinarnego wypowiedzenia umowy o pracę na podstawie niejasnych kryteriów dotyczących współpracy ze służbami bezpieczeństwa w okresie komunizmu, w sytuacji, gdy fakt takiej współpracy nie jest potwierdzony wyrokiem sądowym. Skorzystanie z takiego uprawnienia przez pracodawcę stanowiłoby naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu⁸⁵.

Z zasad społecznej odpowiedzialności biznesu wynika również konieczność ochrony tzw. *whistleblowers* – osób, które działają w interesie społecznym i doprowadzają do wykrycia i upublicznienia nieprawidłowości,

⁸³ Przedsiębiorcy zatrudniający niepełnosprawnych w Polsce uzyskują od państwa dodatkowe dofinansowanie z tego tytułu.

⁸⁴ Ustawa z 18 października 2006 r. o ujawnianiu informacji o dokumentach organów bezpieczeństwa państwa z lat 1944–1990 oraz treści tych dokumentów, DzU 2006, nr 218, poz. 1592, nr 249, poz. 1832; DzU 2007, nr 25, poz. 162.

⁸⁵ Stało się to niemożliwe w związku z wyrokiem TK z 11 maja 2007 r., sygn. akt K 2/07, OTK ZU 2007. nr 5A, poz. 48.

np. w spółkach⁸⁶. W takiej sytuacji na pracodawcy spoczywa szczególne zobowiązanie w zakresie ochrony takich pracowników przed szykanami i zwolnieniem⁸⁷. Wskazywanie na nieprawidłowości w funkcjonowaniu przedsiębiorstw jest zjawiskiem korzystnym, które przyczynia się do usprawnienia ich funkcjonowania i większej transparentności ich działań. W żadnym wypadku powyższe działania nie powinny być podstawą zwolnienia. W wielu państwach dostrzeżono konieczność ochrony osób, które podejmują działania w interesie publicznym i są z tego powodu szykanowane. Ma to miejsce m.in. w prawie brytyjskim na podstawie *Public interest disclosure act*⁸⁸ oraz w prawie amerykańskim, gdzie obecnie jest uchwalany *Whistleblower protection enhancement act*. W polskim prawie, jak dotychczas, nie ma odrębnych regulacji chroniących ten przejaw działalności publicznej – czy raczej: w interesie publicznym. Należy jednak zwrócić uwagę, że ochrona tzw. *whistleblowers* jest konieczna w świetle norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Wynika to zwłaszcza z założeń ogólnych Wytycznych OECD⁸⁹.

4.3.3. Wnioski

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczące relacji pracowniczych wynikają z norm konstytucyjnych. Jednak w przeciwieństwie do norm konstytucyjnych dotyczących dyskryminacji źródło konstytucyjne dla norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest w tym przypadku bardziej ograniczone. Wynika to z nadania konstytucyjnym prawom ekonomicznym i socjalnym – do nich zaliczają się postanowienia art. 65 ust. 1 i art. 66 Konstytucji RP – charakteru kierunkowego określającego założenia polityki państwowej. Wskazane jednak w Konstytucji RP wartości mają przełożenie na główne

⁸⁶ Najbardziej znaną sprawą, w której ważną rolę odegrał tzw. *whistleblower* była sprawa bankructwa Enronu.

⁸⁷ Na gruncie polskim, ciekawą, choć jeszcze nierozstrzygniętą sądowo sprawą jest przypadek Piotra Sułki, pracownika Post Media Serwis sp. z o.o. na stanowisku redaktora naczelnego tygodnika zakładowego „Poczta Polska”. Powyższy tygodnik jest wydawany na zlecenie Poczty Polskiej, a wyżej wymieniona Spółka stanowi własność Poczty Polskiej. P. Sułek w piśmie do Ministerstwa Infrastruktury, które nadzoruje działalność Poczty Polskiej, podnosił, że w Post Media Serwis sp. z o.o. dochodzi do wielu nieprawidłowości finansowych, zwłaszcza że wydawanie tygodnika „Poczta Polska” przewyższa znacząco koszty jego wydawania, oraz że spółka zatrudnia czteroosobowy zarząd wraz z doradcami, co stanowi dużą liczbę, biorąc pod uwagę, że Spółka zatrudnia 25 pracowników. W konsekwencji listu P. Sułek został zwolniony. Por. P. Miączyński, K. Niklewicz, *Pocztowa kasa PiS*, „Gazeta Wyborcza” z 10 czerwca 2008 r.; P. Miączyński, K. Niklewicz, *Pocztowa kara za nielojalność*, „Gazeta Wyborcza” z 12–13 lipca 2008 r.

⁸⁸ http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1998/ukpga_19980023_en_1

⁸⁹ Por. punkt 2.2.2. niniejszej pracy.

źródło norm społecznej odpowiedzialności biznesu, jakim jest Kodeks pracy. Zawarte tam postanowienia stanowią co do zasady treść tych norm. Inny jest jednak sposób ich egzekwowania. Chodzi tutaj bardziej o działania pozytywne, całościową politykę zarządzania firmą niż o niełamanie zakazów prawnych zawartych w Kodeksie pracy. Istotą norm społecznej odpowiedzialności będzie więc również wynikające z nich zobowiązanie do wdrażania ich w sposób uprzedni, a nie dopiero w związku z zaistniałymi nieprawidłowościami.

W związku z faktem, że podstawowym źródłem dla społecznej odpowiedzialności biznesu jest w przypadku praw pracowniczych Kodeks pracy będą one miały w omawianym zakresie głównie charakter bezwzględnie obowiązujący. Sytuacja taka będzie dotyczyć w szczególności nakazu przeciwdziałania mobbingowi, molestowaniu, naruszeniu norm czasu pracy lub zatrudnianiu dzieci. W tym przypadku będziemy mieli również do czynienia z możliwością cywilnej odpowiedzialności prawnej. Natomiast w pozostałych omówionych przypadkach (praca młodych osób bez uregulowania ich statutu, branie pod uwagę subiektywnych okoliczności jako podstawy do wypowiedzenia umowy) zachowanie przedsiębiorców będzie stanowić również naruszenie bezwzględnie obowiązujących norm społecznej odpowiedzialności biznesu. W tym zakresie nie będą one jednak mogły podlegać skutecznej egzekucji w postępowaniu sądowym. Jednak w obu omówionych przypadkach naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie skutkowało osłabieniem wizerunku danej firmy⁹⁰. Charakter dyspozytywny będą miały normy społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczące stworzenia jasnych kryteriów awansu w pracy, demokratycznego, partnerskiego systemu zarządzania firmą czy zatrudnienia osób niepełnosprawnych – wywiązanie się z tych norm zależne będzie od decyzji przedsiębiorcy, z tym, że nie podjęcie tych działań może skutkować gorszymi wynikami ekonomicznymi przedsiębiorstwa lub brakiem możliwości zbudowania korzystnego wizerunku dla opinii publicznej i potencjalnych klientów.

Poprzez wdrażanie w działalności przedsiębiorców norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie dochodzić do znacznego podwyższenia standardów ochrony pracownika w porównaniu z kierunkowymi założeniami konstytucyjnymi (które określają jednak wartości niezbędne dla odpowiedniego rozumienia norm społecznej odpowiedzialności biznesu). Rezultatem wywiązywania się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie natomiast stabilizacja zatrudnienia, wyższy poziom zadowolenia pracowników i ich rodzin, dobry wizerunek zewnętrzny, możliwość uniknięcia konfliktów

⁹⁰ Sytuacja taka miała niewątpliwie miejsce w przypadku naruszeń praw pracowniczych w supermarketach Biedronka.

sądowych czy medialnych i zbudowania w efekcie przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych przedsiębiorców czy nawet skok rozwojowy⁹¹.

4.4. Wolność słowa, prawo do krytyki

4.4.1. Konstytucyjne pojęcie „wolności słowa”

Wolność słowa wynika z art. 54 Konstytucji RP: „Każdemu zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji”. Prawu temu nadaje się szeroki zakres znaczeniowy⁹². Odnosi się on do wolności wyrażania poglądów (zarówno własnych, jak i cudzych), wolności rozpowszechniania informacji przy użyciu wszelkich środków komunikowania oraz wolności uzyskiwania informacji przez poszukiwanie i dostęp do krajowych i zagranicznych źródeł informacji⁹³. Uzupełnienie art. 54 Konstytucji RP zawarte jest w innych przepisach konstytucyjnych⁹⁴.

Art. 54 Konstytucji RP, w związku z wystarczającym poziomem konkretyzacji, ma bezpośrednie zastosowanie także na płaszczyźnie horyzontalnej. W związku z tym jego treść wiąże nie tylko organy państwowe, lecz także podmioty prywatne. Powinny one w ramach przysługującej im kompetencji lub prowadzonej działalności (zwłaszcza gospodarczej) mieć na względzie funkcjonowanie zasady wolności wypowiedzi. Wolność wypowiedzi jest powszechnie uznawana jako podstawa demokratycznego państwa prawnego, zapewniająca funkcjonowanie idei pluralizmu i tolerancji.

Zgodnie z zasadami ogólnymi ograniczenia wolności słowa powinny znajdować uzasadnienie w szczególności w konieczności zapewnienia bezpieczeństwa publicznego, wolności i praw innych osób oraz być proporcjonalne i nie naruszać istoty tej wolności (art. 31 ust. 3 Konstytucji RP).

⁹¹ Porównaj badania prowadzone przez J.C. Collins, *Od dobrego do wielkiego. Siedem czynników przetrwania i zwycięstwa firm*, Jacek Santorski Wydawnictwa Biznesowe, - Warszawa 2003.

⁹² P. Sarnecki, *Komentarz do art. 54 Konstytucji RP*, w: L. Garlicki, op. cit., *Komentarz...*, s. 2.

⁹³ Ibidem; W. Skrzydło, *Komentarz do art. 54 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*, w: W. Skrzydło, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej. Komentarz*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków 2002.

⁹⁴ Por. następujące artykuły Konstytucji RP: art. 49 – wolność i ochrona tajemnicy komunikowania się; art. 25 ust. 2 – swoboda wyrażania przekonań religijnych, światopoglądowych, i filozoficznych w życiu publicznym; art. 14 – wolność prasy i innych środków masowego przekazu; art. 61 – dostęp do informacji publicznej; art. 51 ust. 3 – dostęp każdego do dotyczących go urzędowych dokumentów i zbiorów danych; art. 63 – prawo składania petycji, wniosków i skarg.

Każdorazowa ocena proporcjonalności ograniczenia wolności słowa powinna być dokonywana pod kątem tego, czy wprowadzona regulacja jest w stanie doprowadzić do zamierzonych przez nią skutków, czy jest ona niezbędna dla ochrony interesu publicznego, z którym jest połączona, czy efekty wprowadzonej regulacji pozostają w proporcji do ciężarów nakładanych przez nią na obywatela⁹⁵. TK zaznaczył, iż powinny być zastosowane środki niezbędne „w tym sensie, że chronić one będą określone wartości w sposób, bądź w stopniu, który nie mógłby być osiągnięty przy zastosowaniu innych środków, a jednocześnie winny to być środki jak najmniej uciążliwe dla podmiotów, których prawa bądź wolności ulegają ograniczeniu”⁹⁶. Przykładem takich ograniczeń może być m.in. ochrona dóbr osobistych (art. 23–24 k.c. i 448 k.c.) oraz tzw. lojalność pracownicza, wynikająca z przepisów Kodeksu pracy. Konstytucyjnie wątpliwe jest wprowadzanie ograniczeń w korzystaniu z wolności słowa lub prawa do krytyki w aktach prawnych podustawowych (kodeksy etyki czy regulaminy wewnętrzne firm), nawet jeżeli powyższe wynika z delegacji ustawowej. Sytuacja taka ma miejsce w szczególności w przypadku wolnych zawodów.

Konstytucyjna wolność słowa i prawo do krytyki powinny być definiowane z uwzględnieniem orzecznictwa ETPCz ukształtowanego na podstawie art. 10 Konwencji. ETPCz traktuje swobodę wypowiedzi jako jeden z filarów demokratycznego społeczeństwa, podstawę jego rozwoju i warunek samo-realizacji jednostki⁹⁷. Swoboda ta odnosi się zdaniem ETPCz również do wypowiedzi kontrowersyjnych, oburzających lub nawet obrażających – takie są wymogi tolerancji w demokratycznym społeczeństwie.

4.4.2. Konstytucyjna wolność słowa a normy społecznej odpowiedzialności biznesu

Omówione przepisy dotyczące wolności słowa były tradycyjnie adresowane do organów państwowych, które traktowano równocześnie jako potencjalnego gwaranta i naruszydiciela wskazanej wolności. Nie ma jednak podstaw, żeby unormowania art. 54 Konstytucji RP nie odnieść również do działalności przedsiębiorców. W związku z tym normy społecznej odpowiedzialności biznesu powinny być wywodzone także z art. 54 Konstytucji RP.

⁹⁵ Orzeczenie TK z 26 kwietnia 1995 r., sygn. akt K 11/94, OTK ZU 1995, nr 12; Wyrok TK z 28 czerwca 2000 r., sygn. akt K 34/99, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 142; Wyrok TK z 29 czerwca 2001 r., sygn. akt K 23/00, OTK ZU 2001, nr 5, poz. 124; Wyrok TK z 3 października 2000 r., sygn. akt K 33/99, OTK ZU 2000, nr 6, poz. 188.

⁹⁶ Wyrok TK z 3 października 2000 r., sygn. akt K 33/99, OTK ZU 2000, nr 6, poz. 188.

⁹⁷ Wyrok ETPCz z 7 grudnia 1976 r. w sprawie *Handyside przeciwko Wielkiej Brytanii* (skarga nr 5493/72).

Jeżeli chodzi o środowisko pracy to ważne jest istnienie tam relacji, które umożliwiają skorzystanie z wolności słowa, a zwłaszcza z prawa do krytyki. Z art. 100 § 2 punkt 4 i 6 k.p. wynika dla pracownika obowiązek dbania o dobro zakładu pracy i przestrzegania zasad współżycia społecznego⁹⁸. Wywodzony z niego obowiązek szacunku dla przełożonych⁹⁹ nie może prowadzić do uznania, że pracownik nie ma prawa do konstruktywnej krytyki swojego pracodawcy – lojalność pracownicza nie może prowadzić do uniemożliwienia skorzystania z wolności słowa. Wnioski dla interpretacji polskiej regulacji Kodeksu pracy, w świetle zgodnym z normami społecznej odpowiedzialności biznesu można oprzeć na orzecznictwie ETPCz. W wyroku z 29 lutego 2000 r. w sprawie *Fuentes Bobo przeciwko Hiszpanii*¹⁰⁰ ETPCz uznał, że zasadą jest pełna dopuszczalność krytyki pracodawcy, o ile nie ma ona charakteru obraźliwego. Istnieją jednak sytuacje, w których taki obraźliwy charakter wypowiedzi będzie dopuszczalny. Taka krytyka musi mieć wtedy jednak charakter spontaniczny¹⁰¹, być podjęta w interesie publicznym i pozostawać w związku z publiczną dyskusją. W wyroku z 14 marca 2002 r. w sprawie *De Diego Nafria przeciwko Hiszpanii*¹⁰² ETPCz za przekraczające granice obraźliwej krytyki uznał wywieszenie przez wysokiego urzędnika krytycznego listu w stosunku do pracodawcy na terenie zakładu pracy bez przywołania potwierdzających twierdzenia dowodów. Wydaje się również, że w świetle orzecznictwa ETPCz w przypadku krytyki przełożonego nie można wymagać bezwzględnego spełnienia kryterium prawdziwości podawanych informacji – istotne jest, aby argumenty były podnoszone w społecznie uzasadnionym interesie¹⁰³.

W związku z tym normy społecznej odpowiedzialności biznesu wprowadzone z treści art. 54 Konstytucji RP i powiązanego z nim orzecznictwa

⁹⁸ U. Jackowiak (red.), *Kodeks pracy z komentarzem*, Fundacja Gospodarcza, Gdańsk 2004, komentarz do art. 100 k.p., stwierdza: „Obowiązek pracownika przestrzegania zasad współżycia społecznego jest prawnym obowiązkiem stosowania norm o charakterze pozaprawnym, zwłaszcza norm moralnych i zwyczajów. Stosowanie tych norm ma zapewniać ukształtowanie właściwej atmosfery w miejscu pracy, nacechowanej wzajemną życzliwością, opartej na koleżeńskim współpracy i wzajemnej pomocy. Ten ogólny obowiązek stanowi podstawę do formułowania bardziej szczegółowych dyrektyw: przejawiania koleżeńskości stosunku do innych pracowników, okazywania szacunku przełożonym, podwładnym, a zwłaszcza pracownikom młodocianym, niezakłócania spokoju i porządku w miejscu pracy”.

⁹⁹ Ibidem.

¹⁰⁰ Sprawa nr 39293/98, <http://cmiskp.echr.coe.int/tpk197/search.asp?skin=hudoc-en>

¹⁰¹ Np. w czasie wywiadu telewizyjnego na żywo.

¹⁰² Sprawa nr 46833/99, <http://cmiskp.echr.coe.int/tpk197/search.asp?skin=hudoc-en>

¹⁰³ Wyrok ETPCz z 20 maja 1999 r. w sprawie *Bladet Tromso i Stensaas przeciwko Norwegii* (nr 21980/93); Wyrok ETPCz z 28 września 1999 r. w sprawie *Dalban przeciwko Rumunii* (nr 28114/95).

ETPCz będą zakładać zbudowanie relacji w przedsiębiorstwie z uwzględnieniem prawa pracownika do konstruktywnej krytyki przełożonego i współpracownika. Normy te będą wykluczać również możliwość ukarania (np. dyscyplinarnie) pracownika za takie skorzystanie z wolności słowa.

Istotne jest w tym miejscu wskazanie na możliwe ograniczenia na poziomie regulacji wewnętrznej w pracy – w szczególności na gruncie kodeksów etycznych danego zawodu oraz wewnętrznych regulaminów pracy. Kodeksy etyki zawodowej (deantologiczne) występują w szczególności na gruncie zawodów zaufania publicznego¹⁰⁴. Ich regulacje wprowadzają często w celu ochrony dobrego imienia zawodu ograniczenie lub zakaz krytyki. Taka sytuacja miała miejsce na gruncie Kodeksu etyki lekarskiej¹⁰⁵. Wciąż obowiązują na gruncie Kodeksu etyki zawodowej radców prawnych¹⁰⁶. Ograniczenie lub brak możliwości krytyki w zawodzie lekarza i radcy prawnego można traktować w przedstawionym kontekście jako przeszkodę w upowszechnianiu zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie odnoszącym się do wolności słowa. Taka sytuacja może prowadzić w szczególności do nieujawniania istniejących nieprawidłowości, co w efekcie może narażać klientów na poważne niebezpieczeństwo. Podobne skutki mogą wystąpić w przypadku analogicznie brzmiących regulaminów wewnętrznych firm, które ograniczałyby wolność słowa w znacznym zakresie.

Wolność słowa odgrywa równie znaczącą rolę w przypadku norm zewnętrznej sfery społecznej odpowiedzialności biznesu. Tłumienie przez przedsiębiorców debaty publicznej w celu ochrony własnej renomy lub ukrycia występujących nadużyć może w szczególności mieć daleko sięgające skutki społeczne. Przykładem takich działań są powództwa typu SLAPP (ang. *Strategic Lawsuits Against Public Participation*).

¹⁰⁴ Por. art. 17 Konstytucji RP.

¹⁰⁵ Art. 52 ust. 2 Kodeksu etyki lekarskiej stanowił: „Lekarz nie powinien wypowiadać wobec chorego i jego otoczenia, a także wobec personelu asystującego lub publicznie, niekorzystnej oceny działalności zawodowej innego lekarza lub dyskredytować go w jakikolwiek sposób”. TK uznał jednak w wyroku z 23 kwietnia 2008 r. (sygn. akt SK 16/07, OTK ZU 2008, nr 3A, poz. 45), że jest niezgodne z Konstytucją RP zakazywanie prawdziwych i uzasadnionych z punktu widzenia ochrony interesu społecznego wypowiedzi publicznych na temat działalności zawodowej innego lekarza. TK uznał, że w tym zakresie art. 52 Kodeksu etyki lekarskiej narusza konstytucyjną wolność słowa.

¹⁰⁶ Art. 53 Kodeksu etyki zawodowej radców prawnych:

„1. Niedopuszczalne jest wypowiadanie przez radcę prawnego wobec osób trzecich negatywnej opinii o pracy zawodowej innego radcy prawnego.

2. Wydanie negatywnej opinii o radcy prawnym, także co do jego pracy zawodowej, jest dopuszczalne, jeżeli opinia taka jest oparta na faktach, a potrzeba albo obowiązek jej wydania wynikają z zadań lub uprawnień służbowych bądź samorządowych”.

SLAPP można zdefiniować jako powództwo lub powództwo wzajemne, skierowane przeciwko osobie lub organizacji, w sytuacji, gdy ta osoba lub organizacja podejmują próby działalności lub wyrażenia opinii w sferze społecznie doniosłej. Najczęściej pozwy SLAPP przybierają formę powództw cywilnych o ochronę dóbr osobistych, a w szczególności dobrego imienia, naruszonych rzekomo przez zniesławienie. Pozwy SLAPP zmierzają więc przede wszystkim do podważenia wiarygodności pozwanego przez wskazanie, że jego działania naruszają prawo. Dążą one również do odwrócenia uwagi od głównego problemu, są próbą zduszenia publicznej debaty i zamienienia jej w kosztowny i sformalizowany spór sądowy. Istotą pozwu SLAPP jest więc zazwyczaj nie tyle wygranie procesu, co odniesienie sukcesu na gruncie publicznym poprzez zastraszenie lub zniechęcenie do działalności osób, których interesy są sprzeczne z interesami powoda. Wnoszący pozwy SLAPP dążą w szerszym kontekście do wytworzenia w społeczeństwie lub wśród członków danej grupy przekonania, że uczestniczenie w debacie publicznej niesie z sobą duże ryzyko bycia pozwanym i zmuszonym do kosztownego postępowania sądowego. Problem pozwów SLAPP jest powszechnie znany w Stanach Zjednoczonych. Efektem tego jest uchwalenie w wielu stanach amerykańskich¹⁰⁷ specjalnych ustaw, które mają na celu przeciwdziałanie pozwom typu SLAPP, w szczególności poprzez stworzenie sędziemu większych możliwości oddalenia powództwa. Na gruncie europejskim bardzo duży rozgłos zyskała tzw. sprawa *McLibel* rozpatrywana ostatecznie przez ETPCz (sprawa *Steel and Morris przeciwko Wielkiej Brytanii*¹⁰⁸) Helen Steel i David Morris zostali uznani przez sąd angielski winnymi zniesławienia McDonald's, do którego doszło na skutek kampanii przy użyciu ulotek. W sprawie tej ETPCz odwołał się do swojego orzecznictwa. Uznał przede wszystkim, że granice krytyki w stosunku do korporacji transnarodowych są dalej posunięte (sprawa *Fayed przeciwko Wielkiej Brytanii*¹⁰⁹). Powyższe jednak zdaniem ETPCz nie oznacza, że takie korporacje nie mają prawa do ochrony swojego dobrego imienia¹¹⁰. Zdaniem ETPCz, w sytuacji, gdy na gruncie prawa krajowego korporacje takie prawo posiadają na państwie spoczywa obowiązek zapewnienia równości broni w postępowaniu sądo-

¹⁰⁷ Arkansas, Kalifornia, Delaware, Floryda, Georgia, Guam, Hawaje, Indiana, Luizjana, Maine, Maryland, Massachusetts, Minnesota, Missouri, Nebraska, Nowada, Nowy Meksyk, Nowy Jork, Oklahoma, Oregon, Pensylwania, Rhode Island, Tennessee, Utah, Waszyngton, Zachodnia Wirginia.

¹⁰⁸ Wyrok z 15 lutego 2005 r., nr 68416/01.

¹⁰⁹ Wyrok z 21 września 2004 r., Seria A, nr 294-B, § 75.

¹¹⁰ Sprawa *Markt Intern Verlag GmbH and Beerman przeciwko Niemcom*, wyrok z 20 listopada 1989 r., Seria A nr 165, § 33–38.

wym tak, aby strona pozwana miała faktyczne możliwości wykazania braku bezprawności swojego działania¹¹¹. Inaczej może dojść bowiem w świetle środków i instrumentów, którymi dysponują korporacje transnarodowe, do efektu zmrożenia debaty publicznej (tzw. *chilling effect*)¹¹².

Przedstawione standardy ETPCz znajdują również zastosowanie na gruncie regulacji polskich. Świadczy o tym wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z 17 maja 2006 r. w sprawie *ING Nationale Nederlanden Polska SA przeciwko Stowarzyszeniu Osób Poszkodowanych przez ING Nationale Nederlanden*¹¹³. Z uzasadnienia wyroku wynika, że w ocenie sądu powództwo wniesione przez ING Nationale Nederlanden stanowiło nadużycie prawa i było sprzeczne z zasadami współzycia społecznego – zmierzało bowiem do uciszenia publicznej debaty, dotyczącej sposobu traktowania obecnych i byłych agentów ING Nationale Nederlanden.

Przykład pozwów SLAPP i przywołane orzecznictwo wskazuje, jakie działania korporacji transnarodowej są niedopuszczalne w świetle norm społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczącej wolności słowa. Sprzeczne z tymi normami jest wykorzystanie silnej pozycji rynkowej w celu tłumienia krytyki pochodzącej ze strony konkurentów, konsumentów, byłych pracowników lub innych kontrahentów przedsiębiorcy (np. społeczności lokalnych w związku z realizowanymi przez przedsiębiorcę inwestycjami). W tym zakresie naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest równoznaczne z nadużyciem prawa i jest sprzeczne z zasadami współzycia społecznego.

Innym przykładem negatywnej ingerencji przedsiębiorcy w wolność słowa jest współpraca z reżimem autorytarnym danego państwa, która skutkuje ograniczeniem wolności słowa i dostępu do informacji, umożliwiając tym samym skuteczne funkcjonowanie cenzury w tym państwie. Najlepszym przykładem takiego zachowania jest współpraca firmy Google z rządem Chińskiej Republiki Ludowej, która polegała na blokowaniu dostępu do informacji, które w ocenie państwa chińskiego zawierają treści z punktu widzenia tego państwa niebezpieczne¹¹⁴.

¹¹¹ § 95 wyroku w sprawie *Steel and Morris przeciwko Wielkiej Brytanii*.

¹¹² Ibidem.

¹¹³ Sygn. akt: I ACa 15/06, wyrok niepublikowany. Powództwo wniesione zostało przez ING Nationale Nederlanden przeciwko wskazanemu Stowarzyszeniu. ING Nationale Nederlanden twierdziło, że działanie Stowarzyszenia narusza ich dobra osobiste, w szczególności dobre imię. Por. M. Bernatt, *Glosa do wyroku Sądu Apelacyjnego (I ACa 15/06) z dnia 17 maja 2006 r. w sprawie ING Nationale Nederlanden Polska S.A. przeciwko Stowarzyszeniu Osób Poszkodowanych przez ING Nationale Nederlanden*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2009, nr 4, s. 28–32.

¹¹⁴ Por. punkt 1.4.3. niniejszej książki.

4.4.3. Wnioski

Wolność słowa odgrywa w demokratycznym społeczeństwie ogromną rolę. Jej konstytucyjne znaczenie powinno być odnoszone do działalności przedsiębiorców również w związku z faktem uznania art. 54 Konstytucji RP za bezpośrednio skuteczny, także horyzontalnie. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczące wolności słowa należy więc wywodzić bezpośrednio z Konstytucji RP. Będą one oddziaływać w sferze wewnętrznej działań przedsiębiorcy, w szczególności w stosunku do pracowników. W sferze tej norma społecznej odpowiedzialności będzie miała charakter bezwzględnie obowiązujący i będzie zakazywać wyłączenia prawa do krytyki przełożonego, jak i w szerszym kontekście ograniczeń w swobodzie wyrażania opinii o działalności przedsiębiorstwa. W tej materii istotne jest pozytywne zobowiązanie do stworzenia wewnętrznych uregulowań przedsiębiorstw i zawodów zaufania publicznego, które taką krytykę umożliwią. Konieczna staje się również ich prokonstytucyjna wykładnia.

W sferze zewnętrznej normy społecznej odpowiedzialności biznesu będą odnoszone natomiast do kontaktów przedsiębiorcy z jego kontrahentami i będą zakazywać wpływania w sposób negatywny na debatę publiczną, np. poprzez wykorzystywanie pozycji rynkowej, zastraszanie i kierowanie spraw na drogę sądową¹¹⁵.

4.5. Prawo do prywatności

4.5.1. Konstytucyjne podstawy prawa do prywatności

Prawo do prywatności jest uważane za godne ochrony na skutek długotrwałej ewolucji. Już w 1890 r. dwaj amerykańscy prawnicy Samuel Warren i Louis Brandeis opublikowali artykuł *The right to privacy*, w którym wskazywali na konieczność zapewnienia ochrony prawa do prywatności¹¹⁶. Autorzy zwracali uwagę na wkraczanie przez prasę w „święty krąg” życia prywatnego i domowego, w związku z rozwojem technicznym i wzrostem zainteresowania społecznego. Ich zdaniem zachodzi konieczność zapewnienia prywatności w każdej postaci, w jakiej może być ona wyrażona. Prawo do prywatności podlega jednak, ich zdaniem, zasadniczemu ograniczeniu ze względu na interes publiczny lub powszechny.

¹¹⁵ W szczególności poprzez wnoszenie pozwów typu SLAPP lub posługiwaniem się prywatnym aktem oskarżenia na gruncie art. 212 Kodeksu karnego.

¹¹⁶ S.D. Warren, L.D. Brandeis, *The right to privacy*, “Harvard Law Review” 1890, www.lawrence.edu/fac/boardmaw/Privacy_brand_warr2.html.

Prawo do prywatności podlega ochronie we wszystkich współczesnych, rozwiniętych systemach prawnych. Różne jest jednak podejście do możliwości jego ograniczenia, ze względu na istnienie interesu publicznego oraz zapewnienie wolności słowa w odniesieniu do działalności osób publicznych. Najbardziej liberalne stanowisko prezentuje orzecznictwo amerykańskie, które zezwala na szeroką ingerencję mediów w sferę życia osób publicznych¹¹⁷. Definicja osoby publicznej jest również w tym systemie najszersza – przykładowo osobą publiczną można się stać bez swojej zgody, na skutek udzielenia pomocy innej osobie publicznej¹¹⁸. System prawny w Europie na gruncie orzeczeń Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu oraz orzeczeń sądów krajowych nie postrzega wolności słowa jako kategorii istotniejszej od prawa do prywatności. Ugruntowany jest również pogląd, że sfera prywatności jest węższa w przypadku osób publicznych. Nie oznacza to jednak, że orzecznictwo jest ze sobą wzajemnie zgodne, czego najlepszym przykładem są odmienne orzeczenia niemieckich sądów (por. w szczególności orzeczenie sądu w Hamburgu z 31 stycznia 2006 r.¹¹⁹, gdzie nie przyznano ochrony w przypadku zdjęcia zrobionego w miejscu publicznym¹²⁰ oraz Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w sprawie dotyczącej hanowerskiej księżniczki Karoliny¹²¹).

Prawo do prywatności podlega ochronie na poziomie konstytucyjnym w art. 47 Konstytucji RP¹²². Fakt ten ma doniosłe znaczenie również na gruncie prawa prywatnego¹²³. Art. 47 Konstytucji RP doznaje jednak ograniczeń już na gruncie samej Konstytucji RP. Ich źródła możemy szukać w art. 51 Konstytucji RP, z którego wynika możliwość istnienia ustawowego obowiązku ujawniania informacji o własnej osobie, w art. 54 odnoszącym się do wolności wyrażania własnych poglądów, a także pozyskiwania i rozpowszechniania informacji oraz w art. 61 statuującym prawo powszechnego

¹¹⁷ J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo do ochrony prywatności osób publicznych w orzecznictwie polskim i zagranicznym*, „Glosa” 2005, nr 1, s. 36–37.

¹¹⁸ Por. sprawa *Sipple v. Chronicle Publishing Co.*, 1984, 10 MLR 1690, 201 Cal. Rptr. 665 http://www.unt.edu/journalism/student_resources/class_web_sites/media_law/privacy.html

¹¹⁹ Sygn. akt 7U 82/05

¹²⁰ Inne orzeczenia: BGH, VI ZR 15/95 i 1 BvR 653/96.

¹²¹ Wyrok ETPCz z 24 czerwca 2004 r. w sprawie *Von Hannover v. Germany*, nr 59320/00.

¹²² Przed wejściem w życie Konstytucji RP prawo to, jako wartość konstytucyjnie chroniona, musiało być wywodzone przez Trybunał Konstytucyjny z innych norm prawnych – por. Orzeczenie TK z 24 czerwca 1997 r., sygn. akt K 21/96, OTK ZU 1997, nr 2, poz. 23.

¹²³ M. Safjan, *Refleksje wokół konstytucyjnych uwarunkowań rozwoju ochrony dóbr osobistych*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 2002, nr 1.

dostępu do informacji publicznej. Na gruncie Konstytucji RP brak źródła dla całkowitego pozbawienia prawa do prywatności jakiejś grupy podmiotów, np. osób publicznych¹²⁴ – szczególnie, że to sfery prywatności tej grupy będzie dotyczyć zazwyczaj ingerencja przedsiębiorcy. Nie powinna ona jednak nigdy, zgodnie z ogólnymi zasadami art. 31 ust. 3 Konstytucji RP, naruszać istoty prawa do prywatności¹²⁵. Ponadto należy uznać, że w relacji pracy prawo do prywatności jest skuteczne również w stosunkach horyzontalnych¹²⁶.

4.5.2. Prawo do prywatności na gruncie prawa prasowego a normy społecznej odpowiedzialności biznesu

Kluczową regulacją odnoszącą się do pojęcia „prywatności”, która powinna być uwzględniana przy prowadzeniu działalności gospodarczej, w szczególności medialnej jest art. 14 ust. 6 ustawy Prawo prasowe z 26 stycznia 1984 r.¹²⁷. Jest on odzwierciedleniem na poziomie ustawowym norm konstytucyjnych – wyznacza granice pomiędzy wolnością słowa a prawem do prywatności.

Art. 14 ust. 6 Prawa prasowego formułuje zakaz publikacji informacji oraz danych dotyczących prywatnej sfery życia, bez zgody osoby zainteresowanej, chyba że wiąże się to bezpośrednio z działalnością publiczną danej osoby. Regulacja ta, wraz z pojawiającym się na jej tle orzecznictwem, była źródłem opracowań, poświęconych ochronie prawa do prywatności osób publicznych¹²⁸.

¹²⁴ M. Safjan, *Prawo do prywatności osób publicznych*, w: *Księga pamiątkowa ku czci Sędziego Janusza Pietrzykowskiego*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2000, s. 255.

¹²⁵ Ibidem, s. 255. W wielu przypadkach jednak wyznaczenie granicy między generalną sferą prywatności osoby publicznej a istotą tego prawa może nastęrczać duże trudności praktyczne i to nie tylko na gruncie subiektywnej koncepcji dobra osobistego (za subiektywną koncepcją opowiadał się w szczególności S. Grzybowki, *Ochrona dóbr osobistych według przepisów ogólnych prawa cywilnego*, Wydawnictwo Helion, Warszawa 1957, s. 78. Obecnie jednak zdecydowanie przeważa w doktrynie i judykaturze obiektywna koncepcja dóbr osobistych.)

¹²⁶ K. Wojtyczek, op. cit., s. 231 i nast.

¹²⁷ DzU 1984, nr 5, poz. 24 z późn. zm.

¹²⁸ B. Kordasiewicz, *Jednostka wobec środków masowego przekazu*, Zakład Narodowy Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków 1991. Samo pojęcie „prawa do prywatności” wskazane zostało na gruncie polskim przez A. Kopffa – por. A. Kopff, *Koncepcja prawa do intymności i do prywatności życia osobistego*, „Studia Cywilistyczne”, Warszawa–Kraków 1972, t. 20. Jest on autorem koncepcji sfer życia ludzkiego: sfery intymności, w którą ingerencja jest zawsze zakazana; sfery prywatności, w którą ingerencja jest co do zasady dopuszczalna oraz sfery powszechnej dostępności. Koncepcja ta podlegała krytyce w doktrynie, gdzie wskazywano m.in. na umowność wprowadzonego podziału i na ograniczeniu zakresu prywatności do *right to be left alone* – por. szczególnie: M. Wild, *Ochrona pry-*

Dla odniesienia art. 14 ust. 6 Prawa prasowego do działalności przedsiębiorców i skonstruowania w konsekwencji normy społecznej odpowiedzialności biznesu konieczne jest określenie w prywatność jakiej grupy podmiotów ingerencja przedsiębiorcy może być dopuszczalna. Z art. 14 ust. 6 Prawa prasowego wynika, że chodzi tutaj o osoby prowadzące działalność publiczną – prowadzenie działalności publicznej jest podstawą do ewentualnego ograniczenia prywatności bez zgody osoby zainteresowanej. Działalność mediów (szczególnie prywatnych) dotyczy jednak zazwyczaj osób publicznych – pojęcia, które nie ma na gruncie polskim charakteru normatywnego. Z tego powodu odróżnia się osoby prowadzące działalność publiczną od osób publicznych i tę drugą grupę traktuje się jako szerszą¹²⁹. Podkreśla się jednak, że mogą wystąpić sytuacje, w których do grupy osób prowadzących działalność publiczną jako osób, w których działalności obecny jest interes publiczny, zaliczymy opiniotwórczego pisarza. Zdaniem Marka Safjana w przypadku osób prowadzących działalność publiczną zastosowanie miałby art. 14 ust. 6 Prawa prasowego, natomiast w przypadku osób publicznych (np. znanego, udzielającego częstych wywiadów aktora) brak jest węższego ujęcia sfery prywatności z dopuszczeniem jednak szeroko pojmowanej dorozumianej zgody. U innych autorów dochodzi często do wymiennego ujmowania pojęć osoby publicznej, osoby powszechnie znanej, osoby pełniącej funkcję publiczną czy osoby prowadzącej działalność publiczną¹³⁰. Generalnie jednak pojęcie „osoby publicznej” rozumie się szeroko¹³¹. Prywatność osób działających w sferze publicznej podlega większym ograniczeniom. Jako przyczynę tych ograniczeń wskazuje się powszechne, szczególne zainteresowanie społeczeństwa¹³², czy ryzyko dążenia do uzyskania rozgłosu i związaną z nim zgodą na ewentualną ingerencję w prywatność¹³³.

watności w prawie cywilnym, „Państwo i Prawo” 2001, nr 4, s. 66–72. Zdaniem Bogudara Kordasiewicza im głębsza ingerencja w sferę prywatności, tym bardziej ważne powinny być argumenty zezwalające ogółowi na zainteresowanie – por. B. Kordasiewicz, *Cywilnoprawna ochrona prawa do prywatności*, „Kwartalnik Prawa Publicznego” 2000, nr 1, s. 33.

¹²⁹ M. Safjan, op. cit., s. 258–260.

¹³⁰ Por. A. Kopff, op. cit.; K.W. Kubińskiego, *Ochrona życia prywatnego człowieka*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1993, nr 1; B. Michalski, *Podstawowe problemy prawa prywatnego*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 1998, s. 50–51; P. Suta, *Ochrona sfery intymności w prawie polskim – uwagi de lege ferenda i de lege lata*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1994, nr 4.

¹³¹ Adam Szpunar rozumie pod tym pojęciem osoby, „których działalność polityczna, społeczna bądź kulturalna budzi szczególnie zainteresowanie całego społeczeństwa”, A. Szpunar, *O ochronie sfery życia prywatnego*, „Nowe Prawo” 1982, nr 3–4, s. 7.

¹³² Zob. A. Szpunar, op. cit., s. 7.

¹³³ B. Michalski, op. cit., s. 50–51.

W świetle art. 14 ust. 6 Prawa prasowego musi zachodzić bezpośredni związek danej informacji dotyczącej prywatności, z prowadzoną przez daną osobę działalnością publiczną. Tylko w takim przypadku uchylona zostanie bezprawność ingerencji w sferę prywatną. Dana informacja musi więc stanowić istotną przesłankę oceny zachowania takiej osoby, przejawiającego się w sferze publicznej¹³⁴. Zakres dopuszczalnych informacji o sferze życia prywatnego jest więc w tym wypadku wyznaczany przede wszystkim uzasadnionym interesem publicznym, który każdorazowo, stosownie do okoliczności, będzie określał głębokość ingerencji w sferę życia prywatnego¹³⁵.

W związku z przedstawioną sytuacją, zwłaszcza niejasności co do granic prywatności, jej istoty oraz braku jednoznacznej definicji pojęcia „osoby publicznej” (oraz podobnie osoby powszechnie znanej) dużego znaczenia mogą nabrać normy społecznej odpowiedzialności biznesu. Przedsiębiorca prowadzący działalność medialną (dziennikarz przez niego zatrudniony) powinien mieć bezwzględnie na względzie prywatność osób, które pozostają w kręgu jego zainteresowania. Norma społecznej odpowiedzialności biznesu stanowiłaby więc, że granicą ingerencji w prywatność danej osoby powinien być *per analogiam* do art. 14 ust. 6 Prawa prasowego związek między działalnością danej osoby a ujawnianą informacją. W tym więc sensie normę art. 14 ust. 6 Prawa prasowego można by odnieść do działalności osób prywatnych (nieprowadzących działalności publicznej), o ile istniałby związek z ich profesjonalną działalnością (nigdy z życiem prywatnym), np. pracą prawnika w kancelarii, czy sklepikarza w jego lokalnym sklepie. Pozwoliłoby to uniknąć wątpliwości związanych z kwalifikowaniem danej osoby jako prowadzącej działalność publiczną (np. w podanym przykładzie opiniotwórczego dziennikarza). Służyłoby to również wzmocnieniu ochrony prywatności osoby publicznej, powszechnie znanej (ale nie funkcjonariusza państwowego), ponieważ byłaby ona w stanie udowodnić, które informacje dotyczą jej życia prywatnego, a które zawodowego. Zarazem tak ustalona norma społecznej odpowiedzialności biznesu nie pozwalałaby na ingerencję w sferę życia prywatnego, w szczególności osób powszechnie znanych (np. aktorki wypoczywającej na plaży). Tak określoną normę należy odnieść do działalności przedsiębiorców i nadać jej bezwzględnie obowiązujący charakter.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczące prawa do prywatności odnoszą się również do wewnętrznej sfery działań przedsiębiorcy

¹³⁴ Por. wyrok TK z 20 marca 2006 r., sygn. akt K 17/05, OTK ZU 2006, nr 3A, poz. 30, Uzasadnienie, s. 21.

¹³⁵ Ibidem.

– relacji z pracownikami¹³⁶, w szczególności gdy weźmiemy pod uwagę możliwość rosnącej kontroli pracowników przy użyciu nowych technologii. Należy podkreślić, że w przypadku pracowników poza art. 47 Konstytucji RP zastosowanie znajduje art. 49 Konstytucji RP ustanawiający tajemnicę komunikowania się. Przykładem negatywnych działań przedsiębiorcy w tej sferze może być monitorowanie pracy pracowników, polegające na ingerencji w ich prywatność, np. poprzez monitorowanie ich pracy bez ich wiedzy (przez ukryte kamery, kontrolowanie skrzynek pocztowych)¹³⁷. Przy rozważaniu legalności tych środków podejmowanych przez pracodawcę konieczne jest ustalenie, czy zastosowane środki są faktycznie proporcjonalne do potrzeb pracodawcy. Równocześnie konieczne jest poinformowanie pracownika o stosowanym monitoringu jego pracy. Niewystarczająca wydaje się być zgoda pracownika na monitoring, zwłaszcza gdy możliwość odmowy w praktyce nie występuje. Ważne jest również zabezpieczenie danych zbieranych na temat pracownika, obowiązek ich usuwania po określonym czasie, a także dostęp zainteresowanej osoby do zgromadzonych danych¹³⁸.

Za niedopuszczalne w świetle prawa do prywatności pracowników należy uznać badania wariografem czy przeszukiwanie pracowników, szczególnie gdy działania te nie dają pracownikom odpowiedniej gwarancji dla ich godności¹³⁹ i są prowadzone pod pozorem ochrony przedsiębiorcy, np. przed kradzieżami. Należy podkreślić, że w tym ostatnim przypadku, główną rolę powinny odgrywać państwowe organa ścigania, a nie sam pracodawca. Istotny jest również w świetle rozważań nad zakresem prywatności pracownika wyrok ETPCz z 3 kwietnia 2007 r. w sprawie *Copland przeciwko Wielkiej Brytanii* (sprawa nr 62617/00). W sprawie tej ETPCz uznał, że doszło do naruszenia przez pracodawcę prawa do prywatności pracownika w związku z rejestrowaniem rozmów telefonicznych¹⁴⁰ (m.in. dat i godzin

¹³⁶ Por. szczegółowo D. Dörre-Nowak, op. cit., s. 153–198.

¹³⁷ Ibidem, s. 163–179.

¹³⁸ Na takim stanowisku stanął Adam Bodnar w swoim referacie *Konstytucyjne ograniczenia ingerencji w prywatność pracownika a nowoczesne technologie*, wygłoszonym w trakcie konferencji „Granice ochrony danych osobowych w stosunkach pracy”, współorganizowanej przez Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych oraz Kolegium Prawa Akademii Leona Koźmińskiego, <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosci/konferencja-granice-ochrony-danych-osobowych-w-stosunkach-p-2.html>

¹³⁹ W przypadku badania wariografem najistotniejsza z punktu widzenia ewentualnego naruszenia godności i prywatności jest treść i forma zadawanych pytań, zob. D. Dörre-Nowak, op. cit., s. 192–198.

¹⁴⁰ Odnośnie rejestracji rozmów telefonicznych porównaj również wyrok ETPCz z 25 czerwca 1997 r. w sprawie *Halford przeciwko Wielkiej Brytanii* (nr 20605/92).

tych połączeń), korespondencji e-mailowej oraz korzystania z Internetu i tworzenia bazy danych na tej podstawie¹⁴¹.

Należy uznać, że wskazane praktyki nie budują zaufania i dobrych relacji w miejscu pracy – wartości ważnych z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu. Może to również stanowić naruszenie bezpośrednio skutecznego art. 47 Konstytucji RP.

4.5.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu a ochrona danych osobowych

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszą się również do prywatności w zakresie w jakim dotyczy ona ochrony danych osobowych. Ochrona ta wynika zarówno z art. 47 Konstytucji RP jako konsekwencja ochrony prywatności, ale także z art. 51 ust. 1 Konstytucji RP¹⁴². O nadaniu ochronie danych osobowych charakteru prawa podstawowego świadczy umieszczenie go w art. 8 Karty Praw Podstawowych¹⁴³, gdzie statuuje się prawo każdego do ochrony danych osobowych, które go dotyczą. W związku z tym przedsiębiorca powinien mieć zawsze na względzie tzw. autonomię informacyjną każdej jednostki. Nowe podejście do prawa prywatności zakłada, że jego istotą jest istnienie barier informacyjnych, których przekroczenie skutkuje naruszeniem prywatności¹⁴⁴. Koncepcja ta decydująca znaczenie wiąże z wolą podmiotu prawa do prywatności, choć samo dobro osobiste, którego naruszenie byłoby ewentualnie przezeń zarzucane, ma charakter obiektywny. Regulacja ochrony danych osobowych w Polsce koresponduje z tym podejściem do prawa do prywatności, nie ustanawiając

¹⁴¹ Wyrok ETPCz z 3 kwietnia 2007 r. w sprawie *Copland przeciwko Wielkiej Brytanii* (nr 62617/00, par. 43–49).

¹⁴² O tym, że dobra gwarantowane art. 51 Konstytucji RP zawierają się w prawie do prywatności, zob. m.in.: wyrok TK z 18 maja 1998 r., sygn. akt U 5/97, OTK ZU 1998, nr 4, poz. 46 („prawo do prywatności, statutowane w art. 47, zagwarantowane jest m.in. w aspekcie ochrony danych osobowych, przewidzianej w art. 51”); J. Oniszczyk, op. cit., s. 393; P. Sarnecki, *Komentarz do art. 51*, w: L. Garlicki (red.), *Konstytucja Rzeczypospolitej Polski, Komentarz*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2003, s. 2.

¹⁴³ Art. 8:

„1. Każdy ma prawo do ochrony danych osobowych, które go dotyczą.

2. Dane te muszą być przetwarzane rzetelnie w określonych celach i za zgodą osoby zainteresowanej lub na innej uzasadnionej podstawie przewidzianej ustawą. Każdy ma prawo dostępu do zebranych danych, które go dotyczą i prawo do spowodowania ich sprostowania.

3. Przestrzeganie tych zasad podlega kontroli niezależnego organu”.

¹⁴⁴ Bariery te zgodnie z prawem każdego do samostanowienia są ustanawiane przez daną jednostkę, choć same dobra osobiste, których naruszenie byłoby ewentualnie przezeń zarzucane, mają charakter obiektywny, por. M. Wild, op. cit., s. 58–61.

samodzielnej przesłanki legalizującej przetwarzanie danych ich jawnym charakterem: decydująca jest wola uprawnionego, ograniczona restryktywnymi wyjątkami¹⁴⁵.

W tym świetle sprzeczna z normami społecznej odpowiedzialności biznesu będzie np. praktyka, polegająca na przetwarzaniu danych osobowych potencjalnych klientów przedsiębiorcy, uzyskanych od kontrahentów przedsiębiorcy, w szczególności ich przyjaciół czy rodziny bez ich zgody¹⁴⁶. Taka i inne praktyki naruszające ochronę danych osobowych prowadzą do przekroczenia wskazanej bariery informacyjnej. Może ona skutkować uzyskaniem szczegółowych informacji ze sfery prywatnej (niekoniecznie tylko danych osobowych). W efekcie takie działanie przedsiębiorcy jest sprzeczne z art. 47 i 51 Konstytucji RP i narusza zarazem normy społecznej odpowiedzialności biznesu.

Inne istotne z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu zagadnienia w obszarze ochrony danych osobowych pracowników to: granice pozyskiwania danych osobowych pracownika dotyczących stanu zdrowia, informacji na temat predyspozycji psychologicznych kandydata do pracy, sprawdzanych za pomocą testów psychometrycznych (praktyka ta była przedmiotem oceny, stosowana przez Generalnego Inspektora Danych Osobowych¹⁴⁷), ochrona danych osobowych w kontekście współpracy pracodawcy ze związkami zawodowymi, a także przekazywania danych pracowników będących członkami związków zawodowych, problematyka zgody pracownika na gromadzenie i przetwarzanie danych osobowych oraz ewentualne konsekwencje odmowy, a także monitoring prowadzony w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych oraz faktyczny wpływ tego monitoringu na jakość pracy pracowników¹⁴⁸. Należy podkreślić również, że w świetle orzecznictwa ETPCz danymi osobowymi są również próbki DNA oraz odciski

¹⁴⁵ Opinia Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka w sprawie przetwarzania danych osobowych w celach marketingowych przez ING N-N do Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych, http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pliki/GIODO_opinia_clean.doc, s. 7.

¹⁴⁶ Sytuacja taka w ocenie Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka wystąpiła w sprawie, która toczyła się przed Generalnym Inspektorem Danych Osobowych ze skargi Jacka K. przeciwko ING Nationale – Nederlanden, http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/artukul.php?precedens_artykul_id=324&kategoria_id=2

¹⁴⁷ Por. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z 18 grudnia 2008 r., sygn. II Sa/Wa 1131/08, <http://orzeczenia.nsa.gov.pl/cbo/do/doc?d=7FF920A7D933B7A-8DE51023C2FA1220D49064AD2&sc=>

¹⁴⁸ Zagadnienia te były przedmiotem konferencji „Granice ochrony danych osobowych w stosunkach pracy”, współorganizowanej przez Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych oraz Kolegium Prawa Akademii Leona Koźmińskiego, która odbyła się 2 grudnia 2008 r. w Warszawie, <http://prawnik.pl/wiadomosci/wazne/93359>, <http://www.wspiz.edu.pl/index.php/pl/aktualnosci/art133.html>.

palców, a przetwarzanie tych informacji nie jest dopuszczalne w ramach procesu karnego ze względu na gwarancje domniemania niewinności¹⁴⁹. W świetle powyższego należy stwierdzić, że tworzenie odpowiednich zbiorów danych z takimi informacjami jest niedopuszczalne tym bardziej w stosunkach pracy¹⁵⁰.

4.5.4. Wnioski

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszące się do prawa do prywatności mają swoje źródło zarówno w treści art. 47 Konstytucji RP, jak i w kontekście gospodarczej działalności medialnej w przedstawionym ujęciu w art. 14 ust. 6 Prawa prasowego. W przypadku ochrony danych osobowych dodatkowym źródłem norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest art. 51 Konstytucji RP. Naruszeniem norm społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczących prawa do prywatności będzie niewątpliwie także posługiwanie się spamem jako sposobem na promocję firmy. Uznano to za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w zakresie reklamy Firmy Edukacyjnej „I” w G., polegającej na nadsyłaniu na e-mailowe adresy użytkowników skrzynek elektronicznych wykupionych w płatnych sieciach nie zamówionych ofert – reklam handlowych¹⁵¹.

W normy społecznej odpowiedzialności biznesu będzie godzić również posługiwanie się reklamą opartą na lęku lub zastraszaniu w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji¹⁵². Przykładem takiej reklamy jest reklama szczepionki przeciwko pneumokokom, przedstawiająca m.in. umierające dziecko i rozpaczającą matkę. Obrazom towarzyszyło hasło: „Nie pozwól, aby twoje szczęście zniknęło”. Emisja reklamy została zakazana przez Głównego Inspektora Farmaceutycznego. W jego ocenie reklama szczepionki została tak skonstruowana, żeby wywołać u odbiorcy strach i wrażenie, że stanie się nieszczęście, jeżeli dany produkt nie zostanie nabyty. Pneumokoki powodują zakażenia górnych i dolnych dróg oddechowych, mogą prowadzić do zapalenia płuc, posocznicy (sepsy), czy też groźnego zapalenia opon mózgowo-rdzeniowych. Obrazy ciężko chorych dzieci

¹⁴⁹ Wyrok ETPCz z 4 grudnia 2008 r. w sprawie *S. i Marper przeciwko Wielkiej Brytanii* (nr 30562/04 i 30566/04, par. 106–125).

¹⁵⁰ Por. jednak wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z 27 listopada 2008 r., sygn. II SA/Wa 903/08, <http://orzeczenia.nsa.gov.pl/cbo/do/doc?d=3062187CA-08D9EFB6303A92948D6679973D35461&sc>

¹⁵¹ Por. Decyzję Prezesa UOKiK z 30 września 2003 r. (RLU 29/2003)

¹⁵² Ustawa z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, DzU 1993, nr 47, poz. 211.

umieszczone w reklamie wywoływały przekonanie, że choroba ma charakter powszechny i stanowi poważne zagrożenie dla zdrowia wielu dzieci¹⁵³.

W przedstawionym ujęciu normy społecznej odpowiedzialności biznesu będą miały charakter bezwzględnie obowiązujący, skutkujący możliwością odpowiedzialności natury prawnej (pod warunkiem powołania wskazanych wzorców konstytucyjnych i ustawowych dla norm społecznej odpowiedzialności biznesu). Będą się odnosić, poza ewentualnym naruszeniem prywatności pracowników, do sfery zewnętrznej działania przedsiębiorcy.

4.6. Wolność zrzeszania się

4.6.1. Konstytucyjna zasada wolności zrzeszania się

Art. 58 ust. 1 Konstytucji RP zapewnia każdemu wolność zrzeszania się. Równocześnie art. 59 ust. 1 Konstytucji RP zapewnia wolność zrzeszania się w związkach zawodowych. Wolności te powinny odnosić się zarówno do podmiotów państwowych, jak i prywatnych. Nie powinny utrudniać ewentualnego skorzystania z nich ani kontrahentom zewnętrznym, ani wewnętrznym (np. pracownikom do założenia i działania w związku zawodowym).

Z art. 58 ust. 1 Konstytucji RP wynika wolność każdego do zrzeszania się. Jej art. 58 ust. 2 i 3 reguluje natomiast zakres dozwolonej działalności stowarzyszeń, w tym obowiązek ich rejestracji. Prawo zrzeszania się, rozumiane jako wolność jednostki, jest wzmocnione przez uznanie wolności tworzenia stowarzyszeń w art. 12 Konstytucji RP za podstawę ustrojową Rzeczypospolitej Polskiej. W granicach więc wyznaczonych przez Konstytucję RP i właściwe ustawy zakładanie i działalność w stowarzyszeniach należy uznać za prawo podmiotowe każdego¹⁵⁴. Realizacja tego prawa powinna być promowana przez Rzeczpospolitą Polską, także ze względu na przyczynianie się do budowania społeczeństwa obywatelskiego. Prawo do zrzeszania wydaje się być na poziomie Konstytucji RP horyzontalnie skuteczne¹⁵⁵. Naruszenie tego prawa, np. w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej powinno skutkować odpowiedzialnością natury prawnej.

Art. 59 ust. 1 Konstytucji RP pozostaje w bezpośrednim związku z jej art. 58, konkretyzując i uzupełniając wolność zrzeszania się w rozumieniu

¹⁵³ M. Bernatt, A. Jurkowska, T. Skoczny, *Ochrona konkurencji i konsumentów*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2007, s. 141.

¹⁵⁴ W. Sokolewicz, *Komentarz do art. 58 Konstytucji RP*, w: L. Garlicki, *Konstytucja...*, op. cit., s. 28–31.

¹⁵⁵ *Ibidem*, s. 31.

art. 58 Konstytucji RP¹⁵⁶. Zgodnie z nim związki zawodowe są jednym z głównych elementów systemu ochrony praw pracowniczych. Z art. 59 Konstytucji RP płynie również wniosek, że wolność związkowa powinna być uwzględniana w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej. Prawidłowe funkcjonowanie związków zawodowych sprzyja zapobieganiu naruszenia praw pracowniczych czy przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy. Służy również lepszej ochronie godności ludzkiej i zwalczaniu dyskryminacji. Odgrywa podstawową rolę w zbiorowych stosunkach pracy współczesnych państw¹⁵⁷. Ponadto z treści art. 59 ust. 3 Konstytucji RP z uprawnienia kolektywnego związków zawodowych do organizowania strajków i protestów pracowniczych¹⁵⁸ wywieść można indywidualną wolność pracownika do uczestniczenia w takim strajku¹⁵⁹. Przyjmuje się również, że art. 59 Konstytucji RP jest horyzontalnie skuteczny¹⁶⁰.

Przy dokonywaniu interpretacji art. 59 Konstytucji RP istotne jest postrzeganie wolności związkowej w kontekście regulacji prawa międzynarodowego¹⁶¹.

¹⁵⁶ Ibidem, s. 11.

¹⁵⁷ Na gruncie polskim zgodnie z art. 2 ustawy z 8 października 1982 r. o związkach zawodowych (DzU 2001, nr 79, poz. 854): „Prawo tworzenia i wstępowania do związków zawodowych mają pracownicy bez względu na podstawę stosunku pracy, członkowie rolniczych spółdzielni produkcyjnych oraz osoby wykonujące pracę na podstawie umowy agencyjnej, jeżeli nie są pracodawcami”.

¹⁵⁸ Art. 59 ust. 3: „Związkom zawodowym przysługuje prawo do organizowania strajków pracowniczych”.

¹⁵⁹ W. Sokolewicz, *Komentarz do art. 59 Konstytucji RP*, w: L. Garlicki, *Konstytucja...*, op. cit., s. 5–6.

¹⁶⁰ Ibidem, s. 20.

¹⁶¹ Art. 22 Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych stwierdza, że „każdy ma prawo do swobodnego stowarzyszania się z innym włącznie z prawem tworzenia związków zawodowych w celu ochrony swych interesów”. Art. 8 Międzynarodowego Paktu Praw Gospodarczych, Społecznych i Politycznych odnosi się do prawa każdego do tworzenia i przystępowania do związków zawodowych według własnego wyboru, w celu popierania i ochrony swoich interesów gospodarczych i społecznych. Art. 11 ust. 1 Konwencji stanowi natomiast, że „każdy ma prawo do swobodnego, pokojowego zgromadzania się oraz do swobodnego stowarzyszania się, włącznie z prawem tworzenia związków zawodowych i przystępowania do nich dla ochrony swych praw”. Duże znaczenie mają również konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy. Konwencja MOP nr 87 statuuje trzy wolności związkowe, w tym wolność koalicji (art. 2), a Konwencja MOP nr 98 zawiera zakaz dyskryminacji pracowników korzystających z wolności związkowej, co może przejawiać się m.in. wydalaniem z pracy (art. 1).

4.6.2. Konstytucyjna zasada wolności zrzeszania się a normy społecznej odpowiedzialności biznesu

Przedstawiona regulacja art. 58 ust. 1 i art. 59 ust. 1 Konstytucji RP odnosi się do dwóch sfer społecznej odpowiedzialności biznesu. Przede wszystkim z norm konstytucyjnych wynika zakaz naruszania praw osób trzecich do założenia stowarzyszenia, nawet w przypadku gdyby jego działalność stanowiła krytykę działania przedsiębiorcy. W szczególności może chodzić tutaj o sytuację byłych pracowników danego przedsiębiorcy, powołujących stowarzyszenie w celu walki o własne prawa i informowania o praktykach byłego pracodawcy¹⁶². W przypadku tego typu stowarzyszeń sprzeczne z normami społecznej odpowiedzialności biznesu byłoby zwalczanie działalności tego typu stowarzyszeń, zwłaszcza poprzez procesy sądowe o naruszenie dóbr osobistych lub z tytułu zwalczania nieuczciwej konkurencji¹⁶³. Orzekające w takim przypadku sądy powinny mieć na względzie, że prawo do stowarzyszenia się stanowi prawo podmiotowe każdego. Zgodnie zaś z ogólnymi zasadami prawa prywatnego realizacja własnego prawa podmiotowego skutkuje wyłączeniem bezprawności działania¹⁶⁴. Sądy więc poprzez zbadanie legalności celów i działania danego stowarzyszenia określałyby zarazem czy działanie przedsiębiorcy zmierzające do uniemożliwiania skorzystania z takiego prawa podmiotowego stanowi naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

Wewnętrznej sfery społecznej odpowiedzialności biznesu będą dotyczyć natomiast działania przedsiębiorcy odnoszące się do zapewnienia pełnej możliwości skorzystania z wolności związkowej. Niewątpliwie związki zawodowe występują rzadziej w przypadku przedsiębiorstw prywatnych niż organizacji lub przedsiębiorstw państwowych. Co więcej istnieją dziedziny gospodarki, w których związki zawodowe niemalże w ogóle nie występują¹⁶⁵. Nie oznacza to, że w przedsiębiorstwie, w którym takie związki zawodowe nie istnieją dochodzi automatycznie do naruszenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Z nich można odczytać jednak zasadę, że w świetle konstytucyjnej wartości wolności związkowej na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek promo-

¹⁶² Por. Stowarzyszenie osób poszkodowanych przez ING Nationale–Nederlanden, <http://poszkodowaniing.com/> oraz Stowarzyszenie poszkodowanych przez Wielkie Sieci Handlowe – Biedronka, www.stowarzyszenie-biedronka.pl.

¹⁶³ Stowarzyszenia nie są przedsiębiorcami w rozumieniu tej ustawy – nie prowadzą działalności gospodarczej – stąd powoływanie tej ustawy jako podstawy roszczenia będzie nie tylko naruszać normy społecznej odpowiedzialności biznesu, lecz także mieć charakter prawnie bezskuteczny.

¹⁶⁴ Np. naruszenia dóbr osobistych.

¹⁶⁵ Sytuacja taka miała miejsce np. w przypadku firm ochrony.

wania związków zawodowych jako formy aktywizacji pracowników, lepszego zrozumienia ich potrzeb i w efekcie gwarantowania podstawowych konstytucyjnych zasad godności czy równości. Naruszeniem zaś nie tylko norm społecznej odpowiedzialności biznesu, lecz także przestępstwem karnym będzie uniemożliwienie zakładania związku zawodowego lub utrudnianie działania w danym zakładzie pracy takiego związku¹⁶⁶. Przejawy powyższego mogą przybrać np. formę nieprzekazywania składek członkowskich na konto związku zawodowego czy nierespektowanie uzgodnionych wcześniej warunków pakietu socjalnego. Natomiast z dyskryminacją bezpośrednią w rozumieniu art. 18^{3a} k.p. ze względu na przynależność do związku zawodowego będziemy mieli do czynienia wtedy, gdy pracownik z powodu członkostwa w związku zawodowym był, jest lub mógłby być traktowany w porównanej sytuacji mniej korzystnie niż inni pracownicy. Przejawem tego będzie przykładowo wypowiedzenie umowy o pracę w związku z przynależnością do związku zawodowego¹⁶⁷ czy przeniesienie na niższe stanowisko.

Przykładów tłumienia wolności związkowej w spółkach prywatnych jest w Polsce dużo. Można wskazać na spór, jaki miał miejsce w SELGROS CASH&CARRY Sp. z o.o. W spółce tej w grudniu 2006 r. został zarejestrowany związek zawodowy. W konsekwencji tego zwolniono przewodniczącego związku zawodowego i kilka innych osób. W związku z tym zostało złożone zawiadomienie do Prokuratury o popełnieniu przestępstwa polegającego na naruszeniu przepisów art. 35 ust. 1 pkt 1, 2 i 3 ustawy o związkach zawodowych. Zwolnione osoby złożyły pozwy o uznanie wypowiedzenia za bezskuteczne. W sprawie tej istotne jest jednak – w świetle analizowania funkcjonowania wyżej opisanych norm społecznej odpowiedzialności biznesu – ostateczne, ugodowe rozwiązanie sprawy po trzech miesiącach konfliktu. Polegało ono na wyrażeniu przez spółkę zgody na tworzenie związków zawodowych i przywrócenie do pracy uprzednio zwolnionych pracowników¹⁶⁸.

Kolejna sprawa dotycząca wolności związkowej została rozstrzygnięta dopiero na skutek postępowania sądowego. Dotyczyła ona Sławomira M., pracownika agencji ochrony Ekotrade. Był on odpowiedzialny za powo-

¹⁶⁶ Art. 35 ust. 1 pkt. 2 i 3 ustawy o związkach zawodowych stanowi, że kto w związku z zajmowanym stanowiskiem lub pełnioną funkcją utrudnia wykonywanie działalności związkowej prowadzonej zgodnie z przepisami ustawy polega grzywnie albo karze ograniczenia wolności.

¹⁶⁷ W takiej sytuacji oczywiście podawana jest inna przyczyna wypowiedzenia, w szczególności utrata zaufania.

¹⁶⁸ <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosci/porozumienie-pomiedzy-zwiazkami-zawodowymi-a-spolka-se.html>

łanie w spółce związku zawodowego, którego podstawowym celem miała być poprawa sytuacji pracowników tej agencji ochrony (polegająca m.in. na zawieraniu umów o pracę zamiast umów cywilnoprawnych). W grudniu 2006 r. odbyło się spotkanie, na którym miał zostać powołany związek zawodowy. Obecny był jednak na nim anonimowo również przedstawiciel władz spółki. W efekcie następnego dnia po spotkaniu zwolniono Sławomira M. Sprawa trafiła do sądu na skutek pozwu o ustalenie istnienia stosunku pracy, przywrócenie do pracy oraz odszkodowanie. W wyroku z 22 grudnia 2008 r. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy¹⁶⁹ uznał, że rzeczywistą przyczyną rozwiązania stosunku pracy w przypadku Sławomira M. była działalność związkowa. Stwierdził również, że doszło do naruszenia zasady równego traktowania w zatrudnieniu i zasądził odszkodowanie¹⁷⁰. Wyrok¹⁷¹ jest dowodem na to, że naruszenie przez przedsiębiorcę wyżej opisanych norm społecznej odpowiedzialności biznesu, odnoszących się do wolności związkowej, a wynikających z bezwzględnie obowiązujących norm prawnych, może się wiązać z konsekwencjami w postaci odpowiedzialności prawnej.

Do poprawienia sytuacji pracowników agencji ochrony (w tym umożliwienia działania w związku zawodowym) mogłoby dojść, gdyby zmiana ta została wymuszona przez usługobiorców agencji ochrony. Bardzo często są nimi duże spółki międzynarodowe posiadające precyzyjne kodeksy etyczne i rozwiniętą praktykę w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Jedną z jej zasad jest ponoszenie odpowiedzialności za działania usługobiorców tych przedsiębiorców w ramach tzw. łańcucha dostaw. W związku z tym potwierdzone informacje na temat łamania praw pracowniczych w agencjach ochrony czy tłumienie wolności związkowej powinny być dla ich usługobiorców sygnałem konieczności renegotjacji umów oraz wymuszeniem poprawy sytuacji w tym zakresie.

Ostatnia ze spraw dotycząca naruszania przez przedsiębiorców wolności związkowej w Polsce rozpatrzona zostanie przez ETPCz w związku ze skargą Komisji Zakładowej NSZZ Solidarność we Frito Lay Poland Sp. z o.o. w Grodzisku Mazowieckim z grudnia 2007 r. W tej sprawie tłumienie wolności związkowej polegało według skarżących na zmuszeniu pracowników do wypełnienia we wrześniu 2005 r. formularza dotyczącego

¹⁶⁹ Wyrok Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy z 22 grudnia 2008 r., sygn. akt VII P 5238/06.

¹⁷⁰ Por. komunikat Polskiej Agencji Prasowej, <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosc/pap-sad-potwierdzil-ze-pracownika-zwolniono-za-dzialalnosc-zwia-2.html>

¹⁷¹ Utrzymany w mocy wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie z 19 czerwca 2009 r., sygn. akt XII Pa 138/09.

przynależności do związku zawodowego w warunkach nie gwarantujących anonimowości. W związku z tym w ocenie Komisji Zakładowej przynależność taką, w obawie przed konsekwencjami, zadeklarowało tylko 7 ze 171 osób, które wcześniej złożyły deklaracje członkowskie¹⁷². Następnie doszło do zwolnienia jednego z członków Komisji Zakładowej. Jako powód wskazano podawanie przez tego pracownika rzekomo zawyżonej liczby członków związku, dzięki czemu korzystał (jako jedyny) z przywileju zwolnienia z obowiązku świadczenia pracy. W tej sprawie w grudniu 2005 r. Helsińska Fundacja Praw Człowieka zawiadomiła Prokuraturę Rejonową w Grodzisku Mazowieckim o podejrzeniu popełnienia przez członków kierownictwa Frito Lay Poland Sp. z o.o. przestępstw z art. 35 ust. 1 pkt. 2 ustawy o związkach zawodowych – przestępstwa utrudniania wykonywania działalności związkowej. Prokuratura odmówiła wszczęcia postępowania, a decyzję podtrzymała Prokuratura Okręgowa w Warszawie i ostatecznie w czerwcu 2007 r. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy. Prokuratura uznała, że pracodawca miał prawo przeprowadzić weryfikację liczebności związku zawodowego.

Skarżąca Polskę do ETPCz Komisja Zakładowa podnosi, że Polska dopuściła się naruszenia art. 11 Konwencji poprzez niepodjęcie przez państwo działań zapobiegających naruszeniu prawa do zrzeszania się w związku zawodowym we Frito Lay Poland Sp. z o.o. Rozpatrzenie więc pozytywne skargi przez ETPCz będzie oznaczać, że państwo poniesie odpowiedzialność za niewyjaśnienie sprawy i zapewnienia ochrony w sytuacji ewentualnego naruszenia wskazanych norm społecznej odpowiedzialności biznesu. W skardze poza analizą karnoprawnej ochrony wolności związkowej w Polsce i praw pokrzywdzonego w postępowaniu karnym, wskazano także na możliwość zastosowania do okoliczności sprawy zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, zwłaszcza w związku z faktem zobowiązania się do ich przestrzegania przez PepsiCo, spółkę kontrolującą Frito Lay. PepsiCo na swoich stronach internetowych umieściło dobrowolny kodeks postępowania. W ocenie skarżących wynikające ze społecznej odpowiedzialności biznesu obowiązki, za źródło mające generalne zobowiązanie do poszanowania prawa człowieka, mogą w szczególności nakazywać restrykcyjne interpretowanie przepisów adresowanych do pracodawcy, tj. ich ścisłe, wąskie, z korzyścią dla pracowników (związku zawodowego) stosowanie zarówno przez praco-

¹⁷² Komisja Zakładowa udzielała pomocy kobietom zatrudnionych w zakładzie Frito Lay w Grodzisku Mazowieckim, które zostały zwolnione z pracy lub zmuszone do złożenia rezygnacji; twierdziły one, że ich przełożony dopuścił się wobec nich molestowania seksualnego.

dawcę, jak i państwo, zwłaszcza gdy rozważa ono pociągnięcie pracodawcy do odpowiedzialności¹⁷³.

4.6.3. Wnioski

W przedstawionym zakresie normy społecznej odpowiedzialności biznesu chronią jedno z podstawowych praw człowieka – wolność zrzeszania się i wolność związkową. Niezakłócone przez przedsiębiorców funkcjonowanie stowarzyszeń i związków zawodowych nie tylko zapobiega naruszeniu praw pracowniczych i przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy. Przeciwdziała ono również naruszaniu godności ludzkiej i dyskryminacji.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu w omawianym zakresie mają charakter bezwzględnie obowiązujący w zakresie, w jakim wynikają z horyzontalnie skutecznych norm art. 58 i 59 Konstytucji RP oraz przepisów ustawowych. Ich naruszenie może się wiązać z odpowiedzialnością natury prawnej – będzie to dotyczyć sytuacji naruszenia norm społecznej odpowiedzialności na pierwszym poziomie – łamaniu zakazów określonych w przepisach prawnych (np. tłumienia wolności związkowej).

Pozytywnymi praktykami wynikającymi ze wskazanych przepisów Konstytucji RP – realizacją norm społecznej odpowiedzialności biznesu na drugim poziomie – jest propagowanie wolności związkowej w zakładzie pracy przez pracodawcę np. przez umożliwienie spotkań przedstawicielom związków zawodowych z nowo zatrudnionymi pracownikami. Tęgo poziomu społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczyłyby również działania przedsiębiorców korzystających z usług podmiotów, którym zarzuca się naruszanie wolności związkowej i praw pracowniczych. W tym zakresie mielibyśmy do czynienia z odpowiedzialnością w ramach łańcucha dostaw. Naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu na pierwszym poziomie powinno być dla usługobiorców podmiotów dopuszczających się naruszeń sygnałem konieczności wymuszenia poprawy sytuacji w zakresie respektowania prawa pracy. Naruszenie norm społecznej odpowiedzialności na poziomie drugim nie będzie natomiast skutkowało odpowiedzialnością prawną. Możliwe są jednak konsekwencje związane z pogorszeniem wizerunku danego przedsiębiorcy, np. w postaci opisanego w mediach protestu pracowników agencji ochrony pod bankiem korzystającym z usług tej agencji ochrony.

¹⁷³ <http://www.hfhrpol.waw.pl/precedens/pl/aktualnosci/zlozenie-skargi-do-trybunalu-w-strasburgu-w-sprawie-tlumienia-wolnosci-zwiaz-2.html>

4.7. Ochrona konkurencji i konsumentów

4.7.1. Regulacja konstytucyjna

Z Konstytucji RP wynikają normy odnoszące się bezpośrednio do ochrony konsumentów i pośrednio do ochrony konkurencji.

Zgodnie z art. 76 Konstytucji RP władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Przyjmuje się, że z art. 76 Konstytucji RP nie wynika prawo podmiotowe – ma on charakter kierunkowy, określający politykę państwa¹⁷⁴. Równocześnie Trybunał Konstytucyjny, choć stoi na stanowisku, że szczegółowa treść ochrony konsumenta jest wyznaczana przez regulacje ustawowe, to poprzez odwołanie się do zasad europejskiego prawa konsumenckiego uznaje, że podstawowym założeniem ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej¹⁷⁵. Wskazuje na art. 54 ust. 1 Konstytucji RP jako „zwornik konstytucyjny” prawa konsumenta do „bycia poinformowanym”¹⁷⁶. Zdaniem TK „w przepisie tym wspomniane prawo znajduje swoje zakotwiczenie, potwierdzenie i stanowi on gwarancję realizacji art. 76 Konstytucji”¹⁷⁷.

Ponadto zdaniem TK „Nakaz respektowania ochrony konsumenta wynikający z art. 76 Konstytucji musi być brany pod uwagę co najmniej jako podstawa formułowania dyrektywy interpretacyjnej [...]. Oznacza to zarazem nakaz przyjęcia surowszych standardów oceny każdego odstępstwa od reguły ogólnej, jeżeli ma ono oddziaływać niekorzystnie na sytuację konsumenta, a w rezultacie pogłębiać przewagę strony silniejszej z racji jej profesjonalizmu”¹⁷⁸.

TK uznaje również, że art. 76 Konstytucji RP stanowi podstawę do wskazania, że obowiązki ochronne spoczywające na władzach publicznych obejmują konieczność zapewnienia określonych, minimalnych gwarancji ustawowych wszelkim podmiotom w ramach ich relacji z profesjonalnymi uczestnikami gry rynkowej¹⁷⁹. Równocześnie jednak nawet pomimo założenia o kierunkowości art. 76 Konstytucji RP wynikają z niego szczegółowe

¹⁷⁴ Wyrok TK z 12 stycznia 2000 r., sygn. akt P 11/98, OTK ZU 2000, nr 1, poz. 3. Podobnie E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999, s. 54–55.

¹⁷⁵ Wyrok TK z 21 kwietnia 2004 r., sygn. akt K 33/03, OTK ZU 2004, nr 4/A, poz. 31. Podobnie E. Łętowska, op. cit., s. 127.

¹⁷⁶ Ibidem.

¹⁷⁷ Ibidem.

¹⁷⁸ Wyrok TK z 26 stycznia 2005 r., sygn. akt P 10/04, OTK ZU 2005, nr 1A, poz. 7.

¹⁷⁹ Wyrok TK z 13 września 2005 r., sygn. akt K 38/04, OTK ZU 2005, nr 8A, poz. 92.

treści interpretacyjne zwrotów i pojęć niedookreślonych w przepisach ustawowych, będących podstawą ewentualnego rozstrzygnięcia¹⁸⁰.

W przeciwieństwie do ochrony konsumentów ochrona (wolnej) konkurencji nie jest bezpośrednio wymieniona w Konstytucji RP. Nakaz ochrony konkurencji jest zawarty natomiast w sposób pośredni w różnych normach konstytucyjnych. Przede wszystkim konieczność ochrony wolnej konkurencji wynika z nakazu ochrony konsumentów. Dzieje się tak, ponieważ jednym z podstawowych celów, któremu służy ochrona konkurencji, jest maksymalizowanie dobrobytu konsumentów¹⁸¹. W efekcie wynikający z art. 76 Konstytucji RP nakaz dla władzy publicznej zbudowania odpowiedniego systemu ochrony konsumentów odnosi się również do stworzenia takiego systemu ochrony wolnej konkurencji, który interesy konsumentów będzie chronił.

Ochrona konkurencji jest również pochodną przyjęcia na gruncie Konstytucji RP modelu społecznej gospodarki rynkowej. Niewątpliwie jednym z podstawowych elementów gospodarki rynkowej jest funkcjonowanie wolnej konkurencji, zwłaszcza istnienie monopoli państwowych (lub takich, w których państwo ma znaczące wpływy) powoduje, że gospodarka przestaje być rynkowa. Ponadto, nakaz ochrony konkurencji jest związany bezpośrednio z zasadą wolności działalności gospodarczej wynikającą z art. 20 i 22 Konstytucji RP, jako, że nie można mówić o pełnej wolności gospodarczej, jeżeli na rynku nie występuje wolna konkurencja.

Wolna konkurencja jest jednym z głównych celów zarówno Unii Europejskiej, jak i Wspólnoty Europejskiej. Art. 2 TUE za cele UE uważa popieranie postępu gospodarczego, wysokiego poziomu zatrudnienia oraz zrównoważony i trwały rozwój. Bez istnienia wolnej konkurencji żaden z tych celów nie może zostać osiągnięty. Art. 2 TWE wskazuje natomiast, że celem Wspólnoty jest popieranie m.in. wysokiego stopnia konkurencyjności. Najwyraźniejszym wyrazem aksjologii wolnej (niezakłóconej) konkurencji są przepisy art. 3 ust. 1 lit. g TWE i art. 4 ust. 1 i 2 *in fine*. Pierwszy z nich celem WE czyni „zapewnienie systemu, w którym konkurencja będzie niezakłócona”; drugi warunkuje realizację Unii Gospodarczej i Walutowej od warunków „otwartej gospodarki rynkowej i wolnej konkurencji”¹⁸². Tym samym wolna konkurencja staje się również wartością na gruncie Konstytucji RP.

Na gruncie ustawowym ochrona konkurencji jest realizowana na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy o zwalczaniu

¹⁸⁰ E. Łętowska, op. cit., s. 55.

¹⁸¹ T. Skoczny, *Reguły konkurencji*, w: J. Barcz (red.), *Prawo Unii Europejskiej, Prawo materialne i polityki*, Wydawnictwo Prawo i Praktyka Gospodarcza, Warszawa 2005, s. 327–328.

¹⁸² Ibidem, s. 326.

nieuczciwej konkurencji. Z tych aktów prawnych płyną bezpośrednio nakazy i zakazy dla przedsiębiorcy, które mają służyć funkcjonowaniu niezakłóconej i uczciwej konkurencji.

4.7.2. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu a ochrona konkurencji i konsumentów

Z Konstytucji RP można odczytać wartości, które stanowią podstawę dla określenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie relacji między przedsiębiorcą a jego zewnętrznymi kontrahentami – konsumentami i konkurentami. W przedmiotowym zakresie jednak normy konstytucyjne uzupełniane są przez bogatą sferę normatywną zarówno prawa publicznego, jak i prywatnego. Nie oznacza to jednak, że normy społecznej odpowiedzialności biznesu będą się sprowadzać wyłącznie do respektowania tych uregulowań. Ochrona konkurencji i konsumentów stwarza ogromne pole dla przedsiębiorcy do stosowania różnorodnych praktyk, które mogą stanowić rozwinięcie obowiązków ustawowych¹⁸³.

W zakresie ochrony konsumenta wywiązywanie się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu może mieć zasadniczo miejsce na dwóch poziomach; po pierwsze, może polegać na rygorystycznym przestrzeganiu prawa z interpretowaniem wszelkich nieścisłości na korzyść konsumenta, a po drugie zaś, może odnosić się do zachowań dobrowolnych, sięgających dalej niż obowiązki prawne.

Za wywiązywanie się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie pierwszym należy uznać przede wszystkim zapewnienie pełnej informacji konsumentowi. Konieczność zapewnienia pełnego prawa do informacji leży u podstaw całego systemu ochrony konsumentów. Wynika to z założenia, że odpowiednia informacja i jej zrozumienie umożliwia wolny wybór. Ochrona konsumenta oznacza działania na rzecz stworzenia warunków do swobodnego wyboru i decyzji konsumenckiej. Temu zaś służy przejrzystość i pełna informacja na temat ofert i rynku. Udzielanie więc przez przedsiębiorcę odpowiednich informacji ma na celu zrekompensowanie braków wiedzy i doświadczenia konsumenta i staje się głównym instrumentem zapewniającym wolność wyboru i podejmowania decyzji przez konsumenta. Z tego też powodu prawo do informacji należy uznać za prawo podstawowe konsumenta jako tzw. biernego podmiotu ekonomicznego¹⁸⁴. Prawo

¹⁸³ Zagadnienia poruszane w tym punkcie książki omówione zostały także w numerze specjalnym „Problemów Zarządzania”. Por. M. Bernatt, *Społeczna odpowiedzialność a ochrona konkurencji i konsumentów*, „Problemy Zarządzania” 2007, Zeszyt Specjalny, s. 9–21.

¹⁸⁴ E. Łętowska, op. cit., s. 127.

do informacji konsumenta łączy się bezpośrednio z wolnością wypowiedzi przedsiębiorców w zakresie emisji komunikatów handlowych – wolnością wypowiedzi handlowej (ang. *commercial speech*)¹⁸⁵. Podlega ona ograniczeniom ze względu na konieczność ochrony praw i wolności innych osób. Możliwość ograniczenia swobody wypowiedzi o charakterze handlowym jest jednak większa niż w przypadku wolności wypowiedzi w jej klasycznym wymiarze (prawo do krytyki, wolność mediów, wolność ekspresji artystycznej). Granicą do skorzystania ze swobody wypowiedzi handlowej, polegającej w szczególności na przedstawianiu oferty handlowej, jest prywatność konsumentów. Szeroka możliwość ograniczenia wypowiedzi handlowej oznacza jednak, że co do zasady konieczność ochrony prywatności konsumentów będzie przeważać nad swobodą wypowiedzi handlowej. Poziom ochrony prywatności konsumenta zależy jednak od sytuacji i miejsca, w jakim znajduje się konsument, np. szczególna ochrona jest przyznawana w sytuacji, gdy oferta handlowa jest przedstawiana poza siedzibą przedsiębiorcy.

W świetle art. 3 ust. 1 ustawy z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej¹⁸⁶ sprzedawca dokonujący sprzedaży jest „obowiązany udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i nie wprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego”. Interpretacja pojęcia „informacji wystarczającej do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego” spoczywa każdorazowo na przedsiębiorcy. Wywiązanie się przez niego z norm społecznej odpowiedzialności biznesu polega więc na konieczności zindywidualizowania sytuacji danego konsumenta oraz pełnej gotowości wyjaśnienia wszelkich jego wątpliwości. Naruszeniem społecznej odpowiedzialności jest ograniczanie udzielanej informacji tylko do przykładowego wyczerpania zawartego w art. 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej¹⁸⁷. Istotne w tym zakresie jest również zapewnienie pełnej informacji w postaci szczegółowej instrukcji, precyzyjnego sformułowania zasad udzielanej gwarancji, informowania o prawie odstąpienia od umowy w przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa czy natychmiastowego informowania konsumentów o wadzie pro-

¹⁸⁵ Jest ona uznana w orzecznictwie ETPCz, np. w wyroku z 24 lutego 1994 r. w sprawie *Casado Coca przeciwko Hiszpanii* (nr 15450/89), ETPCz podkreślił, że choć możliwe są ograniczenia reklamy, szczególnie w zakresie reklamy wprowadzającej w błąd, to podlegają one ścisłej kontroli ETPCz co do faktycznej konieczności ich wprowadzenia.

¹⁸⁶ DzU 2002, nr 141, poz. 1176.

¹⁸⁷ Mowa w nim o podaniu takich informacji, jak: nazwa towaru, określenie producenta lub importera, znak zgodności wymagany przez odrębne przepisy, informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej oraz – stosownie do rodzaju towaru – określenie jego energochłonności, a także inne dane wskazane w odrębnych przepisach.

duktu¹⁸⁸. Nakaz informowania dotyczy również innych elementów umowy. Konsument powinien wiedzieć, z jakim faktycznie podmiotem dana umowa jest zawierana. Powinien mieć możliwość dostępu do informacji na temat struktury prawnej i organizacji podmiotu będącego sprzedawcą. Dowodem na to jest decyzja Prezesa UOKiK w sprawie Merlin.pl SA¹⁸⁹. Spółka ta prowadzi działalność gospodarczą jako muzyczny sklep internetowy. Zawierane przez nią umowy mają więc charakter umów na odległość, z czym wiąże się obowiązek potwierdzenia na piśmie konsumentom, z którymi zawarto umowę informacji, m.in. o organie rejestrowym spółki oraz o numerze, pod jakim ją wpisano do właściwego rejestru, terminie dostawy, terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie ma charakter wiążący. Prezes UOKiK ustalił, że Merlin.pl nie wywiązywał się z obowiązku pisemnego potwierdzenia wskazanych elementów. Uznał w efekcie, że doszło do praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na nieudzielaniu konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W decyzji podkreślono, że brak potwierdzenia na piśmie wskazanych informacji godzi w interesy konsumentów w ten sposób, że zostają oni pozbawieni niezbędnych informacji i dokumentów, które w razie wystąpienia niezgodności mogłyby ułatwić im dochodzenie przysługujących im praw. Podkreślono, że brak informacji o organie rejestrowym i numerze wpisu do właściwego rejestru przedsiębiorców utrudniał weryfikację danych na temat spółki. Brak potwierdzenia informacji o terminie dostawy towaru mógł prowadzić zaś do niemożności udowodnienia, w jakim terminie spółka faktycznie miała wykonać konkretną umowę.

Istotnym elementem obowiązku informowania konsumenta jest zapewnianie dostępu do informacji nie tylko na poziomie faktycznym, ale również jeżeli chodzi o jasność, czytelność i zrozumiałość tej informacji, także tej zawartej na stronach internetowych¹⁹⁰. Dotyczy to czytelności i wielkości druku, kompletności przedstawianych informacji, wystarczająco długiego czasu emisji (w radiu lub telewizji). Elementem koniecznym jest również formułowanie wszystkich informacji w języku polskim.

¹⁸⁸ Zgodnie z wymaganiami ustawy z 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów, DzU 2003, nr 229, poz. 2275.

¹⁸⁹ Decyzja Prezesa UOKiK z 18 stycznia 2007 r., nr RKT – 03/2007, www.uokik.gov.pl

¹⁹⁰ W ostatnim raporcie Komisji Europejskiej stwierdzono, że co najmniej 200 stron internetowych europejskich przewoźników lotniczych wprowadza klientów w błąd. Rezultaty dochodzenia z udziałem przedstawicieli urzędów ds. lotnictwa cywilnego z 15 krajów UE w sprawie 400 stron internetowych wykazały: „ponad 50 proc. wszystkich stron internetowych zawierały nieprawidłowości, szczególnie odnośnie do wskazówek cenowych, warunków umowy i przejrzystości propozycji”, <http://biznes.onet.pl/0,1640083,wiadomosci.html> za PAP, tm/13.11.2007, godz. 10:46.

Konieczne z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest także zapewnienie zgodności dostarczanych towarów i usług z normami z zakresu zdrowia i bezpieczeństwa konsumenta, obejmującymi m.in. oznakowania ostrzegające o zagrożeniach dla zdrowia oraz etykiety informacyjne. Wymagane jest też respektowanie prywatności konsumenta i zapewnienie poufności jego danych osobowych. Dane osobowe nie mogą być także dowolnie wykorzystywane w celach handlowych. Na gruncie ustawy o ochronie danych osobowych niedopuszczalne jest zwłaszcza wykorzystywanie marketingowe istniejących zbiorów danych (nawet jeżeli są ogólnodostępne), założonych w innym celu, jak też korzystania z danych bez zgody osoby zainteresowanej.

Innym przykładem rygorystycznego wywiązywania się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest nieposługiwanie się w obrocie prawnym niedozwolonymi klauzulami umownymi (tzw. klauzulami abuzywnymi)¹⁹¹. Ich przykładowe wyliczenie jest zawarte w art. 385³ Kodeksu cywilnego¹⁹². Dlatego można uznać, że normy społecznej odpowiedzialności biznesu zakazują posługiwania się w obrocie klauzulami wymienionymi w art. 385³ k.c. (pomimo przyjęcia tam, że katalog ten ma zastosowanie tylko „w razie wątpliwości”), jak i innymi, które znalazły się w rejestrze klauzul niedozwolonych, prowadzonym przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów¹⁹³ na skutek wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów¹⁹⁴. Przedsiębiorcy nie powinni posługiwać się również klauzulami o treści zbli-

¹⁹¹ Zgodnie z art. 385¹ § 1 k.c. niedozwolone postanowienia umowne to postanowienia umowy zawieranej z konsumentem nie uzgodnione indywidualnie, które kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, naruszając rażąco jego interesy. Nie są nimi postanowienia określające główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny.

¹⁹² Mowa tam m.in. o postanowieniach umownych, które wyłączają lub ograniczają odpowiedzialność względem konsumenta za szkody na osobie; przewidują postanowienia, z którymi konsument nie miał możliwości zapoznać się przed zawarciem umowy; przyznają przedsiębiorcy uprawnienia do dokonywania wiążącej interpretacji umowy; uprawniają przedsiębiorcę do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie; pozbawiają wyłącznie konsumenta uprawnienia do rozwiązania umowy, odstąpienia od niej lub jej wypowiedzenia; przewidują uprawnienie przedsiębiorcy do określenia lub podwyższenia ceny lub wynagrodzenia po zawarciu umowy, bez przyznania konsumentowi prawa odstąpienia od umowy.

¹⁹³ http://www.uokik.gov.pl/pl/ochrona_konsumentow/niedozwolone_klauzule/rejestr_klauzul_niedozwolonych

¹⁹⁴ Por. przepisy art. 479³⁶–479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego. Należy podkreślić, w świetle orzecznictwa SN, że uznanie klauzuli za niedozwoloną i wpisanie jej do rejestru ma skutek wobec wszystkich (*erga omnes*), a więc także w stosunku do przedsiębiorców, którzy nie byli stroną postępowania o uznaniu danej klauzuli za niedozwoloną – uchwała Sądu Najwyższego z 13 lipca 2006 r., sygn. III SZP 3/06, OSNP 2007/1-2/35.

zonej do treści klauzuli już wpisanej do rejestru¹⁹⁵. Ponadto, istotne jest, aby przedsiębiorcy brali pod uwagę treść zakazanych klauzul już na etapie tworzenia wzorców umów – chodzi tu w szczególności o takie klauzule, które choć nie są zakazane, mogą osiągać taki sam skutek, jak te zawarte w katalogach. Zakazane klauzule były stosowane przez prywatne szkoły wyższe (są one przedsiębiorcami). Na przykład Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie w umowach ze studentami stosowała postanowienia uniemożliwiające osobom rezygnującym ze studiów uzyskanie zwrotu czesnego za okres, kiedy zajęcia faktycznie się nie odbywały. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał natomiast, że osoby rezygnujące ze studiów mają prawo do zwrotu czesnego za niewykorzystany okres oraz że nie muszą płacić kar, gdy wypowiadają umowę z przyczyn od nich niezależnych¹⁹⁶. Klauzulą abuzywną dotyczącą warunków odstąpienia od umowy kształcenia korespondencyjnego posługiwała się Krakowska Uniwersytecka Szkoła Kształcenia Indywidualnego. W umowie, będącej jednocześnie zgłoszeniem na kurs, zastrzegano, że nie rozpoczęcie nauki przez uczestnika kursu lub jego przerwanie nie powoduje obniżenia ceny ani wygaśnięcia roszczeń finansowych wobec szkoły. Klient nie miał więc możliwości uzyskania zwrotu pieniędzy w razie rezygnacji z kursu¹⁹⁷. Powyższe zostało zakwestionowane przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów¹⁹⁸. Inny typ klauzuli odnosił się do możliwości zawieszania świadczenia usług przy powołaniu pozornie obiektywnej przyczyny. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zakazał np. stosowanie klauzuli o treści: „Operator zastrzega sobie również prawo do zablokowania użytkownikowi dostępu do sieci Internet na łączny okres miesięcznie nie większy niż 48 godzin, w celu dokonania niezbędnej konserwacji i kontroli swojego sprzętu”¹⁹⁹.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu znajdują również zastosowanie w przypadku reklamy. Kluczowe znaczenie dla określenia tych norm mają bezwzględnie obowiązujące przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji²⁰⁰ oraz ustawy z 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczci-

¹⁹⁵ Uchwała Sądu Najwyższego z 13 lipca 2006 r., sygn. akt III SZP 3/06, OSNP 2007/1-2/35.

¹⁹⁶ Wyrok SOKiK z 25 maja 2007 r., sygn. akt XVII Amc 33/06.

¹⁹⁷ Treść klauzuli była następująca: „Nierozpoczęcie lub przerwanie nauki przez uczestnika kursu nie wpływa na obowiązki Płatnika określone w 2 ust. 3 umowy, nie pomniejsza wartości kursu określonej w zgłoszeniu na kurs oraz nie powoduje wygaśnięcia innych roszczeń finansowych ze strony Uniwersyteckiej Szkoły Kształcenia Indywidualnego wobec Płatnika”.

¹⁹⁸ Wyrok SOKiK z 11 maja 2006 r., sygn. akt XVII Amc 176/05.

¹⁹⁹ Wyrok SOKiK z 21 listopada 2006 r., sygn. akt XVII Amc 138/05.

²⁰⁰ Por. szczegółową regulację art. 16 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

wym praktykom rynkowym²⁰¹. Na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji reklamą nieuczciwą jest reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka. Wskazanie to ma charakter bardzo generalny, w związku z czym może stać się źródłem szerokiej samooceny przedsiębiorcy w zakresie stosowanej reklamy jak i sądowej, zwłaszcza gdy reklama, choć nieuczciwa, nie odpowiada bardziej szczegółowym typom nieuczciwej reklamy. Niedopuszczalna z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami lub reklama, która godzi w godność ludzką lub ma charakter dyskryminujący. W świetle wymogów konstytucyjnych chodzi tutaj o jakąkolwiek podstawę dyskryminacji. Zakazana jest więc również taka reklama, która zawiera treści dyskryminujące przykładowo mniejszości seksualne. Przypadkiem zakazanej dyskryminacji w reklamie jest np. reklama tanich połączeń telefonicznych w sieci ERA, gdzie obok zdjęć mężczyzn umieszczono hasło „tanie numerki”. Z interwencją wystąpiła wtedy Pełnomocnik Rządu ds. równego statusu kobiet i mężczyzn Magdalena Środa, która podkreślała, że „w reklamie (promującej tanie połączenia w usłudze) »Tanie Numerki« pojawia się postać mężczyzny-geja przedstawionego w bardzo tendencyjny i stereotypowy sposób – jako osoby zniewieściałej i dziwacznej”. Podkreśla ona również, że „biorąc pod uwagę przypadki lekceważenia, dyskryminacji, w tym rażącego jej przejawu, jakim jest przemoc doznawana przez przedstawicieli tej grupy społecznej, reklama ta jest szczególnie krzywdząca”²⁰². Bardzo podobna sytuacja dotyczyła reklamy sieci komórkowej ERA, gdzie obok zdjęcia kobiety umieszczono hasło „Masz z nią 160 minut za 30 zł”²⁰³.

Innym typem reklamy zakazanej na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi. Podstawowym celem reklamy powinno być takie informowanie konsumenta o produkcie lub usłudze, aby zachęcić go do wybrania danej oferty. Równocześnie jednak podstawowym wymogiem w tym zakresie powinna być prawdziwość tej informacji. Obowiązek w tym zakresie spoczywa na przedsiębiorcy, jako że konsument ma w większości przypadków dużo mniejszą wiedzę na temat produktu lub usługi. Celowe wprowadzenie klienta w błąd, rozumiane jako wywołanie u klienta niezgodnego ze stanem rzeczy wyobrażenia o danym produkcie lub usłudze, jest najbardziej dotkliwym z punktu widzenia wpływu na decyzję konsumenta typem reklamy. Reklamą wprowadzającą w błąd jest zarówno reklama, która podaje nieprawdziwe informacje, jak i taka, która

²⁰¹ Por. art. 7 ustawy. DzU 2007, nr 171, poz. 1206.

²⁰² <http://www.wirtualnemedi.pl/document.php?id=314012>

²⁰³ Ibidem.

jest myląca (np. dwuznaczna). Reklamą taką jest np. powoływanie się na nieistniejące wyróżnienia lub certyfikaty lub zapewnianie o nieistniejącej cesze danego produktu bądź usługi. Przykładem reklamy wprowadzającej w błąd była reklama piwa bezalkoholowego Okocim. Była ona przedmiotem rozstrzygnięcia Sądu Najwyższego w wyroku z 26 września 2002 r.²⁰⁴. Okocimskie Zakłady Piwowskie SA w celu omięcia całkowitego zakazu reklamy napojów alkoholowych wyemitowały kilka reklam promujących piwo „Zagłoba” i „Mocne” w wersji bezalkoholowej, ale z wykorzystaniem skojarzeń typowych dla spożywania piwa alkoholowego, czyli w sposób sugerujący (np. przez pokazanie zabawy w pubie kufli piwa bez oznaczenia, że jest ono bezalkoholowe), że mamy do czynienia z normalnym piwem. Na końcu reklamy umieszczono drobnym drukiem napis „piwo bezalkoholowe”. Pojawiał się on jednak tylko przez chwilę i był źle widoczny. Użyte zostały ponadto sformułowania, jak „Piwo na serio, reszta to fortel”, a etykiety na piwie alkoholowym i bezalkoholowym były identyczne. Istotna dla oceny sądu była również okoliczność, że wydatki na reklamę piwa bezalkoholowego były niewspółmiernie duże do ilości jego sprzedaży (na poziomie 0,1%) Sąd Najwyższy, mając na względzie wskazane okoliczności uznał, że reklamy te służyły przede wszystkim obejściu zakazu reklamy produktów alkoholowych. Zdaniem SN opisane praktyki wprowadzały klientów w błąd, co do rodzaju nabywanego produktu.

Istnieje wiele dalszych przykładów reklamy wprowadzającej w błąd. Tak np. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za reklamę wprowadzającą w błąd podawanie w reklamach firm developerskich (np. J.W. Construction) cen netto proponowanych nieruchomości, tj. bez uwzględnienia podatku VAT²⁰⁵. Wprowadzenie w błąd w tym przypadku polegało na sugestii, że wartość oferowanego mieszkania jest niższa niż miało to miejsce w rzeczywistości. Niedopuszczalna z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu jest reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywoływanie lęku, wykorzystywanie przesądów lub łatwowierności dzieci. Podobnie niedopuszczalne jest odnoszenie się w reklamie do innych sytuacji polegających na wywoływaniu silnych emocji u konsumenta, np. przez wykorzystywanie uczuć patriotycznych, skłonności altruistycznych czy motywów seksualnych. Podobny charakter ma reklama odwołująca się do uczuć dzieci. Wykorzystuje ona łatwowierność dzieci i traktowania przez nie świata reklamy na takiej samej zasadzie, jak świata bajki, przy świadomości, że dzieci mają duży wpływ na decyzje rodziców w zakresie korzystania

²⁰⁴ Dz. Urz. UOKiK 2004, nr 1, poz. 249. Wyrok SN z 26 września 2002 r., sygn. akt III CKN 213/01.

²⁰⁵ Decyzja Prezesa UOKiK z 16 stycznia 2004 r., DDK 2004, nr 1, www.uokik.gov.pl.

z różnych dóbr i usług. Niedopuszczalne jest również, aby przedsiębiorca posługiwał się kryptoreklamą oraz reklamą przy wykorzystaniu wizerunków osób powszechnie znanych, w sytuacji, gdy reklama ta występuje pod postacią neutralnego komunikatu²⁰⁶.

Z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu niedopuszczalna jest również reklama uciążliwa, tj. taka, która stanowi istotną ingerencję w sferę prywatności, w szczególności przez uciążliwe dla klientów nagabywanie w miejscach publicznych, przesyłanie na koszt klienta niezamówionych towarów lub nadużywanie technicznych środków przekazu informacji.

Duże znaczenie dla upowszechniania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, przyjętych dobrowolnie przez przedsiębiorców ma przepis art. 5 ust. 2 pkt 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Uznaje on, że praktyką rynkową wprowadzającą w błąd (a więc nieuczciwą) jest nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk. Kodeksy dobrych praktyk zawierają często postanowienia sięgające dalej niż obowiązki ustawowe i odnoszą się bezpośrednio do społecznej odpowiedzialności biznesu. Nieprzestrzeganie takich postanowień (a więc również niewywiązywanie się z dobrowolnie przyjętych norm społecznej odpowiedzialności biznesu), wiązać się może z możliwością odpowiedzialności cywilnej (w tym odszkodowawczej) przewidzianej w art. 12 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w sytuacji, gdy ciężar dowodu, co do tego, że dana

²⁰⁶ Jest to jednak problem złożony, o czym świadczy sprawa Krystyny Czubównej, byłej znanej prezenterki TVP, prowadziła program informacyjny „Panorama”. Po zaprzestaniu pracy w TVP została zatrudniona jako rzecznik Telekomunikacji Polskiej SA W związku z pełnioną funkcją występowała w blokach oznaczonych jako ogłoszenie płatne (nie reklama), informując o nowościach oferty TP SA Ponadto spot był rozpoczynany od stwierdzenia: „Witam Państwa w serwisie informacyjnym Telekomunikacji Polskiej”. Powodowało to, w ocenie Prezesa UOKiK i Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, u konsumentów wrażenie, że względu na dziennikarską przeszłość K. Czubówny, że podawane wiadomości mają charakter neutralnej informacji; a tymczasem są reklamą (wyrok SOKiK z 23 lutego 2006 r. r., sygn. akt XVII Ama 18/04; Dz. Urz. UOKiK 2006, nr 2, poz. 31). Jednak na skutek postępowania odwoławczego Sąd Najwyższy (wyrok SN z 6 grudnia 2007 r., sygn. akt III SK 20/07, Legalis) uznał, że TP SA nie złamała prawa. Zdaniem SN nie można uznać za reklamę ukrytą spotu wyemitowanego w wyodrębnionym paśmie reklamowym. Spot TP SA był wyodrębniony (nie nadawano go w paśmie, które zaczynało się i kończyło słowami „reklama”, a oznaczano go słowami „ogłoszenie płatne”). Przepisy pozwalają na takie wyróżnienie przekazu reklamowego. Oznacza to zdaniem SN, że film TP SA, jako że nadany w bloku reklamowym, był dozwoloną reklamą (nie miał więc charakteru reklamy ukrytej – wypowiedzi, która zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji).

praktyka rynkowa nie stanowi nieuczciwej praktyki wprowadzającej w błąd spoczywa na przedsiębiorcy, któremu zarzuca się stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej.

Wywiązywanie się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie drugim stanowią wszelkie dobrowolne praktyki przedsiębiorcy, polegające na wychodzeniu poza obowiązki ustawowe. Przykładem może być tutaj umożliwienie odstąpienia od umowy konsumentom w przypadku niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, nawet gdy istnieje możliwość naprawy lub wymiany towaru na nowy²⁰⁷. Za normę społecznej odpowiedzialności biznesu należy uznać również umożliwienie konsumentowi odstąpienia od umowy (zwrotu nabytego towaru), w przypadku gdy nie jest on obciążany jakąś wadą (np. w terminie 7 dni od daty nabycia rzeczy)²⁰⁸. Dobrą praktyką z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności biznesu będzie informowanie konsumentów o możliwości powołania się przez nich na ustawę o sprzedaży konsumenckiej przez dwa lata od daty nabycia produktu²⁰⁹.

W przypadku prawa ochrony konkurencji i prawa nieuczciwej konkurencji w zakresie odnoszącym się do relacji z konkurentami, normy społecznej odpowiedzialności biznesu ponownie będą oddziaływać na dwóch poziomach – rygorystycznego przestrzegania prawa oraz wychodzenia poza jego zakres. Jeżeli chodzi o prawo ochrony konkurencji to zakazane z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie wchodzenie przez przedsiębiorcę w porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym²¹⁰ oraz nadużywanie pozycji dominującej na rynku właściwym²¹¹. Do tych zagadnień odnoszą się bezpośrednio Wytyczne OECD²¹². Normy społecznej odpowiedzialności biznesu mogą odnosić się również do takich

²⁰⁷ Por. art. 8 ust. 4 w związku z ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

²⁰⁸ Norma ta ma już charakter powszechnie obowiązujący, np. w przypadku sprzedawców markowej odzieży.

²⁰⁹ Częstą sytuacją jest informowanie konsumenta o udzieleniu mu rocznej gwarancji i ukrycie niejako w efekcie informacji istnienia odpowiedzialności sprzedawcy przez dwa lata z tytułu ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

²¹⁰ Art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

²¹¹ Art. 9 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

²¹² Mowa w nich o konieczności powstrzymywania się od zawierania bądź realizacji antykonkurencyjnych porozumień między konkurującymi na rynku firmami, zakładających: (a) ustalanie cen na stałym poziomie; (b) składanie manipulacyjnych ofert kupna (ofert przetargowych na ukartowanych zasadach); (c) ustanawianie ograniczeń bądź kontyngentów na produkcję przedsiębiorstwa; (d) łączenie lub dzielenie rynku przez przyporządkowywanie klientów, dostawców, terytoriów bądź branży handlowych.

porozumień, które na gruncie prawa ochrony konkurencji ze względu na zbyt mały udział w rynku zawierających porozumienie przedsiębiorców nie są zakazane²¹³. Oznacza to, że pomimo świadomości niepodlegania zakazowi ustanowionemu przez ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca o małym udziale w rynku nie zawiera ze względu na normy społecznej odpowiedzialności biznesu porozumień, które można by uznać za antykonkurencyjne. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszą się również we wskazanym zakresie do pełnej przejrzystości prowadzonej działalności gospodarczej, zwłaszcza do zawierania wszystkich istotnych porozumień w formie pisemnej.

W świetle norm społecznej odpowiedzialności biznesu rozważanych na drugiej płaszczyźnie – praktyk posuniętych dalej niż nakazuje prawo, konieczne jest branie pod uwagę wpływu na konkurencję na rynkach innych państw i to nie tylko tych wchodzących w skład UE. Pozytywną praktyką jest współpraca z organami ochrony konkurencji poprzez m.in. niezwłoczne dostarczanie możliwie kompletnych informacji na żądanie, z przestrzeganiem stosowanego w tym zakresie prawa i odpowiednich gwarancji ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa. Istotne jest również promowanie wśród pracowników wiedzy i świadomości na temat polityki ochrony konkurencji.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu są ustalane także na podstawie regulacji ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji²¹⁴. W tej ustawie istotny z punktu widzenia norm społecznej odpowiedzialności biznesu jest otwarty charakter definicji czynu nieuczciwej konkurencji²¹⁵. Powoduje to, że na przedsiębiorcy spoczywa odpowiedzialność uprzedniego analizowania planowanych działań pod kątem ich uczciwości wobec konkurentów. Ponadto, przedsiębiorca powinien bezwzględnie unikać w swojej działalności czynów nieuczciwej konkurencji wymienionych w ustawie. Szczególnie istotne w tym kontekście jest nienaruszanie tajemnicy przedsiębiorstwa konkurenta. Należy zauważyć, że tajemnice przedsiębiorstwa stanowią inne niż własność prawa majątkowe w rozumieniu art. 64 Kon-

²¹³ Zgodnie z art. 7 u.o.k.k. zakazu, o którym mowa w art. 6 ust. 1, nie stosuje się do porozumień zawieranych między: (1) konkurentami, których łączny udział w rynku w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 5%; (2) przedsiębiorcami, którzy nie są konkurentami, jeżeli udział w rynku posiadany przez któregośkolwiek z nich w roku kalendarzowym poprzedzającym zawarcie porozumienia nie przekracza 10%.

²¹⁴ W przeciwieństwie do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ma ona zastosowanie w relacjach prywatnoprawnych, nie reguluje stosunków państwo – przedsiębiorca.

²¹⁵ Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta.

stytucji RP, i tym samym tak jak one podlegają ochronie. W tym zakresie więc normy społecznej odpowiedzialności biznesu mają swoją podstawę wprost w Konstytucji RP.

4.7.3. Wnioski

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszące się do ich relacji z zewnętrznymi kontrahentami – konsumentami i konkurentami mają w porównaniu z innymi omawianymi zagadnieniami słabsze podstawy w Konstytucji RP. Pomimo tego jest ona źródłem aksjologii – za wartość uznaje się w niej zarówno dobrobyt konsumentów (zwłaszcza prawo konsumenta do informacji), jak i wolny rynek. Konstytucyjny charakter mają również normy prawa wspólnotowego regulujące ochronę konkurencji i konsumentów.

Treść konkretnych norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie więc wyznaczana na podstawie regulacji ustawowych – licznego i rozproszonego ustawodawstwa dotyczącego ochrony konsumenta oraz ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak również ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Płyne stąd wniosek o bezwzględnie obowiązującym charakterze norm społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów. Jednak w zakresie, w jakim normy te oddziałują na drugim poziomie mają one charakter dyspozytywny. Wywiązywanie się z nich przez przedsiębiorcę służy jednak podniesieniu standardów zarówno konstytucyjnych, jak i ustawowych standardów ochrony wolnej konkurencji i konsumentów.

4.8. Ochrona środowiska naturalnego

4.8.1. Podstawa konstytucyjna

Środowisko naturalne jest uznawane na gruncie Konstytucji RP za wartość, która podlega bezwzględnej ochronie. Świadczy o tym potraktowanie tej ochrony zarówno jako zadania i obowiązku państwa (art. 5, art. 68 ust. 4 oraz art. 74 Konstytucji RP), jak i każdego podmiotu prywatnego (art. 86 Konstytucji RP). Równocześnie konieczność ochrony środowiska może być podstawą do ograniczenia korzystania z wolności i praw jednostki (art. 31 ust. 3 Konstytucji RP). Łączne ujęcie tych wszystkich postanowień wskazuje, że istnienie zdrowego środowiska jest jedną z najważniejszych

wartości konstytucyjnych²¹⁶. Z art. 74 Konstytucji RP, poza obowiązkiem władz publicznych do ochrony środowiska i zapewnienia bezpieczeństwa ekologicznego, wynika nakaz dla władz publicznych wspierania działań obywateli na rzecz ochrony i poprawy środowiska (art. 74 ust. 4 Konstytucji RP). Wydaje się, w szczególności w kontekście art. 86 Konstytucji RP, gdzie mowa o obowiązkach każdej jednostki, że w przypadku tego przepisu należy zastosować wykładnię rozszerzającą i obowiązek państwa do wspierania działań na rzecz środowiska odnieść do wszystkich podmiotów prywatnych, a więc także do przedsiębiorców.

Bezpośrednio natomiast obowiązek do dbałości o stan środowiska płynie z art. 86 Konstytucji RP z równoczesnym wprowadzeniem odpowiedzialności każdego, kto swoim postępowaniem, zachowaniem, przyczynia się do jego pogorszenia. W doktrynie zgodnie podkreśla się, że obowiązek ten ciąży na każdym, a nie tylko na obywatelu polskim, co odnosi się nie tylko do osób fizycznych, lecz także do podmiotów gospodarczych²¹⁷. Dzieje się tak, ponieważ to działalność podmiotów gospodarczych w wyższym stopniu może zagrażać środowisku i powodować jego degradację²¹⁸. Obowiązek konstytucyjny sprowadza się do dbania o stan środowiska. Pojęcie to ma zarówno aspekt negatywny odnoszący się do zakazu niszczenia lub degradowania elementów środowiska, jak i pozytywny, polegający na zapobieganiu szkodom w środowisku, racjonalnego jego kształtowania czy nawet przywracania do właściwego stanu²¹⁹.

4.8.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a konstytucyjny nakaz ochrony środowiska

Jednym z podstawowych elementów społecznej odpowiedzialności biznesu jest bezwzględny nakaz uwzględniania w prowadzonej działalności gospodarczej środowiska naturalnego. Wynika on w szczególności z omówionych w rozdziale pierwszym międzynarodowych norm społecznej odpowiedzialności biznesu. W efekcie wydaje się być tożsamy z obowiązkiem konstytucyjnym zawartym w art. 86 ustawy zasadniczej. Na gruncie jednak przedstawionej koncepcji pozytywnego i negatywnego aspektu nakazu

²¹⁶ L. Garlicki, *Komentarz...*, op. cit., *Komentarz do art. 74 Konstytucji RP*, s. 2.

²¹⁷ W. Skrzydło, *Konstytucja...*, op. cit., *Komentarz do art. 86 Konstytucji RP*; K. Działocha, *Komentarz do art. 86 Konstytucji RP*, w: L. Garlicki (red.), *Komentarz...*, op. cit., s. 3–4.

²¹⁸ W. Skrzydło, *Konstytucja*, op. cit., *Komentarz do art. 86 Konstytucji RP*.

²¹⁹ K. Działocha, w: L. Garlicki (red.), *Komentarz...*, op. cit., *Komentarz do art. 86 Konstytucji RP*, s. 2.

dbania o środowisko naturalne normy społecznej odpowiedzialności będą kładły w szczególności nacisk na ten pozytywny aspekt. Podkreśla się, że wykraczanie poza obowiązki prawne, inwestowanie w środowisko sprzyja uzyskaniu przewagi konkurencyjnej nad innymi przedsiębiorcami²²⁰. Istotne jest zarazem odpowiednie zarządzanie ochroną środowiska i zasobami naturalnymi²²¹. Konieczne jest zwłaszcza ograniczanie zużycia energii, poszukiwanie jej alternatywnych źródeł czy ograniczanie emisji i zanieczyszczeń. Wskazuje się, że ma to pozytywne skutki zarówno dla środowiska, jak i danego przedsiębiorcy (obniżenie kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa)²²². Wywiązywanie się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu oznacza również podejmowanie natychmiastowych kroków w przypadku pojawiających się wiarygodnych sygnałów o zagrożeniu dla środowiska naturalnego związanego z daną działalnością gospodarczą. W takiej sytuacji, szczególnie w przypadku sygnałów pochodzących od instytucji państwowych i organizacji międzynarodowych czy pozarządowych, konieczne może być nawet wstrzymanie realizowanej inwestycji²²³. Równocześnie przedsiębiorca powinien mieć prawo do oceny sytuacji, zwłaszcza do zaciągnięcia opinii biegłych co do kosztów dla środowiska realizowanej inwestycji, nawet jeżeli opinia publiczna jest jej przeciwna²²⁴. Sprzeczne jednak z normami społecznej odpowiedzialności biznesu będzie wykorzystywanie haseł ekologicznych jako zabiegu reklamowego, np. przez umieszczanie na produktach wszelkich przedrostków typu „eko”, „bio”, w sytuacji, gdy te produkty nie są znacząco mniej szkodliwe od produktów proponowanych przez konkurentów²²⁵. Wskazuje się również, że wszelkie deklaracje odnoszące się do ekologicznego charakteru produktów powinny być szczegółowe, możliwie rozbudowane i relewantne, aby możliwa była ich weryfikacja²²⁶.

²²⁰ A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 33.

²²¹ Por. punkt 2.1.4. Zielonej Księgi.

²²² Ibidem.

²²³ Wydaje się w związku z tym, że inwestorzy budujący obwodnicę Augustowa, powinni wstrzymać prace drogowe w chwili ujawnienia się kontrowersji związanych z realizacją tej inwestycji w Dolinie Rospudy.

²²⁴ Na sytuację taką wskazuje A. Lewicka-Strzałecka (op. cit., s. 23–24), opisując wstrzymanie przez ekologów z Green Peace zatopienia platformy wiertniczej Shella, pomimo faktu, że powyższe nie miałyby żadnych negatywnych skutków dla środowiska.

²²⁵ A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 34–35.

²²⁶ Jej zdaniem nie jest w szczególności wystarczające umieszczenie napisu typu „przyjazny dla środowiska” czy „ekologiczny”, A. Lewicka-Strzałecka, op. cit., s. 34–38.

4.8.3. Wnioski

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu nakazujące przedsiębiorcy ochronę środowiska naturalnego wynikają bezpośrednio z Konstytucji RP. W szczególności norma art. 86 Konstytucji RP staje się bezpośrednim źródłem obowiązku dla przedsiębiorcy do dbania o środowisko naturalne. Normy społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie ochrony środowiska odnoszą się przede wszystkim do aspektu pozytywnego ochrony środowiska. Normy te mają charakter bezwzględnie obowiązujący i mogą skutkować zarówno odpowiedzialnością prawną (w przypadku naruszenia zakazów), jak i odpowiedzialnością natury ekonomicznej (mniejsze zyski przedsiębiorcy, który nie jest ekologicznie przyjazny).

Podsumowanie

Społeczna odpowiedzialność biznesu widziana w świetle Konstytucji RP i unormowań międzynarodowych nabiera prawnego charakteru. Skutkuje to brakiem możliwości postrzegania jej wyłącznie w kategoriach ekonomiczno-marketingowych strategii przedsiębiorstw.

Społeczna odpowiedzialności biznesu jest zbiorem norm, które określają sposób działania przedsiębiorcy wobec swoich wewnętrznych i zewnętrznych kontrahentów. Adresatem tych norm jest przedsiębiorca jako podmiot prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą. Z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności nie jest jednak istotna wielkość przedsiębiorcy. Brak podstaw do odnoszenia społecznej odpowiedzialności biznesu wyłącznie do działalności dużych podmiotów gospodarczych, choć to na nich (np. korporacjach transnarodowych) koncentrują się największe oczekiwania z tytułu wywiązywania się z norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

Beneficjentami norm społecznej odpowiedzialności biznesu są kontrahenci przedsiębiorcy. Są to podmioty – zarówno osoby fizyczne, jak i prawne, które będąc w otoczeniu przedsiębiorcy wchodzi w nim kontakty natury prawnej. Kontrahenci wewnętrzni przedsiębiorcy to jego pracownicy w szerokim tego słowa znaczeniu (bez względu na prawną podstawę zatrudnienia) oraz udziałowcy. Kontrahenci zewnętrzni natomiast to konsumenci (klienci), konkurenci przedsiębiorcy, społeczności lokalne, organizacje społeczne i państwo oraz w ujęciu przedmiotowym środowisko naturalne.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu wynikające z Konstytucji RP odnoszą się do większości ze wskazanych grup. Bezpośrednio regulacja konstytucyjna dotyczy pracowników, konsumentów i środowiska naturalnego. Pośrednio natomiast konkurentów (przez założenie o rynkowy charakterze gospodarki RP oraz wolności gospodarczej), społeczności lokalnych, organizacji pozarządowych i państwa (poprzez wynikający ze społecznego charakteru gospodarki rynkowej nakaz współpracy partnerów społecznych). Poza sferą regulacji konstytucyjnej znajduje się relacja między przedsiębiorcą a jego udziałowcami – dotyczą jej przepisy prawa handlowego i przepisy *corporate governance*. Te ostatnie jednak nie mają, w przeciwieństwie do

norm społecznej odpowiedzialności biznesu wynikających z Konstytucji RP, charakteru powszechnie obowiązującego, a wyłącznie wewnętrzny.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu wyznaczają sposób działań przedsiębiorcy. Ich podstawa aksjologiczna i podstawowa treść jest zawarta w Konstytucji RP. Normy Konstytucji RP znajdują zastosowanie w działalności przedsiębiorców poprzez bezpośrednie stosowanie i w wielu przypadkach horyzontalną skuteczność praw podstawowych, zagwarantowanych w Konstytucji RP. Równie istotne jest promieniowanie Konstytucji RP na relacje między podmiotami prywatnymi – nawet pomimo braku horyzontalnej skuteczności, prawa i wartości wynikające z Konstytucji RP powinny być brane pod uwagę przy prowadzeniu działalności gospodarczej na terenie Polski. Podobne uwagi można odnieść do zasady nienaruszalnej godności ludzkiej, która, stanowiąc źródło dla wszystkich praw i wolności człowieka, staje się bezpośrednim wyznacznikiem sposobu prowadzenia działalności gospodarczej. Jej naruszenie natomiast skutkuje odpowiedzialnością natury *stricte* prawnej. Równocześnie dla właściwej interpretacji norm społecznej odpowiedzialności biznesu wynikających z Konstytucji RP duże znaczenie ma prawo międzynarodowe społecznej odpowiedzialności biznesu poświęcone, i to pomimo jego charakteru, *soft law*.

Treść norm społecznej odpowiedzialności biznesu wynika z norm Konstytucji RP. Ich generalnym źródłem jest zasada społecznej gospodarki rynkowej zawarta w art. 20 Konstytucji RP. W szczególności w normie społecznej odpowiedzialności biznesu nakazującej przedsiębiorcy podejmowanie działań nie tylko w interesie wąsko pojmowanego zysku, lecz także kontrahentów przedsiębiorcy, odpowiada wynikający z zasady społecznej gospodarki rynkowej obowiązek brania pod uwagę dobra ogółu. Obowiązek taki spoczywa na partnerach społecznych – także na przedsiębiorcach. Treść konkretnych norm społecznej odpowiedzialności biznesu znajduje swoje źródło w poszczególnych, omówionych w rozdziale czwartym, konstytucyjnych prawach i wolnościach jednostki.

Normy społecznej odpowiedzialności biznesu mają co do zasady charakter powszechny oraz bezwzględnie obowiązujący. Taka sytuacja ma miejsce w przypadku zakazu dyskryminacji (wynika on bezpośrednio z art. 32 i 33 Konstytucji RP), ochrony praw pracowniczych (w zakresie, w jakim wynikają z Konstytucji RP – art. 65 ust. 1 i art. 66 oraz z przepisów Kodeksu pracy), wolności słowa – prawa do krytyki, prawa do prywatności, wolności zrzeszania się i wolności związkowej, ochrony konkurencji i konsumentów (tutaj jednak zasadniczym źródłem dla norm społecznej odpowiedzialności biznesu są przepisy ustawowe, Konstytucja RP wyznacza podstawowe

wartości) i ochrony środowiska (w związku z konstytucyjnym obowiązkiem każdego wynikającego z art. 86 Konstytucji RP).

Charakter względnie obowiązujący mają normy społecznej odpowiedzialności biznesu z zakresu prawa pracy oraz ochrony konkurencji i konsumentów, w zakresie, w jakim nie da się ich wyprowadzić bezpośrednio ani z regulacji konstytucyjnych, ani ustawowych (por. podawany przykład prawa odstąpienia od umowy sprzedaży konsumenckiej, pomimo braku wady produktu). Źródłem tych norm będą przepisy wewnętrzne danego przedsiębiorstwa.

W związku z tym normy społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie wynikającym z Konstytucji RP lub stanowiących wykonanie jej ustaw, nie mają charakteru norm etycznych.

Inny niż w przypadku norm konstytucyjnych będzie mechanizm wdrażania norm społecznej odpowiedzialności biznesu. Będzie się on odbywać na dwóch poziomach. Pierwszy poziom, będzie polegać na bezwzględny przestrzeganiu obowiązującego prawa, także w tych sferach, w których brakuje skutecznych mechanizmów ze strony państwa do jego egzekwowania (poziom negatywny). Drugi poziom, będzie się odnosić natomiast do wypełniania treścią norm ogólnych pozytywnymi działaniami zmierzającymi do stworzenia środowiska, w którym dane negatywne zjawisko nie występuje (poziom pozytywny). Będzie więc tutaj w szczególności chodzić o trwałą i długofalową politykę przedsiębiorcy (np. w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji i naruszeniom praw pracowniczych, pełniejszej ochrony praw konsumentów czy lepszej gwarancji dla ochrony środowiska). Wywiązywanie się przez przedsiębiorcę z norm społecznej odpowiedzialności biznesu na drugim poziomie będzie skutkowało zarazem podniesieniem standardów ochrony praw i wolności konstytucyjnych.

Odpowiedzialność za naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie miała w przypadku jej norm bezwzględnie obowiązujących charakter prawny. Będzie ona dotyczyć przede wszystkim pierwszego poziomu wdrażania tych norm – przybierze wtedy w szczególności formę odpowiedzialności odszkodowawczej lub nawet karnej. Odpowiedzialność prawna będzie odnosić się jednak również w pewnym zakresie do drugiego poziomu wdrażania norm społecznej odpowiedzialności biznesu – sytuacja taka będzie dotyczyć np. przypadku braku odpowiedniej polityki przeciwdziałania dyskryminacji. Ponadto odpowiedzialność za naruszenie norm społecznej odpowiedzialności biznesu będzie miała również charakter pozaprawny i będzie mogła skutkować zwłaszcza osłabieniem wizerunku danej firmy. Ten rodzaj odpowiedzialności, w świetle praktyki funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu przedstawionej w rozdziale pierwszym,

może okazać się skutecznym sposobem upowszechniania norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

Przestrzeganie w działalności gospodarczej norm społecznej odpowiedzialności biznesu ma bardzo duże znaczenie dla zapewnienia należytego poziomu ochrony praw człowieka przy prowadzeniu działalności gospodarczej. W tym więc zakresie społeczna odpowiedzialność biznesu otwiera zastosowanie Konstytucji RP do działalności gospodarczej, co może odegrać znaczącą rolę w upowszechnianiu i wzroście znaczenia samej Konstytucji RP w kształtowaniu stosunków społecznych. W zakresie pozytywnego poziomu wdrażania norm społecznej odpowiedzialności biznesu ich przestrzeganie będzie się przyczyniać do pełniejszej ochrony praw człowieka zagwarantowanych w Konstytucji RP. Z drugiej zaś strony wdrażanie w działalności gospodarczej norm społecznej odpowiedzialności biznesu może przynieść korzyści przedsiębiorcy w postaci większej efektywności i zysków przedsiębiorstwa. Bez względu na to, przedsiębiorcy jednak powinni traktować dobra chronione konstytucyjnie – prawa człowieka czy środowisko naturalne – za wartość samą w sobie. Dowodem na to powinno być wywiązywanie się w działalności gospodarczej z norm społecznej odpowiedzialności biznesu.

Orzecznictwo sądowe i decyzje organów administracji

Trybunał Konstytucyjny

- Wyrok z 9 marca 1988 r., sygn. akt U 7/87, OTK ZU 1988, poz. 1.
- Wyrok z 22 sierpnia 1990 r., sygn. akt K 7/90, OTK ZU 1986–1995, t. 2/1990, poz. 5.
- Wyrok z 26 kwietnia 1995 r., sygn. akt K 11/94, OTK ZU 1995, nr 12.
- Wyrok z 3 września 1996 r., sygn. K 10/96, OTK ZU 1996, nr 4, poz. 33.
- Wyrok z 24 czerwca 1997 r., sygn. akt K 21/96, OTK ZU 1997, nr 2, poz. 23.
- Wyrok z 29 września 1997 r., sygn. akt K 15/97, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 137.
- Wyrok z 22 grudnia 1997 r., sygn. akt K 2/97, OTK ZU 1997, nr 5–6, poz. 72.
- Wyrok z 18 maja 1998 r., sygn. akt U 5/97, OTK ZU 1998, nr 4, poz. 46.
- Wyrok z 23 czerwca 1999 r., sygn. akt K 30/98, OTK ZU 1999, nr 5, poz. 10.
- Wyrok z 12 stycznia 2000 r., sygn. akt P 11/98, OTK ZU 2000, nr 1, poz. 3.
- Wyrok z 22 marca 2000 r., sygn. akt P 12/98, OTK ZU 2000, nr 2, poz. 67.
- Wyrok z 28 marca 2000 r., sygn. akt K 27/99, OTK ZU z 2000 r., nr 2, poz. 62.
- Wyrok z 12 kwietnia 2000 r., sygn. akt K 8/98, OTK ZU 2000, nr 3, poz. 87.
- Wyrok z 13 czerwca 2000 r., sygn. akt K 15/99, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 137.
- Wyrok z 28 czerwca 2000 r., sygn. akt K 34/99, OTK ZU 2000, nr 5, poz. 142.
- Wyrok z 3 października 2000 r., sygn. akt K 33/99, OTK ZU 2000, nr 6, poz. 188.
- Wyrok z 5 grudnia 2000 r., sygn. K 35/99, OTK ZU z 2000 r., nr 8, poz. 295.
- Wyrok z 24 stycznia 2001 r., sygn. akt K 17/00, OTK ZU 2001, nr 1, poz. 4.
- Wyrok z 4 kwietnia 2001 r., sygn. akt K 11/00, OTK ZU 2001, nr 3, poz. 54.
- Wyrok z 29 czerwca 2001 r., sygn. akt K 23/00, OTK ZU 2001, nr 5, poz. 124.
- Postanowienie z 24 października 2001 r., sygn. akt SK 10/01, OTK ZU 2001, nr 7, poz. 225.
- Wyrok z 29 kwietnia 2003 r., sygn. akt SK 24/02, OTK ZU 2003, nr 4, poz. 33.
- Wyrok z 24 lutego 2004 r., sygn. akt K 54/02, OTK ZU 2004, nr 2, poz. 10.
- Wyrok z 21 kwietnia 2004 r., sygn. akt K 33/03, OTK ZU 2004, nr 4/A, poz. 31.
- Wyrok z 26 stycznia 2005 r., sygn. akt P 10/04, OTK ZU 2005, nr 1A, poz. 7.
- Wyrok z 13 września 2005 r., sygn. akt K 38/04, OTK ZU 2005, nr 8A, poz. 92.
- Wyrok z 20 marca 2006 r., sygn. akt K 17/05, OTK ZU 2006, nr 3A, poz. 30.
- Wyrok z 11 maja 2007 r., sygn. akt K 2/07, OTK ZU 2007, nr 5A, poz. 48.
- Wyrok z 23 kwietnia 2008 r., sygn. akt SK 16/07, OTK ZU 2008, nr 3A, poz. 45.

Europejski Trybunał Praw Człowieka

- Wyrok z 7 grudnia 1976 r. w sprawie *Handyside przeciwko Wielkiej Brytanii*, nr 5493/72.
Wyrok z 20 listopada 1989 r. w sprawie *Markt Intern Verlag GmbH and Beerman przeciwko Niemcom*, Seria A nr 165.
Wyrok z 24 lutego 1994 r. w sprawie *Casado Coca przeciwko Hiszpanii*, nr 15450/89.
Wyrok z 21 września 1994 r. w sprawie *Fayed przeciwko Wielkiej Brytanii*, nr 17101/90.
Wyrok z 25 czerwca 1997 r. w sprawie *Halford przeciwko Wielkiej Brytanii*, nr 20605/92.
Wyrok z 20 maja 1999 r. w sprawie *Bladet Tromso i Stensaas przeciwko Norwegii*, nr 21980/93.
Wyrok z 28 września 1999 r. w sprawie *Dalban przeciwko Rumunii*, nr 28114/95.
Wyrok z 29 lutego 2000 r. w sprawie *Fuentes Bobo przeciwko Hiszpanii*, nr 39293/98.
Wyrok z 14 marca 2002 r. w sprawie *De Diego Nafria przeciwko Hiszpanii*, nr 46833/99.
Wyrok z 24 czerwca 2004 r. w sprawie *Von Hannover przeciwko Niemcom*, nr 59320/00.
Wyrok z 15 lutego 2005 r. w sprawie *Steel and Morris przeciwko Wielkiej Brytanii*, nr 68416/01.
Wyrok z 3 kwietnia 2007 r. w sprawie *Copland przeciwko Wielkiej Brytanii*, nr 62617/00.
Wyrok z 4 grudnia 2008 r. w sprawie *S. i Marper przeciwko Wielkiej Brytanii*, nr 30562/04 i 30566/04.

Sądy powszechne

- Wyrok SN z 5 grudnia 1980 r., sygn. I PR 96/80, PiZS 1981 nr 5, poz. 58.
Wyrok SN z 26 września 2002 r., sygn. III CKN 213/01, Dz. Urz. UOKiK 2004, nr 1, poz. 249.
Uchwała SN z 13 lipca 2006 r., sygn. III SZP 3/06, OSNP 2007/1-2/35.
Wyrok SN z 6 grudnia 2007 r., sygn. III SK 20/07, Legalis.
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z 17 maja 2006 r. sygn. I ACa 15/06, niepubl.
Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z 17 lipca 2007 r., sygn. III Apa 19/07, niepubl.
Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z 19 czerwca 2009 r., sygn. XII Pa 138/09, niepubl.
Wyrok SOKiK z 23 lutego 2006 r. r., sygn. akt XVII Ama 18/04; Dz. Urz. UOKiK 2006, nr 2, poz. 31.
Wyrok SOKiK z 11 maja 2006 r., sygn. akt XVII Amc 176/05, niepubl.
Wyrok SOKiK z 21 listopada 2006 r., sygn. akt XVII Amc 138/05, niepubl.
Wyrok SOKiK z 25 maja 2007 r., sygn. akt XVII Amc 33/06, niepubl.
Wyrok Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy z 21 maja 2008 r., sygn. akt. VII P 937/07, niepubl.
Wyrok Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy z 22 grudnia 2008 r., sygn. VII P 5238/06, niepubl.

Sądy administracyjne

- Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z 27 listopada 2008 r., sygn. II SA/Wa 903/08, <http://orzeczenia.nsa.gov.pl>

Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z 18 grudnia 2008 r., sygn. II Sa/Wa 1131/08, <http://orzeczenia.nsa.gov.pl>

Orzecznictwo sądów zagranicznych

Wyrok Federalnego Sądu Konstytucyjnego w sprawie *Allotment*, BverfGE 1979, t. 52, nr 1, s. 29.

Wyrok Federalnego Sądu Konstytucyjnego w sprawie *Deposit Copy*, BverfGE 1981, t. 58, nr 137.

Wyrok Sądu Najwyższego Delaware w sprawie *Smith v. Van Gorkom* (488 A.2d 858 (Del. 1985)).

Decyzje organów administracji

Decyzją Prezesa UOKiK z 30 września 2003 r., nr RLU 29/2003, www.uokik.gov.pl

Decyzją Prezesa UOKiK z 16 stycznia 2004 r., nr DDK 2004, nr 1, www.uokik.gov.pl

Decyzją Prezesa UOKiK z 18 stycznia 2007 r., nr RKT – 03/2007, www.uokik.gov.pl.

Bibliografia

- Addo M.K., *The changing face of parent and subsidiary corporation: Entity vs. Enterprise Liability*, "Connecticut Law Review" 2005, t. 37, nr 667.
- Anam L., *CSR a kryzys finansowy*, http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/101201,csr_a_kryzys_finansowy.html
- Backer L.C., *Multinational corporations, transnational law: the United Nations' norms on the responsibilities of transnational corporations as a harbinger of Corporate Social Responsibility in international law*, "Columbia Human Rights Law Review" 2006, t. 37, nr 287.
- Banaszak B., Preisner A., *Prawa i wolności obywatelskie w Konstytucji RP*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2002.
- Banaszak B., *Prawo konstytucyjne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2004.
- Banaszkiewicz B., *Konstytucyjne prawo do własności*, w: M. Wyrzykowski (red.), *Konstytucyjne podstawy systemu prawa*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2001.
- Bantekas I., *Corporate Social Responsibility in international law*, "Boston University International Law Review" 2004, t. 22, nr 309.
- Barcz J. (red.), *Prawo Unii Europejskiej, Prawo materialne i polityki*, Wydawnictwo Prawo i Praktyka Gospodarcza, Warszawa 2005.
- Baxi U., *Market fundamentalisms: business ethics at the altar of human rights*, "Human Rights Law Review" 2005, t. 5, nr 1.
- Berle A., Jr., *Corporate Powers as Powers in Trust*, "Harvard Law Review" 1931. t. 44, nr 1049.
- Bernatt M., *Corporate Social Responsibility from the point of view of the Fundamental Rights of the European Union*, Central European Case Studies, Batthyány Lajos College of Law, Győr 2007.
- Bernatt M., Jurkowska A., Skoczny T., *Ochrona konkurencji i konsumentów*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2007.
- Bernatt M., Pudzianowska D., *Europejskie Forum Pro Bono*, „Biuletyn Informacyjny Programu Spraw Precedensowych Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka” 2007, nr 10.
- Bernatt M., *Relacja z konferencji: „Dostęp do wymiaru sprawiedliwości – wybrane aspekty”, „Prawo i Prokuratura”* 2007, nr 9.
- Bernatt M., *Społeczna odpowiedzialność a ochrona konkurencji i konsumentów*, „Problemy Zarządzania” 2007, Zeszyt Specjalny.
- Bernatt M., *Glosa do wyroku Sądu Apelacyjnego (I ACa 15/06) z dnia 17 maja 2006 r. w sprawie ING Nationale Nederlanden Polska S.A, przeciwko Stowarzyszeniu Osób Poszkodowanych przez ING Nationale Nederlanden*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2009, nr 4.

- Blair M.M., Williams C.A., Li-Wen L., *The Roles of Standardization, Certification, and Assurance Services in Global Commerce*, 2008, <http://ssrn.com/abstract=1120503>
- Bodnar A., *CSR a przestrzeganie prawa*, <http://www.blog.centrumcsr.pl/?p=3>
- Bodnar A., Lora J., *Prezydent nie skorzystał z prerogatywy*, „Biuletyn Informacyjny Programu Spraw Precedensowych Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka” 2007, nr 10.
- Boon A., Abbey R., *Moral Agendas? Pro Publico Bono in large law firms in the United Kingdom*, “The Modern Law Review Limited” 1997, t. 60, nr 5.
- Černič J.L., *Corporate Responsibility for Human Rights: A Critical Analysis of the OECD Guidelines for Multinational enterprises*, “Hanse Law Review” 2008, t. 4, nr 1.
- Chappell T., *Dusza biznesu, O umiejętności łączenia korzyści własnej z dobrem ogólnym*, Studio Emka, Warszawa 1998.
- Chmaj M. (red.), *Wolności i prawa człowieka w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*, Wolters Kluwer, Warszawa 2006.
- Christensen B.F., *The lawyer’s Pro Bono Publico Responsibility*, “American Bar Foundation Research Journal” 1981, nr 1.
- Collingsworth T., *New world order or a world in disorder? Testing the limits of International Law*, “American Society of International Law Proceedings” 2005, t. 99, nr 258.
- Collins J.C., *Od dobrego do wielkiego. Siedem czynników przetrwania i zwycięstwa firm*, Jacek Santorski Wydawnictwa Biznesowe, Warszawa 2003.
- Conley J.M., Williams C.A., *Engage, Embed, and Embellish: Theory Versus Practice in the Corporate Social Responsibility Movement*, UNC Legal Studies Research Paper No. 05-16, 2005, <http://ssrn.com/abstract=691521>
- Crook C., *The Good Company. The Skeptical Look at Corporate Social Responsibility*, “The Economist” z 20 stycznia 2005 r.
- Czerwiński Z., *Problematyka gospodarcza w projektach Konstytucji RP*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1995, nr 2.
- Davis K., *The case for and against business assumption of social responsibilities*, “Academy of Management Journal” 1973, t. 16, nr 2.
- Deva S., *Sustainable good governance and corporations: an analysis of asymmetries*, “Georgetown International Environmental Law Review” 2006, nr 18.
- Dodd E.M., *For Whom are Corporate Managers Trustees?*, “Harvard Law Review” 1932, t. 45, nr 1145.
- Domańska A., *Konstytucyjne podstawy ustroju gospodarczego Polski*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2001.
- Dörre-Nowak D., *Ochrona godności i innych dóbr osobistych pracownika*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2005.
- Działocha K., *Bezpośrednie stosowanie podstawowych praw jednostki*, „Studia Iuridica” 1994, nr 21.
- Działocha K., *Zasada bezpośredniego stosowania konstytucji w dziedzinie wolności i praw obywateli*, w: *Obywatel – jego wolności i prawa: Rzecznik Praw Obywatelskich (1988–1998)*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa 1998.
- Działocha K. (red.), *Bezpośrednie stosowanie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2005.
- Eeckhout P., *The EU Charter of Fundamental Rights and the Federal Question*, “Common Market Law Review” 2002, nr 39.

- Filek J., *O wolności i odpowiedzialności podmiotu gospodarczego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002.
- Filek J., Sosenko K., *From Trust to Responsibility in the Word of Finance*, "Observatoire de la Finance" 2003, nr 13–14.
- Filek J., *Firma jako podmiot odpowiedzialności społeczno-moralnej, Zarys problemu*, w: *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania, Łódź 2004.
- Filek J., *Jeśli biznesem jest biznes*, „Tygodnik Powszechny” 2005, nr 17.
- Filek J., *Spoleczna Odpowiedzialność Biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2006.
- Fishman B.C., *Binding corporations to human rights norms through public law settlement*, "New York University Law Review" 2006, t. 56, nr 10.
- Frank (red.), *CSR World, Jurisdictional comparison in the law and regulation of corporate social responsibility*, European Lawyer Reference, London 2005.
- Friedman M., *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago 1962.
- Friedman M., *The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits*, "New York Times Magazine" z 13 września 1970 r.
- Gardbaum S., *Where the state action is*, "International Journal of Constitutional Law" 2006, t. 4, nr 4.
- Garlicki L., *Zasada równości i zakaz dyskryminacji w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego*, w: *Obywatel – jego wolności i prawa: Rzecznik Praw Obywatelskich (1988-1998)*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa 1998.
- Garlicki L., *Bezpośrednie stosowanie Konstytucji*, w: *Konferencja naukowa: Konstytucja RP w praktyce*, Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, Warszawa 1999.
- Garlicki L., *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej: komentarz*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2005.
- Grzegorzewska-Ramocka E., *Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w marketingu strategicznym*, Wydawnictwo Politechniki Świętokrzyskiej, Kielce 2005.
- Haczkowska M., *Zasada bezpośredniego stosowania Konstytucji w działalności orzeczniczej sądów*, „Przegląd Sejmowy” 2005, nr 1.
- Hobbes T., *Lewiatan czyli Materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego*, przeł. Znamierowski C., Fundacja Aletheia, Warszawa 2005.
- Jackowiak U. (red.), *Kodeks pracy z komentarzem*, Fundacja Gospodarcza, Gdańsk 2004.
- Jackowiak U., Piankowski M., Stelina J., Uziak W., Wypych-Zywicka A., Zieleniecki M., *Kodeks pracy z komentarzem*, Fundacja Gospodarcza, Gdańsk 1997.
- Jaspers K., *Wolność i komunikacja*, tłum. L. Kołakowski, w: *Filozofia egzystencjalna*, wybór L. Kołakowski, K. Pomian, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1965.
- Jonas H., *Zasada odpowiedzialności. Etyka dla cywilizacji technologicznej*, Platan, Kraków 1996.
- Kluczyńska J., *Działalność pro bono z perspektywy największych polskich kancelarii prawnych*, w: *Działalność pro bono w Polsce*, Centrum Pro Bono, Warszawa 2008.
- Knight, P.H., *A Forum for Improving Globalisation*, "Financial Times" z 1 sierpnia 2000 r.
- Kopff A., *Koncepcja praw do intymności i prywatności życia osobistego*, „Studia Cywilistyczne”, Warszawa–Kraków 1972, t. 20.

- Kopycińska D., *Koncepcja społecznej odpowiedzialności firmy – poezja teorii i proza życia*, w: *Etyka biznesu w działaniu, Doświadczenia i perspektywy*, red. W. Gasparski, J. Dietl, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Kordasiewicz B. *Jednostka wobec środków masowego przekazu*, Ossolineum, Wrocław–Warszawa–Kraków 1991.
- Kosikowski C., *Problemy prawne nowego centrum gospodarczego*, „Państwo i Prawo” 1995, nr 4.
- Kuźmiński M., *Cyberdysydenci kontra Goolag*, „Tygodnik Powszechny” nr 10 z 5 marca 2006 r.
- Kysar D.A., *Symposium Of Water banks, Piggybanks, and Bankruptcy: Changing directions in Water Law Market Misgivings: The Role of Private Global Governance*, “Texas Law Review” 2005, t. 83, nr 2109.
- Leon XIII, *Encyklika o kwestii robotniczej (Rerum Novarum)*, „Znak” 1982, nr 332–334.
- Łętowska E., *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 1999.
- Lewicka-Strzałecka A., *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2006.
- Lijowska M., *Koncepcja ogólnego prawa osobistości w niemieckim i polskim prawie cywilnym*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 2001, nr 4.
- Limbach J., *„Promieniowanie” konstytucji na prawo prywatne*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 1999, nr 3.
- Lobel O., *The paradox of extralegal activism: critical legal consciousness and transformative politics*, “Harvard Law Review” 2007, t. 120, nr 937.
- Locke J., *Dwa traktaty o rządzie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1992.
- Lord E.W., *Fundamentals of Business Ethics*, Ronald Press, New York 1926.
- Luijk van H., *A vision of business in Europe*, w: J. Mahoney, Vallance E. (red.), *Business Ethics in New Europe*, Kluwer, Dordrecht 1992.
- MacLeod S., *Corporate Social Responsibility within the European Union framework*, 23 “Wisconsin International Law Journal” 2005, t. 23, nr 541.
- Makarenko V., *Czy sponsorzy wstydzą się igrzysk?*, <http://wyborcza.pl/1,89010,5112848.html>
- Manet P., *Intelektualna historia liberalizmu*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1994.
- Masternak-Kubiak M., *Umowa międzynarodowa w prawie konstytucyjnym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- Michalowski S., Woods L., *German Constitutional Law, The protection of civil liberties*, Ashgate, Dartmouth 1999.
- Nita S., *Bezpośrednie stosowanie konstytucji a rola sądów w ochronie konstytucyjności prawa*, „Państwo i Prawo” 2002, nr 9.
- Ochoa C., *The 2008 Ruggie Report: A Framework for Business and Human Rights*, <http://www.asil.org/insights/2008/06/insights080618.html>
- Oniszczyk J., *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego*, Zakamycze, Kraków 2004.
- Oppenheimer D.B., *Negligent Discrimination*, “University of Pennsylvania Law Review” 1993, t. 141, nr 3.
- Pius XI, *Encyklika Quadragesimo Anno o odnowieniu ustroju społecznego i o dostosowaniu go do normy prawa Ewangelii*, w 40. rocznicę wydania encykliki „Rerum

- novarum*” przez Leona XIII, http://www.nonpossumus.pl/encykliki/Pius_XI/quadragesimo_anno/II.php
- Porębski C., *Czy etyka się opłaca?*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1997.
- Ramasastri A., Thompson R.C., *Commerce, Crime and Conflict. Legal Remedies for Private Sector Liability for Grave Breaches of International Law*, Fafo Institute Report 2006, <http://www.fafo.no/pub/rapp/536/536.pdf>
- Rawls J., *Teoria sprawiedliwości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- Rawls J., *Liberalizm polityczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
- Rousseau J.J., *Umowa społeczna*, przeł. Peretiatkowicz A., Antyk, Kęty 2002.
- Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Sadurski W., *Równość wobec prawa*, „Państwo i Prawo” 1978, nr 8–9.
- Safjan M., *Prawo do prywatności osób publicznych*, w: *Księga pamiątkowa ku czci Sędziego Janusza Pietrzykowskiego*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2000.
- Safjan M., *Refleksje wokół konstytucyjnych uwarunkowań rozwoju ochrony dóbr osobistych*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 2002, nr 1.
- Sajo A., Uitz R., *The Constitution in Private Relations: Expanding Constitutionalism*, Eleven International Publishing, Utrecht 2005.
- Sarnecki P., *Stosowanie Konstytucji PRL w orzecznictwie NSA*, „Studia Prawnicze” 1988, nr 3.
- Scalise E., *The code for corporate citizenship: States should amend statutes governing corporations and enable corporations to be good citizens*, “Seattle University Law Review” 2005, t. 29, nr 275.
- Schmidt T.M., *Transnational corporate responsibility for international environmental and human rights violations: will the United Nations’ “Norms” provide the required means?*, “California Western International Law Journal” 2005, t. 36, nr 217.
- Senser R., *Corporate Social Responsibility. A fledgling movement faces a crucial test*, “Dissent Magazine” zima 2007 r.
- Shamir R., *Between self-regulation and the Alien Tort Claims Act: on the contested concept of Corporate Social Responsibility*, “Law and Society Review” 2004, t. 38, nr 635.
- Sieńczyło-Chlabicz J., *Prawo do ochrony prywatności osób publicznych w orzecznictwie polskim i zagranicznym*, „Glosa” 2005, nr 1.
- Skrzydło W., *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej. Komentarz*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków 2002.
- Smith H., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1954.
- Sobczyk A., *Zasada równości pracowników w stosunkach pracy*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 1999, nr 1.
- Sójka J., *O nauczaniu etyki*, „Prakseologia” 1995, nr 1–2.
- Stefanicki R., *Reklama ingerująca w sferę prywatności (aspekt prawny)*, „Przegląd Usługodawstwa Gospodarczego” 2002, nr 2.
- Stefanicki R., *Złe zachowanie kosztuje*, „Gazeta Wyborcza” z 3–4 stycznia 2009 r.
- Stenberg E., *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

- Szymielewicz K., *Prawa człowieka w biznesie: czyj zysk i czyja odpowiedzialność?*, w: *Polski Raport Social Watch 2008, Czas na prawa*, <http://www.socialwatch.org/en/informe-impreso/pdfs/SW-Poland-Report-2008.pdf>
- Tuleja P., *Stosowanie Konstytucji RP w świetle zasady jej nadrzędności (wybrane problemy)*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków 2003.
- Wacławik A., Karasik I., *Polski kodeks corporate governance. Mechanizmy wdrażania i egzekwowania*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2002, nr 7.
- Wacławik A., *Zasady Dobrych Praktyk w Spółkach Publicznych w 2002 roku. Pozaustawowa regulacja zagadnień corporate governance a odpowiedzialność za przestrzeganie zasad ładu korporacyjnego*, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2002, nr 4.
- Wade C.L., *Racial Discrimination and the Relationship Between the Directorial Duty of Care and Corporate Disclosure*, “University of Pittsburgh Law Review” 2002, t. 63, nr 389.
- Wade C.L., *Transforming Discriminatory Corporate Cultures: This is Not Just Women’s Work*, 65 Maryland Law Review 2, 2006; St. John’s Legal Studies Research Paper No. 06-0041, <http://ssrn.com/abstract=892391>
- Wallis A., *Data Mining: Lessons from the Kimberley Process for the United Nations’ development of human rights norms for transnational corporations*, “Northwestern University Journal of International Human Rights” 2005, t. 4, nr 388.
- Warren S.D. i Brandeis L.D., *The right to privacy*, “Harvard Law Review” 1890, www.lawrence.edu/fac/boardmaw/Privacy_brand_warr2.html
- Welzien-Hoivik, von H., *Spoleczna odpowiedzialność korporacji – wyzwanie stojące przed uniwersalnymi standardami korporacyjnej uczciwości*, w: W. Gasparski (red.), *Europejskie standardy etyki i społecznej odpowiedzialności biznesu*, WSPiZ im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003.
- Wiaderek G., Ziółkowski M., *Formy i zakres pomocy prawnej świadczonej przez organizacje pozarządowe*, w: A. Winiarska (red.), *Obywatel i Prawo. Raport z realizacji trzeciej edycji Programu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2008.
- Wild M., *Ochrona prywatności w prawie cywilnym*, „Państwo i Prawo” 2001, nr 4.
- Williams C.A., *The Securities and Exchange Commission and Corporate Social Transparency*, “Harvard Law Review” 1999, t. 112, nr 6.
- Winczorek P., *Komentarz do Konstytucji RP z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Wydawnictwo Liber, Warszawa 2000.
- Wiśniewski L. (red.), *Podstawowe prawa jednostki i ich sądowa ochrona*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1997.
- Witkowski Z. (red.), *Prawo konstytucyjne*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, Toruń 2002.
- Witkowski Z., *Zasada społecznej gospodarki rynkowej jako podstawa ustroju gospodarczego Trzeciej RP – wolność działalności gospodarczej*, w: E. Kustra (red.), *Przemiany polskiego prawa*, t. II, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2002.
- Wojtczyk K., *Horyzontalny wymiar praw człowieka zagwarantowany w Konstytucji RP*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego” 1999, nr 2.
- Wronkowska S., *W sprawie bezpośredniego stosowania Konstytucji*, „Państwo i Prawo” 2001, nr 9.
- Zwierzchowski E. (red.), *Prawo i kontrola jego zgodności z konstytucją*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1997.

ISBN 978-83-61276-27-2