

Tomasz Brzozowski

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

OCHRONA ŚRODOWISKA JAKO JEDEN Z FILARÓW SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

1. Wstęp

Ochrona środowiska w ostatnich dziesięcioleciach nabrała dużego znaczenia. Jest to szczególnie widoczne w zasadach zrównoważonego rozwoju. Zrównoważony rozwój (ZR) jest niekonwencjonalną, alternatywną w stosunku do tradycyjnej koncepcją rozwoju, mającą cechę zrównoważenia – zrównoważenia ładu ekonomicznego, środowiskowego i społecznego¹. Jako taka, koncepcja ta nie zawsze spotyka się ze zrozumieniem i przyjęciem, co może wynikać np. z trudności godzenia trzech ładów, trudności zmiany sposobu myślenia i systemu wartości. Jaki jest związek koncepcji ZR ze społeczną odpowiedzialnością biznesu? Bezpośredni. Jej narodziny i upowszechnianie się są wskazywane jako jedna z dróg prowadzących do powstania i rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu².

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (SOB) definiowana jest jako koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa – na zasadzie dobrowolności – integrują kwestie społeczne i środowiskowe z bieżącą działalnością operacyjną przez prowadzenie dialogu ze stronami zainteresowanymi tą działalnością³. Już z definicji wynika, że działalność środowiskowa powinna być traktowana równorzędnie z działalnością społeczną i jednocześnie z działalnością biznesową. W tym kontekście można się także zgodzić z twierdzeniem, że to efektywna i skuteczna działalność w wymiarze

¹ Zob.: *Wskaźniki zrównoważonego rozwoju*, red. T. Borys, Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Warszawa–Białystok 2005, s. 47.

² Zob. B. Rok, *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2004, s. 8-9.

³ *Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*, Komisja Europejska, Bruksela 2001, s. 6, dokument elektroniczny dostępny w dniu 26.04.2007 na http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper.htm.

ekonomicznym jest podstawą tworzenia wartości dodanej w obszarach społecznym i środowiskowym⁴.

Jednak maksymalizację zysku oraz wartości, rozwój i przetrwanie przedsiębiorstwa należy rozpatrywać w układzie długookresowym. Natomiast w krótkim okresie przedsiębiorstwa mogą być skłonne do poświęcania części bieżących zysków na rzecz realizacji funkcji o charakterze społecznym (w tym środowiskowym), czyli zaspokajania potrzeb wszystkich – a nie tylko właścicieli – stron zainteresowanych⁵.

Wiele koncernów międzynarodowych przyjęło taki system wartości. Przykładem niech będzie Bosch, którego prezes zarządu F. Fachrenbach, pytany, czy dla koncernu prawdziwe jest twierdzenie „najpierw pieniądze, potem moralność”, odpowiada, że „maksymalizacja zysków nie jest w koncernie Bosch celem samym w sobie. Zamiast tego zdefiniowaliśmy stopę zwrotu, która zapewni koncernowi wzrost i długookresową egzystencję. Natomiast uczciwość i zaufanie to wartości, które mają umożliwić koncernowi osiągnięcie tych zamierzeń”⁶.

Z powyższych rozważań wynika, że ochrona środowiska zajmuje znaczące miejsce w teorii społecznej odpowiedzialności biznesu. Podobną pozycję powinna mieć także w odniesieniu do jej zasad, instrumentów i realizacji w praktyce gospodarczej.

2. Ochrona środowiska w ramach SOB w opinii społeczeństwa

Należy podkreślić, że koncepcja SOB zakłada prowadzenie działalności społecznej i środowiskowej w zakresie większym, niż wymaga tego prawo. Tymczasem na podstawie badań percepcji SOB w Polsce można stwierdzić, że koncepcja ta utożsamiana jest w znacznym stopniu właśnie z osiągnięciem i utrzymaniem przez przedsiębiorstwo zgodności z prawem. Ponadto okazuje się, że zagadnienia ochrony środowiska są jednymi z tych, których znaczenie zdecydowanie maleje w ocenie osób (tzw. relatywistów) dopuszczających nieprzestrzeganie norm w przypadku wystąpienia określonych, usprawiedliwiających okoliczności (zob. tab. 1). Jednak nie można usprawiedliwiać braku troski o środowisko i/lub kwestie społeczne złą sytuacją ekonomiczną przedsiębiorstwa. Szczególnie wtedy, kiedy miałyby to się wiązać z nieprzestrzeganiem prawa. Oznaczałoby to np. dopuszczenie możliwości wystąpienia pewnych niezgodności w tym obszarze w przypadku firmy rozwijającej się lub mającej przejściowe trudności.

⁴ Zob. *Odpowiedzialność społeczna i etyka biznesu w polskim życiu gospodarczym: infrastruktura na rzecz rozwoju etyczności funkcjonującego w Polsce biznesu. Wstępny raport z badań*, red. W. Gasparski, Warszawa 2004, s. 11-12, publikacja elektroniczna dostępna w dniu 24.04.2007 na <http://www.cebi.pl/infopage.php?id=29>

⁵ Zob. S. Sudoł, *Przedsiębiorstwo*, PWE, Warszawa 2006, s. 66-72.

⁶ *Bosch Corporate Social Responsibility Report 2005/2006*, s. 11, publikacja elektroniczna dostępna w dniu 26.04.2007 na http://www.bosch.com/content/language2/downloads/CSR_0506_en.pdf.

Tabela 1. Znaczenie działań w ramach społecznej odpowiedzialności

Działanie	Ocena ważności działań	Działania decydujące o społecznej odpowiedzialności, dla:		
	(w skali 1-10)	ogółu badanych (w %)	rygorystów etycznych (w %)	relatywistów etycznych (w %)
1. Przestrzeganie prawa	9,6	80	84	74
2. Troska o ekonomiczny wynik firmy	9,4	77	79	74
3. Przestrzeganie prawa i norm etycznych	9,3	68	74	58
4. Działanie na rzecz ochrony środowiska naturalnego	7,5	33	41	19
5. Podejmowanie działalności na rzecz pracowników firmy i ich rodzin	7,4	18	23	10
6. Działanie w interesie osób i grup związanych z firmą	7,1	17	22	8
7. Podejmowanie działalności charytatywnej	5,5	9	13	3

Źródło: *Odpowiedzialność społeczna i etyka biznesu w polskim życiu gospodarczym: infrastruktura na rzecz rozwoju etyczności funkcjonującego w Polsce biznesu. Wstępny raport z badań*, red. W. Gasparski, Warszawa 2004, s. 12-14, publikacja elektroniczna dostępna w dniu 24.04.2007 na <http://www.cebi.pl/infopage.php?id=29>

P. Rogala słusznie zauważa, że nie można mówić o SOB, nie łącząc tego z ochroną środowiska. Uzasadniony jest także jego niepokój dotyczący percepcji SOB przez przedstawicieli zarówno przedsiębiorstw, jak i społeczeństwa⁷.

Ankietowani przedstawiciele przedsiębiorstw, pytani o działania ważne dla przyszłości reprezentowanej firmy, jako najważniejsze wskazali: troskę o dobre wyniki finansowe oraz rzetelne wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych. Działania w zakresie ochrony środowiska ocenione zostały następująco:

- ograniczanie przez firmę zużycia materiałów, energii, wody, emisji gazów, ścieków i odpadów – bardzo ważne dla 63% i ważne dla 24% ankietowanych,
- uwzględnianie kryteriów ekologicznych w wyborze dostawców – bardzo ważne dla 30% i ważne dla 30% ankietowanych,
- monitoring wpływu na środowisko wytwarzanych produktów lub świadczonych usług – bardzo ważne dla 30% i ważne dla 29% ankietowanych,
- zamieszczanie informacji dla odbiorców o wpływie produktów i usług na środowisko – bardzo ważne dla 22% i ważne dla 24% ankietowanych⁸.

⁷ Zob. P. Rogala, *Zarządzanie środowiskowe jako determinanta społecznej odpowiedzialności w biznesie*, Gospodarka a Środowisko 3, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1075, AE, Wrocław 2005, s. 130-131.

⁸ W badaniach przeprowadzonych przez Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk we współpracy z Centrum Etyki Biznesu w 2004 r. pt. *Odpowiedzialność społeczna i etyka biznesu w Polskim życiu gospodarczym* udział wzięło 800 firm z terenu Polski, w tym 81% stanowiły przedsiębiorstwa zatrudniające od 50 do 249 pracowników. Zob. *Odpowiedzialność...*, s. 7.

Łatwo można zauważyć różnicę w ocenie działań, które potencjalnie mogą przynieść firmie oszczędności (działanie 1), a tymi, które mogą generować dodatkowe koszty (działania 2, 3 i 4).

Z kolei badanie postaw konsumentów wobec SOB pokazało, że:

- sposób postępowania w odniesieniu do środowiska naturalnego w kształtowaniu opinii o firmie jest najważniejszy dla 1% ankietowanych i równie ważny jak inne kwestie dla 20% badanych,
- ochrona środowiska jest czynnikiem decydującym o uznaniu firmy jako odpowiedzialnej dla 5% ankietowanych,
- ankietowani pytani o najważniejsze zadania przedsiębiorstwa wskazali ochronę środowiska jako znaczenie kluczowe (w 58% odpowiedzi) lub ważne, ale nie kluczowe (32% odpowiedzi)⁹.

Podsumowując: zadanie ochrony środowiska jest jednym z ważniejszych, jakie powinny być realizowane przez przedsiębiorstwo, ale w niewielkim stopniu jest ono postrzegane jako element społecznej odpowiedzialności biznesu i nie decyduje o postrzeganiu firmy jako odpowiedzialnej.

3. Ochrona środowiska w ramach SOB w ujęciu instrumentalnym

Koncepcję SOB w ujęciu instrumentalnym rozpatrywać należy w kilku wymiarach, przede wszystkim jako:

1. zbiory zasad określających relacje przedsiębiorstwa ze stronami zainteresowanymi w zakresie odpowiedzialności społecznej;
2. systemy zarządzania i certyfikacji, czyli sformalizowane metody zarządzania i audytowania, pozwalające integrować elementy SOB z bieżącą działalnością biznesową;
3. zestawy wskaźników pozwalające dokonywać samooceny stopnia zaangażowania w realizację zasad SOB;
4. narzędzia komunikowania osiągnięć w zakresie SOB, określające m.in. wytyczne przygotowania raportu społecznej odpowiedzialności¹⁰.

W ramach wyszczególnionych grup funkcjonuje wiele instrumentów, które z różnym natężeniem dotyczą kwestii środowiskowych¹¹.

⁹ W badaniu postaw konsumentów wobec społecznej odpowiedzialności biznesu, przeprowadzonym w 2002 i 2003 r. przez Fundację Komunikacji Społecznej, wzięło udział 1000 osób w wieku powyżej 18 lat. Zob. *Komunikowanie na rzecz CSR*, Fundacja Komunikacji Społecznej, Warszawa 2003, publikacja elektroniczna dostępna w dniu 26.04.2007 na <http://www.filantropia.org.pl/vad/index.php?s=publikacje&id=40>.

¹⁰ Zob. P. Rogala, wyd. cyt., s. 130-131, za: *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, Komisja Europejska, Bruksela 2003, s. 12.

¹¹ Por. *Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, Komisja Europejska, Bruksela 2003, publikacja elektroniczna, dostępna w dniu 30.04.2007 na http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/mapping_final.pdf.

Najważniejsze zbiory zasad (czy też kodeksy postępowania) to według B. Roka: 1) globalne zasady Sullivana, 2) zasady prowadzenia działalności gospodarczej przyjęte podczas obrad okrągłego stołu z Caux oraz 3) zasady *Global Compact*¹². W odniesieniu do ochrony środowiska treścią wyszczególnionych zbiorów zasad są:

1) w wypadku globalnych zasad Sullivana (9 zasad, z czego 1 (11%) środowiskowa):

- zapewnianie bezpiecznego stanowiska pracy, ochranianie ludzkiego zdrowia i środowiska oraz promowanie zrównoważonego rozwoju;

2) w wypadku zasad okrągłego stołu z Caux (47 zasad, z czego 3 (6,4%) środowiskowe):

- poszanowanie środowiska,
- dołożenie wszelkich starań, aby produkty i usługi przyczyniały się do zachowania lub polepszenia zdrowia i bezpieczeństwa klientów, a także jakości środowiska,
- promowanie i stymulowanie zrównoważonego rozwoju oraz odgrywanie wiodącej roli w działaniach na rzecz ochrony i poprawy środowiska oraz zachowania zasobów naturalnych Ziemi;

3) w wypadku zasad *Global Compact* (10 zasad, z czego 3 (30%) środowiskowe):

- prewencyjne podejście do środowiska naturalnego,
- podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej,
- stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii.

Podsumowując: zasady społecznej odpowiedzialności biznesu w niewielkim stopniu dotyczą kwestii środowiskowych, skupiając się głównie na społecznych. Szukając bardziej szczegółowych zasad zarządzania środowiskowego, należałoby odnieść się do takich dokumentów, jak np. *Karta biznesu na rzecz zrównoważonego rozwoju*.

Spośród systemów zarządzania i certyfikacji SOB te dotyczące bezpośrednio kwestii środowiskowych to powszechnie znane i stosowane od wielu lat: ISO 14001 oraz EMAS, a także związane z nimi standardy o charakterze narzędziowym (np. norma ISO 14031 dotycząca wskaźników środowiskowych, seria ISO 14040 dotycząca analizy cyklu życia wyrobu, norma ISO 14062 dotycząca komunikowania). Istotą tych systemów jest włączanie do bieżącej działalności przedsiębiorstwa funkcji zarządzania pozwalających identyfikować, monitorować, nadzorować i minimalizować negatywne oddziaływania na środowisko. Systemy te oparte są na cyklu ciągłego doskonalenia składającym się z czterech etapów: planowania, wdrażania, sprawdzania i poprawiania. W związku z tym mają wbudowane mechanizmy samooceny efektów działalności środowiskowej (najczęściej za pomocą wskaźników środowiskowych) i raportowania jej wyników.

¹² B. Rok, *Więcej niż zysk*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2001, s. 166-167.

Podstawowym standardem raportowania (ale także analizy wskaźnikowej) jest obecnie *Sustainability Reporting Guidelines* opracowany przez GRI¹³. Raport przygotowany zgodnie z tymi zaleceniami powinien skupiać się na środowiskowych i społecznych osiągnięciach przedsiębiorstwa, prezentując je na tle osiągnięć ekonomicznych (zob. tab. 2). Standard zaleca stosować w raportach z działalności określone wskaźniki. Zastosowanie tych wskaźników może stanowić pewną formę samooceny przedsiębiorstwa w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Tabela 2. Zawartość raportu zrównoważonego rozwoju według wytycznych GRI

Wyszczególnienie	Zagadnienia/aspekty	Liczba wskaźników
Strategia i profil	Strategia organizacji Profil organizacji Charakterystyka raportu Nadzór, zobowiązania, zaangażowanie Podejście do zarządzania i stosowania wskaźników osiągnięć	–
Zagadnienia ekonomiczne	Osiągnięcia ekonomiczne Obecność na rynku Pośrednie czynniki ekonomiczne	4 3 2
Razem	3	9
Zagadnienia środowiskowe	Materiały Energia Woda Bioróżnorodność Emisje, odpady, ścieki Produkty i usługi Zgodność z prawem Transport Nakłady ogółem	2 5 3 5 10 2 1 1 1
Razem	9	30
Zagadnienia społeczne	Praktyki zatrudnienia (w tym: zatrudnienie, relacje w miejscu pracy, zdrowie i bezpieczeństwo pracowników, szkolenia i edukacja, równouprawnienie) Prawa człowieka (w tym: praktyki w kontaktach z kontrahentami, dyskryminacja, swoboda zrzeszania się, praca dzieci, praca przymusowa, bezpieczeństwo, prawa tubylców) Zachowania społeczne (w tym: społeczność lokalna, korupcja, polityka publiczna, zachowania konkurencyjne, zgodność z prawem) Odpowiedzialność z produkt (w tym: zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów, znakowanie wyrobów, komunikacja rynkowa, prywatność konsumentów, zgodność z prawem)	15 9 8 9
Razem	23	41
Razem	35	80

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Sustainability Reporting Guidelines*, Global Reporting Initiative, Amsterdam 2006.

¹³ GRI to skrót od *Global Reporting Initiative*. Inicjatywa GRI podjęta została w 1997 r. przez UNEP oraz pozarządową Koalicję na rzecz Ekonomii Odpowiedzialnej Środowiskowo – CERES.

Wyniki sondażu przeprowadzonego przez KMPG pokazują, że:

- 40% firm opiera swój raport właśnie na wytycznych GRI, które w sposób równorzędny dotyczą kwestii ekonomicznych, społecznych i środowiskowych,
- 33% firm spośród 100 największych przedsiębiorstw w wybranych krajach i 52% firm wśród 250 z listy Global Fortune 500 udostępnia informacje o swojej działalności środowiskowej i społecznej w formie raportu, przy czym najczęściej są to raporty zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa¹⁴.

Badanie przeprowadzone wśród spółek akcyjnych notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, dotyczące m.in. raportowania w zakresie polityki ochrony środowiska, wykazało, że:

- tylko 20% spółek podaje do publicznej wiadomości fakt przestrzegania regulacji dotyczących ochrony środowiska,
- tylko 6,7% spółek podaje do publicznej wiadomości nazwiska osób lub nazwy departamentów odpowiedzialnych za zarządzanie środowiskowe w spółce,
- 5,5% spółek publikuje raporty dotyczące środowiskowych efektów swojej działalności, takich jak: zużycie energii, wody, generowanie odpadów czy wykorzystanie źródeł odnawialnych.

Wyniki tych badań potwierdzają, że raportowanie na temat działalności środowiskowej nie jest praktyką powszechną wśród polskich przedsiębiorstw.

4. Ochrona środowiska w polityce odpowiedzialnego biznesu w Toshiba Group¹⁵

Działalność Toshiba Group w oparciu o zasady społecznej odpowiedzialności rozumiana jest w koncernie jako:

- nadawanie najwyższego priorytetu życiu i zdrowiu ludzi oraz zgodności z prawem,
- odgrywanie głównej roli w trosce o środowisko globalne,
- prowadzenie odpowiedzialnej działalności we wszystkich zakładach i przedsiębiorstwach koncernu na całym świecie,
- dążenie do włączania zasad społecznej odpowiedzialności do codziennej działalności wszystkich zatrudnionych,
- aktywne ujawnianie i udostępnianie informacji.

Aby zrealizować taką wizję zarządzania, której celami są osiągnięcie odpowiednich zysków i zrównoważony wzrost, w koncernie powstał *Kodeks postępowania*. Obejmuje on 18 zagadnień pogrupowanych w trzech rozdziałach, dotyczących:

¹⁴ KMPG *International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005*, publikacja elektroniczna dostępna w dniu 30.03.2007 na <http://www.kpmg.com/nt/rdonlyres/66422f7f-35ad-4256-9bf8-f36facca9164/0/kpmgintlcrsurvey2005.pdf>, s. 10.

¹⁵ Rozdział napisany na podstawie: *Corporate Social Responsibility Report 2006*, publikacja elektroniczna dostępna w dniu 30.04.2007 na <http://www.toshiba.co.jp/csr/en/>.

działalności biznesowej, wzajemnych stosunków w koncernie oraz relacji za społeczeństwem. Zgodnie z *Kodeksem postępowania* przedsiębiorstwa grupy Toshiba w obszarze „środowisko” powinny:

- promować zrównoważony rozwój z przekonaniem, że Ziemia jest zasobem niezastąpionym i należy pozostawić ją w stanie nienaruszonym przyszłym pokoleniom,
- spełniać międzynarodowe, krajowe i regionalne standardy, przepisy prawa, regulacje i postanowienia dotyczące ochrony środowiska,
- wspierać społeczeństwo, dostarczając doskonałe wyroby oparte na technologiach przyjaznych środowisku,
- zredukować wpływ działalności biznesowej na środowisko.

W ujęciu instrumentalnym odpowiedzialne zarządzanie w zakresie ochrony środowiska środowiskowe w Toshiba Group realizowane jest na podstawie międzynarodowych standardów. Wszystkie zakłady (jest ich 16) wchodzące w skład Toshiba Corporation i blisko 100% przedsiębiorstw należących do Toshiba Group posiada wdrożony i certyfikowany system zarządzania środowiskowego zgodny z ISO 14001. Ponadto stosowane są m.in.: system mierników efektywności ekologicznej (tzw. faktor T), metody rachunkowości środowiskowej, oryginalne systemy audytów środowiskowych i znakowanie środowiskowe.

5. Zakończenie

Podsumowując przeprowadzone rozważania i analizy, można stwierdzić, że ochrona środowiska jest istotnym zagadnieniem i zajmuje znaczące, równorzędne z innymi kwestiami, miejsce w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Problemem pozostaje nadal uświadomienie tego faktu społeczeństwu. Być może dobrym rozwiązaniem byłoby szersze niż dotychczas informowanie społeczeństwa o działalności środowiskowej przedsiębiorstw, m.in. poprzez publikowanie raportów z działalności.

Literatura

- Rogała P., *Zarządzanie środowiskowe jako determinanta społecznej odpowiedzialności w biznesie*, Gospodarka a Środowisko 3, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1075, AE, Wrocław 2005.
- Rok B., *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2004.
- Rok B., *Więcej niż zysk*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2001.
- Sudoł S., *Przedsiębiorstwo*, PWE, Warszawa 2006.
- Wskaźniki zrównoważonego rozwoju*, red. Borys T., Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Warszawa–Białystok 2005.

Źródła internetowe

- Bosch Corporate Social Responsibility Report 2005/2006*,
http://www.bosch.com/content/language2/downloads/CSR_0506_en.pdf.
- Corporate Social Responsibility Report 2006, na <http://www.toshiba.co.jp/csr/en/>.
- Green Paper. Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*, Komisja Europejska, Bruksela 2001, http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper.htm.
- KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005*,
<http://www.kpmg.com/nr/rdonlyres/66422f7f-35ad-4256-9bf8-f36facc9164/0/kpmgintlcrsurvey2005.pdf>.
- Komunikowanie na rzecz CSR*, Fundacja Komunikacji Społecznej, Warszawa 2003,
<http://www.filantropia.org.pl/vad/index.php?s=publikacje&id=40>.
- Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility*, Komisja Europejska, Bruksela 2003,
http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/mapping_final.pdf.
- Odpowiedzialność społeczna i etyka biznesu w polskim życiu gospodarczym: infrastruktura na rzecz rozwoju etyczności funkcjonującego w Polsce biznesu. Wstępny raport z badań*, red. W. Gasparski, Warszawa 2004, <http://www.cebi.pl/infopage.php?id=29>.

ENVIRONMENTAL PROTECTION AS A COMPONENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary

One of fundamental aims of a company activities is increasing their long-term competitive advantage. Corporate social responsibility is an idea which can help companies achieve it. As often as not corporate social responsibility is defined as a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations. It seems that environmental protection is a core activity, which makes possible forming a social responsibility sound image of organization. In this article an analysis of CSR perception by representatives of companies and society was carried out. Moreover, there were presented in it environmental good practices and a state of corporate social responsibility reporting as a best source of information about companies' social and environmental activities.