

Odpowiedzialny biznes i globalny rozwój: wyzwanie czy szansa dla polskiego sektora prywatnego?

Przepaść rozwojowa pomiędzy krajami Północy i Południa jest od wielu dziesięcioleci jednym z głównych wyzwań globalnych. Jest ona zarówno wyzwaniem samym w sobie, jak i źródłem szeregu problemów pochodnych, do których należy zaliczyć konflikty wewnętrzne i międzynarodowe, terroryzm, nielegalne migracje, degradację środowiska naturalnego, itp. **Jedną z odpowiedzi na te wyzwania jest międzynarodowa współpraca na rzecz rozwoju oraz Oficjalna Pomoc Rozwojowa (ODA)** przekazywana przez kraje bogatsze państwom słabiej rozwiniętym¹.

1. Współczesna współpraca rozwojowa a świat biznesu – od Friedmana do Prahalada

Od wielu lat pomoc rozwojowa i współpraca na rzecz rozwoju są jednak przedmiotem krytyki. Nie wszędzie udało się bowiem wskazać ewidentne przykłady pozytywnego wpływu pomocy na rozwój krajów biedniejszych, wiele natomiast było przykładów marnotrawstwa środków pomocowych oraz wykorzystywania tych funduszy na cele inne niż rozwojowe. **Niemniej ostatnie dziesięciolecie przyniosło pewien postęp w zakresie trzech zasadniczych zagadnień odnoszących się do pomocy dla krajów Południa.** Zagadnienia te to:

- Skoncentrowanie działań rozwojowych wokół konkretnych, dających się zmierzyć, celów (poprzez przyjęcie na forum ONZ Milenijnych Celów Rozwoju – *Millennium Development Goals* – MDGs w 2000 roku²);
- Zapewnienie pomocy odpowiedniego finansowania (co ujęto w tzw. Konsensusie z Monterrey z 2002 r.);
- Poprawa skuteczności ODA (do czego przyczyniło się przyjęcie Deklaracji Paryskiej nt. Skuteczności Pomocy z 2005 roku oraz Planu Działania z Accry z 2008 roku).

Wraz z działaniami na rzecz poprawy jakości globalnej współpracy rozwojowej zmieniały się także poglądy dotyczące zadań i roli sektora prywatnego, a ściślej prywatnego biznesu, w tej współpracy. Zmiana paradygmatu wynikała zarówno z przesłanek czysto biznesowych, jak i ze zmieniającego się kontekstu rozwojowego.

Jeszcze w 1970 roku M. Friedman pisał na łamach „*New York Times Magazine*”, że jedynym „społecznym obowiązkiem biznesu” jest „zwiększanie zysków”. Friedman uważał, że po pierwsze cele społeczne i ekonomiczne są całkowicie odrębne i ze sobą rywalizujące, po drugie zaś, że świadczenia indywidualnych darczyńców na cele społeczne będą równie wysokie jak wydatki przedsiębiorstw³. Od tego czasu **poglądy na rolę biznesu w rozwoju uległy zasadniczej ewolucji**, m.in. w efekcie sformułowania przez C.K. Prahalad koncepcji tzw. dołu piramidy (*bottom of pyramid* – BOP), pojawienia się i coraz powszechniejszego wdrażania koncepcji „odpowiedzialnego biznesu” (*corporate social responsibility* – CSR)⁴ a także rosnącej roli firm, zwłaszcza korporacji transnarodowych, w międzynarodowych stosunkach gospodarczych, a tym samym ich rosnącego wpływu na rozwój w skali lokalnej i globalnej.

C.K. Prahalad twierdził, że największe możliwości biznesowe są tam, gdzie się tego (w świecie zachodnim) najmniej spodziewamy, a więc właśnie na dole tzw. globalnej piramidy ekonomicznej. To tam żyje 4-5 miliardów potencjalnych konsumentów. Prahalad uważał, że potencjał BOP jest olbrzymi i to właśnie najniższy poziom globalnej piramidy jest najbardziej dynamicznym i najszybciej rozwijającym się rynkiem⁵. Nie trzeba chyba dodawać, że to właśnie najbiedniejsze kraje i społeczeństwa, czyli te zakwalifikowane do BOP, są głównym odbiorcą Oficjalnej Pomocy Rozwojowej i obiektem zainteresowania oraz polem działalności agencji pomocowych.

Jednocześnie – jak już wspomniano – mieliśmy do czynienia z wewnętrzną ewolucją biznesu w kierunku jego zwiększonej odpowiedzialności wobec szeroko

definiowanych interesariuszy (*stakeholders*), a więc akcjonariuszy, klientów, podwykonawców, czy zwykłych obywateli, którzy w jakikolwiek sposób mają lub mogą mieć styczność z firmą lub jej działalnością. Efektywne wdrażanie koncepcji odpowiedzialnego biznesu stało się nie tylko powszechnym standardem, ale wręcz wymogiem prowadzenia działalności gospodarczej w szerszej skali. **Wdrażając koncepcję CSR przedsiębiorstwa prywatne pochodzące z krajów rozwiniętych od dłuższego czasu angażują się w działania wspierające rozwój nie tylko lokalnej społeczności, ale i krajów rozwijających się.** Firmy nie widzą już sprzeczności pomiędzy nakierowaną na zysk działalnością podstawową a działalnością prorozwojową czy filantropijną. Przeciwnie, coraz częściej dostrzegają to komplementarność obu rodzajów swojej aktywności. Wydaje się, że czas, kiedy uważano, że rozwój jest wyłącznie sprawą rządów i agend pomocowych, minął bezpowrotnie. **W wielu krajach rozwijających się sektor prywatny finansuje przedsięwzięcia z zakresu ochrony zdrowia, edukacji czy ochrony środowiska, wchodząc przy tym w różnego rodzaju interakcje z instytucjami rządowymi (np. za pośrednictwem partnerstwa publiczno-prywatnego), czy z tradycyjnie zaangażowanymi w działalność pomocową organizacjami pozarządowymi.** Bank Światowy ocenia, że w 2005 roku prywatni donatorzy przekazali na cele rozwoju międzynarodowego środki o wartości 4,5 mld USD, co stanowi niewielką kwotę w porównaniu z całością ODA, ale znaczącą, jeśli porówna się ją z wartością pomocy pojedynczych państw-dawców⁶. Ponadto coraz więcej firm podpisuje się pod inicjatywą *Global Compact* Sekretarza Generalnego ONZ K. Annana, dotyczącą respektowania przez sektor prywatny praw człowieka, podstawowych standardów pracy i zasad poszanowania środowiska naturalnego. Wiele też działa w ramach utworzonej w 1992 roku Światowej Rady Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (*World Business Council for Sustainable Development – WBCSD*).
Rozwój koncepcji CSR następował wraz z rosnącą rolą wielkich koncernów w gospodarce światowej i w globalnych transferach finansowych, a tym samym z ich zwiększonymi współzależnościami z różnymi segmentami społeczeństw i z rosnącym wpływem na rozwój społeczny i gospodarczy zarówno w skali lokalnej, jak i globalnej. W obecnej dekadzie największe światowe korporacje osiągają zyski ze sprzedaży niewiele mniejsze lub nawet przewyższające dochód narodowy takich państw jak Polska⁷. Warto też zdawać sobie sprawę z roli sektora prywatnego w globalnych przepływach finansowych.

Dla przykładu, w chwili obecnej, 85% środków finansowych przepływających z USA do krajów rozwijających się pochodzi ze źródeł prywatnych takich jak zagraniczne inwestycje bezpośrednie (FDI), pożyczki komercyjne czy inwestycje portfelowe. Oficjalna Pomoc Rozwojowa rządu amerykańskiego stanowi jedynie 15% łącznych transferów do państw rozwijających się. Trzy dekady temu proporcje były odwrotne: ODA stanowiła 70% przepływów finansowych, zaś transfery prywatne – 30%⁸.

Rosnące znaczenie biznesu w gospodarce światowej sprawiło, że coraz powszechniejsze stawało się przekonanie, że **powodzenie celów w zakresie rozwoju globalnego nie będzie możliwe bez większego zaangażowania sektora prywatnego.** Prawdą jest, że realizacja Milenijnych Celów Rozwoju, zapewnienie zwiększonych przepływów finansowych do państw biednych oraz poprawa skuteczności pomocy zależą przede wszystkim od rządów państw Północy i Południa. Ale to nie znaczy, że inne podmioty korzystające z owoców globalizacji nie mają w tym obszarze swojej ważnej roli do spełnienia, tym bardziej, **że sektor prywatny, dostarczając technologię i fundusze oraz zapewniając skuteczne mechanizmy dostaw w skali globalnej, uzupełnia działalność agencji pomocowych.** Z drugiej strony, współzależności funkcjonujące w obecnym świecie odnoszące się do takich kwestii jak dostęp do wody, bezpieczeństwo żywnościowe czy energetyczne, wymagają zintegrowanego i całościowego podejścia oraz zaangażowania wszystkich podmiotów. Globalne wyzwania takie jak zrównoważony wzrost gospodarczy, urbanizacja, bieda i zmiany klimatyczne staną się głównymi determinantami rozwoju biznesu w najbliższej dekadzie. **Wiodące firmy będą tymi, które – poprzez swoją podstawową działalność (core business) – pomagają społeczeństwom radzić sobie z kluczowymi światowymi wyzwaniami oraz te, które dzięki swojej elastyczności łatwiej współpracują z różnymi grupami interesariuszy⁹.** Należy też podkreślić, że postęp rozwojowy w skali globalnej będzie wymagał większego i bardziej sprawiedliwego wzrostu gospodarczego, a ten nie jest możliwy bez odpowiedzialnych, racjonalnych inwestycji i przedsiębiorczości, a więc bez tego, co może wnieść prywatny biznes.

2. Odpowiedzialny biznes a współpraca rozwojowa: kluczowe punkty styczności

Pomiędzy filozofią i praktyką CSR realizowaną przez firmy a pomocą rozwojową przekazywaną przez organy rządowe lub instytucje międzynarodowe można zidentyfikować szereg zbieżności odnoszących się do celów, obszarów, motywów, korzyści oraz sposobów działania poszczególnych podmiotów, co sprawia, że w warunkach coraz bardziej zglobalizowanej gospodarki rola firm w rozwoju i współpracy rozwojowej – jako partnera agend rządowych i pozarządowych – może być znacząca. Zbieżności te można sprowadzić do następujących elementów:

- **CSR i pomocy rozwojowej przyświecają w zasadzie te same cele: wszechstronny i zrównoważony rozwój gospodarczy i społeczny.** Milenijne Cele Rozwoju, będące punktem odniesienia dla wszystkich instytucji pomocowych, są w dużym stopniu realizowane przez największe światowe korporacje w skali lokalnej, krajowej lub często także globalnej. CSR trzeba traktować jako istotny czynnik realizacji siódmego (zrównoważony rozwój) i ósmego (globalne partnerstwo na rzecz rozwoju) Celu Milenijnego oraz ważny wkład biznesu w realizację wszystkich pozostałych Celów. Z drugiej strony, dzięki społecznej odpowiedzialności biznesu szeroko rozumiane działania sektora prywatnego w coraz większym stopniu dostosowują się do agendy rozwojowej kształtowanej przez Milenijne Cele Rozwoju;
- **Społeczna odpowiedzialność biznesu i pomoc rozwojowa realizowane są w tych samych obszarach (sektorach),** do których można zaliczyć m.in. ochronę środowiska, edukację, ochronę zdrowia, prawa człowieka i równouprawnienie płci oraz ochronę dzieci;
- **Motywy, którymi kierują się państwa przy udzielaniu pomocy rozwojowej są podobne do motywów podjęcia przez firmę działalności społecznej lub ekologicznej** w jej bezpośrednim otoczeniu lub w szerszej skali. Należy tu wskazać na presję społeczeństwa obywatelskiego i instytucji systemu Narodów Zjednoczonych, koncepcję zrównoważonego rozwoju, ale także na inne względy, w tym chęć poszerzenia wpływów (lub rynków) i nawiązania kontaktów, czy też dążenie do wykreowania popytu na własne produkty lub usługi;
- **Efekty działalności prorozwojowej firmy są zbliżone do efektów, jakie odnoszą rządy z działalności agencji pomocowych.** Wystarczy wspomnieć kształtowanie lepszego wizerunku zewnętrznego, poprawę stanu

środowiska naturalnego, zwiększenie stopnia przestrzegania praw człowieka, rozwój infrastruktury, wyższe wskaźniki w zakresie zdrowia i edukacji, itp.;

- **Można także znaleźć istotne podobieństwa między sposobem zarządzania funduszami pomocowymi przez państwa i metodami przekazywania funduszy na cele pomocowe przez przedsiębiorstwa prywatne.** Wystarczy tu wymienić chociażby podejście projektowe, wraz z cyklem zarządzania projektem, włączając w to przetargi i konkursy grantowe, oraz ścisłą współpracę z instytucjami społeczeństwa obywatelskiego.

3. Motywy i korzyści z zaangażowania sektora prywatnego w działalność rozwojową

Niezależnie od zarysowanego powyżej podłoża teoretycznego, przyczyny, dla których sektor prywatny angażuje się w działania rozwojowe, mają solidne umocowanie w praktyce kształtowanej przez konkretne motywy i korzyści. Kluczowe jest zatem pytanie dlaczego wyzwania rozwoju globalnego są istotne dla sektora prywatnego i co skłania firmy z państw rozwiniętych do zaangażowania się w ich realizację. Wyróżnić można 3 podstawowe grupy przyczyn¹⁰:

Po pierwsze, działalność w zakresie rozwoju traktuje się coraz częściej jako inwestycję na rzecz zdrowego i stabilnego otoczenia, w którym firma działa lub zamierza działać. Nie ma ono jedynie charakteru lokalnego, ale także wymiar regionalny i globalny. Wiele problemów rozwojowych współczesnego świata – w warunkach globalizacji – stanowi barierę dla robienia interesów w szerszej skali. Eliminując owe problemy, biznes „oczyszcza” sobie zatem pole do działania. Wynikająca z postępu rozwojowego poprawa warunków prowadzenia działalności gospodarczej i jakości rządzenia (w tym ograniczenie korupcji) oraz zwiększenie możliwości inwestycyjnych w krajach rozwijających się stwarzają korzystniejsze warunki dla międzynarodowej ekspansji firm pochodzących z krajów rozwiniętych.

Po drugie, podejmowanie działań na rzecz rozwoju międzynarodowego, w tym Milenijnych Celów Rozwoju, jest do pewnego stopnia elementem zarządzania ryzykiem zewnętrznym przez firmę. Wyzwania takie jak degradacja środowiska naturalnego, zmiany klimatyczne, rozprzestrzenianie się wirusa HIV i AIDS, konflikty etniczne, nie funkcjonujące lub źle funkcjonujące

systemy opieki zdrowotnej i edukacji to naturalne zagrożenia, które musi brać pod uwagę każda firma rozwijająca działalność gospodarczą w skali międzynarodowej. Mogą one zwiększyć koszty operacyjne, koszty surowców, koszty związane z rekrutacją i szkoleniem nowych pracowników, koszty związane z bezpieczeństwem operacji handlowych i inwestycyjnych, a także koszty pozyskiwania kapitału. **Nie bez znaczenia jest także kwestia reputacji firmy.** Warto pamiętać, że idea CSR narodziła się po części w odpowiedzi na bojkoty ze strony konsumentów korporacji międzynarodowych, które wykazały się wyjątkową „nieodpowiedzialnością” prowadząc szkodliwą dla rozwoju państw Południa działalność gospodarczą w latach 70. i 80. ubiegłego stulecia¹¹. Duże firmy farmaceutyczne były i wciąż jeszcze często są, oskarżane o niechęć do udostępnienia po korzystniejszych cenach leków przeciwko HIV / AIDS krajom rozwijającym się; przemysł tekstylny był oskarżany o wykorzystywanie pracy dzieci; biznes naftowy jest obiektem zarzutów dotyczących katastrof tankowców i eksplozji; z kolei firmy wydobywcze muszą zmagać się z oskarżeniami o współpracę ze skorumpowanymi rządami. Jednym z istotnych motywów działalności społecznej i rozwojowej biznesu jest zatem – przynajmniej w przypadku niektórych przedsiębiorstw – chęć poprawy wizerunku sektora prywatnego pochodzącego z krajów rozwiniętych w krajach rozwijających się.

Po trzecie, działania prorozwojowe to szansa na pozyskanie nowych możliwości ekspansji działalności biznesowej, to kreacja popytu na dobra i usługi. Zgodnie z tym, co pisał C.K. Prahalad, wejście na rynki krajów Południa to dostęp do 4-5 miliardów potencjalnych klientów, których siła nabywcza rośnie bardzo szybko. Szacuje się, że globalna klasa średnia zwiększy się z 1,7 mld ludzi obecnie do 3,6 mld w 2030 roku, a przyrost ten nastąpi głównie w krajach rozwijających się¹². Otwiera się zatem szansa dotarcia do tych klientów z własnymi produktami i usługami dopasowanymi cenowo i technologicznie do możliwości lokalnych społeczności. Zaangażowanie w realizację działań rozwojowych może pomóc w nawiązaniu kontaktów z partnerami handlowymi, gdyż firma na nowym rynku prezentuje swoją działalność w innym, korzystniejszym świetle, zyskując akceptację lokalnych władz, miejscowej ludności, organizacji pozarządowych, itp. **Wreszcie udział w globalnej współpracy rozwojowej to ogromne możliwości inwestycyjne.** Eksperci WBCSD szacują, że do 2030 roku jedynie inwestycje w infrastrukturę miejską w krajach rozwijających się osiągną wartość około 40 bln USD, w tym inwestycje w zakresie dostępu do wody pitnej i kanalizacji – 11,3 bln USD¹³. To perspektywa kusząca nie tylko dla wielkich korporacji transnarodowych,

ale i dla mniejszych przedsiębiorstw. Inne czynniki zachęcające biznes do działalności prorozwojowej to dynamika lokalnych małych i średnich przedsiębiorstw poszukujących partnerów z krajów rozwiniętych, systematyczna poprawa w zakresie jakości rządzenia, stopniowe ograniczenie korupcji i biurokracji, umocnienie struktur lokalnych, a także rozbudowa niezbędnej dla prowadzenia działalności biznesowej infrastruktury.

Czym jest zatem zaangażowanie biznesu we współpracę rozwojową? Niekiedy spotkać można opinię, że jest to – podobnie jak sam CSR – po prostu dobry biznes. Częściej stawiane jest jednak pytanie: czy dbanie o środowisko, lokalną społeczność czy szeroko rozumiany postępek społeczny w skali państw czy regionów nie powinno być raczej zadaniem rządu, wybranego w drodze demokratycznego procesu podejmowania decyzji, ewentualnie zagranicznej agencji pomocowej, a nie dążącego do osiągnięcia zysku biznesu? W idealnym świecie tak właśnie powinno być. Jednak w rzeczywistości często bywa tak, że tam gdzie rząd nie wypełnia swych zadań z powodu konfliktu lub korupcji, zadania tego podejmują się agencje pomocowe, albo właśnie firmy prywatne działające z pobudek opisanych powyżej¹⁴. Zarazem to właśnie w biednych krajach Południa najbardziej potrzebne są zasoby, które może przynieść ze sobą prywatny biznes.

Warto jednak zdawać sobie sprawę z ograniczeń i zagrożeń wynikających z zaangażowania społecznego i rozwojowego biznesu. Przykładowo, opieranie się na niektórych strategiach CSR może podkopać dobre rządzenie w krajach Południa. Jak wspomniano, rozwój CSR jest niejednokrotnie tożsamy z pewnym wycofaniem się państwa z jego podstawowych funkcji jest swego rodzaju odpowiedzią firm na stałości w zakresie *good governance*. Ale działania firm nie muszą niestety odznaczać się trwałością i jakością: po pierwsze dlatego, że firmy mogą się wycofać z kraju, gdy np. sytuacja wewnętrzna się pogorszy; po drugie biznes nie ma z reguły wystarczających kompetencji w zakresie zapewniania wielu dóbr publicznych; po trzecie działania firm mogą być efektem manipulacji grup udziałowców, a nie rezultatem demokratycznego wyboru społeczeństwa¹⁵. Tak więc **działalność prorozwojowa sektora prywatnego nie może być traktowana jako instrument zastępujący właściwe instytucje państwowe, nie powinna być też postrzegana jako panaceum na wszelkie problemy gospodarcze, społeczne czy ekologiczne.**

4. W jaki sposób sektor prywatny może włączyć się do globalnej współpracy na rzecz rozwoju?

Przykładów bezpośredniego zaangażowania firm prywatnych w przedsięwzięcia rozwojowe jest bardzo wiele. Banki i instytucje finansowe wspierają mikrokredyty dla biednej ludności, firmy produkujące artykuły spożywcze finansują posiłki dla dzieci, koncerny farmaceutyczne prowadzą działania z zakresu walki z AIDS, przedsiębiorstwa z branży energetycznej i paliwowej finansują projekty z zakresu ochrony środowiska, itp.¹⁶. W ostatnim okresie sektor prywatny angażuje się też w nowe inicjatywy, nie koniecznie związane bezpośrednio z pomocą dla krajów słabiej rozwiniętych, ale służące rozwiązywaniu problemów globalnych, przede wszystkim ekologicznych. Wystarczy dla przykładu przypomnieć, że kilkadziesiąt firm z całego świata zainicjowało wspólnie program walki ze zmianami klimatycznymi (*Combat Climate Change*), podobne działania rozwijane są także np. w zakresie praw człowieka (*Business Leaders Initiative on Human Rights*).

Biznes może wspierać postęp społeczny i gospodarczy w krajach słabiej rozwiniętych m.in. poprzez:

- Zakupy lokalnych produktów wytwarzanych przez mniej zasobne warstwy ludności;
- Dostarczanie dostępnych cenowo usług biedniejszej ludności;
- Dostarczanie nieodpłatnie produktów wyprodukowanych w nadmiarze, częściowo wykorzystanych lub nieco mniej zaawansowanych technologicznie;
- Przekazywanie wsparcia finansowego dla lokalnych organizacji służących najbardziej potrzebującym lub działającym na rzecz rozwoju;
- Zatrudnianie lokalnych pracowników;
- Inwestowanie w edukację, infrastrukturę, badania i rozwój, technologie;
- Wysyłanie wolontariuszy¹⁷.

Realizując powyższe działania biznes może oferować biedniejszym grupom społecznym w zasadzie wszystko, co w krajach ich zamieszkania jest potrzebne, a więc ludzi (doradców, wolontariuszy, stażystów, itp.), środki finansowe (granty, pożyczki, fundusze wysokiego ryzyka), produkty i usługi przekazywane nieodpłatnie lub po niższych cenach, kompetencje (techniczne, menedżerskie, szkoleniowe, zawodowe, itp.), otoczenie techniczno-organizacyjne biznesu,

w postaci sprzętu, budynków, itp., może wreszcie ułatwić dostęp do sieci kontaktów biznesowych i decydentów¹⁸.

Wiele firm angażuje się w działania rozwojowe poprzez dostarczanie ubogiej ludności produktów lub usług, których ludność ta potrzebuje (np. ze względów zdrowotnych), ale na które nie może sobie pozwolić z racji bardzo skromnych zasobów finansowych. Oczywiście, aby wytworzyć tego typu produkt lub usługę konieczna jest znajomość lokalnych potrzeb i priorytetów rozwojowych. To z reguły w bezpośrednich kontaktach z potencjalnymi odbiorcami rodzą się koncepcje nowych, często unikalnych produktów lub usług. Idea polega na tym, aby na tyle obniżyć cenę towaru, żeby osoby o niższych dochodach mogły je nabyć, często zamiast towarów gorszej jakości. Najlepiej, jeśli działalność gospodarcza, której efektem są produkty lub usługi adresowane do biedniejszej ludności, realizowana jest na miejscu, tj. w krajach lub regionach ubogich. W ten sposób firma tworzy jednocześnie miejsca pracy w produkcji i dystrybucji, a zarazem unika kosztownych pośredników i zbędnej biurokracji. Oczywiście czasami – zwłaszcza w krajach najmniej rozwiniętych – tego typu projekty nie są możliwe do zrealizowania bez zewnętrznych źródeł finansowania – w grę wchodzi tu najczęściej fundusze rządowe danego kraju lub fundusze pomocowe przekazane przez agencję rozwojową.

Firmy mogą też wspierać działalność gospodarczą w krajach rozwijających się np. poprzez skupowanie produktów wytworzonych przez lokalne spółdzielnie i oferowanie swojej sieci dystrybucji, marketingu, itp. Celem tego typu działalności jest umożliwienie biedniejszej ludności dostępu do rynku zbytu dla wytwarzanych przez nią towarów po korzystnej cenie. **Firmy rozpoczynające inwestycje w mniej rozwiniętych krajach / regionach pomagają też lokalnym firmom rozwinąć swoją działalność gospodarczą poprzez udzielanie eksperckiej pomocy technicznej.** Oferują nieodpłatnie lub po preferencyjnej cenie szkolenia w zakresie zarządzania, finansów, IT, marketingu, itp., dostarczają ekspertyzy i know-how. Poznając i pomagając potencjalnym partnerom mają potem dużo łatwiejszą drogę do realizacji własnych celów biznesowych na słabiej rozwiniętych rynkach lokalnych.

Aby działalność prorozwojowa firm była dla nich opłacalna w dłuższej perspektywie, przedsiębiorstwa wchodzić we współpracę z ministerstwami koordynującymi rozwój i pomoc międzynarodową oraz z organizacjami między- i pozarządowymi. We współpracy z tymi podmiotami firmy próbują też zmienić świadomość lokalnej społeczności, oferując np. odpowiednie szkolenia, organizując akcje

marketingowe i kampanie społeczne. **Wiele firm wchodzi w specjalne porozumienia z agencjami pomocowymi (np. UNICEF, UNDP, itp.), regionalnymi bankami rozwoju lub bilateralnymi donatorami celem rozwiązania najbardziej palących problemów rozwojowych.** Często dostarczenie funduszy przez te instytucje jest warunkiem kontynuacji lub rozszerzenia projektu firmy. W przypadku wyżej rozwiniętych krajów Południa część funduszy udostępnia natomiast rząd kraju, na terenie którego realizowane jest przedsięwzięcie. Nierzadkim zjawiskiem jest też współpraca między samymi firmami przy realizacji projektu. Przykładowo instytucja finansowa może wejść we współpracę z firmą budowlaną i zaoferować uboższej ludności korzystnie oprocentowane kredyty na budowę domu, umożliwiając zarazem wykorzystanie części tego domu do prowadzenia małej działalności gospodarczej.

5. Strategiczne podejście do prorozwojowego zaangażowania firm

Wszystkie wyżej przedstawione inicjatywy i przedsięwzięcia stają się możliwe także dlatego, że z biegiem czasu zmieniają się poglądy i praktyki odnośnie do sposobów prowadzenia przez firmę działalności korzystnej dla rozwoju jej bliższego i dalszego otoczenia oraz roli tych kwestii w zarządzaniu przedsiębiorstwem. W ostatnim okresie coraz więcej firm, zwłaszcza międzynarodowych, wiąże ściśle rozwój gospodarczy krajów i regionów, w których zamierza rozpocząć lub zintensyfikować działalność, z własną strategią biznesową. Wiele firm tworzy innowacyjne i dynamiczne modele biznesowe i rozwija inicjatywy, oparte na koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu i mające na celu wsparcie najuboższych i realizację zasad zrównoważonego rozwoju.

Dlaczego jest to możliwe? Jak piszą C.K. Prahalad i A. Hammond, przedsiębiorstwa międzynarodowe mogą znacznie poprawić standard życia miliardów ludzi na Ziemi i w tym celu nie muszą wcale inicjować zakrojonych na światową skalę akcji dobroczynnych. Wystarczy, że będą działały we własnym interesie. Wskazują oni, że **w krajach rozwijających się przeszkody w działalności gospodarczej faktycznie istnieją, ale są znacznie mniejsze niż się powszechnie uważa.** Ponadto pozytywne tendencje obserwowane w tych krajach w ostatnim okresie (reformy polityczne, rosnąca otwartość na inwestycje, rozwój bezprzewodowych sieci telekomunikacyjnych) prowadzą do eliminacji wielu z tych przeszkód. Zwracają wreszcie

uwagę, że **choć indywidualne dochody mieszkańców tych krajów mogą być niewielkie, zagregowana ich siła nabywcza jest całkiem duża.** Przedsiębiorstwa korzystając z efektu skali mogą z powodzeniem wchodzić na ubogie rynki z tańszymi towarami o wyższej jakości, zarabiając na wciąż atrakcyjnych marżach. Liczy się bowiem nie jednostkowa marża (ta w krajach słabiej rozwiniętych zawsze będzie niska), ale jak największy zwrot z zaangażowanego kapitału. Przedsiębiorstwa mogą czerpać z tego korzyści w postaci wzrostu przychodów (także poprzez kierowanie oferty do całych społeczności a nie do indywidualnych osób, tym bardziej, że ukryty popyt na tanie towary wysokiej jakości jest olbrzymi), redukcji kosztów (poprzez skorzystanie z taniej siły roboczej i uproszczenie łańcucha dostaw) oraz zwiększenia dostępu do innowacji (jako że rynki Południa są dobrym poligonem do przeprowadzania eksperymentów handlowych i technologicznych)¹⁹.

Zdaniem dwóch innych autorów, M. Portera i M. Kramera, **przedsiębiorstwa mogą wykorzystywać działalność charytatywną do poprawienia swojego kontekstu konkurencyjnego, czyli jakości otoczenia biznesowego w miejscu lub w miejscach, w których funkcjonują.** Firmy mogą kształtować kontekst konkurencyjny w 4 podstawowych obszarach:

- Dostępność środków produkcji (poprzez wpływanie na jakość siły roboczej i infrastruktury, poziom technologii, skuteczność administracji);
- Czynniki popytowe (poprzez edukację przyszłych nabywców);
- Zasady i kontekst rywalizacji (poprzez wprowadzanie wysokich standardów zarządzania, prowadzenia działalności gospodarczej i konkurowania);
- Powiązane i wspierające branże (poprzez stymulowanie rozwoju skupisk firm i powiązanych z nimi branż, czyli tzw. klastrów).

Jednocześnie współpracując z innymi firmami – także z konkurentami – i dzieląc się kosztami, przedsiębiorstwo może w dużym stopniu zneutralizować występujący w takich sytuacjach problem „pasażera na gapę”²⁰.

Ci sami autorzy wskazują na koncepcję zrównoważonego rozwoju, która w znacznym stopniu warunkuje strategię przedsiębiorstwa. Koncepcja ta, odwołując się do tzw. potrójnego salda wyników ekonomicznych, społecznych i środowiskowych (*triple bottom line*), wymaga od firmy, aby pogodziła w strategii zarządzania długoterminowe cele i krótkoterminowe koszty, które generuje ich realizacja.

Jednocześnie firmy muszą zdecydować się, na które kwestie społeczne powinny zareagować (nie ma bowiem możliwości zaproponowania właściwej i skutecznej odpowiedzi na wszystkie palące problemy świata, czy nawet regionu) i powiązać to z działalnością firmy, odpowiadając jednocześnie na pytania czy oba podmioty (tj. firma i otoczenie – społeczeństwo) osiągają obopólne korzyści. Te mogą być – zdaniem Portera i Kramera – osiągnięte dzięki inwestowaniu przez firmę w te społeczne aspekty otoczenia, które generują przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa²¹.

Podsumowując można stwierdzić, że im ściślej działalność pomocowa jest powiązana z kontekstem konkurencyjnym firmy, w tym większym stopniu przyczynia się ona do realizacji celów społecznie użytecznych. Obszary, w których przedsiębiorstwo nie jest w stanie przysporzyć społeczeństwu żadnych korzyści, powinny być pozostawione – także zgodnie z opinią M. Friedmana – indywidualnym darczyńcom²².

6. Problemy wiążące się z prorozwojową działalnością biznesu

Niezależnie od wszystkich wskazanych powyżej korzyści i czynników stymulujących, angażowanie się we wspieranie rozwoju globalnego w krajach słabiej rozwiniętych wiąże się z szeregiem trudności wynikających ze specyfiki sytuacji polityczno-gospodarczej biedniejszych państw czy regionów. Należy do nich zaliczyć przede wszystkim:

- Niewystarczające środki finansowe, trudno dostępne zarówno dla klientów w krajach uboższych, jak i dla małych i średnich firm miejscowych, które często chcą i mogą być dostawcami wielkich korporacji, ale brakuje im odpowiedniego finansowania. Zachodzi wówczas konieczność współfinansowania projektu przez agencje pomocowe czy instytucje międzynarodowe;
- Wysokie ceny kredytu i jego ograniczoną dostępność;
- Biurokrację i problemy z uzyskaniem różnego rodzaju pozwoleń, licencji, itp.;
- Korupcję i nieprzejrzyste procedury dotyczące np. zamówień publicznych;
- Brak zaufania między podmiotami, co oznacza trudności w realizacji szeregu porozumień, np. we wdrażaniu projektów w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP);

- Słabą infrastrukturę w krajach rozwijających się, zwłaszcza drogową i telekomunikacyjną;
- Słabo rozwiniętą sieć dystrybucji, co implikuje wysokie koszty i niewielkie marże oraz powoduje, że prorozwojowe modele biznesowe często mogą być zyskowne tylko wtedy, kiedy zakłada się sprzedaż dużej ilości towaru;
- Niski poziom edukacji i opieki zdrowotnej;
- Różnice kulturowe oraz różnego rodzaju uprzedzenia i stereotypy utrudniające kluczową dla realizacji przedsięwzięcia współpracę z władzami lokalnymi i partnerami biznesowymi.

Spośród innych problemów należy wymienić kwestię przyjęcia i powszechnej akceptacji wskaźników pozwalających dokonywać stałego monitoringu i ewaluacji prorozwojowych działań sektora prywatnego. Do potencjalnych problemów należy też kwestia zwiększonej konsumpcji, jako ubocznego efektu rozwoju. Biznes powinien promować zrównoważony model rozwoju globalnego, oferować produkty i usługi sprzyjające środowisku, choćby po to, aby nie narażać na szwank globalnego ekosystemu. Dość racjonalne prezentują się w tym kontekście obawy, że jeśli 3-4 miliardy ludzi w szybkim tempie osiągną poziom rozwoju krajów rozwiniętych, powielając panujące tam wzorce konsumpcji, oznaczać to będzie ogromne obciążenie dla globalnego środowiska.

Cześć z wyżej wymienionych problemów trudno będzie wyeliminować w krótkiej perspektywie czasowej. Brak dobrej jakości infrastruktury, korupcja, niska kultura zarządzania to wyzwania, które wymagają długofalowego zaangażowania rządów, we współpracy z donatorami i wszystkimi innymi podmiotami, także biznesem. Wyzwania te mogą skutecznie zniechęcać firmy z krajów rozwiniętych do wchodzenia na rynki Południa nawet ze wsparciem funduszy rządowych (ODA). Ale czekanie z inwestycjami i zaangażowaniem społecznym, aż wszystkie kraje tzw. globalnego Południa osiągną poziom rozwoju zbliżony do zachodnioeuropejskiego oznacza w dużym stopniu oddanie pola konkurencji. Ponadto, rozwiązanie skomplikowanych problemów rozwojowych krajów trzecich jest możliwe tylko przy zaangażowaniu finansowym i technologicznym kapitału międzynarodowego, tj. głównie zachodniego. Ważne, aby w przypadku krajów, gdzie problemy z działalnością gospodarczą czy z realizacją przedsięwzięć pomocowych są duże, firmy mogły korzystać z zaangażowania funduszy publicznych, a więc z pomocy rozwojowej i z innych form wsparcia ze strony rządów.

7. Odpowiedzialny biznes a kwestie rozwoju w warunkach światowego kryzysu gospodarczego

Globalny kryzys finansowy, którego symbolicznym początkiem było bankructwo banku Lehman Brothers, a także wcześniejsze kryzysy związane ze wzrostem cen żywności i ropy naftowej, ukazał dobitnie potrzebę głębokiej reformy światowego systemu gospodarczego, a jednocześnie stał się źródłem nowych wyzwań o charakterze rozwojowym. Zgodnie ze wstępnymi ocenami Banku Światowego tylko wzrost cen żywności spowodował, że w latach 2005-2008 dochody około 190-230 mln ludzi spadły poniżej progu ubóstwa (ustalonego na poziomie 1,25 USD dziennie), zaś o 44 mln zwiększyła się liczba osób cierpiących niedożywienie²³. Jednocześnie ta sama instytucja ocenia, że tylko w 2010 roku z powodu rozlicznych konsekwencji kryzysu finansowego 64 mln ludzi więcej będzie żyć w ubóstwie²⁴.

Kryzys finansowy stał się też przyczynkiem do ożywienia debaty nt. roli poszczególnych podmiotów działających w światowej gospodarce oraz zakresu ich odpowiedzialności.

W tym kontekście bardzo często padały też pytania o stan i przyszłość CSR oraz o odpowiedzialność działających w celu osiągnięcia zysku firm za jakość i poziom życia ludzi w skali lokalnej, regionalnej i globalnej. Podkreślać zaczęto przy tej okazji, że większość instytucji finansowych, które przez swoje nieodpowiedzialne działania wywołały globalną katastrofę, wcześniej opracowywała strategie odpowiedzialności społecznej, kodeksy etyczne oraz publikowała raporty społeczne²⁵.

Po wybuchu kryzysu oczekiwano, że firmy będą ograniczały wydatki na działania jedynie pośrednio związane z biznesem. Jednak rzeczywistość okazała się lepsza niż przewidywania.

W 2009 roku programy firm dotyczące środowiska, społeczeństwa, miejsc pracy i rynku odczuły skutki recesji, ale przedsiębiorstwa starały się uniknąć całkowitej rezygnacji z tych programów i większości udało się utrzymać aktualne zaangażowanie, choć były zarazem ostrożne w zakresie tworzenia nowych programów i podejmowania zobowiązań na przyszłość. Firmy wychodzące z kryzysu pracowały też nad odbudową zaufania swoich interesariuszy, wiele z nich wykorzystało ten czas do rewizji swoich strategii i programów CSR. Organizacje CSR-owe nie odnotowały znacznego spadku liczby członków. Także inicjatywa *Global Compact* nie odczuła zmniejszonego zaangażowania biznesu we wdrażanie przyjętych zasad – wręcz przeciwnie,

w 2009 roku dołączyło do niej ponad 1500 firm i organizacji spoza sektora biznesu²⁶.

Wydaje się, że nie najgorzej ma się nawet najbardziej poszkodowana w kryzysie branża finansowa. Mimo, że innowacje finansowe zostały w znacznym stopniu zakwestionowane, bankierzy, inwestorzy i fundacje filantropijne wciąż angażują się w pomoc dla najuboższych mieszkańców globu, planując i wdrażając nowe platformy współpracy, takie jak *Global Impact Investing Network*. Trwają też prace nad innowacyjnymi źródłami finansowania rozwoju w oparciu o funkcjonujące już mechanizmy (np. Sojusz Globalny na rzecz Szczepionek i Odporności – GAVI). Niektóre fundacje firmowe, takie jak Fundacja Gatesa, wchodzą nawet w obszary dotychczas będące domeną rządowych lub międzyrządowych donatorów, np. ubezpieczając kraje Południa na wypadek gdyby rządy państw Północy nie wywiązały się ze swoich zobowiązań co do zwiększenia ODA²⁷. Rynek mikrofinansów odnotował znaczący spadek wzrostu w ostatnim okresie, także na skutek słabszego popytu i większych trudności z finansowaniem, ale sugestie, że czeka go pęknięcie bańki, jak to miało miejsce w przypadku kredytów *subprime*, okazały się przesadzone²⁸.

Nierzadko spotyka się opinie, że być może czeka nas nowy etap rozwoju odpowiedzialnego biznesu, ściśle powiązany z dającymi się ostatnio zauważyć tendencjami

do przedstawiania światowej gospodarki na nowe, bardziej „ekologiczne” tory. Mimo skromnego rezultatu konferencji stron nt. zmian klimatu w grudniu 2009 roku w Kopenhadze, wyzwanie to, i stosunek biznesu do niego, może być jednym z zasadniczych motorów napędzających rozwój odpowiedzialnego biznesu w najbliższej przyszłości, także w takich krajach jak Polska. W opinii M. Engela, dyrektora wykonawczego w Światowej Radzie Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD), wchodzimy w nową erę „zielonych” rozwiązań. Zrównoważony rozwój staje się w coraz większym stopniu główną siłą napędową innowacji oraz miarą jakości systemu zarządzania firmą. Połączenie tych bodźców z wiedzą oraz ze wsparciem ze strony rządu dostarcza ogromnych korzyści biznesowych oraz stymulacji dla „zielonego wyścigu”. Coraz silniejsze związki między różnymi kwestiami z zakresu zrównoważonego rozwoju – takimi jak zmiana klimatu, ubóstwo czy niedobór zasobów – oraz potrzeba ich koordynacji poprzez systemowe i przemyślane rozwiązania stały się widoczne w ostatnim roku²⁹.

Odpowiedzialny biznes musi się jednak też zmierzyć z wyzwaniami wynikającymi z immanentnych cech gospodarki światowej, które zostały wyostrome w czasie kryzysu i które nie koniecznie muszą sprzyjać

racjonalnym i etycznym postawom. Jak wskazuje J. Stiglitz, w świecie bezwzględnej konkurencji bodźce działają często przeciw tym, którzy mają jak najlepsze intencje. Przykładowo spółka górnicza, która woli skąpić na nakładach na cele bezpieczeństwa i ochrony środowiska, będzie w stanie przebić w przetargu firmę o porównywalnej skuteczności, która prowadzi zdrową politykę w sprawach środowiska. Z kolei spółka naftowa, która gotowa jest postużyć się łąpówką dla uzyskania dostępu do ropy naftowej po niższej cenie, będzie wykazywała wyższe zyski, niż porównywalna spółka, która tego nie robi. Tymczasem zniszczenie środowiska (kradzież dziedzictwa całej społeczności) nie jest mniejszym przestępstwem, niż oszukanie akcjonariuszy przez manipulacje księgowo. Dlatego gdy spółka wierutnie naruszyła prawa krajowe o ochronie środowiska, to jej dyrektor generalny i inne osoby podejmujące decyzje i dokonujące danych czynności powinny być pociągani do odpowiedzialności karnej. Dalszym krokiem powinno być uzyskiwanie rekompensaty za szkody wyrządzone robotnikom czy środowisku także poprzez umożliwienie mieszkańcom innych krajów dochodzenia swoich praw przed sądami krajów macierzystych zaskarżanych korporacji³⁰. Ale to już raczej zadanie dla państw niż zarządów przedsiębiorstw prywatnych.

Innym problemem jest to, że tak jak wiele programów pomocowych finansowanych z funduszy rządowych nie przyniosło oczekiwanych efektów, tak samo dzieje się z programami firmowymi. Wiele programów rozwojowych firm poniosło dotkliwe porażki, jak np. program walki z AIDS w Indiach Billa Gatesa, który nie udał się, bo nieumiejętnie wydawano środki finansowe. Kluczem do zmiany tej sytuacji jest efektywny system monitoringu i ewaluacji, lepsze zarządzanie, zwiększenie kompetencji personelu firm w obszarze zagadnień rozwojowych, a także szersze skorzystanie przez biznes z doświadczeń i dobrych praktyk agencji rządowych, międzyrządowych i pozarządowych w zakresie skutecznej pomocy rozwojowej.

Często wyraża się nadzieję, że po ostatnim kryzysie, to co jest biznesowo mało efektywne, czyli PR-owe programy filantropijne, zaczną odchodzić w niepamięć, a w ich miejsce pojawiać się będą inicjatywy o wiele bardziej przemyślane, co w dłuższym terminie przyniesie korzyść tak biznesowi, jak i społeczeństwu. **Kryzys nie musi i nie będzie zatem oznaczać śmierci CSR. Będzie on jednak oznaczał śmierć dla pewnego etapu życia tej idei i jej funkcjonowania w świadomości menedżerów.** Może w tej dziedzinie, jak nigdzie indziej, potrzebna jest już korekta rynkowa, która pozwoli na dalszy rozwój tego co naprawdę w CSR cenne i co sprawi, że tak biznes, jak i jego otoczenie będą mogły żyć w symbiozie, wspólnie rozwiązując

problemy i osiągając obopólne korzyści³¹.

8. Wnioski i rekomendacje w odniesieniu do polskiego biznesu i polskiego programu współpracy rozwojowej

Wszystkie wymienione wyżej kwestie są coraz bardziej istotne dla polskiego sektora prywatnego. Dzieje się tak przede wszystkim na skutek procesu globalizacji i otwierania się polskiej gospodarki na światową konkurencję oraz integracji z Unią Europejską. Zarazem, wraz z naszą integracją z UE i z gospodarką światową, zmieniają się powoli opinie Polaków odnośnie do roli sektora prywatnego w rozwiązywaniu problemów globalnych. W opinii 71% naszych rodaków, biznes, rząd i organizacje trzeciego sektora powinny wspólnie działać na rzecz walki z takimi zjawiskami, jak kryzys finansowy czy globalne zmiany klimatu. Wyraźnie widać, że Polacy oczekują od biznesu więcej niż tylko efektywności i tworzenia miejsc pracy. Oczekują globalnej odpowiedzialności i solidarności oraz zaangażowania w kwestie społecznie i środowiskowo istotne³².

Jednak globalne czy chociażby regionalne myślenie w kontekście działań społecznych, ekologicznych czy filantropijnych nadal jest rzadkością wśród przedstawicieli polskiego sektora prywatnego.

W ostatnim raporcie Forum Odpowiedzialnego Biznesu zawierającym opis dobrych praktyk z zakresu polskiego CSR, na palcach jednej ręki można policzyć te przykłady aktywności społecznej czy ekologicznej rodzimych firm, które wykraczają poza granice naszego kraju. Oczywiście taki stan rzeczy jest nie tylko efektem bieżącego stanu wdrażania zasad odpowiedzialnego biznesu, ale także – a może i przede wszystkim – funkcją internacjonalizacji działalności polskich przedsiębiorstw, zakresu i skali inwestycji zagranicznych czy powiązań handlowych i kapitałowych z resztą świata. Brakuje też świadomości konsumentów odnośnie do tego, jaki wpływ na życie w krajach Południa ma to, jaki produkt sprzedawany jest w supermarkecie czy osiedlowym sklepie. Tyle, że postawy konsumenckie w krajach zachodnich kształtowały się przez długie lata, nie należy zatem oczekiwać nad Wisłą jakiejś przyspieszonej ewolucji w tym zakresie.

W świetle przedstawionych w niniejszym artykule zjawisk wiążących się z wkładem odpowiedzialnego biznesu w zagadnienia rozwoju globalnego i współpracy rozwojowej, **warto zastanowić się jakie kroki polskie instytucje (firmy i wspierająca je administracja publiczna) mogą poczynić,**

aby nasz sektor prywatny włączył się do światowej rywalizacji o rynki BOP, korzystając przy tej okazji z niemających środków przekazywanych co roku przez Polskę (a także innych donatorów) na ODA. Co należy zrobić, aby finansowanie globalnego rozwoju nie było traktowane tylko jako wyzwanie i zło konieczne, ale też jako szansa dla polskiej gospodarki? Kilka kwestii wydaje się w tym zakresie niezbędnych:

- 1. Polscy przedsiębiorcy muszą wreszcie zacząć zauważać korzyści biznesowe wynikające z rozwoju rynków pozaeuropejskich** i próbować walczyć o miliardowe kontrakty ogłaszane przez agencje pomocowe wiążące się z realizacją Milenijnych Celów Rozwoju. Konkurencja na rynku globalnym jest bardzo silna, ale nie ma powodu, aby polskie firmy nie miały realnych szans wygrania kontraktów w określonych krajach i sektorach.
- 2. Polskie firmy rozpoczynające działalność handlową i inwestycyjną za granicą powinny zweryfikować czy ewentualne uruchomienie programów z zakresu CSR w krajach rozwijających się i w okresie transformacji, do których wchodzi z działalnością gospodarczą, skutecznie wpłynęłoby na rozwój lokalny, otoczenie konkurencyjne i realizację samej strategii przedsiębiorstwa.** Naturalnym wydaje się, że – podchodząc do sprawy globalnie – synergia taka może wystąpić na rynkach krajów Europy Wschodniej, Bałkanów, Kaukazu Potudniowego i Azji Centralnej. Nie można jednak wykluczyć, że w niektórych sektorach korzyści tego typu mogą być osiągnięte także na rynkach azjatyckich, afrykańskich czy latynoamerykańskich.
- 3. Konieczne jest zacieśnienie kontaktów pomiędzy polskimi firmami a instytucjami (NGOs, ośrodkami analitycznymi, organami administracji rządowej i samorządowej, uniwersytetami, itp.) zajmującymi się zagadnieniami współpracy rozwojowej i rozwoju globalnego w kraju i za granicą.** Celem powinna być identyfikacja możliwości współpracy przy opracowywaniu strategii „zagranicznego” CSR, a następnie przy realizacji konkretnych projektów i programów o charakterze społecznym czy środowiskowym w krajach słabiej rozwiniętych. Efektem takiej współpracy powinna być też wzajemna wymiana wiedzy i doświadczeń. Warto przy tym pamiętać, że polski sektor prywatny nie posiada wystarczającej wiedzy i doświadczenia w zakresie spraw rozwojowych, krajowym instytucjom rozwojowym brakuje z kolei często „biznesowego” podejścia. Wydaje się, że w warunkach silnej konkurencji

na światowym rynku pomocowym jedynie kompleksowe programy opracowane i wdrażane przez firmy z udziałem ekspertów rozwojowych mają szansę na sukces.

- 4. Wejście polskich firm do światowego systemu pomocowego wymaga wsparcia ze strony funduszy publicznych. Dlatego program rządowy Polska Pomoc musi otworzyć się na krajowy sektor prywatny.** Otwarcie to nie może jednak polegać wyłącznie na zaspokojeniu potencjalnych potrzeb biznesu. Jeśli – zgodnie z decyzjami podjętymi na forum UE – w perspektywie 2015 roku Polska ma przeznaczać na Oficjalną Pomoc Rozwojową 0,33% PKB (a więc kwoty rzędu 3-4 mld USD rocznie), trzeba dać możliwość wykorzystania części tych środków rodzimym firmom, aby tak jak budują drogi, wodociągi czy elektrownie w kraju, mogły to czynić na Ukrainie, w Gruzji, w Wietnamie czy w Senegal, przyczyniając się zarazem do rozwoju tych krajów. Nie chodzi tu o wiązanie polskiej pomocy, a więc o ograniczanie kręgu potencjalnych firm wyłącznie do przedsiębiorstw krajowych – bo od tego świat, a zwłaszcza UE, już odchodzi – ale o taką zmianę przepisów i zasad regulujących polską pomoc dla zagranicy, aby krajowe firmy mogły korzystać z funduszy ODA, podobnie jak korzystają np. organizacje pozarządowe. Kluczem jest możliwość zawierania przez rząd wieloletnich kontraktów na realizację pomocowych przedsięwzięć infrastrukturalnych oraz, oczywiście, zwiększenie środków na pomoc rozwojową zgodnie ze wskazanymi powyżej ustaleniami unijnymi.
- 5. Jeśli firmy zainteresują się krajami rozwijającymi się, zaczną współpracować z instytucjami rozwojowymi, a polski program pomocowy stanie się bardziej przyjazny dla biznesu i dysponować będzie większymi środkami, możliwe będzie osiągnięcie korzyści po obu stronach:**
 - a. Polski sektor prywatny, do dziś praktycznie nieobecny w krajach tzw. globalnego Południa, będzie miał możliwość „rozpoznania terenu”:** zrealizowanie za pieniądze rządowe choćby niewielkich projektów pomocowych w dowolnym miejscu rozwijającego się świata, to doskonała okazja aby „zapaść tam korzenie”, nawiązać kontakty, poznać kulturę (w tym kulturę zarządzania) i rozpoznać możliwości biznesowe. A to wszystko może zaprocentować w niedalekiej przyszłości, kiedy kraj partnerski nie będzie już potrzebował pomocy rozwojowej, a polskie firmy będą chciały rozpocząć tam normalną komercyjną działalność

handlową lub inwestycyjną;

b. Polska, która jako członek UE będzie pod presją zwiększenia środków pomocowych, nie stanie przed dramatycznym pytaniem jak te fundusze zagospodarować. W sytuacji, w której polskie organizacje pozarządowe działające za granicą mają ograniczone możliwości operacyjne, a – z różnych powodów – nie jesteśmy zbyt chętni, aby przekazywać pomoc kanałami wielostronnymi lub bezpośrednio do budżetu krajów partnerskich (co wiąże się z określonym ryzykiem), rozsądnym rozwiązaniem jest umożliwienie wykorzystania tych funduszy na realizację kilku dużych projektów infrastrukturalnych, ważnych z punktu widzenia kraju biorcy. A to może z powodzeniem zrealizować krajowy sektor prywatny.

6. Aby zrealizować powyższy scenariusz, krajowy biznes powinien włączyć się w dyskusję o programie Polska Pomoc i w pewnym stopniu „wymusić” jego reformę.

Nie ma powodów, aby z przyczyn organizacyjno-prawnych wyłączać sektor prywatny z kręgu podmiotów mogących korzystać z pieniędzy publicznych przeznaczanych na ODA, ale to polski biznes – zwłaszcza największe firmy – musi pokazać, że zależy mu na realizacji działań pomocowych za granicą i domagać się w tym obszarze wsparcia od rządu, w imię dobrze pojętych, wspólnych interesów. Bezpośrednim przyczynkiem do włączenia się sektora prywatnego w zmiany w programie Polskiej Pomocy są aktualne prace nad projektem ustawy o współpracy rozwojowej oraz zobowiązania finansowe UE, w tym i Polski, odnośnie do walki ze zmianami klimatycznymi. Czy przekazujemy te środki na takie projekty i programy, które będą przynosić korzyść biedniejszym krajom partnerskim, polskim firmom i naszej gospodarce? To zależy już tylko od nas samych i od woli współpracy w imię realizacji wspólnych celów.

Paweł Bagiński – doktor nauk ekonomicznych, politolog, specjalista z zakresu współpracy i pomocy rozwojowej, ekspert Global Development Research Group.

e-mail: pbaginski@gdr.org.pl

1. Według danych OECD, w 2008 roku państwa rozwinięte przekazały kanałami rządowymi na wsparcie rozwoju krajów rozwijających się 122,3 mld USD, natomiast w roku 2009 było to 123,1 mld USD. <http://www.oecd.org>.
2. <http://www.un.org/millenniumgoals>.
3. M. E. Porter, M. R. Kramer, Filantropia przedsiębiorstwa jako źródło przewagi konkurencyjnej, [w:] Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007, s. 35-72.
4. Zgodnie z definicją Światowej Rady Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD), CSR to trwałe zobowiązanie biznesu do etycznego postępowania i przyczyniania się do rozwoju gospodarczego poprzez poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako całości. <http://www.wbcd.org>.
5. J. Szumniak, Nowe możliwości biznesowe na rynkach najniższego poziomu globalnej piramidy ekonomicznej, <http://www.fob.org.pl>.
6. Business and philanthropy: The blurring of boundaries, "Business & Development Discussion Papers No. 09", World Bank Institute, Washington DC, Fall 2008.
7. Zyski największych korporacji w 2005 roku przedstawiały się następująco: Wal-Mart Stores – 259 mld USD, Exxon Mobil – 213 mld USD, General Motors – 196 mld USD, Ford Motor Company – 164 mld USD, General Electric – 134 mld USD. Dla porównania PKB Polski w 2005 roku to 242 mld USD. Por.: Business and the Millennium Development Goals, "Business & Development Discussion Papers No. 04", World Bank Institute, Washington DC, April 2006.
8. The public-private alliance model for development. "Business & Development Discussion Papers No. 07", World Bank Institute, Washington DC, June 2006.
9. Vision 2050: The new agenda for business - in brief, World Business Council for Sustainable Development, 2010.
10. Na podstawie: Business and the Millennium Development Goals. A Framework for Action, UNDP, IBLF, 2003.
11. Szerzej na ten temat zob.: Behind the mask: The real face of corporate social responsibility, Christian Aid, <http://www.christianaid.org.uk>.
12. Vision 2050: The new agenda for business - in brief. World Business Council for Sustainable Development, 2010.
13. Ibidem.
14. Just good business. A special report on corporate social responsibility, "The Economist", January 19th 2008.
15. Corporate strategy and inadequate governance: The pitfalls of CSR. "Business & Development Discussion Papers No. 011", World Bank Institute, Washington DC, Summer 2009.
16. Wiele przykładów działalności rozwojowej biznesu można znaleźć w raporcie Business for Development: Business solutions in support of the Millennium Development Goals, World Business Council for Sustainable Development, November 2005.
17. Business and the Millennium Development Goals. A Framework for Action, UNDP, IBLF, 2003.
18. Business, sustainable development and the MDGs: A changing landscape, UNDP Bureau for Resources and Strategic Partnerships (Power Point presentation).
19. C.K. Prahalad, A. Hammond, Jak obsługiwać biednych i dobrze na tym zarabiać?, [w:] Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007, s. 9-34.
20. M. E. Porter, M. R. Kramer, Filantropia przedsiębiorstwa jako źródło przewagi konkurencyjnej, [w:] Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007, s. 35-72.
21. M. E. Porter, M. R. Kramer, Strategia a społeczeństwo: społeczna odpowiedzialność biznesu – pożyteczna moda czy nowy element strategii konkurencyjnej?, "Harvard Business Review Polska" czerwiec 2007.
22. M. E. Porter, M. R. Kramer, Filantropia przedsiębiorstwa op. cit., s. 35-72.
23. Global Monitoring Report 2009. Crisis, MDGs, and the Private Sector. Emerging Findings and Messages. World Bank, Washington D.C., 2009.
24. As world economy slowly recovers, developing world faces scarce financing, says World Bank. World Bank Press Release, Bangkok, January 21, 2010.
25. Szanowani poszukiwani, "Forbes" 07/09.
26. Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2009, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2010.
27. A place in society, "The Economist", September 26th, 2009.
28. Is micro finance going the same way as subprime mortgages?, "The Economist", August 25th, 2009.
29. Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2009”, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2010.
30. J.E. Stiglitz, Wizja sprawiedliwej globalizacji. Propozycje usprawnień, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 213.
31. J. Dymowski, Kryzys gospodarczy = śmierć CSR?!, <http://www.odpowiedzialne.pl/s,23,Publikacje.html>.
32. Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2009”, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2010.