

Firma dla ludzi - biznes odpowiedzialny społecznie

Spółeczna odpowiedzialność biznesu

CSR (ang. Corporate Social Responsibility) to strategia i sposób zarządzania firmą, zgodnie z którym przedsiębiorstwo uwzględnia interesy społeczne oraz aspekty ekologiczne i etyczne swojej działalności. Strategia CSR zakłada inwestowanie w dobre relacje z szeroko rozumianym otoczeniem i grupami interesariuszy, którymi są: pracownicy, klienci, dostawcy, otoczenie instytucjonalne, społeczność lokalna i inni.

Norma CSR: ISO 26000:2010

CSR nie jest wymogiem prawnym, przyjęcie takiej strategii przez firmę jest działaniem dobrowolnym. Stąd regulacje i normy też mają charakter standardów. W 2010 roku Międzynarodowa Organizacja Standaryzacyjna (ang. *International Organization for Standardization*, ISO) opracowała Normę PN-ISO 26000 „Guidance on social responsibility”. ISO 26000:2010 nie zawiera wymagań i nie jest przeznaczona do certyfikacji, stosowania w celach regulacyjnych lub związanych z umowami.¹

Kluczowe obszary odpowiedzialności społecznej według normy ISO 26000

- Prawa człowieka
- Praktyki z zakresu pracy
- Środowisko
- Uczciwe praktyki operacyjne
- Zagadnienia konsumenckie
- Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej
- Ład organizacyjny

Norma PN-ISO 26000 jest przeznaczona dla wszystkich organizacji: biznesowych, administracji rządowej i samorządowej oraz trzeciego sektora. Każda firma, instytucja lub organizacja może posługiwać się tą normą jeśli postępuje zgodnie z jej zasadami. Nie muszą być stosowane wszystkie obszary, zakresy można dostosować do indywidualnych potrzeb.

¹ Broszura informacyjna Polskiego Komitetu Normalizacyjnego na temat ISO 26000, źródło: www.pkn.pl



Korzyści dla firm odpowiedzialnych społecznie

Wdrożenie strategii CSR umożliwia firmie budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez działania o charakterze:

- **wizerunkowym:** reputacja, prestiż firmy zaufanie, opinie pracowników, klientów, inwestorów, właścicieli, sponsorów i innych grup interesariuszy
- **osiągania lepszych wyników finansowych poprzez:** oszczędność zasobów, większą motywację i wydajność pracowników oraz długofalowe relacje z klientami i dostawcami
- **relacje organizacji z innymi firmami,** instytucjami rządowymi, organizacjami pozarządowymi i innymi odbiorcami

Odpowiedzialność społeczna pozytywnie wpływa na kondycję firmy. Według respondentów badania Agencji Rozwoju Innowacji S.A. stosowanie się do zasad CSR może przełożyć się na zwiększanie liczby klientów (64 proc.) i wzrost przychodów firmy (61 proc.). Niemal trzy czwarte badanych (71 proc.) uważa też, że działania społecznie odpowiedzialne pomagają ograniczyć koszty zużycia surowców i energii. Respondenci twierdzą również, że CSR przyczynia się do zwiększenia przewagi firm nad konkurencją (60 proc.). Badani uważają także, że postępowanie zgodnie z zasadami "Społecznej Odpowiedzialności Biznesu" wpływa na zwiększenie lojalności klientów (68 proc.) oraz polepsza wizerunek i reputację firmy (81 proc.).²

Skuteczna strategia CSR - narzędzia i rozwiązania

Istotnym zadaniem w dziedzinie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu jest równoważenie interesów ekonomicznych przedsiębiorców z problemami i potrzebami społeczeństwa w taki sposób, aby działały one na korzyść zarówno jednych, jak i drugich. Firma odpowiedzialna społecznie jest więc organizacją, która nie tylko nastawiona jest na zysk, ale też słucha ludzi ze swojego otoczenia (pracowników, klientów, dostawców, akcjonariuszy i społeczności lokalnej), jest wrażliwa na ich potrzeby i reaguje na nie, gwarantując dobre stosunki i trwające przez dłuższy czas kontakty z tymi grupami ludzi.

² Innowacje i CSR w MŚP - raport, źródło: www.odpowiedzialnybiznes.pl



Początki myślenia o odpowiedzialnym biznesie to wiek XVIII w Stanach Zjednoczonych Ameryki, wówczas głównym sposobem realizowania zaangażowania społecznego była dobroczynność. Współczesny katalog działań CSR jest znacznie bogatszy o rozwiązania o charakterze biznesowym, a jednocześnie pro-społecznym. Według wspomnianego wcześniej raportu kadra zarządzająca oraz osoby decyzyjne zatrudnione w polskich mikro, małych i średnich firmach, w większości nie znają pojęcia CSR (64 proc.). Jednak zapytane o konkretne działania związane z tym terminem, deklarują, że je podejmują. Problemem w tym przypadku może okazać się brak umiejętności powiązania korzyści, jakie niesie ze sobą CSR z konkretnymi aktywnościami.³ Ważne jest, aby CSR pokazywać w kontekście różnych rozwiązań możliwych do zastosowania w każdej firmie, zarówno dużej jak i mikro.

Działania podejmowane w ramach narzędzi CSR to m.in.:

- **Działania proekologiczne** - prowadzące do zmniejszenia zużycia zasobów (woda, papier, energia, tonery) i sortowania odpadów. Tzw. ekoekonomia, ekobiuro to modny oraz oszczędny sposób prowadzenia biznesu. Niewielkie zmiany w zakresie zwyczajów związanych z drukowaniem dokumentów, wykorzystaniem źródeł światła może przynosić wymierne oszczędności dla firmy, a zarazem korzyści dla środowiska.
- **Programy dla pracowników** - prowadzące do zwiększenia motywacji, zmniejszenia stresu, umożliwiające łączenie pracy i obowiązków związanych z opieką nad dziećmi lub starszymi osobami. Tutaj istnieje wiele przykładów rozwiązań np. umożliwienie pracy zdalnej, polityka prorodzinna, zasady współpracy i komunikowania się w firmie. Programy CSR mają na celu zmniejszenie negatywnych elementów stresowych np. poprzez inną organizację pracy, biura.
- **Działania na rzecz lokalnej społeczności** - na przykład finansowanie działań edukacyjnych, prozdrowotnych. Może to być zarówno duża akcja profilaktyki dentystycznej finansowana przez dużą firmę kosmetyczną jak również program cyklicznych lekcji dla dzieci o zadach dbania o zęby prowadzony przez lokalny gabinet stomatologiczny.
- **Kampanie społeczne** - mające na celu zmianę postaw i zachowań społecznych.

³ Ibidem



- **Raporty społeczne** - badania, raport opisujące bieżący stan zjawisk społecznych, często nowych, do tej pory nieopisanych.
- **Systemy zarządzania** - działania prowadzące do: większej transparentności procesu zarządzania i włączania pracowników w proces decyzyjny, zarządzanie wiedzą w firmie, programy mentoringu - szkolenie dla młodych, motywacja dla starszych stażem pracowników.
- **Wolontariat pracowniczy** - pracownicy firmy, przy pomocy pracodawcy działają dobrowolnie na rzecz wybranych podmiotów, najczęściej organizacji pozarządowych
- **Zarządzanie łańcuchem dostaw** - na przykład procedury reklamacyjne, uczciwe praktyki operacyjne oraz inne narzędzia związane ze standardami współpracy z dostawcami i klientami.
- **Znakowanie produktów** - obejmuje eko-znakowanie i znakowanie społeczne. Polega na informowaniu konsumenta o aspektach ekologicznych produktu (wpływie na środowisko, zdrowie) i społecznych. Znakowanie produktów wyróżnia je spośród dostępnych na rynku i umożliwia dokonywanie świadomych wyborów przez konsumentów.

PROJEKT WSPÓLFINANSOWANY PRZEZ SZWAJCARIĘ W RAMACH SZWAJCARSKIEGO PROGRAMU WSPÓŁPRACY Z NOWYMI KRAJAMI CZŁONKOWSKIMI UNII EUROPEJSKIEJ
PROJECT SUPPORTED BY A GRANT FROM SWITZERLAND THROUGH THE SWISS CONTRIBUTION TO THE ENLARGED EUROPEAN UNION

Signa sp. z o.o.
ul. Sienkiewicza 55
90-009 Łódź
tel. 42 631 18 18
fax 42 631 11 14
email: signa@signa.pl
www.profesjonalneszkolenia.com
www.firmadlaludzi.pl