

Odpowiedzialny biznes



Spółeczna odpowiedzialność
biznesu jako źródło sukcesu
w województwie śląskim



Koncepcja

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu (ang. Social Corporate Responsibility – CSR) to koncepcja, według której **przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach komercyjnych oraz w kontaktach z zainteresowanymi stronami czyli interesariuszami**. Ważnym jest, że bycie odpowiedzialnym społecznie oznacza po pierwsze spełnienie wszystkich wymogów formalnych i prawnych, ale również dobrowolnie zwiększone inwestycje w zasoby ludzkie i w ochronę środowiska, a także umiętny proces zarządzania relacjami z otoczeniem firmy (z jej interesariuszami), który w szczególności należy traktować jako strategiczny w kontekście szans na sukces rynkowy prowadzonej działalności gospodarczej.

Interesariuszami przedsiębiorstw są wszystkie grupy społeczne i jednostki, które mogą wpływać lub są pod wpływem działania przedsiębiorstwa za pośrednictwem jego produktów, strategii i procesów wytwórczych, systemów zarządzania i procedur. W praktyce CSR są to: udziałowcy i akcjonariusze, pracownicy i ich przedstawicielstwa, w tym związki zawodowe, klienci i konsumenci ostateczni, kredytodawcy, dostawcy, konkurenci, władze publiczne i samorządowe, społeczności lokalne i regionalne oraz opinia publiczna.



Źródła koncepcji

Głównymi źródłami rozwoju i upowszechnienia idei społecznej odpowiedzialności biznesu są:

1. **Koncepcja zrównoważonego rozwoju**, która pojawiła się w latach 60 – tych i 70– tych XX wieku. Zgodnie z nią, gospodarka stanowi integralną (nie zaś autonomiczną, jak powszechnie było jej postrzeganie wcześniej) część systemu życia społecznego, a procesy jej rozwoju muszą być analizowane nie tylko poprzez wskaźniki gospodarcze, ale również z uwzględnieniem wielkości i wartości ekologicznych oraz społecznych – tak by zaspokajanie potrzeb obecnych pokoleń nie kolidowało z zaspokajaniem potrzeb przez następne generacje. Kategoria zysku znalazła tym samym swoje odzwierciedlenie również w wymiarach: środowiskowym (zysk jako korzystne ekologicznie warunki do życia dla ludzi i społeczności) i społecznym (zysk jako występowanie więzi społecznych w społecznościach lokalnych i regionalnych oraz dogodnego klimatu dla życia i powodzenia mieszkańców). W niektórych ujęciach, koncepcja biznesu społecznie odpowiedzialnego jest odpowiednikiem koncepcji wzrostu zrównoważonego na poziomie mikroekonomicznym.
2. **Demokracja i nacisk obywatelski**. Rozwój i upowszechnienie demokracji jako systemu zorganizowania społeczeństw zmieniły nie tylko uprawnienia obywatela oraz jego oczekiwania wobec instytucji publicznych, ale także obowiązujący model traktowania obywatela przez innych obywateli i instytucje życia społecznego, w tym także przedsiębiorstwa.

W efekcie pojawił się nowy model relacji społecznej, gwarantujący każdej jednostce szacunek, a ze strony państwa pewien minimalny poziom zabezpieczenia socjalnego. Pojawiły się również – na fali krytyki kapitalizmu nastawionego tylko i wyłącznie na osiągnięcie zysku – obywatelskie ruchy nacisku i obrony praw konsumenckich, środowiska przyrodniczego czy też praw zwierząt.

- 3. Samoregulacja i etyka biznesu.** Pojawienie się procesów zjawisk samoregulacji i elementów etycznych w biznesie było ukierunkowane początkowo przede wszystkim na ograniczenie korupcji i oszustw w biznesie (lata 30-te XX wieku). W późniejszym okresie koncepcja etyki biznesu, wzmocniona ideą zrównoważonego rozwoju i ruchów konsumenckich, spowodowała dodatkowo wzrost przejrzystości działalności gospodarczej i pojawienie się tzw. pozytywnych praktyk w relacjach z klientami czy też dostawcami. Za specyficzny czynnik rozwoju etyki biznesu należy również uznać zrozumienie i upowszechnianie, wywodzącej się z filozofii, idei związku między wolnością i odpowiedzialnością. W przeniesieniu do strefy gospodarczej oznacza ona, że o ile firmy korzystają w przestrzeni gospodarczej ze swobody wyboru, o tyle powszechnie uznaje się ich odpowiedzialność za konsekwencje podjętych przez ich przedstawicieli (zarządy, menedżerów, handlowców) decyzji.



Obszary realizacji koncepcji

Spoleczna odpowiedzialność biznesu bywa czasami utożsamiana z działalnością filantropijną. Jest to jednak ujęcie zawężające i przypisujące koncepcji raczej peryferyjną rolę, choć jednocześnie tożsame z amerykańskim sposobem postrzegania CSR. Unia Europejska dąży raczej do trwałego wpisania w rzeczywistość społeczno – gospodarczą koncepcji CSR w szerokim jej ujęciu, w którym traktuje się ją w kategoriach podejścia strategicznego i długofalowego, opartego na zasadach dialogu społecznego i poszukiwania rozwiązań korzystnych tak dla przedsiębiorstw, jak i ich interesariuszy. Komisja Europejska dąży zatem do upowszechnienia tej koncepcji, w szczególności zaś w małych i średnich przedsiębiorstwach, gdzie jest wciąż rzadka, jako wyraz ochrony wspólnych wartości, zwiększenia poczucia solidarności oraz spójności, a tym samym wzmocnienia realizacji celów zdefiniowanych w Strategii Lizbońskiej.

Działania wpisujące się w nurt społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw dzielą się na takie, które są skierowane do **wewnętrznych** interesariuszy firm oraz na takie, które są skierowane do interesariuszy **zewnętrznych**.

Interesariuszami wewnętrznymi są wszyscy, którzy swą pracą, wiedzą i kompetencjami, a także swoimi kapitałami (finansowymi, intelektualnymi, rzeczowymi), współtworzą przedsiębiorstwa, czyli jego pracownicy, kadra kierownicza i właściciele. Wśród działań CSR ukierunkowanych na wnętrze przedsiębiorstwa można wskazać:

- formułowanie misji przedsiębiorstwa zawierającej także cele niefinansowe,

- zwiększenie partycypacji pracowników w zarządzaniu przedsiębiorstwem, w tym rzeczywistą realizację prawa do informacji i konsultacji oraz uprawnień związków zawodowych,
- humanizację pracy i zapewnienie pracownikom odpowiednio wysokiego poziomu bezpieczeństwa i higieny pracy,
- poprawę komunikacji pracownicy – zarząd,
- zabezpieczenie odpowiednich świadczeń socjalnych,
- pomoc pracownikom w pogodzeniu pracy, życia rodzinnego i własnego rozwoju intelektualnego.

Interesariuszami zewnętrznymi są wszyscy, którzy stykają się z różnymi przejawami działalności przedsiębiorstwa (tzw. interesariusze otoczenia bliskiego, czyli m.in. klienci, konsumenci, dostawcy, konkurenci), ale także społeczności (ang. communities) od lokalnej poprzez region, aż po wspólnotę państwową, a nawet globalną. Wśród działań CSR ukierunkowanych na zewnątrz przedsiębiorstwa można wskazać:

- monitorowanie jakości, bezpieczeństwa i aspektów ochrony środowiska w produktach i usługach wytwarzanych przez przedsiębiorstwo,
- analiza całego cyklu życia produktów w kontekście ochrony środowiska (np. utylizacja produktu po zakończeniu użytkowania),
- niezwłoczna odpowiedź na uwagi i sugestie klientów oraz dostawców,
- przestrzeganie uczciwych zasad wymiany,
- niepodjęmowanie współpracy z przedsiębiorstwami, które stosują praktyki naruszające prawo (np. łamanie praw związkowych, praca dzieci),
- sprawdzanie stosowania społecznej odpowiedzialności w całym łańcuchu dostaw,
- zaangażowanie w akcje charytatywne i poznanie potrzeb społeczności różnych szczebli (lokalnych, regionalnych, państwowych ...),
- wrażliwość na lokalną kulturę i zwyczaje,
- partnerstwo z organizacjami społecznymi (tzw. partnerstwa społeczno-prawne), które wspomagają sukces ekonomiczny przedsiębiorstwa,
- zgoda na minimalizowanie negatywnego wpływu przedsiębiorstwa na środowisko.



Korzyści z CSR w ujęciu mikro– i makroekonomicznym

Należy podkreślić, że **społecznie odpowiedzialne prowadzenie biznesu stało się** w krajach rozwiniętych jeszcze jednym (obok technologii i organizacji) **sposobem na budowanie przewagi konkurencyjnej na rynku**. Jak pokazują badania, przedsiębiorstwa, które podjęły działania związane z wdrożeniem koncepcji biznesu społecznie odpowiedzialnego, mogą bowiem liczyć na:

- poprawę wizerunku i reputacji firmy,
- poprawę jakości zarządzania ryzykiem:
 - poziom jakości zarządzania ryzykiem środowiskowym i społecznym wpływać może na zyskowność przedsiębiorstwa i decydować o jego istnieniu,
 - ryzyka związane z koncepcją biznesu społecznie odpowiedzialnego stanowią szczególne wyzwanie dla kadry kierowniczej, gdyż zarządzanie nimi wymaga szerokiego dialogu z zewnętrznymi interesariuszami – konsumentami, dostawcami, a jednocześnie ryzyka te są trudne do zmierzenia, skwantyfikowania (ryzyko utraty reputacji, lojalności klientów),
- poprawę relacji z pracownikami,
- poprawę relacji z pozostałymi interesariuszami,
- poprawę relacji z lokalną i regionalną społecznością,
- poprawę wyników finansowych, jako rezultat wszystkich powyższych czynników.

W wymiarze makroekonomicznym praktyki w zakresie odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw przyczyniają się przede wszystkim do:

- bardziej zintegrowanych rynków pracy i większego poziomu integracji społecznej, ponieważ przedsiębiorstwa starają się zatrudniać więcej osób z grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji,
- inwestycji w podnoszenie kwalifikacji, kształcenia ustawicznego i zapewnienia zdolności do pracy, które są konieczne, aby pozostać konkurencyjnym w globalnej gospodarce opartej na wiedzy i rozwiązać problem starzenia się populacji czynnej zawodowo w Europie,
- poprawy sytuacji w zakresie zdrowia publicznego, będącej rezultatem dobrowolnych inicjatyw przedsiębiorstw w dziedzinach takich jak wprowadzanie do obrotu środków spożywczych i nietoksycznych chemicznych oraz ich etykietowanie,
- lepszych osiągnięć w zakresie innowacji, w szczególności w odniesieniu do innowacji służących rozwiązaniu problemów społecznych, będących rezultatem intensywniejszej współpracy z zewnętrznymi - zainteresowanymi stronami oraz stworzeniu środowiska pracy, które bardziej sprzyja innowacji,
- bardziej racjonalnego wykorzystania zasobów naturalnych oraz zmniejszenia poziomów zanieczyszczenia, w szczególności dzięki inwestycjom w innowacje ekologiczne i dobrowolnemu przyjęciu systemów zarządzania środowiskiem i etykietowania.



Biuro projektu:
ul. Floriana 7, 40-286 Katowice,
tel./faks 032 353 84 25 wew. 223,
e-mail: csr@solidarnosc-kat.pl

Projekt realizowany przez Region Śląsko-Dąbrowski NSZZ “Solidarność” w partnerstwie z Izbą Rzemieślniczą oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Katowicach w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Poddziałanie 8.1.3: Wzmacnianie lokalnego partnerstwa na rzecz adaptacyjności. Projekt realizowany pod nadzorem Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach www.wup-katowice.pl.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja bezpłatna, finansowana przez Unię Europejską
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.