



CSR
Spółeczna
odpowiedzialność
biznesu

2018

CSR - Społeczna odpowiedzialność biznesu

Co to jest społeczna odpowiedzialność biznesu? Jakie narzędzia CSR możesz wykorzystać? Jak wdrażać zasady społecznej odpowiedzialności biznesu? Przygotowaliśmy dla Ciebie bazę wiedzy!

O społecznej odpowiedzialności biznesu

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR) to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z otoczeniem firmy i informowanie o tych działaniach, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

28 października 2010 r. Międzynarodowa Organizacja Standaryzacyjna (ISO) po ponad 5 latach pracy w gronie ekspertów z 99 krajów opublikowała normę ISO 26000. Norma ta ma za zadanie uporządkować wiedzę na temat społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR Corporate Social Responsibility). ISO 26000 nie ma formy certyfikacji. Stanowi natomiast praktyczny przewodnik po zasadach odpowiedzialnego biznesu, zawiera wskazówki dla organizacji każdego typu (nie tylko dla przedsiębiorstw), bez względu na ich wielkość czy lokalizację. Norma ISO 26000 wyróżnia następujące obszary społecznej odpowiedzialności biznesu:

- (1) ład organizacyjny,
- (2) prawa człowieka,
- (3) stosunki pracy,
- (4) środowisko,
- (5) sprawiedliwe praktyki rynkowe,
- (6) relacje z konsumentami,
- (7) zaangażowanie społeczne.

Wybrane narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu

Do Ciebie należy wybór najbardziej odpowiednich dla Twojej firmy narzędzi CSR

Działania na rzecz lokalnej społeczności – przedsięwzięcia na rzecz otoczenia, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo. Przyjmują postać: działań polegających na wspieraniu lokalnych instytucji i osób, współpracy z lokalnymi organizacjami, programów dla dzieci i młodzieży, działań ekologicznych, a także inwestycyjnych (np. budowanie dróg).

Działania proekologiczne – działania skierowane na ochronę środowiska, inwestycje minimalizujące wpływ na środowisko. Należą tu takie inicjatywy jak wdrażanie polityki środowiskowej, zrównoważone zarządzanie surowcami, segregacja odpadów, edukacja ekologiczna pracowników i klientów, a także wdrażanie ekologicznych procesów technologicznych oraz ekologicznych produktów i usług.

Kampanie społeczne – umożliwiają przedsiębiorstwom za pośrednictwem mediów wpływanie na postawy społeczeństwa. Kampanie takie mają na celu niesienie pomocy potrzebującym (np. przekazywanie części zysków ze sprzedaży określonego produktu na cele społeczne lub działania prośrodowiskowe) lub zwiększenie świadomości społecznej na określony temat (np. ochrona środowiska, edukacja konsumencka). Temat akcji powinien być związany z działalnością przedsiębiorstwa.

Programy dla pracowników – inwestycje w rozwój pracowników poprzez programy podnoszące kwalifikacje pracowników (kursy, szkolenia), programy integracyjne, programy na rzecz wyrównywania szans (elastyczne formy zatrudnienia, wyrównywanie szans osób po 45 roku życia, osób niepełnosprawnych)

Raporty społeczne – publikacje prezentujące sposób zarządzania przedsiębiorstwem i realizacji strategii firmy z uwzględnieniem działań społecznie odpowiedzialnych. Istotą raportowania jest przejrzystość przedsiębiorstwa. Raporty powinny wskazywać okres sprawozdawczy, zawierać oświadczenia dotyczące polityki, celów i strategii oraz przegląd

wyników, pozwalający na porównywanie ich w kolejnych latach. Raport winien uwzględniać interesy i potrzeby szerokiej grupy interesariuszy.

Systemy zarządzania – wprowadzanie przejrzystych i skutecznych systemów zarządzania tj. Quality Management System ISO 9000 (system zarządzania jakością), Environmental Management System ISO 14000 (system zarządzania środowiskowego), Social Accountability SA 8000 (zarządzanie odpowiedzialnością społeczną).

Wolontariat pracowniczy – polega na dobrowolnej pracy (np. wykonywanie określonych prac, przeznaczanie pewnej liczby godzin pracy) pracowników firm na rzecz inicjatyw prospołecznych (instytucji, organizacji, akcji).

Zarządzanie łańcuchem dostaw – stosowanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu na każdym etapie dostaw, wdrażanie standardów dla kontrahentów.

Znakowanie produktów – obejmuje eko-znakowanie oraz 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.

Jednocześnie producenci winni umieszczać rzetelną informację o składzie produktów i zawartości poszczególnych składników.

Korzyści z wdrażania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu

Z badań Instytutu Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym wynika, że firmy stosujące zasady CSR odnoszą liczne następujące korzyści w porównaniu z pozostałymi przedsiębiorstwami:

Korzyści ekonomiczne:

- posiadają wyższą płynność bieżącą;
- lepiej wykorzystują majątek trwały i kapitał ludzki;
- mają wyższą rentowność sprzedaży;
- więcej inwestują w przeliczeniu na 1 pracownika.

Korzyści otoczenia społecznego:

- wzrost poziomu kultury i bezpieczeństwa pracy;
- ograniczenie negatywnego wpływu przedsiębiorstw na środowisko;
- realizacja celów społecznych nie do osiągnięcia bez wsparcia ze strony biznesu.

Korzyści środowiskowe:

- postępowanie MŚP zgodnie z najlepszymi praktykami;
- racjonalne gospodarowanie zasobami naturalnymi i odpadami;
- zaangażowanie partnerów biznesowych w ramach łańcucha odpowiedzialności środowiskowej oraz inicjowanie wspólnych działań proekologicznych;
- popularyzowanie idei proekologicznych.

Korzyści dla pracowników:

- terminowe wypłaty wynagrodzenia;
- wysoka kultura i bezpieczeństwo pracy;
- stały rozwój zawodowy dzięki dostępności szkoleń;
- dodatkowa opieka medyczna;
- wysoka jakość udogodnień socjalnych;
- równość szans kobiet i mężczyzn w zakresie zajmowanych stanowisk i wynagrodzenia.

Wdrażanie zasad CSR - cykl Deminga



Planuj (Plan)

Działania na rzecz lokalnej społeczności – przedsięwzięcia na rzecz otoczenia, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo. Przyjmują postać: działań polegających na wspieraniu lokalnych instytucji i osób, współpracy z lokalnymi organizacjami, programów dla dzieci i młodzieży, działań ekologicznych, a także inwestycyjnych (np. budowanie dróg).



Działaj (Do)

Działania proekologiczne – działania skierowane na ochronę środowiska, inwestycje minimalizujące wpływ na środowisko. Należą tu takie inicjatywy jak wdrażanie polityki środowiskowej, zrównoważone zarządzanie surowcami, segregacja odpadów, edukacja ekologiczna pracowników i klientów, a także wdrażanie ekologicznych procesów technologicznych oraz ekologicznych produktów i usług.



Sprawdź (Check)

Kampanie społeczne – umożliwiają przedsiębiorstwom za pośrednictwem mediów wpływanie na postawy społeczeństwa. Kampanie takie mają na celu niesienie pomocy potrzebującym (np. przekazywanie części zysków ze sprzedaży określonego produktu na cele społeczne lub działania prośrodowiskowe) lub zwiększenie świadomości społecznej na określony temat (np. ochrona środowiska, edukacja konsumencka). Temat akcji powinien być związany z działalnością przedsiębiorstwa.



Wykonaj (Act)

Kampanie społeczne – umożliwiają przedsiębiorstwom za pośrednictwem mediów wpływanie na postawy społeczeństwa. Kampanie takie mają na celu niesienie pomocy potrzebującym (np. przekazywanie części zysków ze sprzedaży określonego produktu na cele społeczne lub działania prośrodowiskowe) lub zwiększenie świadomości społecznej na określony temat (np. ochrona środowiska, edukacja konsumencka). Temat akcji powinien być związany z działalnością przedsiębiorstwa.