

Spółeczna odpowiedzialność biznesu – dobre praktyki prowadzone przez przedsiębiorstwa w Polsce

mgr Monika Wilewska

CSR a „dobre praktyki”

W odniesieniu do CSR trudno mówić o kanonie zasad czy regulacjach z uwagi na dobrowolny charakter koncepcji, a więc i samych działań społecznie odpowiedzialnych.

Podjęcie działań CSRowskich nie jest sformalizowane a to, czy będą one realizowane, w jakiej skali i z jakim zaangażowaniem oraz wobec jakich interesariuszy zależy wyłącznie od przedsiębiorstwa, które jest podmiotem inicjującym.

W pewnych sytuacjach ich aktywność społeczna może wynikać nie tylko z poczucia społecznego obowiązku, ale może być też skutkiem presji jaką mogą wywierać niektórzy stakeholders na przedsiębiorstwo lub wynikać z interesu spółki z ich podjęcia np. gdy uwzględnienie oczekiwań priorytetowych interesariuszy jest bardziej opłacalne niż zaniechanie działań na ich rzecz.

Działania CSR-owskie zależą wyłącznie od przedsiębiorstwa, od jego specyfiki i warunków w jakich gospodaruje:

- możliwości zaangażowania się w CSR (działalność społeczna, poza przedsiębiorstwami non-profit, nie jest podstawową działalnością do jakiej przedsiębiorstwo zostało powołane),
- zasobów jakimi dysponuje i jakie może przeznaczyć na działalność CSR (dotyczy to zarówno zasobów materialnych jak i nie materialnych),
- poziomu świadomości CSR i poczucia odpowiedzialności za negatywne efekty swojej działalności oraz wyznawanych poglądów, w tym wrażliwości na kwestie społeczno-ekologiczne,
- relacjami z otoczeniem oraz polityki zarządzania interesariuszami (priorytetyzacji grup interesu, ale z uzyskiwaniem własnych korzyści).

W większości przypadków praktyki CSR są indywidualnymi programami. Porównywanie między sobą działań CSR-owskich prowadzonych w polskich przedsiębiorstwach z działaniami prowadzonymi przez inne przedsiębiorstwa, nie jest celowe ze względu na postulowaną dobrowolność podejmowania koncepcji CSR i dozwoloną dowolność jej realizacji jak też ze względu na specyfikę warunki mikro- i makroekonomiczne prowadzenia działalności gospodarczej oraz doświadczenia biznesu w poszczególnych krajach.

Konsekwencją dobrowolności i dowolności działań społecznie odpowiedzialnych jest ich duża różnorodność. Z jednej strony wprowadza to subiektywizm oceny i ogranicza porównywalność praktyk między przedsiębiorstwami czy sektorami, z drugiej zaś jest zaletą, ponieważ:

- każdy interesariusz może liczyć na zainteresowanie ze strony przedsiębiorstwa i działania na jego rzecz, nawet wtedy, kiedy jego siła wpływu na przedsiębiorstwo jest niewielka, bądź przedsiębiorstwo nie będzie miało interesu ekonomicznego w zaspokajaniu jego oczekiwań (np. działalność charytatywna),
- przedsiębiorstwa według własnych możliwości, ale i z uwzględnieniem własnych ograniczeń jakim są np. ograniczenia organizacyjne i finansowe czy czas, mogą odpowiadać na potrzeby stakeholders w sposób niesformalizowany i nieograniczony,
- daje to przedsiębiorstwom możliwość samodzielnego kształtowania realizacji działań społecznej odpowiedzialności, tworzenia nowej jakości oraz wyrażania swojego zaangażowania w realizację koncepcji CSR.

Działania przedsiębiorstw na polu społecznej odpowiedzialności należy oceniać indywidualnie. Z uwagi na „miękką” naturę CSR, opartą na takich wartościach jak etyka, odpowiedzialność, szanowanie praw, ocena ta nie może koncentrować się wyłącznie na ilości praktyk lub ich skali.

Niezasadne też jest odnoszenie ocen do wysokości dedykowanych CSR-owi środków finansowych, ponieważ nie wszystkie firmy dysponują takimi samymi funduszami bądź aktywami.

Przy ocenie CSRowskich działań i praktyk istotna jest ich jakość. Kwestią poboczną, choć niezupełnie nieważną, wydaje się też ich skuteczność, choć ona jest pochodną świadomości społecznej odpowiedzialności nie tylko ze strony biznesu (mylenie CSR z działaniami PRowskim czy działalnością charytatywną), ale i samych interesariuszy (umiejętne wykorzystywanie indywidualnych relacji z biznesem i posługiwanie się siłą jaką mają w danych warunkach mikro- i makroekonomicznych).

Znajomość dobrych praktyk z zakresu CSR pełni zasadniczą rolę w kształtowaniu i rozwijaniu społecznie odpowiedzialnego biznesu. Rola ta jest:

- opiniotwórcza (zachęca nowe przedsiębiorstwa do podejmowania zintegrowanych, efektywnych działań względem stakeholders),
- edukacyjna (uczy w jaki sposób prowadzić takie działania i jakie korzyści z nich uzyskiwać)
- oraz pozwala na lepsze i świadome kształtowanie biznesu i relacji z otoczeniem.

Dobre praktyki CSR stosowane przez przedsiębiorstwa w Polsce

Przykłady działań, bądź działalności, społecznie odpowiedzialnej podejmowanej przez przedsiębiorstwa w Polsce są przedmiotem wielu opracowań i zbiorów, wśród których wymienić można m.in.:

- pracę w ramach projektu zrealizowanego przez UNDP,
- opracowania pod auspicjami Komisji Europejskiej,
- publikacje Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Z lektury raportów FOB wynika, że interesariuszami do których w ostatnich latach kierowanych jest najwięcej programów i działań są:

- pracownicy,
- społeczność lokalna,
- dostawcy,
- konsumenci oraz
- środowisko naturalne.

Najlichniesze kategorie dobrych praktyk
wyróżnić można w zakresie:

- szeroko pojętego zdrowia i bezpieczeństwa,
- wolontariatu pracowniczego,
- zaangażowania społecznego i
- edukacji (pracowniczej, ekologicznej i konsumentckiej).

podsumowując praktyki tylko za lata 2008-2009, wskazać można, że koncentrują się one na:

- ułatwianiu pracownikom godzenia życia prywatnego z zawodowym, np. elastyczne godziny pracy, programy wspierania rodziców noworodków (kobiet jak i mężczyzn),
- włączaniu pracowników w procesy zarządzania, np. usprawnienia komunikacji wewnętrznej, zwiększanie samodzielności w pracy, działania w celu poprawy atmosfery pracy, programy stałego pobudzania innowacyjności pracowników czy zgłaszania propozycji udoskonaleń,
- działaniach związanych z kulturą organizacyjną i etyką biznesu, np. wcielanie w życie wartości kodeksu etycznego przedsiębiorstwa, identyfikowanie problemów natury etycznej bądź łamania prawa czy wewnętrznych przepisów i możliwość zgłaszania tego przez pracowników bez konsekwencji służbowych oraz czynny nadzór nad eliminacją nieprawidłowości,
- zaangażowaniu społecznym, np. działalność charytatywna, wyrównywanie szans i przyczynienie się do rozwoju lokalnego, inwestycje społeczne,

- działaniach edukacyjnych kierowanych zarówno do pracowników (np. podnoszenie kwalifikacji zawodowych i wykształcenia, programy związane z bezpieczeństwem pracy, zdrowotne programy edukacyjno-diagnostyczne) jak i innych interesariuszy (np. społeczne kampanie i programy edukacyjne, edukacja przedsiębiorczości, edukacja finansowa, edukacja ekologiczna),
- propagowaniu wolontariatu pracowniczego na rzecz innych stakeholders – jest to najliczniejsza grupa praktyk i najbardziej popularna,
- inicjatywach względem uczestników rynku, głównie dostawców (np. zarządzanie łańcuchem dostaw, sprawiedliwy handel, inicjatywy branżowe) i konsumentów (np. działania związane z edukacją i rozwojem rynku, programy dla klientów o specjalnych potrzebach jak np. osoby niepełnosprawne),
- działaniach proekologicznych i na rzecz ochrony środowiska, np. edukacja, ekobiuro, efektywność, ograniczanie negatywnego wpływu na przyrodę (np. zarządzanie odpadami, redukcja emisji zanieczyszczeń) i dbałość o faunę i florę.

Ponadto zauważa się, że niektóre przedsiębiorstwa mają złożone programy CSR-owskie i prowadzą działania społecznie odpowiedzialne od kilku lat i w miarę upływu czasu rozszerzają ich zasięg na nowe obszary lub interesariuszy.

Ponadto do praktykowania CSR dołączają nowe spółki, jak i podejmowane są działania w nowych kierunkach społecznej odpowiedzialności, np. raportowanie społeczne wg wytycznych GRI.

Podsumowanie

Na przestrzeni dekady publikacji FOB można zauważyć, że działania społecznie odpowiedzialne w Polsce cieszą się popularnością, rozwijają się a i zaangażowanie biznesu w CSR wzrasta

- działania są zindywidualizowane i zintegrowane, (co świadczy o ich strategicznym znaczeniu i świadomej ich realizacji),
- można wyróżnić pewne aspekty w których przeważają, jednak są one zróżnicowane i to pod względem przedmiotowym (podejmowane są w różnych aspektach i kierunkach) jak i podmiotowym (kierowane są do licznych i różnych grup interesariuszy),
- obserwuje się nowe przykłady działań społecznie odpowiedzialnych oraz nowe przedsiębiorstwa angażujące się w działalność CSR (co daje przesłanki rozwoju w przyszłości),
- podejmowane praktyki są różnorodne, prowadzone w licznych obszarach i dedykowane są wielu grupom interesariuszy,
- krąg głównych adresatów dobrych praktyk wskazuje, że przedsiębiorstwa w Polsce chcą świadomie kształtować politykę CSR jak i czerpać z niej korzyści do własnego rozwoju.

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ