

Jak uczyć o społecznej odpowiedzialności biznesu

Notatka dla nauczyciela



Warto, aby uczniowie, jako przyszli przedsiębiorcy nabyli wiedzę o tym, jaką rolę w społeczeństwie pełni firma oraz jaki ma wpływ na otaczającą ją rzeczywistość. Mówi o tym koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu. Warto zwrócić uwagę uczniów na fakt, że zobowiązania firmy nie ograniczają się jedynie do generowania zysku. Szersze spojrzenie na prowadzenie swojego biznesu, z uwzględnieniem aspektów środowiskowych i społecznych pozwoli im być bardziej odpowiedzialnymi przedsiębiorcami.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR – Corporate Social Responsibility) oznacza odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, przejawiająca się przejrzystym i etycznym zachowaniem które przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, uwzględnia oczekiwania interesariuszy* i jest wprowadzone w całej organizacji i praktykowane w jej działaniach. (*ISO 26 000*)

Bycie społecznie odpowiedzialnym to inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z otoczeniem firmy oraz informowanie o tych działaniach w sposób jasny i uczciwy, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

O odpowiedzialności firmy i jej wpływie możemy mówić w czterech obszarach:

- 1) Miejsce pracy: jak dbamy o pracowników, czy przestrzegamy praw pracowniczych, czy zapewniamy im bezpieczne i przyjazne miejsce pracy, czy szanujemy różnorodność naszych pracowników pod kątem płci, religii, wieku, rasy, niepełnosprawności (wdrożony kodeks etyczny, zarządzania różnorodnością). Czy inwestujemy w ich rozwój? Czy pracując w naszej firmie mają możliwość zachowania równowagi między życiem prywatnym, a zawodowym (tzw. work-life balance)? Czy firma wspiera pracowników jako rodziców (elastyczne godziny pracy, praca z domu, przedszkole przykładowe, półkolonie dla dzieci)? Czy działania firmy są transparentne a komunikacja z pracownikami jasna, uczciwa i dostateczna?
- 2) Środowisko naturalne: czy w naszych budynkach zastosowane są ekologiczne rozwiązania (np. stosujemy odnawialne źródła energii, segregujemy odpady, są zamontowane perlatory aby ograniczyć zużycie wody) lub polityki pro środowiskowe (np. dotyczące ograniczenia użycia plastiku w firmie), ile generujemy odpadów podczas produkcji naszych produktów i co z nimi dalej robimy (np. czy można je poddać recyklingowi)? Ile zużywamy energii, wody, papieru, plastiku? Czy edukujemy w tym zakresie naszych interesariuszy (pracowników, dostawców)? Jakie stosujemy opakowania (z materiałów, które podlegają recyklingowi)? Jakie stosujemy materiały przy produkcji (naturalne, ekologiczne czy sztuczne, czy z certyfikowanych, etycznych źródeł)? Jaki jest ślad węglowy** firmy? Czym i na jakich dystansach transportowane są materiały i gotowe produkty?
- 3) Społeczeństwo: jaki mamy wpływ (oddziaływanie) na lokalną społeczność? Negatywny i pozytywny. Czy i jak budujemy relacje z organizacjami pozarządowymi i jak

wspieramy je w rozwiązywaniu lokalnych wyzwań społecznych (np. bezrobocie, brak dostępu do dobrej jakości edukacji, problemy zdrowotne, problemy finansowe schroniska dla zwierząt). Czy firma ma wdrożony program wolontariatu pracowniczego?

- 4) Rynek: jakie produkty czy usługi dostarczamy i jakiej jakości? Jak traktujemy klientów, jak długo i w jaki sposób rozpatrujemy reklamacje (rzetelny i uczciwy?). Jakie zapisy zawierają podpisywane z nami umowy, czy są jasne i etyczne, czy nie ma w nich ukrytych kruczków? Jak komunikujemy się z rynkiem, czy nasze kampanie marketingowe i praktyki sprzedażowe są uczciwe? Jak oznaczamy produkty, jak etykietujemy? Czy zgodnie z prawdą? Skąd firma pozyskuje materiały i surowce do produkcji, czy zaopatruje się u lokalnych dostawców?

Uwzględnianie w swojej strategii biznesowej idei CSR i zrównoważonego rozwoju z całą pewnością przyniesie firmie wiele korzyści i pozwoli ograniczyć ryzyko związane z prowadzeniem firmy.

Wśród korzyści możemy wymienić:

- wzrost zaufania klientów, społeczeństwa, pracowników (obecnych i przyszłych), a tym samym szanse na pozyskanie najbardziej utalentowanych pracowników dzięki stosowaniu dobrych praktyk biznesowych i obniżenie kosztów rekrutacji,
- wzrost efektywności pracy wykonywanej przez pracowników oraz ich lojalności i motywacji do pracy (duma, że pracuje się w tak odpowiedzialnej firmie) dzięki inwestowaniu w ich rozwój,
- wzrost poczucia wartości pracowników poprzez angażowanie się w działania społeczne,
- zbudowanie dobrych relacji z lokalną społecznością może pozwolić na uzyskanie „licencji społecznej” na działania firmy w danym obszarze (pomoc lokalnej społeczności w rozwiązywaniu lokalnych problemów, wsparcie w edukacji i zdrowiu),
- mniejszy negatywny wpływ na środowisko,
- wzrost sprzedaży dzięki dobrej reputacji,
- ujawnienie pozytywnego wpływu na społeczeństwo i środowisko przyczynić się może do zwiększenia szansy na pozyskanie finansowania na rozwój firmy (banki weryfikują coraz częściej firmy również pod wpływem nie tylko finansowym, ale również oddziaływania na społeczeństwo i środowisko),
- uzyskanie przewagi konkurencyjnej dzięki dobrej jakości produktom i usługom oraz wzrost lojalności klientów,
- wzrost elastyczności w podejmowaniu działań (większa akceptacja zmiany przez klientów),
- minimalizacja ryzyka związanego ze zmianami klimatycznymi.

**Interesariusze firmy to podmioty, na które wpływa firma, lub jest pod ich wpływem m.in.: pracownicy, klienci, dostawcy, administracja publiczna, media, organizacje pozarządowe, społeczeństwo, ośrodki naukowe.*

*** ślad węglowy - całkowita suma emisji gazów cieplarnianych wywołanych bezpośrednio lub pośrednio przez daną osobę, organizację, wydarzenie lub produkt.*