CSR – czy to się opłaca? cz.1

Inne | Artykuły / Maria Ochwat, wykładowca WSB

Pierwsza część rozważań, czym jest Corporate Social Responsibility i czy to właściwa droga.

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Mówiono, że społeczna odpowiedzialność biznesu (w skrócie CSR) to chwilowa moda albo remedium na nadszarpnięty kryzysem wizerunek organizacji czy też sposób na ukrycie kłopotów i trudności. Nie ma bowiem wątpliwości, że organizacja, która dopuszcza się łamania praw pracowniczych i praw człowieka, niszcząca środowisko naturalne, stosująca nieuczciwe praktyki rynkowe jest nie tylko źle postrzegana w społeczeństwie, ale też niejednokrotnie traci klientów czy pracowników. Czym zatem jest społeczna odpowiedzialność biznesu i jakie daje korzyści?

Istnieje wiele definicji CSR-u. Za najbardziej dokładną uznaje się definicję przyjętą podczas sesji plenarnej ISO 26000 w Kopenhadze, zgodnie z którą CSR to: „odpowiedzialnos¤c¤ organizacji za wpływ jej decyzji i działan¤ na społeczen¤stwo i s¤rodowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowania, które przyczyniaja¤ sie¤ do rozwoju, zdrowia i dobrobytu społecznego. Podejmowane zobowia¤zania biora¤ pod uwage¤ oczekiwania interesariuszy, sa¤ zgodne z maja¤cym zastosowanie prawem oraz mie¤dzynarodowymi normami poste¤powania, a takz¤e sa¤ zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w relacjach z otoczeniem.”



Wśród podstawowych obszarów CSR-u wymieniono: ład korporacyjny, prawa człowieka, relacje w miejscu pracy, środowisko, praktyki rynkowe, problemy konsumenckie oraz zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności. Przyjrzyjmy się zatem jakie korzyści z nich wynikają.

Ład organizacyjny
I tak – mówiąc o ładzie organizacyjnym (w tym przede wszystkim transparentności w postępowaniu, etyce oraz odpowiedzialności za podejmowane działania) – największą korzyścią będzie wiedza, umożliwiająca podejmowanie trafnych decyzji, dzięki jak najlepszemu zrozumieniu oczekiwań społecznych, a tym samym zwiększenie zainteresowania CSR-em oraz zaufania do samej organizacji.

Prawa człowieka
Z kolei w przypadku praw człowieka (w szczególności wolności zrzeszania i zgromadzania, zakazu

dyskryminacji) taką korzyścią będzie nie tyko większa świadomość pracodawcy, pracowników i innych interesariuszy, skuteczne działania na rzecz przestrzegania praw człowieka, ale też dobra reputacja organizacji.

Relacje
W ramach relacji z pracownikami (mowa tu przede wszystkim o gwarancji bezpieczeństwa zatrudnienia, propagowaniu właściwych praktyk w tym zakresie, eliminowaniu wszelkich form dyskryminacji) do najważniejszych korzyści można zaliczyć poprawę bezpieczeństwa i zdrowia pracowników, zwiększenie efektywności i motywacji pracowników, lepszą realizację celów organizacji.

Środowisko
Natomiast w odniesieniu do środowiska (głównie w zakresie wykorzystywania surowców naturalnych, poszanowania różnorodności biologicznej, ograniczenia produkcji niebezpiecznych odpadów i zanieczyszczenia, odbudowania naturalnych zasobów) takimi korzyściami będą między innymi bardziej efektywne i racjonalne wykorzystywanie zasobów, ograniczenie negatywnych skutków zmian klimatu, lepsza utylizacja odpadów.

Praktyki rynkowe
Z kolei w przypadku uczciwych praktyk rynkowych (w ramach których szczególną uwagę przywiązuje się do walki z korupcją, defraudacją, „praniem brudnych pieniędzy", uczciwa konkurencja czy też promowanie odpowiedzialności społecznej w relacji z innymi partnerami/interesariuszami) warto odnotować promowanie uczciwości w polityce i biznesie, zapewnianie równych warunków działania, co przyczyni sie¤ do zwiększenia innowacyjnos¤ci, a w dłuz¤szej perspektywie, także redukcji kosztów.

Relacje z konsumentami
Kolejnym obszarem CSR są relacje z konsumentami (w ramach którego zwraca się uwagę między innymi na dostęp do rzetelnej i pełnej informacji, przestrzeganie zasad *fair play*), a najważniejszą korzyścią z jego wykorzystywania – ograniczanie potencjalnych sytuacji konfliktowych, dotyczących oferowanych wyrobów i usług.

Zaangażowanie i rozwój
I wreszcie ostatni – to zaangażowanie społeczne i rozwój (czyli przyczynianie się do realizacji Milenijnych Celów Rozwoju, takich jak na przykład: eliminacja skrajnego ubóstwa, głodu, zapewnienie edukacji, promowanie równości płci, zmniejszenie współczynnika umieralności dzieci, poprawa opieki zdrowotnej, zwalczanie chorób – HIV/AIDS, malarii i innych, tworzenie globalnego partnerstwa na rzecz rozwoju, poszanowanie praw człowieka). Niewątpliwymi korzyściami są tu praca na rzecz wspólnego dobra, wzmocnienie społeczen¤stwa obywatelskiego oraz instytucji, które stanowia¤ waz¤ny element stabilnos¤ci, spójnos¤ci i sprawiedliwos¤ci społecznej, poprawa jakos¤ci z¤ycia społecznos¤ci i zdolnos¤ci organizacji do realizacji celów, wiarygodna reputacja organizacji.

Warto przy okazji zwrócić uwagę na najczęściej stosowane narzędzia CRS, do których należą:

- pomoc finansowa (dotacja) – uważana za najłatwiejszą i najpopularniejszą formę pomocy. Organizacja najczęściej przekazuje pieniądze bezpośrednio na konto danego podmiotu (np. szkoły, szpitala czy organizacji pozarządowej);
- pomoc rzeczowa – najczęściej stosowana jest przez te organizacje, które coś produkują. Może to być na przykład sprzęt komputerowy, żywność, sprzęt medyczny;
- bezpłatne usługi – mogą być świadczone dla innych organizacji, czego przykładem może być oferowanie

darmowych usług telekomunikacyjnych, pomocy prawnej albo prowadzenie przez bank darmowego konta dla organizacji pozarządowej;

- pay-roll – polega na odpisywaniu przez pracowników od swoich pensji dobrowolnych, niewielkich kwot pieniężnych i przekazywaniu ich na konto wybranej organizacji pozarządowej. Co ciekawe – takie narzędzie stosują również same organizacje trzeciego sektora;
- matching founds – firma pomnaża kwotę zebraną przez pracowników lub organizację pozarządową i przekazuje ją na określony cel;
- wolontariat pracowniczy – narzędzie nowe i wciąż niestety mało popularne. Polega ono na tym, że pracownicy sami wybierają organizację, na rzecz której chcą pracować. Co ciekawe – niektórzy pracodawcy godzą się na to, by ich pracownicy podejmowali takie działania nawet w godzinach pracy.

W części 2 artykułu przyjrzymy się m.in. polskiemu obliczu CSR.

--

dr Maria Ochwat - politolog i kulturoznawca, wykładowca akademicki, doradca ds. PR, public affairs, komunikacji międzykulturowej, międzynarodowych stosunków politycznych.