CSR – czy to się opłaca? cz.2 Doświadczenia polskie

Inne | Artykuły / Maria Ochwat, wykładowca WSB

Społeczna odpowiedzialność biznesu staje się coraz bardziej popularna w Polsce. Jeszcze kilka lat temu znawcy tematu twierdzili, że organizacje mają w tym zakresie jeszcze sporo do zrobienia, a ich aktywność w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu ogranicza się przede wszystkim do udzielenia wsparcia finansowego. Bywało, że były to działania jednorazowe, nie zawsze przemyślane, robione wyłącznie dla celów wizerunkowych. Nie ma wątpliwości, że społeczne zaangażowanie organizacji powinno być spójne z ich strategią, planowe i długofalowe.

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Społeczna odpowiedzialność biznesu staje się coraz bardziej popularna w Polsce. Jeszcze kilka lat temu znawcy tematu twierdzili, że organizacje mają w tym zakresie jeszcze sporo do zrobienia, a ich aktywność w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu ogranicza się przede wszystkim do udzielenia wsparcia finansowego. Bywało, że były to działania jednorazowe, nie zawsze przemyślane, robione wyłącznie dla celów wizerunkowych. Nie ma wątpliwości, że społeczne zaangażowanie organizacji powinno być spójne z ich strategią, planowe i długofalowe.



Jednakże okazuje się, że z roku na rok, zaangażowanie w działania CSR-owe wyraźnie wzrasta. Według raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki", opracowywanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, w 2015 roku odnotowano rekordową liczbę dobrych praktyk CSR-owych w Polsce, a mianowicie – 813 (w roku poprzedzającym było ich 684). Aż 454 z nich to działania nowe, a pozostałe 359 – kontynuowane. W raporcie omówiono 136 organizacji. Co z pozostałymi? Czy uda się je przekonać, że CSR im się zwyczajnie opłaci? Co ciekawe - zgodnie z przeprowadzonymi, przez KPMG w Polsce i Forum Odpowiedzianego Biznesu, badaniami w 2014 roku – 96 % firm w Polsce uważa, że działania CSR-u są obowiązkiem biznesu, ale 46 % faktycznie je realizuje.

Nie brakuje organizacji, które świadomie i dojrzale podchodzą do CSR-u. Można tu chociażby wymienić Polkomtela, Polpharmę, PKN Orlen SA czy ING Bank Śląski, ale ich lista jest zdecydowanie dłuższa. Oto ich wybrane działania CSR-owe.

I tak – przykładowo – Polkomtel wykorzystuje technologie telefonii komórkowej na rzecz bezpieczeństwa,

przede wszystkim nad wodą i w górach. Organizacja uruchomiła specjalne numery telefonów, usprawniając tym samym pracę ratowników i skracając czas reakcji między przyjęciem zgłoszenia a interwencją. Dodatkowo Polkomtel udziela pomocy rzeczowej ratownikom w postaci sprzętu ratunkowego, zapewnia niezawodną łączność komórkową, a także współorganizuje przedsięwzięcia, mające na celu promowanie bezpiecznej turystyki i wypoczynku. Polkomtel szczególną uwagę przywiązuje do edukowania, stąd stawia między innymi na takie programy, jak: „Kamizelka ratunkowa", „Apteczka", „Znaki żeglugowe zakazu", „Pierwsza pomoc" i inne.

Polpharma postawiła na trzy kluczowe, jej zdaniem, filary odpowiedzialności społecznej, a mianowicie: służbę pacjentom i społeczeństwu, etyczne prowadzenie biznesu oraz innowacje i rozwój wiedzy. Polpharma na swoim koncie między innymi szereg kampanii promujących zdrowie, takich jak na przykład; „Ciśnienie na życie" (poświęconej nadciśnieniu tętniczemu) czy „Przygotuj się na wstrząs!" (dotyczyła problemu anafilaksji). To jedna z niewielu organizacji w Polsce, która nie tylko promuje, ale i wykorzystuje wolontariat pracowniczy (program „Ludzie pomagają ludziom"), opowiada się za współpracą międzysektorową. Dużą wagę przywiązuje też do ochrony środowiska (między innymi „Program Zielony Proces" czy „Wszyscy na rowery).

Poza edukacją bankową/finansową ING Bank Śląski realizuje również inne ważne programy CSR-owe. Wśród nich warto chociażby wskazać Fundację Sztuki Polskiej ING, dzięki której wspierają artystów oraz Fundację ING Dzieci (między innymi organizując tzw. Turnusy Uśmiechu, w tym wyjazdy dla dzieci z autyzmem czy dzieci uzdolnionych matematycznie; tworząc świetlice internetowe czy zbierając fundusze na działania na rzecz dzieci).

I wreszcie PKN Orlen troszczy się o bezpieczeństwo, środowisko, pracowników, swoje otoczenie. Na szczególną uwagę zasługują tu między innymi takie inicjatywy jak: projekt Partnerstwa Międzysektorowego dla „Forum dla Płocka" czy też przekazywanie darowizn na rzecz Stowarzyszenia Fundusz Grantowy Dobrego Sąsiedztwa dla Ostrowa Wielkopolskiego.

Bardzo dobrym działaniem, prowadzonym od 2011 roku, przez Grupę Job, jest program „TAKpełnosprawni", dzięki któremu organizacja promuje i wspiera zatrudnienie oraz integrację osób niepełnosprawnych, między innymi poprzez pomaganie budowy kultury przynależności oraz wiedzy na temat aspektów formalno-prawnych współpracy z osobami niepełnosprawnymi, prowadzenie badań Pracodawca na TAK, rekrutację, szkolenie i doradztwo.

Jednym z ostatnich działań CSR-owych Banku BPH jest ogólnopolski projekt „Bankowość jest OK". Podczas 1440 godzin lekcyjnych, około 3,9 tysięcy dzieci i młodzieży, mogło zapoznać się z zasadami funkcjonowania banku, podstawami bankowości, produktami i usługami finansowymi, a także roli banku, pieniędzy i oszczędzania, na co zwracać uwagę podpisując umowę z bankiem, jak korzystać z produktów bankowych czy też obliczać odsetki od kredytu i lokaty.

Schenker sp. z o.o. także prowadzi między innymi działania edukacyjne. Wszyscy przewoźnicy, jak i kierowcy, współpracujący z organizacją, uczestniczą w programie Akademii Kuriera DB Schenker, podnosząc swoje umiejętności teoretyczne i praktyczne np. w zakresie eco-drivingu. Idea projektu polega na zmianie stylu jazdy, na taki, dzięki któremu zostanie ograniczona emisja spalin, a także wzrośnie bezpieczeństwo na drogach. Najlepsi uczestnicy biorą udział w Mistrzostwach Eco-Drivingu, konkurując ze sobą m.in. w jeździe „na kropelkę" oraz biegłości w udzielaniu pierwszej pomocy.

Ciekawe działania na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu podejmuje także Fortum Power and Heat

Polska, organizacja z branży ciepłowniczej. Wśród nich można wymienić chociażby program stypendialny Fortum dla Śląskich Dzieci (program realizowany wraz z Fundacją Pomocy Dzieciom Ulica) czy specjalna aplikacja na smartfona, która w czasie aktywnos¤ci fizycznej (bieganie, rower, nordic walking) zlicza przemierzone kilometry i przelicza je na energie¤, a na zakon¤czenie akcji Fortum przekazuje darowizny na cele charytatywne w kaz¤dej z pie¤ciu lokalizacji.

Duża część działań CSR-owych w Polsce wiąże się z działaniami proekologicznymi (jak sadzenie lasów, ograniczanie zużycia wody i innych surowców), wzrasta też liczba działań podejmowanych na rzecz pracowników (np. programy umożliwiające kobietom połączenie pracy zawodowej z wychowywaniem dzieci), najbliższego otoczenia (akcje typu podziel się posiłkiem, paczki świąteczne), ale też innych rejonów świata (jak wsparcie ofiar kataklizmów, kopanie studni).

Ci, którzy postawili na CSR twierdzą, że pomógł on im w rozwiązywaniu wyzwań społecznych w Polsce, w szczególności w zakresie edukacji, pomocy społecznej i ochrony środowiska. W ich ocenie społeczna odpowiedzialność biznesu wpływa na sposób funkcjonowania biznesu, dostarcza im przydatnych narzędzi i metod działania (Raport Menedżerowie CSR. Wyniki badania).

CSR bezdyskusyjnie powinien zostać włączony do celów działalności każdej organizacji. Nie chodzi tu jednak tyle, o cele wizerunkowe, ale propagowanie świadomego, dojrzałego i odpowiedzialnego zachowania organizacji. A takie działanie z pewnością opłaci się nie tylko społeczeństwu, ale i samej organizacji.

Korzystałam m.in. z:

M. Ochwat, O co chodzi z CSR?, (w:) Public Relations wobec wyzwań współczesności, red. G.Piechota, Akademia Frycza Modrzewskiego, Kraków, 2012.

T. Gasin¤ski, G. Piskalski, Zrównowaz¤ony biznes. Podre¤cznik dla małych i s¤red- nich przedsie¤biorstw, http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Zrowno- wazony_biznes_MSP_MG_2009.pdf

Raport Polska 2030. Wyzwania rozwojowe, http://www.premier.gov.pl/files/file/Dokumenty/PL_2030_wyzwania_rozwojowe.pdf

Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm

A. Anam, Raportowanie CSR. Kompendium CSR, http://odpowiedzialny-biznes.pl/public/files/kompendium_CSR_media_planet_17_12_2009.pdf

Raport 2015 Odpowiedziany biznes w Polsce. Dobre praktyki, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2016/04/Raport-Odpowiedzialny-biznes-w-Polsce-2015.-Dobre-praktyki.pdf

Społeczna odpowiedzialność biznesu: fakty a opinie, KPMG w Polsce i Forum Odpowiedzialnego Biznesu, http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2014/11/Raport-Społeczna-odpowiedzialność-biznesu-fakty-a-opinie-KPMG-FOB-20141.pdf

Raport Menedżerowie CSR. Wyniki badania, http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2015/10/Menedzerowie-CSR_raport_podglad.pdf

Strony internetowe omawianych organizacji

– –

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