



ABC odpowiedzialności społecznej

Społeczna odpowiedzialność - wdrażanie

dr Renata Płoska

Katedra Strategicznego Rozwoju



Spółeczna odpowiedzialność organizacji (ISO 26000)

- gotowość organizacji do uwzględnienia kwestii społecznych i środowiskowych w procesie podejmowania decyzji oraz odpowiedzialność za wpływ swoich decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko
- oznacza zarówno przejrzyste, jak i etyczne zachowanie, które przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania
- oznacza, że odpowiedzialność społeczna jest zintegrowana w całej organizacji, jest praktykowana w jej relacjach i uwzględnia interesy interesariuszy

Piramida społecznej odpowiedzialności biznesu



A. B. Carroll



Spółecznie odpowiedzialne inwestowanie (Socially Responsible Investment – SRI)

- strategia i praktyka włączania czynników środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego (ESG) do decyzji inwestycyjnych i aktywnych zachowań właścicielskich

(PRI)

- strategia, która uwzględnia nie tylko finansowe zyski z inwestycji, ale także jej wpływ na zmiany środowiskowe, etyczne lub społeczne

Generacje odpowiedzialnego inwestowania

I Generacja: Selekcja negatywna

II Generacja: Selekcja pozytywna

**III Generacja: Selekcja oparta na wymiarach TBL /
zrównoważonego rozwoju**

IV Generacja: Aktywne zaangażowanie inwestorów



Strategia społecznej odpowiedzialności biznesu

całościowy i długofalowy plan wdrażania
zasad i inicjatyw z zakresu społecznej
odpowiedzialności w przedsiębiorstwie



Postawy przedsiębiorstw wobec idei społecznej odpowiedzialności biznesu

- opór
- społeczny obowiązek
- społeczna reakcja
- społeczny wkład



Strategie społecznej odpowiedzialności biznesu - sposób i zakres wdrażania w firmie

- strategia zaprzeczania
- strategia obronna
- strategia wyizolowana
- strategia zintegrowana
- strategia transformacyjna



Alians z organizacją pozarządową

partnerstwo tworzone między przedsiębiorstwem i wybraną organizacją pozarządową / społeczną, którego celem jest dążenie do osiągnięcia celu społecznego, ważnego dla obu stron

Typy organizacji ekologicznych (skłonność i zdolność do współpracy z biznesem)

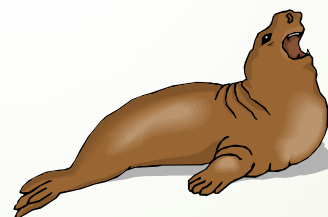
➤ rekin



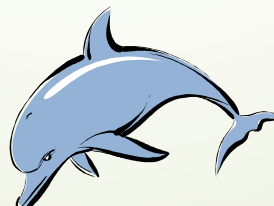
➤ orka



➤ słoń morski



➤ delfin





Działania z zakresu społecznej odpowiedzialności jako źródło przewagi kosztowej

- oszczędność zasobów (np. technologie bezodpadowe)
- niższe opłaty środowiskowe
- obniżenie wysokości kar (np. za przekroczenia norm środowiskowych) i odszkodowań (np. za wypadki przy pracy)
- niższe koszty kapitału
- niższe składki ubezpieczeniowe
- korzystniejsze warunki zakupu materiałów i usług
- niższe koszty związane z rotacją pracowników

Etapy tworzenia i realizacji strategii społecznej odpowiedzialności biznesu

Analiza otoczenia i interesariuszy

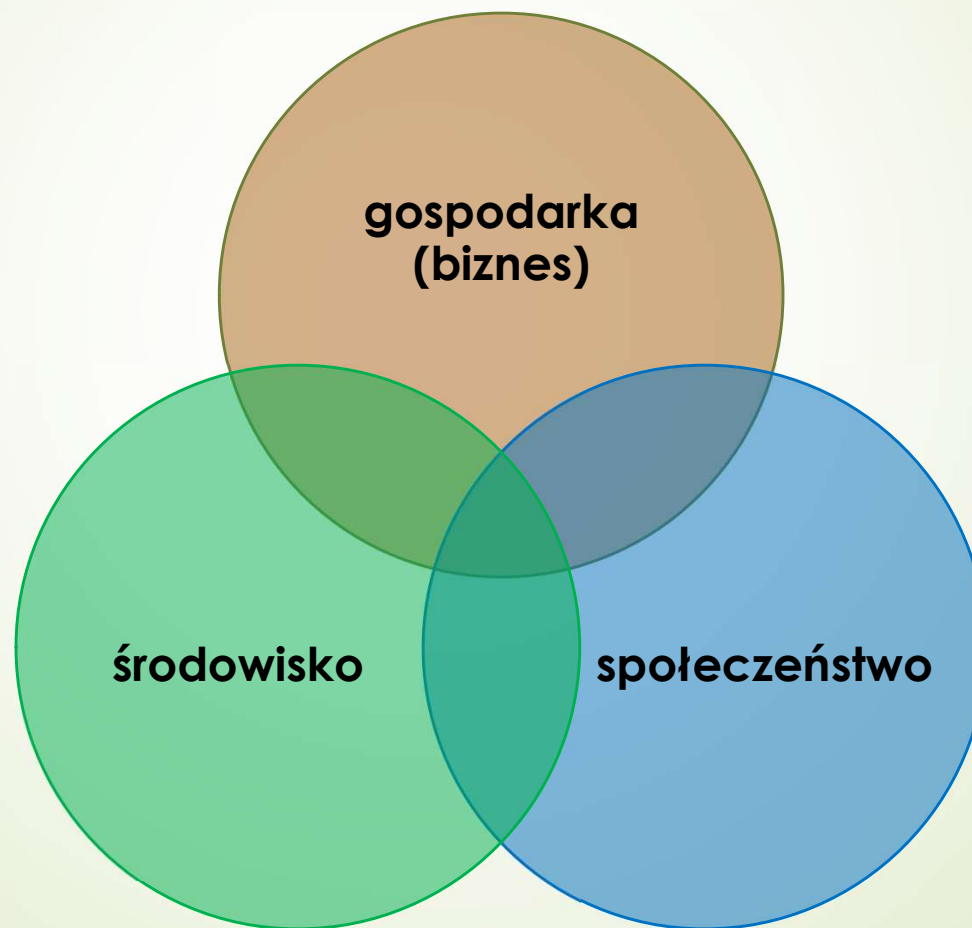
Identyfikacja obszarów odpowiedzialności

Przegląd potencjału i działań firmy

Opracowanie polityki i strategii społecznej odpowiedzialności

Wdrażanie i monitorowanie realizacji strategii

Obszary odpowiedzialności: wymiarzy zrównoważonego rozwoju

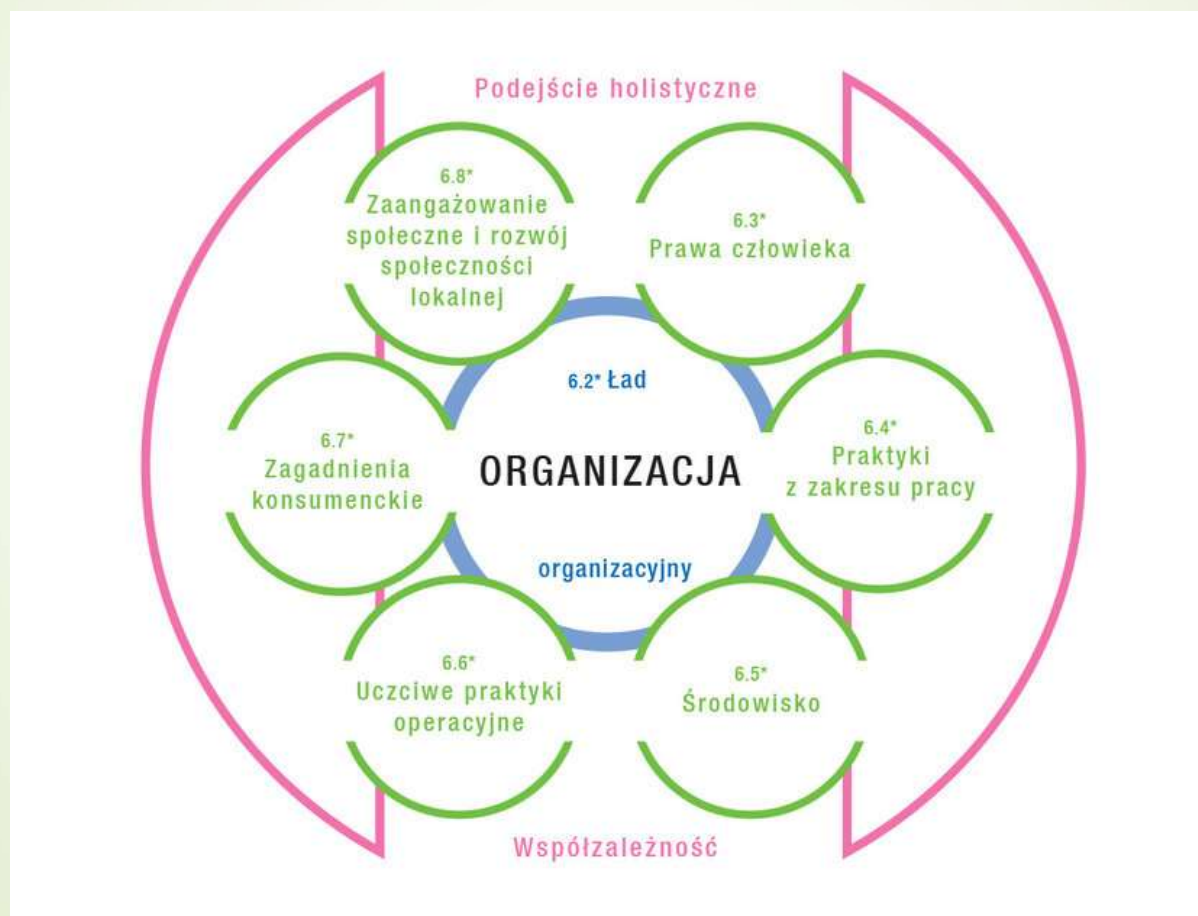


Obszary odpowiedzialności: wymiar ESG



Obszary odpowiedzialności:

ISO 26000: Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności





Obszary odpowiedzialności: filary społecznej odpowiedzialności

rynek

pracownicy

środowisko

społeczeństwo

Działania w obszarach odpowiedzialności

ład organizacyjny + filary społecznej odpowiedzialności

ład organizacyjny

rynek

pracownicy

środowisko

społeczeństwo

Działania w obszarach odpowiedzialności ład organizacyjny + filary społecznej odpowiedzialności

ład organizacyjny

system, poprzez który organizacja podejmuje i wdraża decyzje, zmierzające do realizacji jej celów

Działania w obszarze ładu organizacyjnego

- polityka społecznej odpowiedzialności
- formalna odpowiedzialność członka zarządu / właściciela za realizację strategii CSR
- komórki / stanowiska odpowiedzialne za realizację strategii CSR
- dokumenty / procedury wewnętrzne
 - o charakterze ogólnym (np. regulamin organizacyjny, pracy)
 - bezpośrednio związane z koncepcją CSR (np. kodeksy etyczne)
- szkolenia (CSR, etyczne itp.)
- system motywacyjny wspierający wdrażanie strategii CSR
- procedury monitorowania wdrażania strategii CSR
- system komunikowania w zakresie CSR (np. raportowanie)

Dokumenty / procedury związane z wdrażaniem społecznej odpowiedzialności

- ❖ kodeks etyczny
- ❖ kodeks dla dostawców
- ❖ polityka antykorupcyjna
- ❖ polityka w zakresie bezpieczeństwa
- ❖ polityka antidyskryminacyjna
- ❖ polityka antymobbingowa
- ❖ polityka w zakresie praw człowieka
- ❖ polityka środowiskowa

Działania w obszarach odpowiedzialności ład organizacyjny + filary społecznej odpowiedzialności

ład organizacyjny

rynek

Kluczowe wyzwania w obszarze działań biznesowych i rynkowych

- ❖ przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji
- ❖ uczciwość i rzetelność w relacjach z partnerami biznesowymi
- ❖ przeciwdziałanie zjawiskom korupcyjnym
- ❖ odpowiedzialny i zrównoważony marketing
- ❖ poszanowanie praw konsumenta
- ❖ odpowiedzialny łańcuch dostaw

Odpowiedzialne działania marketingowe

wprowadzanie prospołecznych, proekologicznych i etycznych zasad do praktyki marketingowej firmy

- dobra i usługi spełniające kryteria etyczne / ekologiczne
- uczciwa polityka cenowa (w tym - rzeczywiste koszty wytwarzania i dystrybucji)
- zorganizowane w sposób etyczny / proekologiczny kanały dystrybucji
- uczciwa reklama
- uczciwe praktyki sprzedażowe
- etyczne prowadzenie badań rynkowych

Nadużycia w obszarze (pozornie) odpowiedzialnego marketingu

stosowanie wprowadzających w błąd / kłamliwych / manipulacyjnych przekazów marketingowych, aby poprawić wizerunek firmy / zarobić na dobrej woli konsumentów:

- zainteresowanych ochroną środowiska - **greenwashing**
- zainteresowanych ochroną praw człowieka - **bluewashing**
- zainteresowanych wspieraniem walki z nowotworami – **pinkwashing**
- zainteresowanych wspieraniem działań na rzecz mniejszości seksualnych – **rainbowwashing**
- zainteresowanych zdrowym stylem życia – **leanwashing**

Działania w obszarach odpowiedzialności

ład organizacyjny + filary społecznej odpowiedzialności

ład organizacyjny

rynek

pracownicy

Odpowiedzialność wobec pracowników

- ❖ uczciwe wynagradzanie
- ❖ równe traktowanie pracowników
- ❖ umożliwianie działalności związkowej
- ❖ przeciwdziałanie patologiom w miejscu pracy
- ❖ bezpieczne warunki pracy
- ❖ rozwój pracowników
- ❖ programy wsparcia dla pracowników

SA 8000 Standard

- praca dzieci
- praca przymusowa
- bezpieczeństwo i higiena pracy
- wolność zrzeszania się
- dyskryminacja
- kary dyscyplinarne
- godziny pracy
- wynagrodzenie
- system zarządzania



Działania w obszarach odpowiedzialności

ład organizacyjny + filary społecznej odpowiedzialności

ład organizacyjny

rynek

pracownicy

środowisko

Działania w obszarach odpowiedzialności

ład organizacyjny + filary społecznej odpowiedzialności

ład organizacyjny

rynek

pracownicy

środowisko

społeczeństwo



Zagadnienia związane z budowaniem relacji z otoczeniem

- ❖ analiza ryzyka społecznego, związanego z prowadzoną działalnością
- ❖ działania na rzecz wspierania społeczeństwa
- ❖ otwartość i uczciwość w relacjach ze społeczeństwem
- komunikacja



Sponsoring

umowa partnerska, w której sponsor (przedsiębiorstwo) przekazuje sponsorowanemu środki konieczne do realizacji jego celów, w zamian za wykorzystanie tkwiącego w sponsorowanym potencjału komercyjnego, który umożliwia promocję wizerunku przedsiębiorstwa, jego marek czy produktów

Marketing społecznie zaangażowany (Marketing sprawy / Cause-related Marketing)

- korzystna dla obu stron współpraca między przedsiębiorstwem a organizacją nienastawioną na zys, mająca na celu promowanie sprzedaży produktów tego pierwszego oraz promowanie i wspieranie działań tej drugiej
- działania marketingowe, które łączą wkład przedsiębiorstwa we wspieranie określonego celu (społecznego) z bezpośrednim lub pośrednim zaangażowaniem klientów w transakcje z przedsiębiorstwem

Candid Learning

Keller, Kotler



Filantropia korporacyjna

- przekazywanie darowizn pieniężnych, w postaci dóbr lub czasu, na rzecz organizacji non-profit, grup lub osób indywidualnych

Keller, Kotler

- może być realizowana poprzez fundację korporacyjną - odrębny podmiot ustanowiony przez firmę i przez nią finansowany, którego celem jest realizacja działań społecznie użytecznych



Wolontariat pracowniczy

inicjatywy w miejscu pracy, polegające na tym, że pracodawcy zapewniają pewną formę wsparcia lub zachęty, aby umożliwić pracownikom wolontariat w społeczności lokalnej

Lee

formy:

- zbieranie funduszy / rzeczy na cele charytatywne przez pracowników
- wolontariat czasu (oparty na oferowaniu czasu; ogólnospołeczny)
- wolontariat kompetencyjny (oparty na umiejętnościach; pro-bono)

Zaangażowanie w sytuacjach nagłych

