

Wprowadzenie do społecznej odpowiedzialności biznesu Corporate Social Responsibility

Anna Jędrocha

Co to jest CSR ?

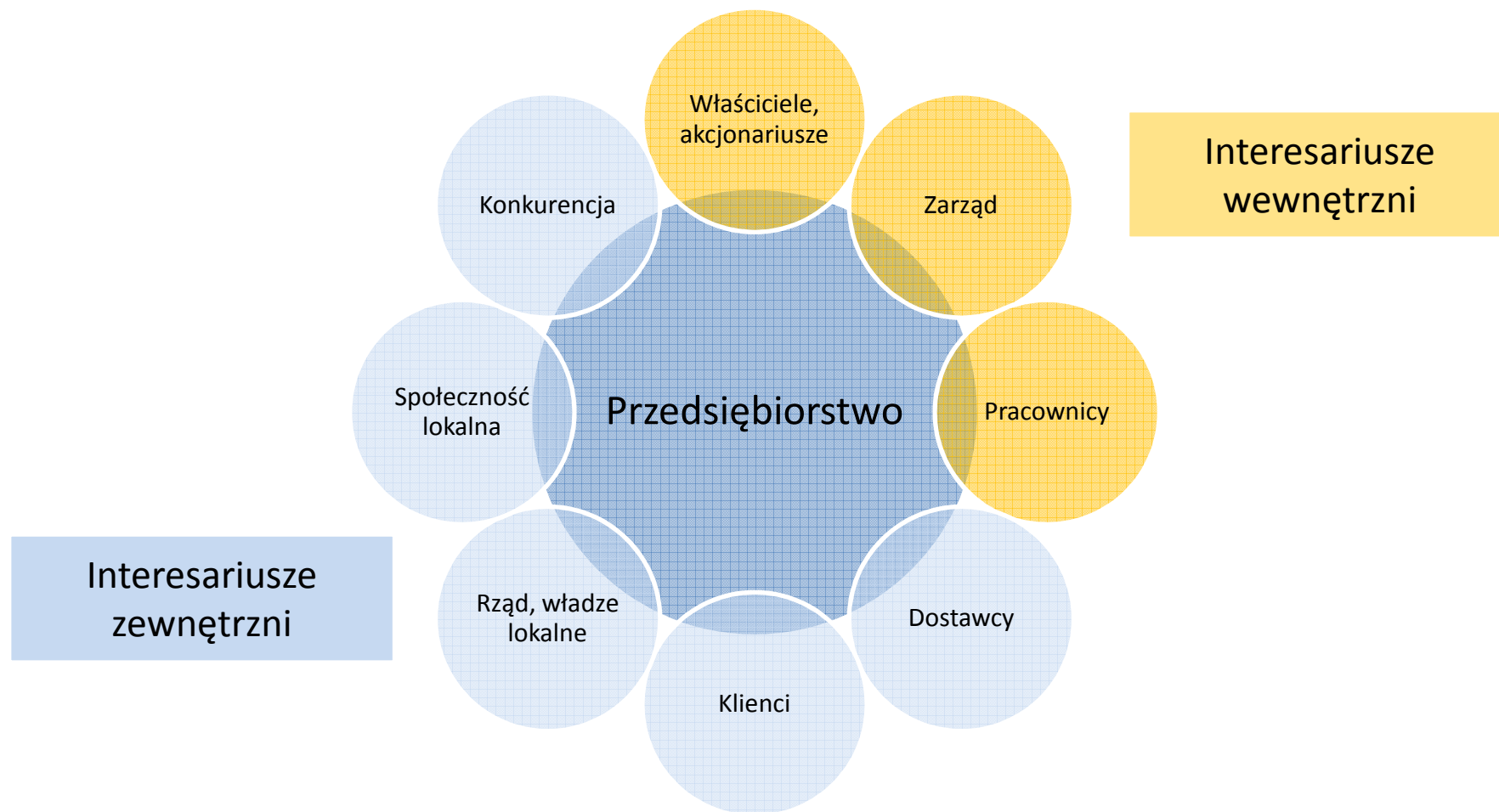
Spółeczna odpowiedzialność biznesu to:
„koncepcja, zgodnie, z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochrony środowiska w swoich strategiach działań na rynku, a także w stosunkach z różnymi grupami interesariuszy”.

(definicja wg Komisji Europejskiej)

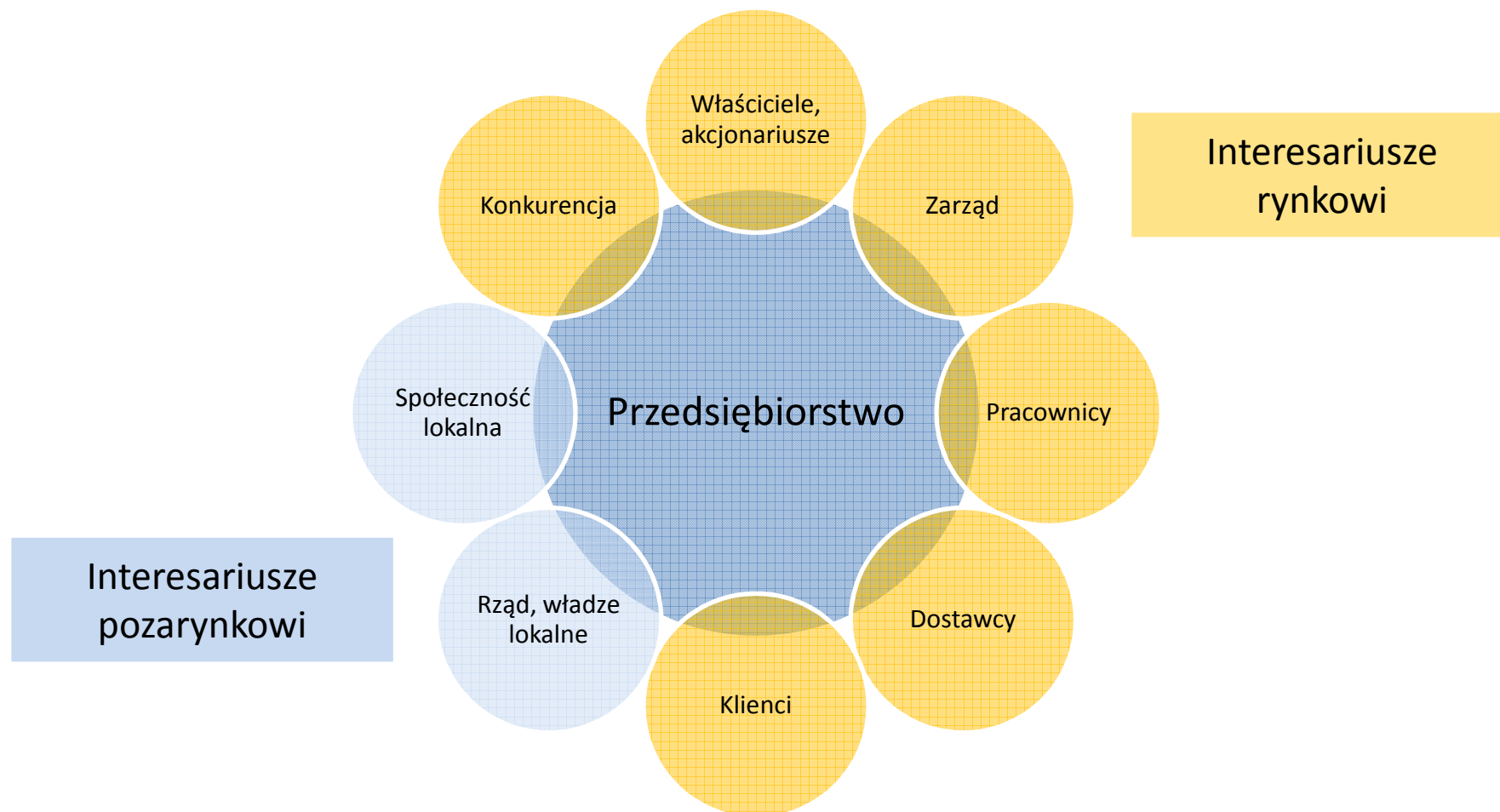
Interesariusze

Interesariusze (stakeholders) - to osoby, które mogą wpływać na przedsiębiorstwo, i na które przedsiębiorstwo ma wpływ. Odróżnia się ich od właścicieli lub akcjonariuszy (stockholders), czyli osób posiadających udziały bądź akcje danego przedsiębiorstwa.

Interesariusze



Interesariusze – podział rynkowy



Odpowiedzialność biznesu

Odpowiedzialność Biznesu zakłada uwzględnianie przez przedsiębiorstwo interesów społecznych przy dążeniu do osiągnięcia celów ekonomicznych. CSR zakłada dbałość o zasady etyczne, prawa pracowników, prawa człowieka, otoczenie społeczne i środowisko naturalne, co może mieć faktyczny wpływ na sukces w działalności gospodarczej, należy ją, zatem traktować jako inwestycję a nie koszt.

Odpowiedzialność biznesu

Zagadnienia związane z odpowiedzialnością biznesu dotyczą czterech obszarów:

Ekonomicznego	wymagane	Zyskowność, maksymalizacja przychodów, minimalizacja kosztów
Prawnego	wymagane	Przestrzeganie prawa gospodarczego, ochrony środowiska, ochrony konsumenta, prawa pracy, prawa podatkowego
Ekologicznego	dobrowolne	Działania na rzecz środowiska naturalnego
Społecznego	dobrowolne	Działalność na rzecz społeczności lokalnej, działalność charytatywna, sponsoring nauki i sportu, przestrzeganie norm etycznych, unikanie niewłaściwych zachowań, ujawnianie złych praktyk, kodeksy etyczne

Zachęty podatkowe - 1

Źródło: Raport Przegląd zachęt podatkowych w kontekście CSR – Accreo Taxand

Obszar biznesowy	Belgia	Zespoły badawczo-rozwojowe – zwolnienie z 75 % podatku od wynagrodzeń tych pracowników
	większość krajów	Ulgi podatkowe w regionach słabiej rozwiniętych (w Polsce strefy ekonomiczne)
Obszar środowiskowy	Belgia	Zachęty podatkowe na zakup samochodów z silnikiem elektrycznym
	Hiszpania	Ulga podatkowa na korzystanie z „zielonej energii
	Wlk.Brytania	100 % amortyzacji w 1 roku za zakup pojazdów napędzanych elektrycznie
	większość krajów	Zachęty podatkowe na innowacje i inwestycje w obszarze ochrony środowiska, nowe linie technologiczne

Zachęty podatkowe - 2

Źródło: Raport Przegląd zachęt podatkowych w kontekście CSR – Accreo Taxand

Obszar pracowniczy	Belgia	Ulga podatkowa 22,5% na inwestycje w zakresie poprawy bezpieczeństwa pracowników
	Hiszpania	Ulga podatkowa 6000 Eur na zatrudnienie nowego pracownika niepełnosprawnego
	Francja	Ulga podatkowa wynosząca 50 % wydatków na żłobki i przedszkola w przedsiębiorstwach
	Wlk.Brytania	Voucher 55 GBP tygodniowo od pracownika na zapłatę żłobka lub przedszkola
Obszar społeczny	Finlandia	Prawo do odliczenia darowizn na wspieranie nauki, sztuki i dziedzictwa kulturowego do 250000 Eur
	większość krajów	Ulga podatkowa od darowizn dla organizacji charytatywnych

Zrównoważony rozwój (sustainability)

część działań wynikających z przyjęcia polityki społecznej odpowiedzialności, polegający na podejmowaniu działań na rzecz środowiska naturalnego, np.:

- odpowiedzialne zarządzanie surowcami
- sortowanie i recycling odpadów
- używanie produktów po recyclingu
- oszczędność prądu i wody
- oszczędność paliwa
- promocja inicjatyw proekologicznych

Odcisk ekologiczny

Ślad węglowy, odcisk ekologiczny, ekoodcisk (carbon footprint) – suma emisji gazów cieplarnianych (mierzonych w tonach CO₂) przypadających na osobę, przedsiębiorstwo, produkt czy wydarzenie.

Kalkulator do obliczenia śladu węglowego:

www.co2.eko-spec.pl/kalkulator_co2

www.aeris.eko.org.pl/kalkulator/index.html

Społeczna odpowiedzialność biznesu

Wobec człowieka	Przestrzeganie praw człowieka, eliminacja przypadków łamania praw człowieka
Wobec pracowników	Poszanowanie wolności stowarzyszania się; eliminacja wszelkich form pracy przymusowej; zniesienie pracy dzieci; przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudniania; transparentność oceny, awansu i wynagradzania, szkolenia i programy motywacyjne; terminowe wypłacanie wynagrodzeń
Wobec kontrahentów	Brak opóźnień w płatnościach; uczciwa konkurencja, promocja dobrych praktyk; brak „czarnego PR”; dbałość o jakość usług i produktów; terminowość; przeciwdziałanie korupcji
Wobec klientów	Rzetelna informacja o produktach i usługach; dbałość o jakość usług i produktów; doradztwo
Wobec społeczności lokalnej	Sponsoring lokalnych wydarzeń kulturalnych i sportowych; wspieranie lokalnych organizacji charytatywnych; korzystanie z usług lokalnych dostawców

Komunikacja wewnętrzna CSR

Cel; przekonanie pracowników do podejmowania odpowiedzialnych działań poprzez:

- „zielone” eventy i szkolenia
- konkursy dla pracowników
- wolontariat pracowniczy
- segregacja odpadów
- działania na rzecz oszczędności wody i energii

Komunikacja zewnętrzna CSR

Działania związane z PR poprzez:

- strona internetowa
- materiały promocyjne
- spotkania z kontrahentami
- sponsoring
- współpraca z fundacjami zajmującymi się działalnością charytatywną lub ekologiczną
- promocja dobrych praktyk
- posiadanie odpowiednich certyfikatów

Komunikacja działań CSR

Komunikacja wewnętrzna

- wzrost zadowolenia i satysfakcji pracowników
- wzrost identyfikacji pracowników z firmą oraz zwiększenie ich lojalności

Komunikacja zewnętrzna

- budowanie pozytywnego wizerunku firmy
- uwiarygodnienie misji firmy w oczach klientów
- pozyskanie (utrwalenie) zaufania i lojalności obecnych i potencjalnych klientów
- pozyskanie przychylności społeczności lokalnej
- zwiększenie zainteresowania inwestorów

Greenwashing / Czyszczenie wizerunku

Praktyka polegająca na podejmowaniu pozornych działań proekologicznych w celu ukrycia rzeczywistych nadużyć

Reklama Bali: wyspa tysiąca bogów, zielony raj, perła Indonezji

Rzeczywistość na Bali: trąd, ptasia grypa, odpady zanieczyszczają powietrze, żywność, powodują choroby płuc, skóry, oczu, infekcje żołądkowe, plastikowe butelki są wszechobecne, pracownicy najemni nie otrzymują nawet minimalnej płacy, a przodują w tym firmy z branży turystycznej.

Kodeksy etyczne

- Globalny Kodeks Etyki w Turystyce (World Tourism Organisation) – artykuł 3: Turystyka jako czynnik zrównoważonego rozwoju
- Kodeks postępowania i Kodeks odpowiedzialnych praktyk IAPCO (International Organisation of Professional Congress Organisers)
- Kodeks etyczny PCO (Profesjonalnych Organizatorów Kongresów) rekomendowanych przez Krakow Convention Bureau

Globalny Kodeksy Etyki w Turystyce

Turystyka, to obok komunikacji i rolnictwa, dziedzina gospodarki odpowiedzialna za największe, sięgające 5-7 % negatywne zmiany zachodzące w środowisku .

- Wszyscy uczestnicy winni chronić środowisko i zasoby naturalne
- Należy promować turystykę przyrodniczą i ekoturystykę, które prowadzą do oszczędzania rzadkich i cennych zasobów, w tym zwłaszcza wody i energii oraz ograniczenia produkcji odpadów
- Należy dążyć do odpowiedniego rozłożenia w czasie i przestrzeni napływu turystów

Certyfikaty w turystyce

Fundacja Partnerstwo dla Środowiska

www.fpds.pl



- Zielone biuro - certyfikat Zielone Biuro wyróżnia instytucje, firmy, organizacje pozarządowe i samorządy, które chcą się stale doskonalić, podejmować nowe inicjatywy na rzecz ochrony środowiska i wzmacniać swój proekologiczny wizerunek.



- Czysta turystyka - certyfikat przyznawany hotelom, hostelom, pensjonatom i domom gościnnym, które przez wdrożenie oszczędnych i przyjaznych środowisku rozwiązań, chcą obniżyć koszty eksploatacji, podnieść jakość oferowanych usług i zwiększyć swoją konkurencyjność.

Normy w organizacji spotkań

BS8901 – brytyjska norma (wprowadzona w 2007 r)
– odpowiedzialne zarządzanie wydarzeniami

Etap 1 – Planowanie (stworzenie polityki zrównoważonego rozwoju dla wydarzenia, cele imprezy, kontakt z kluczowymi uczestnikami)

Etap 2 – Implementacja (zarządzanie łańcuchem dostaw, bieżąca kontrola działań)

Etap 3 – Ocena (analiza przebiegu wydarzenia, ocena spełnienia zamierzonych celów)

Normy w organizacji spotkań

ISO26000 w trakcie opracowywania, z założenia ma być standardem, który nie będzie podlegać certyfikacji, wg zapisów norma ta ma zawierać wskazówki, a nie wymagania. Ma uporządkować tematykę odpowiedzialności społecznej w siedmiu obszarach:

- 1) Ład organizacyjny – transparentność procesów decyzyjnych
- 2) Przestrzeganie praw człowieka

ISO26000 - c.d.

- 3) Relacje z pracownikami
- 4) Odpowiedzialność za wpływ na środowisko
- 5) Uczciwe praktyki rynkowe
- 6) Relacje z konsumentami
- 7) Zaangażowanie społeczne i rozwój

Dokument ISO26000 nie ma być dokumentem tworzącym nowe wytyczne, ma dać wsparcie w promowaniu i wdrażaniu już istniejących dokumentów.

Accepted Practices Exchange (APEX)

Standardy dla organizatorów eventów opracowane przez Convention Industry Council - Minimalne standardy:

- 1) Polityka środowiskowa i strategia jej wdrażania
- 2) Baza „zielonych” dostawców
- 3) Zakupy przyjazne środowisku (oszczędzające energię, wodę, pochodzące z recydingu)
- 4) Segregacja odpadów, kompostowanie odpadów organicznych
- 5) Produkty w pojemnikach dużych i wielokrotnego użytku
- 6) Zakupy produktów żywnościowych u lokalnych producentów
- 7) Minimalizacja negatywnego wpływu na środowisko używania środków transportu

Accepted Practices Exchange (APEX)

Praktyki zalecane :

- 1) Zakwaterowanie – żarówki energooszczędne, termostaty, czujniki ruchu, w łazienkach zainstalowane krany wysokiej jakości (najlepiej bezdotykowe), dozowniki z mydłem i szamponem
- 2) Transport – regularne sprawdzanie stanu pojazdów i poziomu emisji spalin, zminimalizowanie użycia klimatyzacji, używanie paliwooszczędnych samochodów,
- 3) Biuro – laptopy, monitory LCD, drukarki atramentowe (bardziej energooszczędne), drukarki drukujące dwustronnie, najlepiej na papierze z recydingu, wyłączanie światła, urządzeń nieużywanych , zamiana przesyłania informacji pisemnych na rzecz e-maila, zakupy w opakowaniach i pojemnikach do wielokrotnego użycia, regularna aktualizacja list mailingowych, szczególnie przy wysyłce dużych ilości listów pocztą tradycyjną.

Katalog zielonych zasad Polskiej Prezydencji

- 1) Zaopatrzenie obiektów konferencyjnych w papier ekologiczny oraz urządzenia pozwalające na druk dwustronny w trybie ecomode;
- 2) Zaopatrzenie obiektów w pojemniki do segregowania odpadów;
- 3) Wybrane elementy scenografii jak np. tablice informacyjne, roll-upy czy drogowskazy będą wykonywane w tych samych konstrukcjach, tylko plansze wymieniane
- 4) Stanowiska recepcyjne, mównice, stanowiska techniczne wielokrotnego użytku, wykonane z materiałów drewnianych i aluminium
- 5) Udekorowanie obiektów naturalnymi materiałami (np. promującymi krajowe gatunki roślin, w tym doniczkowe, nie stosowanie sztucznych kwiatów);

Katalog zielonych zasad Polskiej Prezydencji

- 6) Zaopatrzenie pomieszczeń w energooszczędne oświetlenie LED;
- 7) Stosowanie w cateringu produktów regionalnych i sezonowych;
- 8) Stosowanie naczyń szklanych,
- 9) Stosowanie produktów z opakowań zbiorczych, podawanych w naczyniach wielokrotnego użytku;
- 10) Unikanie tzw. „mini produktów”, np.: cukier, sól, śmietanka
- 11) Eliminowanie naczyń wykonanych z plastiku, w tym mieszadeł, kubeczków, talerzyków, sztućców, itd. oraz butelek typu PET;
- 12) Podwójne wykorzystanie materiałów promocyjnych (np.: z baneru mogą zostać wykonane torby);

Sprawiedliwy Handel / Fairtrade

Sprawiedliwy handel to partnerstwo w handlu, opierające się na dialogu, przejrzystości oraz szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym i wspiera zrównoważony rozwój krajów Globalnego Południa, oferując godne wynagrodzenie i warunki pracy drobnym producentom. Jednocześnie sprawiedliwy handel to ruch społeczny, łączący konsumentów i producentów na rzecz zmiany zasad światowego handlu, tak aby respektowały one prawo poszczególnych krajów do decydowania o własnym rozwoju oraz takie niezbywalne prawa każdego człowieka jak wolność, godność czy bezpieczeństwo.

Sprawiedliwy Handel / Fairtrade



Europe Fairtrade Labelling Organization -
certyfikacja produktów do masowej dystry-
bucji wyprodukowanych w sposób etyczny

- Otrzymanie przez producenta określonej dla każdego produktu ceny minimalnej
- Przestrzeganie praw pracowniczych m.in. zakaz pracy niewolniczej i pracy dzieci, spełnianie określonych standardów związanych z bezpieczeństwem pracy i ochroną środowiska.

Nieuczciwe zasady międzynarodowego handlu

- Producenci bananów w Ameryce Środkowej dostają średnio tylko 1-2 % ceny, jaką my płacimy za nie w sklepie.
- Przeciętny rolnik uprawiający kawę otrzymuje mniej niż 1 % ceny filiżanki kawy w kawiarni .
- Wzrost udziału południa kontynentu w światowym eksporcie o 1 % pomógłby wyjść z ubóstwa 128 mln ludzi. W samej Afryce wygenerowałoby to dodatkowe 70 mld dolarów , czyli prawie 3 razy tyle, co cała międzynarodowa pomoc dla tego kontynentu. (źródło: Globalny wymiar sprawiedliwości - Anna Rok)



Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju

World Business Council for Sustainable Development zrzesza duże międzynarodowe korporacje, które chcą zachować równowagę pomiędzy celami gospodarczymi, społecznymi i środowiskowymi przedsiębiorstw.



www.skkp.org.pl

Dobre praktyki

- Nokia zbadała, że 2/3 energii marnuje się, gdy bateria jest podłączona do gniazdka, choć jest już naładowana. Nokia jako pierwsza wprowadziła w telefonach komórkowych sygnał, że bateria jest już naładowana i można ją wyłączyć z kontaktu. Firma szacuje, że jeśli by wszyscy użytkownicy telefonów komórkowych wyłączali ładowarki po naładowaniu, to można by było zaoszczędzić energię potrzebną do zasilenia 100 tysięcy przeciętnych domów europejskich.

Dobre praktyki - 2

- Henkel wyprodukował mydło Dial – pianę wytworzoną przez Dial Complete można nakładać na suche dłonie, a woda potrzebna jest tylko do spłukania. W ten sposób na myciu rąk możemy zaoszczędzić do 40 % wody i energii.

Międzynarodowe Stowarzyszenie Miast CITTASLOW

Organizacja non profit, której celem jest promowanie i rozpowszechnianie kultury dobrego życia, powstała w 1999 r we Włoszech.

Obecnie należy ponad 70 miast z całego świata, w tym polskie Reszel, Bisztynek, Biskupiec, Lidzbark Warmiński.

Kryteria: miasto mniej niż 50 tys mieszkańców, spełnia kryteria w obrębie ochrony środowiska (jakość powietrza, alternatywne źródła energii), infrastruktury miejskiej (zieleń, odnowa zabytków), produktów lokalnych, turystyki i promocji.

Slow Food

Międzynarodowy Ruch dla Ochrony Prawa do Przyjemności”:

- każdy ma prawo do przyjemności płynącej z jedzenia
- przyjemność łączy się z odpowiedzialnością za dziedzictwo kultury kulinarnej

Slow Food opisują trzy słowa: good, clean and fair.

Członkowie Slow Food uważają się za współproducentów, a nie konsumentów

Produkty regionalne i tradycyjne

Europejskie ustawodawstwo jest wzorowane na regulacjach francuskich. Wprowadza kategorie:

- Chroniona Nazwa Pochodzenia – towar w pełni wyprodukowany na konkretnym obszarze, jego właściwości wiążą się z miejscem produkcji.
- Chronione Oznaczenie Geograficzne – nazwa odnosi się do miejsca produkcji, zalety produktu przypisywane są miejscu wytworzenia, lokalnym know-how itp.
- Gwarantowana Tradycyjna Specjalność – posiada specyficzną nazwę, wyraźnie różni się od innych, ma tradycyjny charakter.



Produkty regionalne i tradycyjne

43 produkty tradycyjne z Małopolski są zarejestrowane na liście polskich produktów tradycyjnych (spośród 893)

8 z nich posiada certyfikat UE jako regionalny produkt (spośród 27 w Polsce) – bryndza podhalańska, oscypek, śliwka susza sechlońska i łukowicka, karp z Zatora, kiełbasa lisiecka, jabłka raciechowskie i łąckie, fasola Piękny Jaś

www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Listaproduktow-tradycyjnych/

Linki

www.fairtrade.org.pl

Koalicja Sprawiedliwego Handlu

www.kupujnasze.pl

Fundacja Kupuj Nasze PL

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

www.aeris.eko.org.pl

Fundacja Aeris Futuro



FUNDACJA
AERIS FUTURO



www.skkp.org.pl