



Spółeczna odpowiedzialność biznesu w przedsiębiorstwach – co można i warto zrobić w tym zakresie?

Autor: Anna Zakrzewska

Podstawowymi wytycznymi, obowiązującymi w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), jest norma [ISO 26 000](#) – relatywnie nowa regulacja, stanowiąca zbiór wskazówek. ISO 26 000 nie jest wytyczną przeznaczoną do certyfikacji, stanowi natomiast znakomity drogowskaz, wskazujący co należy rozumieć za CSR i jakie działania podjąć, by być społecznie odpowiedzialną organizacją. Norma powstała w 2010 r. i zawiera szczegółową definicję CSR, zgodnie z którą społeczna odpowiedzialność to „odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko”, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które¹:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa;
- bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy;
- jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania;
- jest wprowadzone w całej organizacji i praktykowane w jej działaniach w obrębie jej strefy wpływu.

Standard skupia się na 7 obszarach społecznej odpowiedzialności:

Ład organizacyjny

Kwestie środowiskowe

Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności

Kwestie pracownicze

Prawa człowieka

Zagadnienia konsumenckie

Uczciwe praktyki operacyjne

¹ Normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) Przewodnik po kluczowych standardach społecznej odpowiedzialności biznesu oraz relacjach i współzależnościach pomiędzy nimi zachodzących. Łukasz Makuch Marzec 2011 s. 18



Ład organizacyjny

Ład organizacyjny, czy korporacyjny, dotyczy tak naprawdę kwestii zarządzania firmą i wprowadzonych w tym zakresie norm oraz zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa, które powinny mieć za cel poprawę efektywności działania organizacji z uwzględnieniem interesu społecznego, poszanowania interesariuszy oraz zasad etycznych. Co zatem będzie przejawem działań społecznie odpowiedzialnych w tym zakresie? Na pewno do działań CSR w ramach ładu korporacyjnego można zaliczyć np. czytelne i wiarygodne informowanie o strukturze organizacyjnej w organizacji, kompetencjach pracowników, członków zarządu, wyznawanych wartościach i normach, posiadanie spisanych kodeksów i zasad postępowania, podręczniki pracownika, certyfikacje i wdrożenie międzynarodowych norm i standardów.

Ochrona środowiska naturalnego

Jest to obszar, w ramach którego działania przedsiębiorstw powinny skupić się na zmniejszeniu negatywnego wpływu swojej działalności na środowisko naturalne, czy adaptacji zmian klimatycznych. Zatem działania w tym zakresie mogą dotyczyć np. programów proekologicznych, inwestycji minimalizujących wpływ firmy na środowisko, zrównoważonego zarządzania surowcami, edukacji pracowników, wdrożenia pro-środowiskowych procesów technologicznych, produktów i usług, eko-znakowania, czy certyfikacji środowiskowych.

Zaangażowanie społeczne

Ten zakres odnosi się do funkcjonowania przedsiębiorstw i organizacji w ich otoczeniu społecznym. Dobre praktyki z tego obszaru powinny być zatem ukierunkowane na prowadzenie dialogu społecznego, podejmowaniu inwestycji społecznych w takich obszarach, jak edukacja, kultura, zdrowie, rozwój czy dostęp do technologii.

Kwestie pracownicze

W tej kwestii CSR obejmuje zarządzanie zasobami ludzkimi, lecz dotyczy nie tylko pracowników własnych, ale też podwykonawców, dostawców, czy konkurencję. Co zatem przedsiębiorstwa mogą zrobić, poza spełnieniem podstawowych wymagań prawnych, by móc wykazać się odpowiedzialnością społeczną? Pole do popisu w tym zakresie jest niezwykle szerokie. Inwestowanie w rozwój pracowników, jasne ścieżki awansu i promocji, programy motywacyjne, programy rozwojowe, ścieżki kariery, szkolenia, badanie potrzeb pracowników i ich satysfakcji z pracy, budowanie programów komunikacji wewnętrznej, programy integracyjne, programy na rzecz wyrównywania szans np. osób niepełnosprawnych, starszych, czy młodych rodziców, certyfikacje i wdrożenie międzynarodowych norm i standardów – to tylko niektóre z pomysłów.

Prawa człowieka

W zakresie praw człowieka norma ISO 26 000 mówi nie tylko o tym, że prawa te nie mogą być łamane, ale też wymaga pójścia o krok dalej – czyli zaproponowania przez firmę czy organizację inicjatyw i konkretnych działań w zakresie ochrony tych praw. W tej kategorii znajdzie się również nie przyczynianie się do łamania praw człowieka przez inne podmioty, np. poprzez rezygnację ze współpracy z podmiotami, które nie stosują się do zasad i norm w tym zakresie.



Zagadnienia konsumenckie

Dobre praktyki w zakresie zagadnień konsumenckich obejmują wszelkie działania ukierunkowane na zapewnienie uczciwej i transparentnej polityki firmy czy organizacji wobec swoich klientów/konsumentów. Zatem w ramach tego obszaru można wymienić np. uczciwy marketing, ochronę zdrowia i zapewnienie bezpieczeństwa konsumentów, dbanie o zrównoważoną konsumpcję (np. poprzez edukację konsumentów, oferowanie produktów i usług korzystnych społecznie, korzystanie ze zweryfikowanych systemów znakowania), zapewnienie obsługi konsumenta na najwyższym poziomie, dbanie o ochronę danych i prywatność konsumenta, edukację.

Uczciwe praktyki operacyjne

To nic innego jak etyczne zachowania firmy w relacjach ze swoimi interesariuszami, które powinny przejawiać się w praktykach służących przeciwdziałaniu korupcji, nieuczciwej konkurencji, poszanowaniu praw własności, promowaniu społecznej odpowiedzialności biznesu, czy poszanowaniu praw własności.