

Zrozumieć CSR

Wybrane narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu

Działania proekologiczne – działania skierowane na ochronę środowiska, inwestycje minimalizujące wpływ na środowisko. Należą tu takie inicjatywy jak wdrażanie polityki środowiskowej, zrównoważone zarządzanie surowcami, segregacja odpadów, edukacja ekologiczna pracowników i klientów, a także wdrażanie ekologicznych procesów technologicznych oraz ekologicznych produktów i usług.

Programy dla pracowników – inwestycje w rozwój pracowników poprzez programy podnoszące kwalifikacje pracowników, programy na rzecz wyrównywania szans (elastyczne formy zatrudnienia, wyrównywanie szans osób po 45 roku życia, osób niepełnosprawnych), wolontariat pracowniczy.

Działania na rzecz lokalnej społeczności – przedsięwzięcia na rzecz otoczenia, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo. Przyjmują postać: działań polegających na wspieraniu lokalnych instytucji i osób, współpracy z lokalnymi organizacjami, programów dla dzieci i młodzieży, działań ekologicznych, a także inwestycyjnych.

Raporty społeczne – publikacje prezentujące sposób zarządzania przedsiębiorstwem i realizacji strategii firmy z uwzględnieniem działań społecznie odpowiedzialnych. Istotą raportowania jest przejrzystość przedsiębiorstwa. Raporty powinny wskazywać okres sprawozdawczy, zawierać oświadczenia dotyczące polityki, celów i strategii oraz przegląd wyników, pozwalający na porównywanie ich w kolejnych latach. Raport winien uwzględniać interesy i potrzeby szerokiej grupy interesariuszy.

Zarządzanie łańcuchem dostaw – stosowanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu na każdym etapie dostaw, wdrażanie standardów dla kontrahentów.



Najbardziej znane standardy dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu

Normy serii ISO: ISO 26000 - zbiór wytycznych odzwierciedlający najlepsze światowe praktyki CSR, którego celem jest promocja społecznej odpowiedzialności, **ISO 14000** – rodzina certyfikowanych norm zarządzania środowiskowego, **ISO 9000** – rodzina certyfikowanych norm zarządzania jakością.

Zestaw standardów AA1000 - dotyczy wspierania organizacji w zarządzaniu relacjami z interesariuszami.

Wytyczne do raportowania społecznego Global Reporting Initiative (GRI) – zestaw zasad, ale też konkretnych wskaźników, które stanowią wytyczne do raportowania danych finansowych. Zasady GRI nie tylko wskazują jakie dane raportować, ale też określają zasady, które powinien spełniać dobry raport.

Zasady Global Compact – przedstawione przez Sekretarza Generalnego ONZ w 1999r. dziesięć zasad, dotyczących czterech obszarów odpowiedzialności: prawa człowieka, standardy pracy, środowisko naturalne, przeciwdziałanie korupcji. Każda firma może dołączyć do inicjatywy poprzez wypełnienie deklaracji chęci wspierania inicjatywy i potwierdzającej przestrzeganie zasad przez organizację.

DODATKOWE INFORMACJE dostępne są na stronie www.csr.parp.gov.pl
Pytania związane z projektem można przysłać na adres csr@parp.gov.pl

Do Państwa dyspozycji są także konsultanci **Punktu Informacyjnego PARP**
(tel.: +48 22 432 89 91-93, 801 332 202, info@parp.gov.pl).

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
ul. Pańska 81/83 00-834 Warszawa
tel. + 48 22 432 80 80, faks: + 48 22 432 86 20
biuro@parp.gov.pl, www.parp.gov.pl

Projekt „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)” finansowany jest przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

2012				<p>Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)</p> 
				<p>Od 2012 r. mikroprzedsiębiorstwa, małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) oraz Urzędy Marszałkowskie (UM) i Centra Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE) będą mogły skorzystać ze środków w ramach projektu PARP „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”, którego wartość wynosi 13,8 mln PLN (4,9 mln CHF).</p>

Co to jest społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. Corporate Social Responsibility, CSR)

DOBROWOLNE ZOBOWIĄZANIE firmy do postępowania w sposób etyczny i zgodny z panującymi standardami organizacyjnymi, kulturowymi i środowiskowymi.

STRATEGIA ZARZĄDZANIA, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami.

INWESTOWANIE w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, w relacje z otoczeniem firmy i informowanie o tych działaniach, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

UMIĘJĘTNOŚĆ pogodzenia celów indywidualnych przedsiębiorstwa z celami podmiotów zewnętrznych oraz uwarunkowaniami środowiska naturalnego.

Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) może być rozpatrywana w dwóch wymiarach:

- **wewnętrznym** uwzględniającym zarządzanie zasobami ludzkimi przedsiębiorstwa, higienę i bezpieczeństwo pracy, organizację firmy, zarządzanie zasobami naturalnymi i skutkami ich wykorzystania;
- **zewnątrznym** skierowanym na partnerów lokalnych, partnerów biznesowych, dostawców, klientów, konsumentów, przestrzeganie praw człowieka na przestrzeni całej osi produkcyjnej, ochronę środowiska w skali międzynarodowej.



Korzyści z wdrażania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)

Z badań Instytutu Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym wynika, że firmy stosujące zasady CSR odnoszą następujące **korzyści ekonomiczne** w porównaniu z pozostałymi przedsiębiorstwami:

- posiadają wyższą płynność bieżącą;
- lepiej wykorzystują majątek trwały i kapitał ludzki;
- mają wyższą rentowność sprzedaży;
- więcej inwestują w przeliczeniu na 1 pracownika.

Potencjalnymi **korzyściami pracowników** MSP, które wdrażają projekty z obszaru relacji pracowniczych CSR, są m.in.:

- wysoka kultura i bezpieczeństwo pracy;
- stały rozwój zawodowy dzięki dostępności szkoleń;
- wysoka jakość udogodnień socjalnych.

Potencjalne **korzyści środowiskowe** są następujące:

- postępowanie MSP zgodnie z najlepszymi praktykami;
- racjonalne gospodarowanie zasobami naturalnymi i odpadami;
- zaangażowanie partnerów biznesowych w ramach łańcucha dostaw;
- popularyzowanie idei proekologicznych.

Potencjalne **korzyści otoczenia społecznego** to m.in.:

- ograniczenie negatywnego wpływu przedsiębiorstw na środowisko;
- realizacja celów społecznych nie do osiągnięcia bez wsparcia ze strony biznesu.

Zdaniem polskich przedsiębiorców

W grudniu 2011 r., na zlecenie PARP, zostało przeprowadzone największe i najbardziej kompleksowe badanie w Polsce dotyczące stanu wdrażania społecznej odpowiedzialności biznesu. Wyniki tego badania pokazują m.in.:

60% badanych przedsiębiorców widzi korzyści z wdrożenia CSR dla funkcjonowania ich biznesu.

74% przedsiębiorców jest zdania, że największa korzyść ze stosowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu to **poprawa wizerunku firmy**.

Zdaniem 45% polskich firm stosowanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu spowodowało **podniesienie poziomu przychodów**, a 21% przedsiębiorców zaobserwowało **dotychczasowe oszczędności**.

18% badanych firm uważa, że wdrożenie norm CSR pomogło im w **ustabilizowaniu sytuacji firmy i osiągnięciu przewidywalności biznesowej**.

O projekcie PARP „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”

Komponent I: Budowa kompetencji przedstawicieli MSP w zakresie CSR poprzez organizację bezpłatnych **spotkań informacyjnych**, których przedmiotem będzie m.in. przedstawienie koncepcji CSR, korzyści dla przedsiębiorców, przykładów działań, źródeł finansowania.

Spotkania informacyjne odbywać się będą w **Maju-Czerwcu 2012 r.** we wszystkich miastach wojewódzkich.

Szczegółowy program oraz harmonogram spotkań, a także formularz zgłoszeniowy dostępny jest pod adresem: www.csr.parp.gov.pl

Komponent II: Wdrożenie CSR poprzez dofinansowanie realizacji projektów MSP

DOFINANSOWANIE dla: przedsiębiorstw należących do sektora MSP

DOFINANSOWANIE na: usługi i inwestycje związane z wdrożeniem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w obszarze środowiska naturalnego, relacji z personelem przedsiębiorstwa lub zaangażowania społecznego.

DOFINANSOWANIE do 100 000 PLN jako pomoc de minimis.

Ogłoszenie I naboru wniosków o udzielenie wsparcia planowane jest na przełom **III i IV kwartału 2012 r.**

Komponent III: Upowszechnienie dobrych praktyk i rezultatów projektów MSP zrealizowanych w ramach Komponentu II polega na dokonaniu ewaluacji projektów MSP, wyborze dobrych praktyk CSR i ich upowszechnieniu m.in. w formie publikacji.