

# Akademia Młodego Ekonomisty



## Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Bogusława Niewęłowska

**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach**

24 października 2011 r.

Organizatorzy



Partner gospodarczy



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERITY.PL

## ***Odpowiedzialność to:***

- zajmowanie się osobą lub rzeczą,
- przyznanie się do winy,
- odpowiadanie za własne postępowanie
- odpowiedzialność karna

(Definicja – Słownik Języka Polskiego)

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERITY.PL

## Poziomy społecznej odpowiedzialności

- Indywidualny – odpowiedzialna jednostka
- Przedsiębiorstwa – odpowiedzialna organizacja
- Biznesu jako całości – odpowiedzialny biznes, gospodarka

## Spółeczna odpowiedzialność według specjalistów zarządzania i ekonomistów

- **Milton Friedman** uważa, że odpowiedzialność firmy to odpowiedzialność wobec prawa i korzyści udziałowców. Jego zdaniem przedsiębiorstwo nie powinno angażować się w działania, które mogą ograniczyć realizowanie jego misji.
- **Peter Drucker** w swoim rozumieniu społecznej odpowiedzialności zaznacza, że firmy muszą wziąć odpowiedzialność za swój wpływ na pracowników, środowisko, klientów oraz na wszystko, z czym mają kontakt.

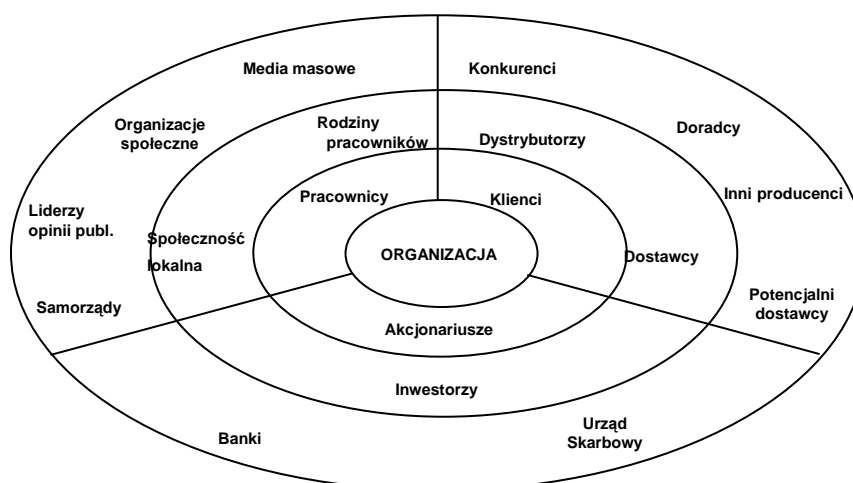
## Interesariusze

To każda dająca się określić grupa lub jednostka, która może wpływać lub jest pod wpływem działania przedsiębiorstwa za pośrednictwem jego produktów, strategii i procesów wytwórczych.

AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERITY.PL

## Mapa interesariuszy (teoretyczna, przykładowa)



AKADEMIA MŁODEGO EKONOMISTY

WWW.GIMVERITY.PL

## Společną odpowiedzialność przedsiębiorstw (CSR)

można określić jako zasadę „3P”, od angielskiego „People–Planet–Profit”: Ludzie–Planeta–Zysk.

Podstawowym założeniem CSR jest bardziej odpowiedzialne i etyczne postępowanie biznesu względem **wszystkich grup społecznych**, na które oddziałuje poprzez swoją działalność, z możliwie największym poszanowaniem środowiska naturalnego.

## Zrównoważony rozwój

to rozwój, który zaspokaja potrzeby obecne, nie zagrażając możliwościom zaspokojenia potrzeb przyszłych pokoleń.

Opiera się na dwóch podstawowych pojęciach:

- **pojęciu "potrzeb"**, w szczególności podstawowych potrzeb najbiedniejszych na świecie, którym należy nadać najwyższy priorytet;
- **pojęciu ograniczeń**, narzuconych zdolności środowiska do zaspokojenia potrzeb obecnych i przyszłych przez stan techniki i organizacji społecznej."

## Zrównoważony rozwój oznacza, że ...

### wzrost gospodarczy prowadzi do:

- zwiększania spójności społecznej
- zmniejszania rozwarstwienia społecznego,
- wyrównywania szans,
- przeciwdziałania marginalizacji i dyskryminacji
- ograniczanie szkodliwego wpływu produkcji i konsumpcji na stan środowiska i ochronę zasobów przyrodniczych.

## Planowane postarzenie produktów

**Planned obsolescence** czyli planowane postarzenie produktów to celowe projektowanie produktów w taki sposób, by po krótkim czasie użytkowania nadawały się do wymiany na nowszy model.

Według szacunków ONZ w 2008 r. na świecie zakończyło pracę ...komputerów i ...telefonów komórkowych

200 mln komputerów i 550 mln telefonów komórkowych

## Planowane postarzenie produktów

„bo do wyprodukowania każdego urządzenia potrzebne są energia, metale kolorowe, stal, wiele surowców, często nieodnawialnych, a łądujących szybko na śmietniku. Musimy skończyć z gospodarką: wydobądź surowce, przetwórz, sprzedaj, użyj, wyrzuć”

(prof. Andrzej Kraszewski „Gazeta Wyborcza”, 26 lipca 2011 r.),

## Współczesna definicja Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest definiowana w Zielonej Księdze Komisji Europejskiej z 18 lipca 2001 r. jako **„koncepcja, według której przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi interesariuszami”**. Społeczna odpowiedzialność biznesu to proces, poprzez który przedsiębiorstwa zarządzają relacjami z **interesariuszami** (ang. stakeholders).

## Relacje z otoczeniem

Budowanie poprawnych relacji z otoczeniem odgrywać powinno kluczową rolę w prowadzeniu działalności gospodarczej,

a podejmowane przez przedsiębiorców działania i wdrażane praktyki muszą wybiegać poza obowiązki nałożone przez prawo.

## Jak budować relacje z otoczeniem?

- Udział firm w kampaniach społecznych.
- Zaangażowanie firm w rozwiązywanie problemów dzieci i młodzieży.
- Dostarczanie rozrywki.
- Kampanie edukacyjne.
- Pomoc bezrobotnym, absolwentom szkół.
- Budowanie więzi ze społecznością lokalną.
- Wspieranie rozwoju kultury.
- Promocja zdrowia i zdrowego trybu życia.
- Działalność charytatywna, filantropijna.
- Wolontariat pracowniczy.

## Relacje z pracownikami

- poprawa warunków pracy
- aktywne prowadzenie polityki równouprawnienia
- dodatkowe szkolenia
- posiadanie i przestrzeganie kodeksów etycznych
- dodatkowe zabezpieczenia socjalne i zdrowotne
- sprawiedliwa i znana pracownikom polityka wynagradzania
- dodatkowe działania wypracowane wspólnie z pracownikami na drodze dialogu z pracodawcą.

## Warsztat

# Event CSR