



Słowa-klucze do wykładu „Przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne”

Dr hab. Dorota Teneta-Skwiercz

Wrocław, dnia 11 kwietnia 2016 r.

Przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne to przedsiębiorstwo, które dobrowolnie uwzględnia cele społeczne i kwestie ochrony środowiska naturalnego w prowadzonej działalności biznesowej oraz relacjach z interesariuszami. Aktywność ta wykraczać powinna poza zobowiązania wynikające z powszechnie przyjętych norm prawnych.

Interesariusze przedsiębiorstwa to grupy bądź osoby zainteresowane działalnością przedsiębiorstwa i wysuwające wobec niego żądania. Obejmują zarówno podmioty dostarczające przedsiębiorstwu zasobów, jak i uzależnione od zasobów tej firmy, podmioty ponoszące ryzyko, a także wpływające na poziom tego ryzyka.

- 1) **Interesariusze wewnętrzni** – pochodzący z wewnątrz firmy (pracownicy, menedżerowie, właściciele)
- 2) **Interesariusze zewnętrzni** – znajdujący się poza granicami firmy (klienci, konkurencja, dostawcy, organy władzy, NGO, społeczność lokalna, banki, inwestorzy, opinia publiczna itd.)

Główne obszary społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa to: rynek (klienci, dostawcy, partnerzy biznesowi, konkurencja), pracownicy, społeczność lokalna, środowisko naturalne.

Ekologizacja procesów produkcji, tj. ogół działań związanych ściśle z produkcją, których głównym celem jest poprawa parametrów środowiskowych danej firmy.

Wybrane **narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu**: kampanie społeczne, marketing zaangażowany społecznie (*cause related marketing*), wolontariat pracowniczy.

Kampanie społeczne - służą wywołaniu pożądanych postaw i zachowań, poprzez namawianie do prospołecznych zachowań (np. pomaganie potrzebującym: niepełnosprawnym, ofiarom kataklizmów,

osobom chorym lub bezdomnym) bądź zaniechania zachowań niepożądanych (np. nałogowe palenie papierosów, nieostrożna jazda samochodem czy przemoc w rodzinie).

Marketing zaangażowany społecznie (*cause related marketing*) - angażowanie klientów firmy w dofinansowywanie określonych organizacji pozarządowych poprzez zakupy produktów danej firmy uczestniczącej w kampanii.

Wolontariat pracowniczy - angażowanie się pracowników firmy w działalność na rzecz społeczności lokalnych czy organizacji pozarządowych. Firma ułatwia pracownikom takie zaangażowanie, np. poprzez delegowanie pracownika do pracy w charakterze wolontariusza w czasie jego godzin pracy (np. w wymiarze jednego dnia pracy miesięcznie), pomoc rzeczową bądź finansową oraz wsparcie logistyczne.