

CSR jako sposób zarządzania firmą

Od kilku lat możemy obserwować wzrost zaangażowania przedsiębiorstw w działania prospołeczne i proekologiczne. Coraz więcej firm, m.in. z branży spożywczej, podejmuje działania z zakresu CSR – udziela się społecznie, wspiera lokalne inicjatywy, bierze udział w akcjach charytatywnych, organizuje kampanie i programy edukacyjne.

Aktywności tego typu pozwalają przedsiębiorstwom budować pozytywne relacje ze środowiskiem lokalnym, przyczyniają się do wzrostu zainteresowania ze strony otoczenia oraz budują ich korzystny wizerunek. Pomimo, że z roku na rok rośnie lista przedsiębiorstw deklarujących stosowanie „dobrych praktyk” w biznesie, okazuje się, że wciąż niewiele polskich firm rozumie istotę i znaczenie społecznej odpowiedzialności.

W literaturze fachowej odnajdziemy kilka różnych definicji CSR. Według Światowej Rady Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBSCD) społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw to „ciągłe zobowiązanie biznesu do etycznego zachowania oraz przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego poprzez poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako całości”. Mówiąc najogólniej CSR to sposób zarządzania firmą, którego celem jest osiągnięcie równowagi pomiędzy jej efektywnością i zyskami a interesem społecznym. Nie należy zatem utożsamiać CSR-u z działalnością filantropijną, ani charytatywną firmy. CSR nie jest także narzędziem do budowania pozytywnych relacji z otoczeniem oraz promocji firmy. Społeczna odpowiedzialność biznesu to przemysłowa, oparta na dialogu, długofalowa strategia działania, która w dłuższej perspektywie czasu pozwala przedsiębiorstwu osiągnąć lepsze efekty biznesowe

i szeroko rozumiane zyski – zarówno finansowe, jak i wizerunkowe.

Obszary CSR

Działania z zakresu CSR powinny uwzględniać zarówno wewnętrzne potrzeby firmy, jak i zewnętrzne potrzeby otoczenia. Chcąc postępować odpowiedzialnie przedsiębiorstwo powinno w taki sposób regulować swoje działania, aby oprócz zysków ekonomicznych, kreować korzyści dla wszystkich swoich interesariuszy – pracowników, konsumentów, kontrahentów oraz środowiska naturalnego. Możemy wyróżnić 4 główne obszary CSR. Są to: miejsce pracy, społeczeństwo, rynek oraz środowisko naturalne. W zależności od możliwości oraz aktualnych potrzeb, firmy mogą decydować, na jakie kwestie położyć w danym momencie szczególny nacisk. Działania społecznie odpowiedzialne mogą mieć na celu polepszenie warunków pracy oraz rozwój kwalifikacji zawodowych pracowników, edukację rynku, mogą być także nakierowane na ochronę środowiska naturalnego bądź wspierać lokalne społeczności.

Należy wyraźnie podkreślić, że prowadzenie biznesu odpowiedzialnego społecznie nie leży jedynie w gestii dużych korporacji, ale także małych przedsiębiorstw. Każda firma, niezależnie od wielkości, może przyczynić się do zrównoważonego rozwoju społecznego. Dla przykładu odpowiedzialne przedsiębiorstwo z sektora mleczarskiego będzie

starło się podnosić kulturę rolną swoich dostawców mleka oraz standardy jakości produkcji, wprowadzać rozwiązania mające na celu ochronę środowiska naturalnego oraz oszczędzanie wody, a także wspierać instytucje lokalne, np. poprzez dostarczanie produktów lub sponsoring.

Narzędzia CSR

Możemy wyróżnić szereg narzędzi stosowanych w zarządzaniu społeczną odpowiedzialnością biznesu. Do najważniejszych należy zaliczyć:

- Inwestowanie w rozwój pracowników (m.in. umożliwianie im udziału w szkoleniach, dofinansowanie do studiów, kursów oraz zajęć artystyczno-sportowych).
- Działania na rzecz wyrównywania szans (wprowadzanie elastycznych form zatrudnienia, angażowanie osób po 45 roku życia oraz osób niepełnosprawnych).
- Realizację programów wolontariatu pracowniczego (umożliwianie oraz ułatwianie pracownikom bezpłatnej pracy na rzecz potrzebujących).
- Wspieranie społeczności lokalnych, instytucji oraz osób.
- Inwestowanie w ekologię (wprowadzanie rozwiązań mających na celu poprawę stanu środowiska, realizacja programów proekologicznych).
- Realizację programów edukacyjnych i społecznych.
- Wspieranie organizacji pozarządowych.

Decydując się na wdrożenie konkretnych rozwiązań, należy przede wszystkim pamiętać, że społeczna odpowiedzialność biznesu wymaga integracji działań prospołecznych i proekologicznych firmy z jej głównym

obszarem działalności gospodarczej. Realizując poszczególne działania z zakresu CSR firma powinna jednocześnie realizować swoje cele ekonomiczne.

Działania z zakresu CSR firm z branży mleczarskiej

Idea społecznej odpowiedzialności biznesu zyskuje coraz więcej zwolenników również w branży mleczarskiej. Świadczą o tym chociażby działania podjęte na rzecz popularyzacji mleka oraz napojów mlecznych. Doskonałym przykładem programów z zakresu CSR jest organizowana na zlecenie Krajowego Związku Spółdzielni Mleczarskich przy współpracy z Agencją Rynku Rolnego ogólnopolska akcja edukacyjno-informacyjna „Stawiam na mleko”. Jej celem jest uświadomienie Polakom, jak wielką rolę w codziennej diecie, szczególnie najmłodszych, odgrywa mleko. Warto wspomnieć także o licznych działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju prowadzonych przez poszczególnych producentów nabiału.

Coraz więcej firm wspiera lokalne szkoły, drużyny sportowe oraz szpitale, realizuje kampanie edukacyjne, współpracuje z fundacjami, wprowadza udogodnienia dla swoich pracowników, takie jak dodatkowa opieka zdrowotna, przewóz autokarowy czy bezpłatne zajęcia języków obcych. Wielu producentów wprowadza także w swoich firmach rozwiązania proekologiczne – oszczędza papier, wodę oraz energię elektryczną.

Wsparcie CSR ze środków unijnych

Obecnie na całym świecie toczy się dyskusja na temat roli i znaczenia CSR. W 2001 roku Komisja Europejska przedstawiła dokument znany jako „Green Paper on Corporate Social Responsibility”, który rozpoczął europejską

debatę na temat odpowiedzialności biznesu. Od tej pory CSR jest jedną z najistotniejszych kwestii w polityce gospodarczej wspólnoty. Komisja podkreśla strategiczne znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu jako kluczowego elementu przyczyniającego się do zrównoważonego rozwoju, dlatego bezpośrednio wspiera przedsiębiorstwa w zakresie CSR. Firmy odpowiedzialne społecznie mogą ubiegać się o szereg dotacji z funduszy europejskich. Unia Europejska przewiduje środki, m.in. na szkolenia, studia podyplomowe dla przedsiębiorców i ich pracowników, realizację programów wyrównujących szanse, przedsięwzięcia nieinwestycyjne związane z wprowadzeniem systemu zarządzania środowiskowego oraz uzyskaniem certyfikowanych oznakowań ekologicznych dla produktów, a także na inwestycje w obszarze opracowania, a następnie wdrożenia innowacyjnych, przyjaznych dla środowiska technologii.

Korzyści dla biznesu

Niełatwo jest mierzyć wpływ oraz efekty inwestycji społecznych na funkcjonowanie firmy. Eksperti podkreślają jednak, że działania CSR przekładają się w dłuższej perspektywie na wzrost wartości przedsiębiorstwa. Dla przykładu działania w zakresie ochrony środowiska pozwalają obniżyć koszty działalności operacyjnej, wspieranie i rozwój pracowników owocuje wzrostem lojalności oraz motywacji do pracy. Firmy odpowiedzialne społecznie budują przejrzystą, opartą na wysokich standardach kulturę organizacyjną, zdobywają zaufanie i aprobatę społeczności oraz władz lokalnych, zyskują lojalność klientów oraz większe zainteresowanie ze strony inwestorów.

Aleksandra Siedlikowska
Effective Public Relations

Wkrótce nabór wniosków na dopłaty do przetwórstwa

Mleczarnie, zakłady mięsne i owocowo-warzywne będą mogły ubiegać się o pieniądze na inwestycje. W najbliższych dniach ogłoszony będzie kolejny nabór wniosków na dofinansowanie firm przetwórczych. Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa chce przeznaczyć na ten cel około miliarda zł – poinformował minister rolnictwa Marek Sawicki. Dofinansowanie można wykorzystać m.in. na budowę budynków, zakup maszyn, środków transportu. Prawdopodobnie dokumenty będzie można składać w oddziałach terenowych ARiMR, a nie jak dotychczas tylko w centrali Agencji. W najbliższym naborze będą obowiązywały takie same zasady ubiegania się o dofinansowanie, jak przy poprzednim, odbywającym się pod koniec 2009 r. – Pierwszeństwo w złożeniu wniosków będą miały grupy producenckie – powiedział minister. Po dwóch tygodniach od uruchomienia pomocy Agencja będzie przyjmować wnioski również od innych zainteresowanych. Agencja może dopłacić do inwestycji od 25 do 50% poniesionych przez przedsiębiorcę tzw. kosztów kwalifikowanych. Na największe dopłaty mogą liczyć mikroprzedsiębiorstwa i małe firmy, które działają jako grupy producenckie. Maksymalna kwota pomocy nie może przekroczyć 20 mln zł dla jednego beneficjenta, a minimalne wsparcie to 100 tys. zł. Sawicki poinformował, że ministerstwo czeka na decyzję Komisji Europejskiej w sprawie zatwierdzenia zmian w Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Chodzi o takie działania, jak modernizacja gospodarstw rolnych, dofinansowanie nowych miejsc pracy poza rolnictwem.

(za Bankier.pl)