

TRENDY CSR

2013

TREND
1

Rosnące znaczenie raportowania społecznego

TREND
2

Biznes i prawa człowieka – wyzwanie dla państw i firm

TREND
3

Zrównoważony łańcuch dostaw – nowy rozdział

TREND
4

Zrównoważone miasta – wyzwaniem dla biznesu?

TREND
5

Ekologia przyszłości – mniej i oszczędniej

TREND
6

Nacisk na mierzenie – zarządzać to mierzyć

TREND
7

Strategie wiodące ku przyszłości

Trendy CSR, czyli co widzimy wokół siebie

Firmy coraz częściej rozumieją, że być odpowiedzialnym, to znaczy odpowiadać na potrzeby społeczne, ekonomiczne i ekologiczne miejsca, w którym przyszło im funkcjonować. Już nie wystarczy „dobrze robić biznes” – zmieniająca się rzeczywistość i jednocześnie rosnące oczekiwania różnych grup interesariuszy, wymagają od firm nieustannego reagowania i wprowadzania różnego rodzaju innowacji z zakresu społecznej odpowiedzialności.

Mimo, iż nie należymy do światowej czołówki, mamy w Polsce spory „rynek” przedsiębiorstw zainteresowanych praktycznym stosowaniem zasad społecznej odpowiedzialności. Wśród nich są takie, które stopniem zaawansowania i rozumienia otoczenia wyprzedzają większość krajowych firm – to właśnie do nich zwróciliśmy się o opinie i komentarze w sprawie trendów i to z nimi skonfrontowaliśmy nasze prognozy. Przedstawione w tym krótkim artykule trendy CSR to dostrzeżone przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu pewne wycinki rzeczywistości społecznej i biznesowej. Opisujemy je tutaj, opatrując komentarzami ekspertów i ekspertek CSR z różnych środowisk będących liderami społecznej odpowiedzialności.

Zapraszamy do dyskusji



Mirella Panek-Owsiańska

Prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Bazując na danych, jakie zebraliśmy z własnej analizy, ankiet oraz rozmów z menedżerami i menedżerkami CSR udało nam się wytypować kilka trendów, które w najbliższym czasie mogą mieć znaczenie z punktu widzenia rozwoju CSR w Polsce.

Za kilka miesięcy sprawdzimy, na ile trafne okazały się nasze przewidywania.

„Trendy CSR” to publikacja, którą chcielibyśmy uczynić cykliczną, a z Państwa pomocą stale ją udoskonalać. Mamy nadzieję, że w tej analizie znajdą Państwo inspiracje, cenne informacje i motywację do refleksji.

Punkt wyjścia: najważniejsze trendy społeczno-ekonomiczne

W celu lepszego zrozumienia otoczenia, w jakim działają przedsiębiorstwa w Polsce opracowaliśmy listę kilkunastu ważnych w ostatnim czasie zjawisk społeczno-ekonomicznych, z których ankietowani przez nas przedstawiciele firm różnej wielkości, uznawanych za liderów CSR w Polsce, wskazali ich zdaniem najważniejsze. Te zjawiska mają, w ich opinii, realny wpływ na to, w jaki sposób kształtowana jest polityka firmy, w tym ta dotycząca CSR.

Cztery najważniejszy trendy, które wytoniły się z tej analizy to (w kolejności ważności):

- 1. Kryzys gospodarczy** – dotyczący kolejne kraje na całym świecie. Przykłady Hiszpanii czy Cypru dają dużo do myślenia nie tylko przedstawicielom rządu, ale przede wszystkim przedsiębiorcom, którzy muszą aktywnie reagować na koniunkturę gospodarczą.
- 2. Pogłębiające się nierówności społeczne** – obserwujemy coraz większe rozwarstwienie społeczne, nie tylko w podziale na tzw. Polskę A i B. Nierówności społeczne są konsekwencją wycofywania się inwestorów, zamykania fabryk, a tym samym rosnącej stopy bezrobocia, która w Polsce nieustannie pozostaje dwucyfrowa.
- 3. Problemy ekologiczne** – których znaczenie narasta w obliczu rosnącej produkcji dóbr konsumpcyjnych i zmniejszających się zasobów naturalnych. Kwestia redukcji wpływu środowiskowego – to nieustannie ważny temat w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
- 4. Wzrost aktywności konsumentów** – a wraz z nią rosnąca (choć niestety nadal dosyć niska) świadomość konsumentów, wyposażonych w nowe narzędzia wpływu społecznego – media społecznościowe. Konsument nie „nagradzają” jeszcze firm za odpowiedzialne postawy. Jednocześnie często nie odróżniają inicjatyw wartościowych od takich, które tylko „udają” zaangażowanie (np. *greenwashing*). Ta sytuacja powoli, ale jednak się zmienia, o czym świadczy czwarte miejsce na powyższej liście istotnych dla firm trendów społeczno-ekonomicznych.

Wpływ na politykę CSR przedsiębiorstw

Czy wskazane trendy społeczno-gospodarcze mają i będą miały wpływ na politykę CSR w firmach? Zdaniem naszych ekspertów i ekspertek, tak – zarówno pozytywny (głównie: nacisk na transparentność i innowacyjność działań CSR), jak negatywny (min. redukcja budżetów, większy sceptycyzm społeczny i rosnące oczekiwania różnych grup interesariuszy).

TREND SPOŁECZNO-GOSPODARZY	EFEKTY POZYTYWNE W KONTEKŚCIE CSR	EFEKTY NEGATYWNE W KONTEKŚCIE CSR
Kryzys gospodarczy	<ul style="list-style-type: none">wyeliminowanie nieefektywnych działań CSRwyeliminowanie tych firm, które CSR traktowały tylko wizerunkowo (cięcia w budżetach)kryzys skłoni firmy do poszukiwania „mądrych oszczędności” – być może przełoży się to na korzyści dla środowiskanacisk na innowacyjność	<ul style="list-style-type: none">zmniejszanie się budżetów na działania CSRwiększy sceptycyzm społeczny wobec działań CSRreakcje opinii publicznej na zwolnienia w firmach
Pogłębiające się nierówności społeczne	<ul style="list-style-type: none">firmy zwrócą większą uwagę na ten aspekt w swoich działaniach CSR – korzyści dla interesariuszynacisk na innowacyjność	<ul style="list-style-type: none">trudna sytuacja społeczna w otoczeniu firmwzrost oczekiwań wobec przedsiębiorstw wśród różnych grup interesariuszy
Problemy ekologiczne	<ul style="list-style-type: none">narastające problemy ekologiczne zmuszą firmy do bardziej konstruktywnego myślenia o kosztach zewnętrznych – jest szansa, że pojawi się więcej proekologicznych procesów i infrastrukturyeko-innowacje	<ul style="list-style-type: none">negatywne oddziaływanie na działalność firm: problemy spowodowane zmianami klimatu, pogorszenie się warunków życia otoczenia (negatywne skutki dla interesariuszy)
Wzrost aktywności konsumentów	<ul style="list-style-type: none">większa świadomość konsumentów wymusi większą przejrzystość działań przedsiębiorstw i bardziej odpowiedzialne praktykiinnowacje marketingowe	<ul style="list-style-type: none">wzrost presji na przedsiębiorstwa, aby podejmowały działania z zakresu CSR może doprowadzić do powstawania przedsięwzięć fasadowych



Rosnące znaczenie raportowania społecznego

Liczba raportów z roku na rok wzrasta. Do tej pory w Polsce powstało około 100 raportów społecznych, choć nadal tylko ułamek polskich firm raportuje w porównaniu z krajami zachodnimi, gdzie raporty społeczne wydaje nawet do 80% największych firm.

Raporty są elementem ważnego procesu, w ramach którego firmy mogą usystematyzować swoje podejście do CSR. Są także elementem dialogu z interesariuszami, dlatego coraz więcej firm rezygnuje z wersji książkowych i przygotowuje raporty w wersjach interaktywnych (pojawiają się także audiobooki), w których bardzo łatwo jest wyszukać interesujące dane, bez konieczności studiowania całego dokumentu. Elementem raportu mogą być także wypowiedzi różnych interesariuszy, co znacznie wpływa na wiarygodność przedstawianych działań.

W myśl normy ISO 26000, wagę raportowania zaczynają dostrzegać również organizacje III sektora (Forum Odpowiedzialnego Biznesu latem opublikuje pierwszy w Polsce raport społeczny organizacji pozarządowej), uczelnie czy też miasta (już dziś np. władze lokalne niektórych niemieckich miast przygotowują bardzo zaawansowane raporty społeczne). W Polsce nadal jednak brakuje zainteresowania tematem raportów ze strony analityków i inwestorów – wiedza na temat tego, jak raporty czytać, jakie dane w nich zawarte monitorować i jak w ogóle odnieść się do kwestii pozafinansowych jest niewielka. Przewidujemy, że mimo tych trudności **zainteresowanie raportowaniem społecznym w Polsce będzie wzrastać**, m.in. ze względu na standardy, których wymagają zagraniczni (a także polscy) kontrahenci.

Kierunki rozwoju raportowania społecznego



Marcin Grzybek

Koordynator Projektów Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Analizując sytuację, w jakiej znajduje się raportowanie społeczne wyróżnić możemy trzy kamienie milowe. Zagadnienie to przechodzi drogę od „dobrze byłoby mieć, bo niewiele firm się na to decyduje” (aktualnie mamy taką sytuację w Polsce), poprzez „należy to mieć, wszyscy nasi konkurenci publikują raporty społeczne” (tak jest np. w Wielkiej Brytanii, gdzie raportowanie społeczne stało się to już standardem), po „musimy to robić, bo takie jest prawo” (takiej sytuacji możemy spodziewać się po ostatniej propozycji Komisji Europejskiej). Te firmy, które szybciej zdecydują się na tworzenie raportów społecznych, będą lepiej przygotowane do etapów, na których staje się to najpierw standardem rynkowym, a później obowiązującym prawem.

Raportowanie społeczne dynamicznie się rozwija i zmienia. Uwagę należy zwrócić na dwie kwestie:

Tworzenie raportów przyjaznych inwestorom. Firmy powinny starać się ująć raportowane dane w formę, do której przyzwyczajeni są analitycy, jednym z pomysłów jest tutaj raportowanie kwartalne, zamiast rocznego. Konieczne jest też oczywiście zainteresowanie drugiej strony, inwestorzy powinni zacząć baczniej przyglądać się raportom społecznym, docenić wagę tego typu danych dla oceny całościowej kondycji przedsiębiorstwa i jego potencjału rozwojowego.

Firmy, dla których zrównoważony rozwój jest strategią prowadzenia biznesu, decydują się na **tworzenie raportów zintegrowanych**, łączących analizę finansową i tę związaną ze społeczną odpowiedzialnością. Patrząc na tempo, w jakim upowszechniła się praktyka przygotowywania raportów społecznych, prawdopodobne jest, że za kilka, może kilkanaście lat, ścieżkę opisaną powyżej odnieść będzie można właśnie do raportowania zintegrowanego. Pomóc w tym mogą wytyczne, nad którymi pracuje Międzynarodowa Rada Raportowania Zintegrowanego (The International Integrated Reporting Council – IIRC). W Polsce do tej pory tylko dwie firmy zdecydowały się na taki sposób raportowania.



Biznes i prawa człowieka – wyzwanie dla państw i firm

Prawa człowieka to kwestia, która większości wydawała się do tej pory tak podstawowa, iż niewarta zgłębiania. Jednocześnie, **choć prawie każdy o prawach człowieka słyszał, mało kto potrafi konkretnie je wymieni i opisać, a tym bardziej odnieść do biznesu.** Sześć lat pracy zespołu profesora Johna Ruggiego w ramach ONZ dowiodły, że temat jest jak najbardziej istotny z perspektywy biznesu i że te „podstawowe prawa człowieka” wcale nie są powszechnie przestrzegane. Fakt ten obrazuje na przykład katastrofa w stolicy Bangladeszu, Dhace, gdzie 24 kwietnia 2013 roku, w wyniku zawalenia fabryki odzieżowej zginęło ponad 1000 osób.

W czerwcu 2011 roku Rada Praw Człowieka ONZ przyjęła w związku tym ważny dokument dotyczący praw człowieka w kontekście **działalności gospodarczej – Wytyczne ONZ dotyczące Biznesu i Praw Człowieka**, które powstały w wyniku wyężonej pracy badawczej oraz szerokich konsultacji społecznych.

Nadal, co prawda, jest to dokument, który nie ma wiążącej mocy prawnej, jednocześnie jest to jednak duży krok w kierunku uregulowania tych kwestii. Z pewnością w najbliższym czasie wszystkie przedsiębiorstwa powinny zastanowić się, jak odpowiedzieć na te zagadnienia i jak monitorować kwestię praw człowieka w swoich działaniach. Także firmy w Polsce mogą nauczyć się jak wykonywać tzw. *due diligence* praw człowieka i jak praktycznie nadzorować to zagadnienie. O ile lata 2011 i 2012 były czasem omawiania Wytycznych, rok 2013 i 2014 będzie czasem ich wdrażania. Także na szczeblu władz krajowych zobowiązanych do przygotowania planów wdrażania Wytycznych.

Kwestia praw człowieka i biznesu szerzej została omówiona w Analizie Tematycznej FOB, opublikowanej na portalu odpowiedzialnybiznes.pl w maju 2013 roku.

Prawa człowieka – nasza wspólna sprawa



Dr Michael K. Addo

Członek Grupy Roboczej ONZ ds. Biznesu i Praw Człowieka

Przedsiębiorstwa mogą wywierać znaczący wpływ na prawa człowieka przysługujące pracownikom, konsumentom i społecznościom wszędzie tam, gdzie prowadzą swoją działalność. W 2011 r. Organizacja Narodów Zjednoczonych zatwierdziła wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka, które określają konkretne, wykonalne kroki, jakie muszą podjąć rządy i spółki, aby wypełnić swoje obowiązki w zakresie ochrony i poszanowania praw człowieka w kontekście działalności gospodarczej oraz usuwania naruszeń w tym zakresie.

Zgodnie z fundamentalną zasadą odpowiedzialności biznesu działalność gospodarcza nie powinna negatywnie oddziaływać na prawa człowieka. Oznacza to, że przedsiębiorstwa muszą w swojej działalności zapobiegać naruszeniom praw człowieka, łagodzić je i – w stosownych sytuacjach – usuwać, a także z własnej inicjatywy poddawać ocenie oddziaływanie swoich produktów, dostawców i relacji biznesowych. **Odpowiedzialność ta dotyczy wszystkich przedsiębiorstw, niezależnie od ich wielkości, branży czy miejsca działalności.**

Wypełnianie tego obowiązku należy rozpocząć od opracowania polityki, która uznaje prawa człowieka i obowiązek ich poszanowania przez firmę. W Wytycznych zaleca się, aby w oparciu o taką politykę przedsiębiorstwa przeprowadziły procedurę *due diligence* w zakresie praw człowieka w celu oceny swojego oddziaływania, podjęty kroki w kierunku jego ograniczenia i poinformowały o takich działaniach otoczenie.



Temat monitorowania kwestii etycznych w łańcuchu dostaw powraca za każdym razem, kiedy organizacja strażnicza bądź też mass media nagłośnia jakieś nadużycia (praca dzieci w fabrykach, pozyskiwanie surowców z plantacji na terenach lasów deszczowych, niskie płace outsourcowanych pracowników itd.). Wygląda na to, że nadal wiele jest do zrobienia na tym polu. Polscy audytorzy mówią „polskie firmy mają standardy, ale ich nie przestrzegają”, a konsumenci coraz częściej interesują się tym, w jaki sposób wytwarzane są produkty.

Co zrobić, jeśli nasz dostawca nie spełnia etycznych standardów? Do tej pory odpowiedź była prosta: zakończyć współpracę. Czy to jednak coś zmienia? Nieetyczna firma upadnie (pozbawiając zatrudnienia wiele osób) albo znajdzie nowego, mniej wymagającego klienta (i będzie działać dalej jak dotychczas). Czy nie lepiej zainwestować w edukację takiej firmy i pomóc jej wdrożyć odpowiednie standardy? W ten sposób zaczyna myśleć coraz więcej przedsiębiorstw, tworząc przejrzyste zasady współpracy z dostawcami. Dodatkowo w edukowaniu dostawców pomagają organizacje pozarządowe. Dla polskich firm ważnym impulsem są właśnie wymagania klientów dotyczące zasad działania – **coraz więcej firm oczekuje, że dostawcy usług i produktów będą spełniać określone społeczne i środowiskowe kryteria.**

Trendom i innowacjom w zarządzaniu zrównoważonym łańcuchem dostaw poświęcona jest Analiza Tematyczna FOB, która wkrótce się ukaże na naszym portalu.

Od wykluczenia do edukacji



Natalia Ćwik

Ekspertka Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Go Responsible Consulting

W ostatnim czasie zauważyć można wyraźną zmianę w podejściu firm do relacji z dostawcami: **od modelu wykluczającego wszystkich niespełniających odpowiednich wymogów do modelu edukacyjnego.** Firma, której dostawca nie spełnia wszystkich kryteriów wynikających z zasad zrównoważonego rozwoju czy etyki, zamiast tracić kontrakt czy możliwość nawiązania współpracy, coraz częściej liczyć może na partnerskie podejście i wsparcie we wdrożeniu takich standardów. Duże firmy inwestują w rozwój mniejszych, które z czasem stają się ich lojalnymi, długofalowymi dostawcami. Takie podejście nie tylko gwarantuje bardziej stabilne dostawy (co w trudnych czasach jest niezwykle ważne), ale też pozwala tworzyć modele biznesowe trudne do skopiowania dla konkurencji. Coraz ważniejszym partnerem w tworzeniu takich przedsięwzięć stają się organizacje pozarządowe (szczególnie w kontekście krajów rozwijających się, gdzie wiele dużych firm ma swoich dostawców), które monitorują kwestie przestrzegania praw człowieka.

Firma odpowiedzialna społecznie, to taka, która odpowiada za swój wpływ na otoczenie. Obecnie wpływ ten rozumiany jest bardzo szeroko - monitoruje i mierzy się go w całym łańcuchu dostaw (w jego części górnej i dolnej). Dlatego, decyzję o tym, jakie działania podjąć w stosunku do dostawców, powinno poprzedzić **dokładne badanie wpływu.** Ewentualne działania powinny bowiem dotyczyć tych sfer, gdzie ten wpływ jest największy. W przypadku firm logistycznych na pewno warto zweryfikować kwestie środowiskowe i społeczne - można to zrobić dzięki coraz bardziej zaawansowanym narzędziom pozwalającym mierzyć np. ślad węglowy (ilość gazów cieplarnianych produkowanych w całym łańcuchu). Firma odpowiedzialna musi jednocześnie pozostać firmą dochodową, dlatego nie należy zapominać o sferze ekonomicznej - szukać innowacyjnych rozwiązań, które są nie tylko dobre dla społeczeństwa i środowiska, ale też efektywne, pozwalające na redukcję kosztów lub wzmocnienie pozycji konkurencyjnej. Na szczęście mamy już bardzo wiele przykładów dobrych praktyk w tym obszarze.



Według danych Europejskiej Agencji Środowiska do 2020 roku 80% mieszkańców Unii Europejskiej będzie mieszkało na terenach miejskich, a trend migracji do miast nasili się w przyszłości. Postępujące procesy urbanizacyjne są wynikiem nie tylko wzrastającego zaludnienia obszarów miejskich, lecz są odzwierciedleniem zmieniającego się stylu życia i wzorców konsumpcyjnych. Budownictwo, przemysł, transport turystyka – potrzebują coraz większych obszarów do zagospodarowania.

Patrząc z tej perspektywy, miasta są w ogromnym stopniu odpowiedzialne za zanieczyszczenia i odpady. W miastach siedziby mają i prowadzą działania liczne przedsiębiorstwa. Tocząca się od wielu lat dyskusja o zrównoważonym rozwoju miast nasila się, a włączony do niej zostaje również biznes. W Polsce widoczny jest już trend zrównoważonego budownictwa – nowo powstające biurowce projektowane są w taki sposób, aby spełniały wysokie standardy środowiskowe.

Trend zrównoważonych miast to dla biznesu również ogromne pole do innowacji – inteligentne instalacje, ekologiczna infrastruktura, efektywne systemy segregacji odpadów, czy też rozwiązania służące ograniczeniu transportu mechanicznego – wszystkie te tematy powinny znaleźć się na liście aspektów do przemyślenia w agendach menedżerów w kolejnych latach.

Trend ten dostrzeżony został przez międzynarodową organizację CSR Europe, której FOB jest członkiem. We wrześniu 2013 roku ruszy kampania poświęcona zrównoważonym miastom.

Ku zrównoważonej urbanistyce



Agata Gruszecka-Tieśluk

Menadżerka ds. zarządzania wiedzą, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Zwiększająca się z roku na rok liczba mieszkańców miast skłania ku zwróceniu większej uwagi na tzw. **zrównoważoną urbanistykę**, której celem jest zmiana miast w przestrzenie bardziej przyjazne lokalnej społeczności oraz środowisku, jednocześnie czyniąca miasto bardziej konkurencyjnym na arenie krajowej i międzynarodowej. Pod pojęciem zrównoważonej urbanistyki kryje się wiele aspektów, między innymi zrównoważony transport ukierunkowany na promocję transportu publicznego oraz rowerów. Ciekawe rozwiązania oferuje także zrównoważone budownictwo, w którym bierze się pod uwagę takie kwestie jak: wykorzystanie materiałów budowlanych bazujących na odnawialnych materiałach (np. bambus, kamień, metale z odzysku), zwiększenie efektywności wykorzystania energii (np. poprzez montaż okien o wysokiej efektywności termicznej, montaż solarów słonecznych itp.), ograniczenie zużycia wody (deszczówka lub woda pochodząca z pralek i zmywarek po oczyszczeniu może zostać wykorzystana do nawadniania terenów zielonych).

Zarządzanie miastem z uwzględnieniem perspektywy zrównoważonego rozwoju **wymaga zaangażowania wielu grup w proces współtworzenia miasta**. Mieszkańcy zapraszani są na referenda lokalne, konsultacje społeczne (w myśl zasady: „Nic o nas, bez nas”), promowane są także inicjatywy oddolne (w Sopocie na przykład część budżetu miasta zaplanowana jest jako „budżet obywatelski”). Przedsiębiorcy i inwestorzy powinni być włączani w proces tworzenia strategii rozwoju miasta. Zrównoważone miasta to bowiem doskonały impuls do wspierania innowacyjności lokalnych przedsiębiorców, także we współpracy z ośrodkami naukowymi i badawczymi. Punktem wyjścia w kierunku miast zrównoważonych powinny być także tzw. „inteligentne specjalizacje”, polegające na wypracowaniu strategii rozwoju miast na podstawie wyboru określonych priorytetów. Priorytety te uwzględniają mocne strony miasta, w tym potencjał inwestycyjny oraz czynniki endogeniczne, czyli kapitał społeczny, kulturowy oraz geograficzny miasta.

Ciekawym przykładem wprowadzania w życie koncepcji miasta zrównoważonego jest budowane obecnie chińskie miasto Caofeidian (około 200 km od Pekinu), którego 95 % potrzeb energetycznych będzie zaspokajanych ze źródeł energii odnawialnej. Cel ma być osiągnięty między innymi dzięki skoordynowaniu rozwiązań w zakresie komunikacji i gospodarki odpadami stałymi, budownictwa, transportu publicznego. Milionowe miasto Caofeidian ma być docelowo nie tylko w pełni ekologicznie, ale również zdecydowanie tańsze w utrzymaniu, dzięki skutecznej gospodarce posiadanymi surowcami.



Ekologia przyszłości – mniej i oszczędniej

Nie wszystko złote, co się świeci – nie wszystko ekologiczne, co zielone. Biznes wciąż się tego uczy, a i wiedza na temat ochrony środowiska wymaga nieustannego uzupełniania. To, co kiedyś wydawało się mu przyjazne, dziś zaczyna wzbudzać niemałe kontrowersje (np. farmy wiatrowe). Jednocześnie, **postępujące zmiany klimatyczne i zanieczyszczenie środowiska nie pozostawiają nikomu wyboru „być czy nie być eko”**. Kwestie środowiskowe są i będą w coraz większym stopniu elementem obowiązujących regulacji, czy dotyczy to recyklingu, emisji CO₂ czy innych gazów cieplarnianych.

Wykorzystując nowoczesne technologie firmy starają się coraz efektywniej redukować negatywny wpływ na środowisko, dla przykładu w Polsce już powstają fabryki zasilane z odnawialnych źródeł energii, a odpady w 90% poddawane są procesowi recyklingu materiałowego.

Ekologia przyszłości czy teraźniejszości?



Przemysław Oczyp

Koordynator Zrównoważonego Rozwoju CEMEX Polska

Ekologia i działania prośrodowiskowe zaczynają odgrywać coraz większe znaczenie w strategiach CSR firm i zaczynają dominować w dyskusjach i trendach na najbliższe lata. **Obecne problemy i wyzwania są impulsem do wprowadzania innowacji ze strony biznesu**, które konsumenci mogą przyjąć z otwartymi ramionami i do których ani rządu ani władz samorządowych nie będzie trzeba przekonywać.

Ekologia z mody i wymyślnego trendu, jak była postrzegana jeszcze kilka lat temu, staje się codziennym nawykiem i koniecznością. Wpływ na to mają zarówno pozytywne czynniki, jak wzrost świadomości konsumentów oraz negatywne, jak zanieczyszczenie powietrza i środowiska. Nowa „ustawa śmieciowa”, przyczyni się do wzrostu poziomu segregacji odpadów. Gminy skłonią do segregacji odpadów mieszkańców prośbą (oferując pomoc w postaci edukacji, pojemników do segregacji i ulg) lub groźbą (przez podwyższenie opłat za wywóz odpadów). Na ekologiczną transformację mieszkańców mają wpływ również zagrożenia, które stają się realne, przykładem może być m.in. miasto Kraków. Mieszkańcy jednoczą się i organizują, domagając się skutecznych działań na rzecz poprawy jakości powietrza w Krakowie. Inicjują powstawanie oddolnych inicjatyw takich jak Krakowski Alarm Smogowy oraz petycji do władz miasta i regionu o podjęcie działań, są gotowi nawet na radykalne rozwiązania, jak np. zakaz palenia węgłem.

Podczas gdy rynek nieruchomości w Europie Środkowej rozwija się bardzo różnie i w większości panuje zastój oraz pomimo, że w kraju branża budowlana przeżywa recesję, Polska nadal przyciąga inwestorów. W ubiegłym roku oddano w Polsce pół miliona powierzchni biurowych, a wiele z nich coraz częściej posiadają ekologiczne certyfikaty LEED lub BREEAM. Inwestycje takie muszą spełniać najwyższe standardy techniczne i środowiskowe, a dynamiczny wzrost liczby budynków zarejestrowanych do certyfikacji w systemach LEED i BREEAM w Polsce, zwraca uwagę na arenie międzynarodowej. Wzrost liczby przedsiębiorstw oraz ludności w dużych miastach pociąga za sobą również szereg rozwiązań związanych z usprawnianiem transportu oraz innych pro środowiskowych rozwiązań technologicznych, które zmieniają miasta w bardziej zrównoważonym kierunku.



Nacisk na mierzenie – zarządzać to mierzyć

Nacisk na mierzenie przyszedł razem z upowszechnieniem badań ewaluacyjnych. Każdy projekt dofinansowany z publicznych pieniędzy powinien być badany pod kątem pięciu podstawowych kryteriów: efektywności, skuteczności, trafności, użyteczności oraz trwałości. Kryteria te stawiają pytania nie tylko o rezultaty twarde przedsięwzięć, lecz uwagę przekierowują także na sensowność podejmowanych działań, mierzoną między innymi trafnością zakładanych celów do potrzeb i oczekiwań beneficjentów (które powinny być z góry zdiagnozowane!) czy też efektywnością pod kątem wykorzystanych zasobów (ludzkich, finansowych, czasowych).

Z punktu widzenia działań firm podejmowanych w zakresie CSR, **najtrudniejszym jest przetożenie wartości niematerialnych na twarde wskaźniki efektywności**, które „przemawiają” do zarządów firm, akcjonariuszy, a także innych grup interesariuszy. Polskie firmy w większości pozostają w tej kwestii na podstawowym poziomie – ograniczając się do wyliczania tzw. „twardych efektów” działań, bez pogłębionej analizy dotyczącej tego, czy dane działanie powoduje konkretne zmiany w otoczeniu. Jednak **czasami**, kiedy efekty działań CSR mierzone jedynie wskaźnikami w rodzaju „liczba publikacji w prasie”, odchodzą w niepamięć. Nie wystarczy już pochwalić się gronem pracowników-wolontariuszy, trzeba próbować zmierzyć zmianę społeczną, jaka dzięki ich pracy się dokonała (lub nie). Mierzenie efektywności działań CSR wchodzi w nową erę, a firmy, które nie chcą zostać w tyle, powinny poświęcić tej kwestii szczególną uwagę w nadchodzących latach.

Dostrzegając potrzebę dyskusji o mierzeniu efektywności działań w zakresie CSR, Forum Odpowiedzialnego Biznesu z pomocą ekspertów, ekspertek i przedstawicieli Parterów Strategicznych opracowało publikację dotyczącą metod mierzenia efektywności działań CSR.

Pomiar efektywności działań CSR w praktyce



Małgorzata Walęzińska-Póttorak

Menadżer ds. zrównoważonego rozwoju Kompania Piwowarska SA

Kompania Piwowarska, będąca częścią Grupy SABMiller, od lat mierzy postępy swojej odpowiedzialności biznesowej. Ułatwia jej to specjalna **matryca oceny wyznaczonych obszarów zrównoważonego rozwoju SAM – Sustainability Assessment Matrix** - która daje możliwość sprawnego dokonywania pomiarów i monitorowania wyników w zakresie wybranych dziesięciu obszarów zrównoważonego rozwoju oraz porównania efektów swojej odpowiedzialności z browarami z całego świata. Obszary zrównoważonego rozwoju, które podlegają okresowej ocenie i monitoringowi są tożsame dla wszystkich browarów SABMiller zlokalizowanych na różnych kontynentach. Monitorowanie obszarów zrównoważonego rozwoju umożliwia nie tylko rozwój i możliwość porównania się, ale także wymianę tzw. dobrych praktyk czy skutecznych metod rozwiązywania różnych problemów produkcyjnych, społecznych czy środowiskowych na platformie międzynarodowej.

Dzięki innowacjom i inwestycjom, w dłuższym okresie czasu firma osiąga korzyści finansowe. Dobrym przykładem są między innymi innowacyjne i ekologiczne opakowania, kwestie dotyczące zmniejszania wagi opakowań, odzysk i recykling odpadów, wykorzystanie odnawialnych źródeł energii w postaci biogazu wytwarzanego na terenie zakładowej podczyszczalni ścieków. Zaraportowane w matrycy wskaźniki dotyczące obszarów zrównoważonego rozwoju (dane szacunkowe) w dużej części odnoszą się do międzynarodowego standardu GRI. Dzięki publikowaniu kolejnych raportów społecznych można w syntetycznej, zunifikowanej formie, zgodnej z międzynarodowymi standardami, podawać konkretne informacje. To z kolei pozwala śledzić postępy firmy na polu społecznej odpowiedzialności i rozliczać ją ze skuteczności podejmowanych działań nie tylko wewnętrznie – w ramach grupy – ale przede wszystkim zewnętrznie.



Strategie wiodące ku przyszłości

Wspólne działania często dają lepsze efekty niż działanie w pojedynkę. Jeżeli mamy przetrwać na tej planecie kolejne wieki, mimo kurczących się zasobów i rosnącego zanieczyszczenia, konieczne jest podjęcie kolektywnych starań. Rozumieją to międzynarodowe organizacje, które próbują (z mniejszym lub większym powodzeniem) zachęcić biznes do konstruktywnych działań. **Przejawem takich inicjatyw są różnego rodzaju deklaracje, strategie i porozumienia.** W Europie powstał z inicjatywy CSR Europe program Enterprise 2020 – biznesowy odpowiednik strategii Komisji Europejskiej Europa 2020. W Polsce i w innych miejscach na świecie przygotowywane są lokalne wersje „Wizji 2050”, wymyślonej i przygotowanej przez World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). W Polsce koordynacją przygotowania „Wizji zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu” zajęło się PwC, we współpracy z Ministerstwem Gospodarki, Ministerstwem Środowiska oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Obecnie prace rozpoczęły także zespoły robocze składające się z przedstawicieli biznesu i administracji, które koncentrować się będą na wypracowaniu konkretnych rozwiązań realizacji celów określonych w Wizji. Podczas szesnastego szczytu Rio +20 podpisana została kolejna deklaracja o współdziałaniu zatytułowana „Przyszłość, jakiej chcemy” („*The future we want*”), pokazując tym samym znaczenie odpowiedzialnego biznesu, jako aktywnego partnera w budowaniu zrównoważonego rozwoju. Obecnie trwają konsultacje nad listą Celów Zrównoważonego Rozwoju (*Sustainable Development Goals – SDGs*), nawiązujących do Milenijnych Celów Rozwoju wygasających w 2015 roku.

Można dywagować, na ile tego rodzaju wizje są spójne, realistyczne czy uniwersalne. Ważne, aby zdać sobie sprawę, że działalność gospodarcza człowieka wywiera dzisiaj gigantyczny wpływ na jakość życia na ziemi. Firmy nie mogą przejść obok kwestii obojętnie: muszą się liczyć z niezadowolonymi klientami, społeczeństwem czy rządami, a w efekcie – włączyć się w jakąś formę wspólnych działań. W 2013 roku warto zastanowić się które z obecnych w CSRowej przestrzeni strategii będą najbardziej adekwatne.

Spójna strategia i dialog z interesariuszami - przyszłością działalności firm w zakresie CSR



Jowita Twardowska

Dyrektor ds. komunikacji i CSR Grupa LOTOS

Pojawienie się na polskim rynku normy ISO 26000 w 2012 roku powinno dla wielu organizacji stać się impulsem do dokonania oceny poziomu zaawansowania swoich praktyk i podjęcia decyzji o usprawnieniu podejmowanych działań zgodnie z najlepszymi wzorcami. Warto podjąć taki wysiłek zwłaszcza w czasach spowolnienia gospodarczego, które sprzyja racjonalizacji działań i poszukiwaniu najbardziej skutecznych i efektywnych rozwiązań. Przy nakierowaniu aktywności w zakresie CSR na osiąganie efektów korzystnych zarówno dla firm, jak i ich społecznego otoczenia, można liczyć na polepszenie ocen i postrzegania społecznej odpowiedzialności, jako sposobu zarządzania, a nie drogi do osiągania krótkoterminowych celów wizerunkowych.

Korzystny jest także trend poszukiwania w CSR źródeł innowacji społecznych, ukierunkowanych na angażowanie interesariuszy i podejmowanie, w ramach różnego rodzaju partnerstw, wspólnej odpowiedzialności za rozwój społeczny. W Polsce potrzebą czasu i wyzwaniem dla firm będzie zawiązywanie tego rodzaju koalicji przyczyniających się do dostarczania wzajemnych korzyści dla biznesu i społeczeństwa. Grupa LOTOS od niedawna uczestniczy w **Forum Inicjowania Rozwoju**, które stanowi **modelowy przykład partnerstwa międzysektorowego**, stworzonego w celu wspierania rozwoju gospodarczego i społecznego Pomorza. Firmy, samorząd lokalny i organizacje pozarządowe regionu zbudowały platformę wspólnej pracy, umożliwiającej skuteczne czerpanie z zasobów i doświadczenia wszystkich uczestników inicjatywy z korzyścią dla poprawy standardów życia i prowadzenia działalności gospodarczej na terenie swego oddziaływania. Dzięki temu są w stanie osiągnąć bez porównania lepsze i szybsze efekty niż działając w pojedynkę, budując przy tym poparcie dla doskonalenia idei CSR.

W tym miejscu kończymy opisywanie dostrzeżonych przez nas trendów. Zdajemy sobie sprawę, że wiele niezwykle ważnych spraw, takich jak chociażby problematyka starzejącego się społeczeństwa, czy coraz częstsze dyskusje o wchodzeniu na rynek pracy osób z niepełnosprawnościami, nie znalazło się w tym artykule. Wskazaliśmy jednak najważniejsze naszym zdaniem wyzwania stojące przed biznesem w najbliższym czasie. Czy mamy rację? Czas pokaże. My na bieżąco będziemy przyglądać się otaczającej nas rzeczywistości, a wynikami tej obserwacji będziemy dzielić się w kolejnych odsłonach „Trendów CSR”.

TRENDY CSR

KONCEPCJA: Natalia Ćwik, Ekspertka Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Go Responsible Consulting
OPRACOWANIE: Agata Gruszecka-Tieśluk, Menedżerka ds. zarządzania wiedzą Forum Odpowiedzialnego Biznesu
KONSULTACJE: Zespół Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz przedstawiciele firm Programu Partnerstwa
GRAFIKA: Olga Figurska

Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest najstarszą i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób. Forum to organizacja typu think-and-do-tank, będąca rzecznikiem prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny, czyli biorący pod uwagę wpływ przedsiębiorstwa na środowisko i społeczeństwo.

KONTAKT:
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
e-mail: biuro@fob.org.pl,
tel. 22 627 18 71
www.odpowiedzialnybiznes.pl