

ODPOWIEDZIALNY BIZNES SIĘ OPŁACA

CSR nie jest działaniem opcjonalnym w biznesie. To konieczność dla spółek, które chcą w długim terminie stabilnie się rozwijać i podnosić swoją wartość. Jan Mazurek

MICHAEL PORTER, amerykański ekonomista, profesor, kierownik Instytutu Strategii i Konkurencji na *Harvard Business School* oraz ekspert w dziedzinie strategii organizacji i konkurencji, stwierdził, że CSR (*Corporate Social Responsibility*) to polityka i praktyki wzmacniające konkurencyjność przedsiębiorstwa, które równocześnie poprawiają warunki ekonomiczne i socjalne w społecznościach, w których organizacja prowadzi działalność.

Firmy ponoszą odpowiedzialność nie tylko ekonomiczną i prawną, wynikającą z ich operacyjnych i inwestycyjnych decyzji. Powinny też podejmować działania zmierzające do realizacji celów społecznych, aby życie ludzi było na takim poziomie, na jaki pozwala obecny rozwój cywilizacyjny.

Zasady społecznej odpowiedzialności biznesu określa norma ISO 26000 – *Guidance on social responsibility*. Zgodnie z jej postanowieniami społeczna odpowiedzialność oznacza zobowiązanie organizacji do uwzględnienia w gospodarczej działalności aspektów społecznych i środowiskowych przez przejrzyste oraz etyczne postępowanie, które ma się przyczynić do zrównoważonego rozwoju, dobrobytu i zdrowia społeczeństwa, uwzględnić

oczekiwania interesariuszy, być zgodne z prawem oraz stanowić powtarzalną praktykę.

Norma ISO 26000 zajmuje się przede wszystkim łańcem organizacyjnym, prawami człowieka, stosunkami pracy, ochroną środowiska naturalnego, praktykami rynkowymi, relacjami z konsumentami oraz zaangażowaniem społecznym.

CSR indeks giełdowy

Konieczność promocji najwyższych standardów CSR dostrzegły władze warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych, dlatego w 2009 roku uruchomiły projekt RESPECT Index (*Responsibility-Ecology-Sustainability-Participation-Environment-Community-Transparency*). Jego celem było i nadal jest wyłanianie spośród spółek notowanych na głównym rynku tych, które są odpowiedzialnie zarządzane oraz kreują najwyższe standardy w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dlatego w składzie indeksu znajdują się firmy stosujące taką strategię zarządzania i koncepcję prowadzenia biznesu, która zakłada budowanie z interesariuszami dobrych i trwałych



relacji, opartych na wzajemnym zrozumieniu i szacunku. Zakwalifikowanie się do tego grona to prestiż dla spółki i wzrost jej rynkowej renomy. To także sygnał dla inwestorów, którzy chcą mieć w portfelach akcje takich właśnie firm, że mogą liczyć na długofalowe zyski z inwestycji (zob. ramkę *Ewolucja podejścia do CSR*). Indeks jest dla nich bazą referencyjną, a dla spółek aspirujących do grona organizacji odpowiedzialnych społecznie jest benchmarkiem. Próg kwalifikacji do indeksu zmienia się co roku i zależy od poziomu punktów osiągniętych przez pozostałe spółki biorące udział w badaniu.

W 2013 roku GPW przystąpiła do inicjatywy ONZ *Sustainable Stock Exchanges (SSE)*, która zrzesza giełdy z całego świata i ma na celu wspieranie rozwoju odpowiedzialnego inwestowania oraz zrównoważonego rozwoju w ramach macierzystych rynków kapitałowych.

Bezsporne korzyści

Dzięki CSR organizacje odnoszą wielorakie korzyści materialne i niematerialne (zob. ramkę *Korzyści z CSR*). Najważniejsze z nich to: przewaga konkurencyjna, lojalność

klientów, zdolność pozyskiwania i zatrzymywania najlepszych pracowników i ich wysokie morale, zaangażowanie i wydajność, dobra reputacja i pozytywne opinie inwestorów, właścicieli, darczyńców, sponsorów i instytucji finansowych oraz dobre relacje z instytucjami rządowymi i samorządowymi, mediami, dostawcami, organizacjami społecznymi, ekologicznymi, związkami zawodowymi, a także lokalną społecznością. Wszystko w konsekwencji przekłada się na lepsze wyniki finansowe i wzrost wartości dla akcjonariuszy. Takim firmom łatwiej pozyskać finansowanie na rozwój poprzez emisję akcji czy obligacji lub kredyt bankowy.

Też o większym potencjale wzrostowym spółek odpowiedzialnych społecznie potwierdzają notowania giełdowe. Pięcioletnia stopa wzrostu indeksu RESPECT wyniosła blisko 70% i jest dwukrotnie wyższa niż dla indeksu całego rynku, jakim jest WIG (zob. ramkę *Respect vs WIG*).

Globalna inicjatywa

Największym na świecie programem na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju

jest *Global Compact* – inicjatywa sekretarza generalnego ONZ. Przedsiębiorstwa przystępujące do tego programu zobowiązują się m.in. do: eliminacji przypadków łamania praw człowieka, przeciwdziałania dyskryminacji w sferze zatrudnienia, zapobiegania destrukcji środowiska naturalnego i odpowiedzialności za nie, stosowania przyjaznych środowisku naturalnemu technologii oraz przeciwdziałania korupcji. Uczestnictwo w *Global Compact* daje prestiż, oznacza bowiem, że przedsiębiorstwo znajduje się w ekskluzywnym gronie firm, które zobowiązały się do działania na rzecz społeczeństwa i naturalnego środowiska. W Polsce *Global Compact* istnieje od 2000 roku.

Unia Europejska opracowała dla wspólnego rynku strategię na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wytycza w niej kierunki działania służące: zapobieganiu zmianom klimatu, rozwojowi gospodarczemu opartemu na wiedzy, niskoemisyjnym technologiom oraz oszczędnemu wykorzystywaniu zasobów.

Przykłady odpowiedzialnego biznesu

O tym, jak wiele biznes może dać lokalnej społeczności, świadczą przykłady spółek, które wprowadziły do strategii CSR.

LNG w Świnoujściu zrealizowała kilkadziesiąt projektów, których beneficjentem są lokalne społeczności. Jest wyłącznym partnerem Laboratorium Fizyki w Centrum Nauki Kopernik, sponsoruje cykl warsztatów edukacyjnych oraz sport. Terminal LNG jest modelowym przykładem harmonijnego współistnienia wielkiej inwestycji z obszarem *Natura 2000*. Spółka zbudowała strefę rekreacyjną za milion złotych, wspiera finansowo Szpital Miejski w Świnoujściu.

Skanska, spółka z sektora budowlanego, który odpowiada za prawie 40% całkowitej emisji dwutlenku węgla w Polsce, prowadzi kompleksowe kontrole emisji CO₂ na wszystkich etapach procesu produkcyjnego i eksploatacji budynków oraz działalności operacyjnej. Wzorcowym przykładem może być zbudowany przez nią kompleks biurowy Atrium 1 w Warszawie. Budynek wykorzystuje unikalne rozwiązania technologiczne, które mocno redukują zużycie energii oraz wody. W efekcie emituje o jedną trzecią mniej dwutlenku węgla.

Grupa Kapitałowa LOTOS postawiła na działania ograniczające negatywny wpływ produkcji firmy na środowisko. Wdraża przyjazne technologie, charakteryzujące się niską emisyjnością gazów cieplarnianych podczas wydobycia surowców, przetwórstwa, aż po dostawę paliw do końcowego odbiorcy. Chce do 2020 roku ograniczyć emisję gazów cieplarnianych o 6%. Przywiązuje też uwagę do jakości produktów – paliwa Lotosu charakteryzują się niską zawartością siarki oraz zawierają dodatki uszlachetniające, które zmniejszają negatywne oddziaływanie spalin na środowisko. W produkcji benzyn i olejów napędowych stosuje biokomponenty. Polityka ekologiczna koncernu prowadzi do: zmniejszania zużycia mediów i surowców, ograniczania emisji zanieczyszczeń, efektywnego zagospodarowywania odpadów oraz bezpieczeństwa w zakresie prowadzenia procesów przemysłowych.

Z kolei **Grupa PGE** uwzględniła w strategii biznesowej interesy społeczne, poszanowanie środowiska naturalnego, a także kształtowanie jak najlepszych relacji z interesariuszami. Od wielu lat konsekwentnie angażuje się w projekty i inicjatywy społeczne związane ze sportem, kulturą i rozwojem lokalnych społeczności. Powołana w 2011 roku fundacja Energia z Serca wspiera lokalne



społeczności m.in. w zakresie: leczenia i ochrony zdrowia, nauki i edukacji, pomocy społecznej oraz dziedzictwa narodowego. W elektrowniach i elektrociepłowniach PGE stosuje najlepsze spośród aktualnie dostępnych rozwiązań technicznych oraz specjalistyczne urządzenia zapobiegające emisji do powietrza następujących związków: dwutlenku węgla, tlenków siarki, tlenków azotu oraz pyłów. Realizuje inwestycje OZE, rekultywuje poeksploatacyjne tereny Kopalni Węgla Brunatnego Bełchatów oraz Turów. „Polska jest jednym z najbardziej niezależnych energetycznie państw Unii Europejskiej. W interesie kraju leży utrzymanie obecnego poziomu bezpieczeństwa energetycznego, wykorzystując krajowe zasoby paliwa. PGE aktywnie realizuje to zadanie, jednocześnie prowadząc biznes z dbałością o środowisko naturalne i rozwój lokalnych społeczności” – mówi Marek Woszczyk, prezes zarządu PGE Polska Grupa Energetyczna.

KGHM Polska Miedź w „Strategii społecznej odpowiedzialności biznesu KGHM Polska Miedź do 2018” obok celów gospodarczych zapisał poprawę warunków życia pracowników firmy i mieszkańców Dolnego Śląska, z uwzględnieniem ochrony naturalnego środowiska. Utworzył i dotuje Fundację Polska Miedź, która jest liderem prospołecznej działalności w regionie oraz w całym kraju. W latach 2003–2012 spółka wsparła realizację 1719 różnych projektów, inwestując 65,7 miliona złotych, oraz przekazała osobom fizycznym darowizny o wartości 13,9 miliona złotych.

O tym, że warto być sąsiadem KGHM, świadczą wysokie dochody lokalnych gmin. W ośmiu gminach i powiatach Legnicko-Głogowskiego Okręgu Miedziowego dochody w przeliczeniu na jednego mieszkańca kształtują się w przedziale 100–180% średniej krajowej. Dla trzech gmin wskaźnik ten wynosi 200–300%. Rekordzistą jest gmina Polkowice, osiągająca dochody na mieszkańca czterokrotnie wyższe niż średnia krajowa. Potwierdzeniem przestrzegania i stosowania przez KGHM zasad społecznej odpowiedzialności w praktyce jest zakwalifikowanie spółki przez warszawską Giełdę Papierów Wartościowych do prestiżowego indeksu RESPECT.

PKP w ramach prowadzenia odpowiedzialnego społecznie biznesu postawiła sobie dwa cele: poprawę jakości obsługi pasażerów oraz walkę z korupcją, ponieważ te elementy są kluczowe do tego, by spółka mogła skutecznie konkurować w warunkach liberalizacji usług transportowych. Utworzyła nowe stanowiska – rzeczników etyki spółek i etyki grupy, którzy podlegają bezpośrednio prezesowi zarządu, oraz Komisję Etyki Grupy PKP. Przeszkoliła również pracowników w zakresie wymaganych wartości etycznych – walki z korupcją oraz budowania nowej kultury korporacyjnej. Spółka wdraża politykę antymobbingową, zgodnego z prawem przekazywania i przyjmowania prezentów, zapobiegania konfliktom interesów oraz korzystania z mediów społecznościowych. W 2014 roku Grupa PKP przystąpiła do programu *Global Compact*.

Jan Mazurek, ekspert BCC ds. rynku kapitałowego

EWOLUCJA PODEJŚCIA DO CSR

Strategiczne i dopasowane do działalności biznesowej podejście do wdrażania CSR w organizacji może stać się podstawą długofalowego budowania wartości firmy.

SPOSÓB REALIZACJI CELÓW BIZNESOWYCH

WPŁYW NA ORGANIZACJĘ

Innowacje Zrównoważony model biznesowy

CSR
JAKO
TWORZENIE
WARTOŚCI

Fundamentalny wpływ strategiczny i operacyjny

Zgodność (compliance)

CSR
JAKO
ZARZĄDZANIE
RYZYSKIEM

Średni bądź duży wpływ strategiczny i operacyjny

Dzielenie się pieniędzmi i umiejętnościami

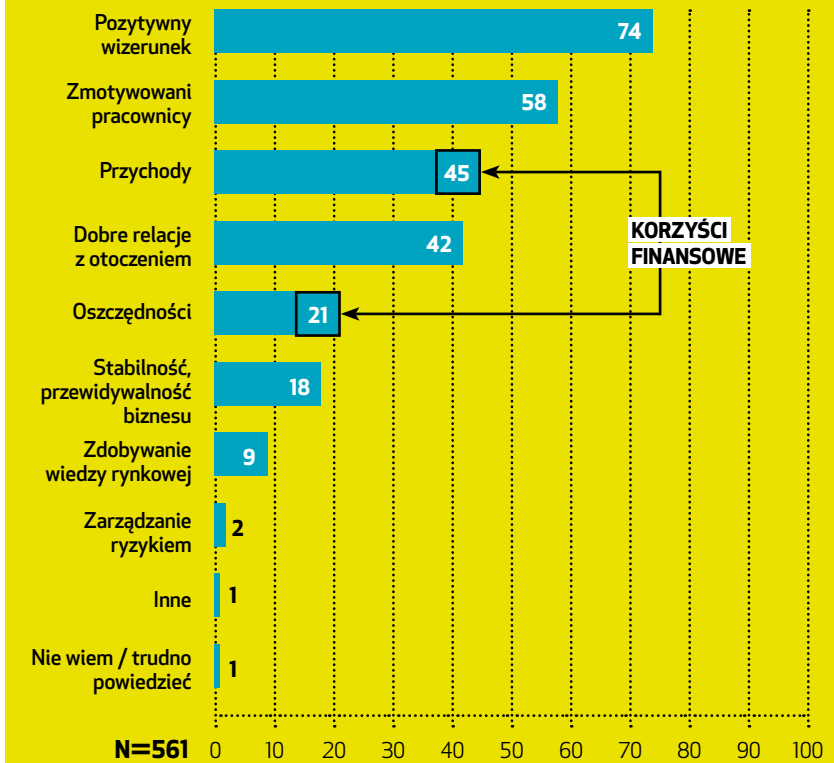
CSR
JAKO
FILANTROPIA
KORPORACYJNA

Niewielki wpływ strategiczny bądź operacyjny

Źródło: CSR jako podstawa budowy wartości firmy, PwC

KORZYŚCI Z CSR (W %)

Jakie korzyści, Pana/Pani zdaniem, przynosi stosowanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu? Proszę o wskazanie trzech najważniejszych.



Źródło: Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu wraz z opracowaniem zestawu wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach PwC i SMG/KRC dla PARP, marzec 2012



WYDAWCA

Andrzej Jacaszek

REDAKTOR WYDANIA

Lidia Zakrzewska

AUTORZY

Mirostaw Kachniewski

Paweł Kubisiak

Jan Mazurek

Wojciech Pawlina

Arkadiusz Semczak

Lidia Zakrzewska

DYREKTOR ARTYSTYCZNY

Magdalena Stadnik

GRAFIK, DTP

Alicja Gliwa

MENEDŻER PRODUKCJI

Marcin Opoński

KOREKTA

Andrzej Retkiewicz

DYREKTOR STRATEGICZNY, MEDIA & MARKETING SOLUTIONS

Krzysztof Kawalito

DYREKTOR BIURA REKLAMY I ROZWIĄZAŃ DLA BIZNESU

Joanna Gwiazda-Kozłowska

INFORMACJE DLA REKLAMODAWCÓW

Emil Brynda, tel.: 784 400 418

Aleksandra Janowska, tel.: 608 630 300

Barbara Knyt, tel.: 728 868 171

Marcin Kopczyński, tel.: 728 808 304

Klaudia Orzełowska, tel.: 608 325 326

Małgorzata Sobolewska, tel.: 660 552 541

Ewa Szczesik, tel.: 664 933 232

Piotr Szymczak, tel.: 608 326 100

Ewa Winkler, tel.: 784 442 120

ICAN Institute

al. Niepodległości 18

02-653 Warszawa

e-mail: kontakt@ican.pl

www.ican.pl

ICAN Institute jest wydawcą
Harvard Business Review Polska.