



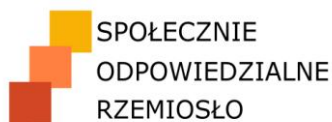
STRATEGIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI RZEMIOSŁA



Opracowanie powstało w ramach projektu „PWP Społecznie odpowiedzialne rzemiosło”
współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki

POZNAŃ 2015





Spis treści

Wprowadzenie.....	2
1. Model rzemieślniczego CSR.....	3
2. Cele Strategii.....	6
2.1. Cel generalny.....	8
2.2. Cele strategiczne i operacyjne	8
2.2.1. Cel strategiczny 1. Promocja rozwiązań CSR stosowanych przez firmy rzemieślnicze.....	8
2.2.2. Cel strategiczny 2. Upowszechnianie społecznej odpowiedzialności biznesu w edukacji, w tym w zakresie kształcenia dualnego	12
Słownik pojęć.....	17



Wprowadzenie

W coraz większym stopniu zachowania adaptacyjne przedsiębiorstw związane są z budowaniem odpowiedzialnego społecznie modelu biznesu (*Corporate Social Responsibility, CSR*). Obok międzynarodowych koncernów, także małe i średnie przedsiębiorstwa, w tym firmy rzemieślnicze mogą odgrywać istotną rolę w rozwoju lokalnych społeczności, tworzeniu nowych standardów relacji między pracodawcą a pracownikiem oraz w obszarze zagadnień konsumenckich i środowiskowych. Każda firma, bez względu na wielkość i zakres przestrzenny działalności, funkcjonuje bowiem w sieci skomplikowanych relacji społecznych.

Według Komisji Europejskiej¹ strategiczne podejście do CSR jest szczególnie ważne dla wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw, zwłaszcza obecnie, kiedy kryzys ekonomiczny i jego społeczne konsekwencje wpłynęły na spadek zaufania konsumentów do biznesu. CSR może przynieść korzyści w zakresie zarządzania ryzykiem, obniżania kosztów, dostępu do kapitału, zarządzania zasobami ludzkimi i relacjami z klientami oraz w zakresie potencjału innowacyjnego. Idea CSR i korzyści związane z jej wdrażaniem nie są niestety rozpowszechnione, w szczególności wśród przedsiębiorstw z sektora MSP.

W prawidłowej interpretacji społecznej odpowiedzialności biznesu istotne jest zrozumienie, że działania realizowane w jej ramach są nie tylko elementem modelu biznesowego, ale powinny wynikać z wysokiej świadomości społecznej przedsiębiorców w zakresie wpływu tych działań na rozwiązanie istotnych problemów społecznych. *Strategia społecznej odpowiedzialności rzemiosła* (Strategia CSR dla rzemiosła) jest odpowiedzią na wyzwania związane ze zwiększeniem świadomości i zdolności adaptacyjnych przedsiębiorców i pracowników firm rzemieślniczych w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności rzemiosła w procesie rozwoju kadr dla gospodarki.

Opracowanie zostało przygotowane w ramach projektu „PWP Społecznie odpowiedzialne rzemiosło”, realizowanego przez Wielkopolską Izbę Rzemieślniczą w Poznaniu w partnerstwie z firmą Doradztwo Społeczne i Gospodarcze. Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet VIII – Regionalne kadry gospodarki, Działanie 8.1 – Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie, Poddziałanie 8.1.3 – Wzmacnianie lokalnego partnerstwa na rzecz adaptacyjności. Głównym celem projektu jest zwiększenie zdolności adaptacyjnych przedsiębiorców i pracowników firm rzemieślniczych w województwie wielkopolskim poprzez wypracowanie strategii społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) dla rzemiosła.

Prezentację celów Strategii, wraz z uzasadnieniem, poprzedza charakterystyka modelu rzemieślniczego CSR.

¹ *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela 2011.

1. Model rzemieślniczego CSR²

Rzemiosło i jego misja są od wielu lat w pewien specyficzny sposób bardzo silnie osadzone w działaniach na rzecz społeczeństwa, pracowników oraz adeptów zawodu. Należy w tym miejscu wymienić m.in. nadzór oraz koordynację nad kształceniem zawodowym w rzemiośle i certyfikację zawodową (egzamininy izbowe), zadania konsultacyjne w zakresie polityk gospodarczych i rynku pracy, nadzór nad jakością produktów i usług firm rzemieślniczych, zadania związane z integracją i promocją branżową środowisk przedsiębiorców.

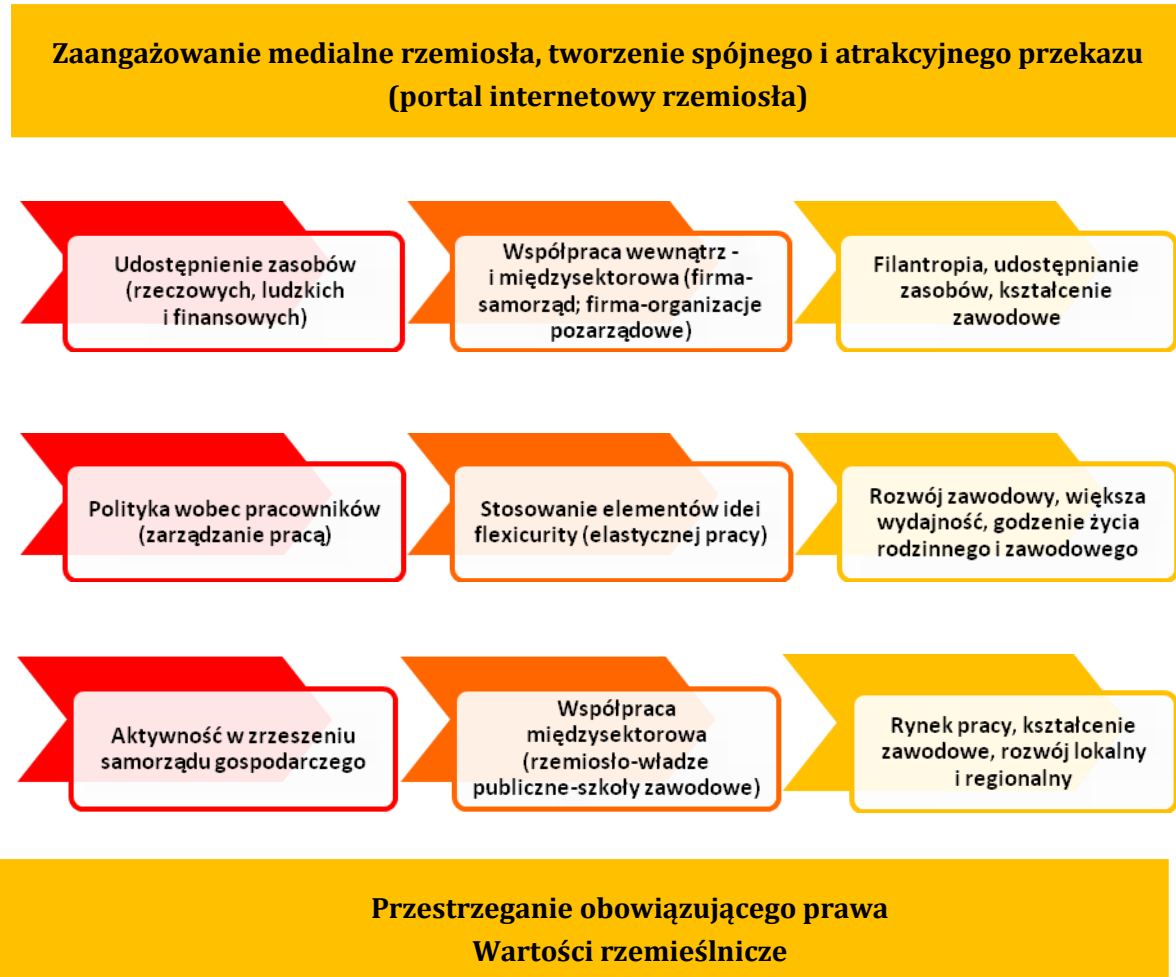
Firmy rzemieślnicze w mniejszym lub większym stopniu stosują zasady społecznej odpowiedzialności biznesu niemal od zawsze. Jak się bowiem wskazuje w literaturze, *rzemiosło i jego misja są od wielu lat w pewien specyficzny sposób bardzo silnie osadzone w działaniach na rzecz społeczeństwa, pracowników oraz adeptów zawodu*³. Jako przykłady działań o charakterze CSR można wskazać zaangażowanie rzemieślników w kształcenie zawodowe przyszłych pokoleń (praktyczna nauka zawodu), szczególną dbałość o jakość produktów i usług (nadzór cechowy), a także współpraca w ramach cechów rzemieślniczych, tworzenie samorządu gospodarczego, wspólna promocja czy integracja środowiska. Tym samym wydaje się, że w samym rzemiośle nie ma potrzeby kopiowania strategii CSR funkcjonujących w dużych korporacjach, często z kapitałem zagranicznym. Niezbędne jest natomiast uporządkowanie tego, co zostało już przez lata wypracowane, usystematyzowanie poszczególnych elementów, które składają się na model „rzemieślniczego CSR” (rysunek 1).

Należy podkreślić, że rzemiosło jest nierozzerwalnie związane z pewnymi wartościami odnoszącymi się do etosu pracy i przedsiębiorczości. Za dobrą marką rzemiosła stoi przede wszystkim szacunek dla pracy i posiadania fachu w rękę (posiadania konkretnego wykształcenia, konkretnych, praktycznych umiejętności zawodowych), a także uczciwość, rzetelność, gospodarność, oszczędność oraz zaradność i przedsiębiorczość. Te wartości stanowią coś w rodzaju fundamentu całego rzemiosła. Nie bez znaczenia jest szacunek dla obowiązującego prawa, wymogów dotyczących np. środowiska naturalnego. Zarówno wartości rzemieślnicze, jak i przestrzeganie obowiązującego prawa mają charakter ciągły i są obecne na każdym etapie podejmowanych aktywności przez polskich rzemieślników: aktywnego udziału w samorządzie gospodarczym (cechach i izbach rzemieślniczych), stosowania nowoczesnych rozwiązań zarządzania pracą i kompetencjami oraz udostępnianiu zasobów (rzeczowych, lokalowych, ludzkich czy finansowych).

² Opracowano na podstawie: W. Jagodziński, *Diagnoza stopnia wdrożenia zasad CSR w praktyce społeczno-gospodarczej wielkopolskich przedsiębiorstw rzemieślniczych. Potrzeby, bariery, oczekiwania*, w: K. Bondyra, A. Świdurska, M. Wojtkowiak (red.), *Razem dla rozwoju rzemiosła*, Poznań 2012, s. 144-162.

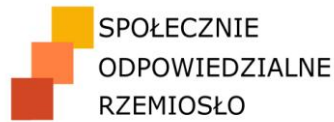
³ Ibidem, s. 150

Rysunek 1. Model rzemieślniczego CSR



Źródło: W. Jagodziński, *Diagnoza stopnia wdrożenia zasad CSR w praktyce społeczno-gospodarczej wielkopolskich przedsiębiorstw rzemieślniczych. Potrzeby, bariery, oczekiwania*, w: K. Bondyra, A. Świdurska, M. Wojtkowiak (red.), *Razem dla rozwoju rzemiosła*, Poznań 2012, s. 149.

Obszarami aktywności przedsiębiorców byłyby więc przede wszystkim szeroko rozumiana współpraca wewnątrz- i międzysektorowa oraz wdrażanie elementów koncepcji *flexicurity* zakładającej stosowanie elastycznych form zatrudnienia, a także czasu i miejsca pracy, co z jednej strony pomaga godzić życie zawodowe z rodzinnym pracowników oraz zwiększa możliwości rozwoju ich kompetencji i kwalifikacji zawodowych, z drugiej natomiast – pozwala na wprowadzenie oszczędności w firmie. Współpraca międzysektorowa (a także wewnątrzsektorowa) umożliwi lepsze dopasowanie oferty kształcenia zawodowego i kwalifikacji pracowników do potrzeb pracodawców, zapewni bardziej stabilny i adekwatny do potrzeb lokalnej społeczności rozwój lokalny, wpłynie też na przenikanie dobrych i efektywnych wzorców i praktyk między sektorem prywatnym, publicznym i pozarządowym. Narzędziem, które pozwoli na przełamanie największych barier w efektywnej



Wielkopolska Izba Rzemieślnicza
w Poznaniu

realizacji rzemieślniczego CSR (takich jak np. sprawność działań, niska przynależność przedsiębiorców do samorządu gospodarczego czy brak obecności rzemiosła w mediach, niska rozpoznawalność marki i brak promocji), może być nowoczesny portal internetowy, który umożliwiłby wymianę informacji, wiedzy, doświadczeń, a także zleceń między różnymi użytkownikami (przedsiębiorcami, członkami cechów rzemieślniczych, władzami cechów i izb rzemieślniczych, samorządem, klientami i odbiorcami rzemiosła, nauczycielami i uczniami szkół zawodowych oraz ich rodzicami).



2. Cele Strategii

Cele *Strategii społecznej odpowiedzialności rzemiosła* zostały zidentyfikowane na podstawie informacji uzyskanych w oparciu o następujące działania zrealizowane w ramach projektu „PWP Społecznie odpowiedzialne rzemiosło”:

- 1) Utworzenie Forum na rzecz społecznej odpowiedzialności rzemiosła, mającego na celu wymianę opinii i doświadczeń na temat korzyści i barier wdrażania założeń społecznej odpowiedzialności biznesu w firmach rzemieślniczych, w szczególności w zakresie współpracy między pracodawcami i sektorem kształcenia zawodowego. W spotkaniach Forum uczestniczyli przedstawiciele organizacji rzemieślniczych, jednostek samorządu terytorialnego, szkolnictwa zawodowego, organizacji zrzeszających samorządy terytorialne, organizacji pracodawców, instytucji rynku pracy, regionalnych organizacji pozarządowych oraz biznesu. Utworzenie Forum jest kontynuacją działań podejmowanych w ramach Partnerstwa „Razem dla Rozwoju Rzemiosła”, powołanego na rzecz rozwiązania takich problemów, jak:
 - brak efektywnej promocji rzemiosła i kształcenia zawodowego,
 - niedopasowanie oferty edukacyjnej i szkoleniowej do potrzeb regionalnego i lokalnego rynku pracy,
 - brak stałego monitoringu potrzeb pracodawców oraz prognoz zapotrzebowania na określone kwalifikacje i umiejętności,
 - brak kompleksowych działań służących prezentacji perspektyw na rynku pracy dla wykwalifikowanych pracowników z wykształceniem zawodowym,
 - brak wsparcia ze strony przedsiębiorców i instytucji rynku pracy dla samorządów lokalnych odpowiedzialnych za organizację szkolnictwa,
 - względnie niski stopień świadomości pracodawców i organów prowadzących zasadnicze szkoły zawodowe w zakresie korzyści wynikających z prowadzenia wspólnych przedsięwzięć (np. w zakresie organizacji w przedsiębiorstwach praktyk zawodowych).
- 2) Przeprowadzenie Konkursu „Społecznie Odpowiedzialny Rzemieślnik”, mającego na celu wyróżnienie rzemieślników, którzy stosują rozwiązania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Zgromadzone doświadczenia firm rzemieślniczych pozwoliły na poznanie praktycznego wymiaru zrównoważonego rozwoju i mogą stanowić przykłady dla innych przedsiębiorców oraz pomóc im w doskonaleniu działań w zakresie budowy kompleksowej strategii rozwoju firmy – łączącej ekonomiczne, społeczne i ekologiczne aspekty jej funkcjonowania. Do udziału w Konkursie

zostały zaproszone firmy prowadzące działalność na terenie województwa wielkopolskiego, zrzeszone w 43 cechach. Konkurs składał się z dwóch etapów. W pierwszym etapie oceny zgłoszeń dokonała Kapituła Konkursu powołana przez władze danego cechu. W drugim etapie oceny zgłoszeń dokonała Kapituła Konkursu powołana przez Organizatora, utworzona przez przedstawicieli partnerów merytorycznych, organizacji rzemieślniczych, jednostek samorządu terytorialnego, szkół, organizacji pracodawców, instytucji rynku pracy, regionalnych organizacji pozarządowych oraz biznesu. Przy ocenie prac wzięto pod uwagę opis działań podejmowanych na rzecz wdrażania założeń idei społecznej odpowiedzialności biznesu. Istniała możliwość dołączenia do formularza zgłoszeniowego kopii zaświadczeń, dyplomów, certyfikatów i innych dokumentów, które mogły pomóc Kapitulie Konkursu lepiej ocenić zgłoszoną kandydaturę.

- 3) Analizę studiów przypadków w zakresie stosowania dobrych CSR przez firmy będące członkami cechów rzemieślniczych zrzeszonych w Wielkopolskiej Izbie Rzemieślniczej w Poznaniu. Istotną zaletą metody studium przypadku stosowanej w analizie przedsiębiorstw jest możliwość uzyskania rezultatów o dużym znaczeniu praktycznym dla przedsiębiorców. Podstawę analizy dobrych praktyk CSR stanowiły informacje uzyskane w wyniku Konkursu „Społecznie Odpowiedzialny Rzemieślnik”. Poza informacjami uzyskanymi w wyniku tego Konkursu, wykorzystano informacje prasowe, materiały informacyjno-marketingowe prezentowane na stronach Internetu, dokumenty i inne materiały przedsiębiorstwa oraz informacje dostępne na forach wymiany opinii i doświadczeń.
- 4) Przeprowadzenie badań wśród absolwentów nauki zawodu oraz mistrzów szkolących. Przyjmując założenie, że innowacyjny model monitoringu losów absolwentów nauki zawodu w rzemiośle jest jednym z elementów strategii CSR dla rzemiosła, przeprowadzone badania pozwoliły określić stopień wdrażania idei społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwach, w których absolwenci nauki zawodu w rzemiośle pracują lub które prowadzą, oraz w przedsiębiorstwach, w których odbywa się praktyczna nauka zawodu, tj. udzielić odpowiedzi na pytanie: Jaką rolę odgrywają firmy rzemieślnicze w tworzeniu nowych standardów relacji między pracodawcą a pracownikiem oraz w obszarze relacji z klientami, ochrony środowiska i rozwoju społeczności lokalnych? Szczególną uwagę zwrócono na relacje z pracownikami oraz zakres współpracy firm rzemieślniczych ze szkołami zawodowymi. Badania przeprowadzono wśród 525 absolwentów nauki zawodu techniką wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo, 20 absolwentów nauki zawodu techniką indywidualnego wywiadu pogłębionego, 20 mistrzów szkolących techniką indywidualnego wywiadu pogłębionego oraz 10 absolwentów nauki zawodu, wykorzystując studium przypadku.

Za przesłanki uzasadniające opracowanie *Strategii społecznej odpowiedzialności rzemiosła* uznano również wyniki badań przeprowadzonych w ramach projektu „Razem dla rozwoju rzemiosła”, zrealizowanego przez Wielkopolską Izbę Rzemieślniczą w Poznaniu oraz Doradztwo Społeczne

i Gospodarcze, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, Priorytet VIII – Regionalne kadry gospodarki, Poddziałanie 8.1.3 – Wzmacnianie lokalnego partnerstwa na rzecz adaptacyjności. Projekt ten miał na celu zwiększenie zdolności adaptacyjnych wielkopolskich zakładów rzemieślniczych w zakresie stosowania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu i idei *flexicurity*, poprzez budowanie świadomości i wzrost wiedzy wśród wielkopolskich rzemieślników.

2.1. Cel generalny

Za cel generalny *Strategii społecznej odpowiedzialności rzemiosła* uznano:

Zwiększenie świadomości i zdolności adaptacyjnych przedsiębiorców i pracowników firm rzemieślniczych w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności w zwiększeniu konkurencyjności młodych ludzi na rynku pracy poprzez intensyfikację współpracy międzysektorowej.

2. 2. Cele strategiczne i operacyjne

Struktura *Strategii społecznej odpowiedzialności rzemiosła* zawiera dwa cele strategiczne:

- 1) promocję rozwiązań CSR stosowanych przez firmy rzemieślnicze;
- 2) upowszechnianie społecznej odpowiedzialności biznesu w edukacji.

Poniżej przedstawiono uzasadnienie dla realizacji poszczególnych celów strategicznych oraz odpowiadające im cele operacyjne.

2.2.1. Cel strategiczny 1. Promocja rozwiązań CSR stosowanych przez firmy rzemieślnicze

Uzasadnienie

Wyniki badań i analiz, przeprowadzonych w ramach projektów „Społecznie odpowiedzialne rzemiosło” oraz „Razem dla rozwoju rzemiosła” wskazują na dwojakiego rodzaju kwestie dotyczące przedsiębiorstw rzemieślniczych. Z jednej strony, jest to niski poziom wiedzy na temat roli CSR w budowaniu strategii rozwoju przedsiębiorstwa oraz w rozwiązywaniu istotnych problemów społecznych, a z drugiej strony wyniki badań wskazują, że rzemiosło, jako środowisko gospodarcze, nie potrafi wystarczająco skutecznie promować rozwiązań CSR, które w praktyce są przez poszczególne firmy rzemieślnicze wdrażane. Stosowanie przez polskie firmy rzemieślnicze

odpowiednio dobranych komponentów koncepcji CSR w połączeniu z tradycyjnymi wartościami, pozwoli umocnić rzemieślniczą tożsamość oraz budować na zewnątrz pozytywny wizerunek całego rzemiosła i poszczególnych firm. To z kolei powinno przełożyć się na większy zysk przedsiębiorstw, prestiż i szacunek dla pracy fizycznej, większy nabór uczniów do rzemiosła, mniejsze problemy z pozyskiwaniem odpowiednich pracowników, wzrost znaczenia organizacji rzemieślniczych oraz większy wpływ rzemiosła na kształtowanie polityk publicznych na szczeblu rządowym i samorządowym.

Idea CSR wciąż wymaga promocji. Promocja jest tym efektywniejsza, im więcej pozytywnych przykładów z niej wynika. Zgromadzone doświadczenia w zakresie wdrażania rozwiązań CSR mogą stanowić przykłady dla innych przedsiębiorców oraz pomóc im w znalezieniu nowych przewag konkurencyjnych i doskonaleniu działań w zakresie budowy kompleksowej strategii rozwoju przedsiębiorstwa – łączącej aspekty ekonomiczne, społeczne i ekologiczne.

Przykłady działań CSR stosowanych przez firmy rzemieślnicze przedstawiono w tabeli 1. Działania te odnoszą się do podstawowych obszarów CSR, tj.:

1) **Miejsce pracy**

Pracodawcy dążą do ukształtowania takiego stanu kadr, który umożliwi przedsiębiorstwu uzyskanie zdolności i świadomości pracowników do realizacji wyznaczonych celów przedsiębiorstwa. Wyniki badań odnoszące się do zagadnień identyfikujących elastyczność funkcjonalną pracowników świadczą o wysokiej świadomości pracodawców, którzy widzą potrzebę podnoszenia kwalifikacji pracowników, a zarazem zależność między poziomem wykształcenia kadr a produktywnością oraz umiejętnością dostosowywania się firmy do zmian na rynku. Zainteresowanie pracodawców koncentruje się wyraźnie na kształtowaniu umiejętności praktycznych pracowników. Obok zapewnienia szkoleń wewnętrznych i/lub zewnętrznych, tworzenie jak najlepszych warunków pracy jest realizowane poprzez usprawnienie komunikacji pionowej i poziomej oraz wprowadzenie mechanizmów włączających pracowników w rozwój przedsiębiorstwa (np. organizacja spotkań, podczas których każdy pracownik ma możliwość przedstawienia opinii w sprawach istotnych dla przedsiębiorstwa, a tym samym partycypować w procesach decyzyjnych). W badanych przedsiębiorstwach na ogół zatrudniane są osoby wymagające wsparcia na lokalnym rynku pracy. Wdrażanie elastycznych umów cywilnoprawnych jest sposobem na różnicowanie czasu pracy czy jej zadaniowego rozliczania. Stwarza to większe możliwości redukcji kosztów pracy przy kierowaniu zasobami bardziej adekwatnie do bieżących potrzeb przedsiębiorstwa. Tu należy jednak poczynić zastrzeżenie związane z kontekstem etycznym: w sytuacji, gdy pracodawca i pracownik darzą się wzajemnym zaufaniem to niekoniecznie jedynie umowa o pracę na czas nieokreślony może być gwarantem stabilności.

2) **Rynek**

Doinwestowanie maszyn i urządzeń oraz opanowanie nowych technologii niezbędnych z punktu widzenia realizacji założonych celów rynkowych gwarantuje oferowanie klientom produktów i usług

najwyższej jakości. Obok tworzenia innowacyjnych produktów, na zwiększenie poziomu satysfakcji klientów wpływają następujące działania: oferowanie stałym klientom zniżek i rabatów na produkty i usługi oraz specjalnych programów lojalnościowych, podniesienie jakości usług informacyjnych i serwisowych oraz – w coraz większym stopniu – prowadzenie regularnych rozmów z klientami na temat ich potrzeb i stopnia zadowolenia.

3) Środowisko naturalne

W zależności od reprezentowanej branży, wprowadzanie nowych rozwiązań technologicznych umożliwia przedsiębiorstwom efektywniejsze wykorzystanie zasobów. Przedsiębiorstwa dbają o zrównoważony rozwój, poświęcając szczególną uwagę działaniom na rzecz ochrony środowiska w ramach trzech obszarów: ochrona zasobów wodnych, zarządzanie odpadami, ograniczenie emisji dwutlenku węgla. W coraz większym stopniu pracodawcy podejmują inicjatywy mające na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej wśród pracowników.

4) Społeczeństwo

Niezależnie od profilu działalności, przedsiębiorcy podejmują inicjatywy na rzecz rozwoju społecznego, w tym we współpracy z organizacjami pozarządowymi. Liczne inwestycje społeczne dotyczą działalności edukacyjnej, kulturalnej oraz sportowej. W ramach współpracy z zasadniczymi szkołami zawodowymi, cechami rzemiosł czy powiatowymi urzędami pracy w przedsiębiorstwach organizowane są staże i praktyki zawodowe.

Tabela 1. Przykłady dobrych praktyk w zakresie CSR stosowanych przez firmy rzemieślnicze

Obszar CSR	Przykłady działań w zakresie CSR
MIEJSCE PRACY	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Udział w programie Rzetelna Firma, który poświadcza wiarygodność przedsiębiorstw jako pracodawców; ▪ Umożliwienie pracownikom udziału w kursach podnoszących poziom kwalifikacji zawodowych oraz szkoleniach przekwalifikowujących; ▪ Stosowanie rozwiązań na rzecz godzenia życia zawodowego z prywatnym (np. stosowanie systemu skróconego tygodnia pracy); ▪ Stosowanie rozwiązań na rzecz równości kobiet i mężczyzn (równy dostęp do szkoleń, równe wynagrodzenie na tych samych stanowiskach pracy); ▪ Stosowanie rozwiązań na rzecz integracji pracowników (organizacja spotkań świątecznych, udział w zawodach sportowych); ▪ Stosowanie mechanizmów włączających pracowników w rozwój przedsiębiorstwa (organizacja spotkań, podczas których każdy pracownik ma możliwość przedstawienia swoich spostrzeżeń i uwag w sprawach dotyczących działalności firmy i jej rozwoju); ▪ Zakup nowoczesnych urządzeń wpływających na usprawnienie i bezpieczeństwo pracy; ▪ Stworzenie dostępu do zdrowej żywności; ▪ Umożliwienie awansu/wzrostu wynagrodzenia w efekcie podniesienia poziomu kwalifikacji przez pracownika; ▪ Umożliwienie odbycia stażu/praktyk zawodowych; ▪ Podejmowanie działań mających na celu zwiększenie zaufania pracowników do firmy;
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Udział w programie Rzetelna Firma, który świadczy o wiarygodności przedsiębiorstw dla kontrahentów; ▪ Prowadzenie rozmów z klientami na temat ich potrzeb i satysfakcji z oferowanych produktów; ▪ Dążenie do zwiększenia poziomu satysfakcji klientów przez oferowanie produktów najwyższej jakości, m.in. dzięki stosowaniu wysokiej jakości surowców oraz tradycyjnych receptur; ▪ Umożliwienie zwrotu towaru bez podania przyczyny;

RYNEK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zapewnienie klientom dostępu do jak najszerszej informacji na temat oferowanych produktów/usług; ▪ Terminowe wywiązywanie się z postanowień zawartych w kontraktach; ▪ Oferowanie stałym klientom zniżek i rabatów oraz specjalnych programów lojalnościowych; ▪ Oferowanie usług serwisowych; ▪ Promowanie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu wśród partnerów biznesowych.
ŚRODOWISKO NATURALNE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stosowanie żarówek energooszczędnych; ▪ Stosowanie urządzeń ograniczających zużycie wody (czajniki, podgrzewacze wody); ▪ Stosowanie segregacji odpadów; ▪ Promowanie postaw ekologicznych wśród pracowników (np. dojazdy do pracy na rowerach, oszczędzanie energii); ▪ Korzystanie z usług instytucji specjalizujących się w doradztwie z zakresu ochrony środowiska; ▪ Wspieranie organizacji działających na rzecz środowiska naturalnego; ▪ Wspieranie konkursów i akcji promujących ochronę środowiska, np. udział w ogólnopolskiej akcji „Sprzątanie Świata”;
SPOŁECZEŃSTWO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Współpraca ze szkołami zawodowymi (np. organizacja zajęć praktycznych/praktyk zawodowych, prowadzenie przez pracodawców szkoleń dla nauczycieli przedmiotów zawodowych, doposażenie pracowni szkolnych w ramach tzw. sponsoringu, organizacja spotkań z młodzieżą, konsultacje w zakresie tworzenia programów nauczania w zawodzie); ▪ Współpraca z PUP w zakresie organizacji stażu i praktyk zawodowych; ▪ Przekazywanie funduszy/produktów/świadczenie usług ośrodkom wsparcia dla osób wykluczonych lub zagrożonych wykluczeniem społecznym (np. domom samotnych matek, domom dziecka, noclegowniom dla bezdomnych, ośrodkom dla osób uzależnionych, jadłodajniom); ▪ Dofinansowanie kolonii i półkolonii dla uczniów z ubogich środowisk itp.; ▪ Wspieranie organizatorów lokalnych konkursów i festynów oraz zbiórek na cele charytatywne; ▪ Sponsorowanie lokalnych sportowców, artystów; ▪ Finansowanie działań podejmowanych przez przedszkola, szkoły, domy kultury itp..

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań i analiz przeprowadzonych w ramach projektu „PWP Społecznie odpowiedzialne rzemiosło”.

Bariera w postaci braku dostatecznej wiedzy na temat korzyści, założeń czy konkretnych zastosowań CSR, wydaje się – obok przeświadczenia o konieczności ponoszenia wysokich kosztów (głównie finansowych) – głównym z uzasadnień bierności w tym zakresie. Tymczasem zrównoważony rozwój nie powinien być postrzegany w kategoriach kosztów związanych z podejmowaniem inicjatyw CSR, ale w kategoriach szans czy korzyści wynikających z włączania aspektów społecznych i środowiskowych w proces zarządzania oraz ich znaczenia dla budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa i efektywnej współpracy międzysektorowej.

Cele operacyjne

Cel strategiczny 1. Promocja rozwiązań CSR stosowanych przez firmy rzemieślnicze

Cel operacyjny 1.1

Prowadzenie badań pozwalających na identyfikację dobrych praktyk CSR oraz korzyści wynikających z ich stosowania przez firmy rzemieślnicze

Cel operacyjny 1.2

Organizacja cyklicznego Konkursu „Społecznie Odpowiedzialny Rzemieślnik”

Cel operacyjny 1.3

Przeprowadzenie wśród pracodawców kampanii informacyjnych z zakresu korzyści wynikających ze stosowania zasad CSR

Cel operacyjny 1.4

Aktywny udział w zrzeszeniach firm w postaci samorządu gospodarczego

Cel operacyjny 1.5

Kontynuowanie wymiany opinii i doświadczeń na temat korzyści i barier wdrażania założeń społecznej odpowiedzialności biznesu w firmach rzemieślniczych w ramach Forum na rzecz społecznie odpowiedzialnego rzemiosła

Cel operacyjny 1.6

Promowanie wzajemności świadczenia usług, dokonywania zakupów oraz powiązań kooperacyjnych w celu stymulowania rozwoju lokalnej przedsiębiorczości i ochrony istniejących miejsc pracy

Cel operacyjny 1.7

Promowanie rzemieślników jako osób aktywnych, odpowiedzialnych za swoją pracę i swoich pracowników

2.2.2. Cel strategiczny 2. Upowszechnianie społecznej odpowiedzialności biznesu w edukacji, w tym w zakresie kształcenia dualnego

Uzasadnienie

W prawidłowej interpretacji społecznej odpowiedzialności biznesu istotne jest zrozumienie, że działania realizowane w jej ramach są nie tylko elementem modelu biznesowego, ale powinny wynikać z wysokiej świadomości społecznej przedsiębiorców w zakresie wpływu tych działań na rozwiązywanie istotnych problemów społecznych. Obecnie jednym z takich problemów jest wysoki poziom bezrobocia wśród młodych ludzi. Paradoksem, ale i dramatem gospodarki oraz rynku pracy w Polsce jest to, że w sytuacji wysokiego bezrobocia pracodawcy wskazują na brak możliwości zatrudnienia pracowników posiadających oczekiwane kwalifikacje. „Zginiemy bez zawodowców”⁴, „Gdzie się podzieli prawdziwi fachowcy?”⁵, „Pracodawcy narzekają na brak fachowców”⁶, „Rzemieślnik też może być profesorem. A fach warto mieć”⁷, „Rzemieślnicy są znowu pilnie poszukiwani”⁸ to tylko przykłady tytułów artykułów i audycji na temat rynku pracy, które prezentują obecnie media. Badania potrzeb pracodawców jednoznacznie wskazują, że największe zapotrzebowanie dotyczy wykwalifikowanych pracowników fizycznych⁹. W ciągu siedmiu lat prowadzenia w Polsce przez ManpowerGroup badania „Niedobór talentów”, ta grupa tylko raz nie rozpoczęła listy, zajmując w 2012 roku pozycję drugą. Jednocześnie wyniki ostatniej edycji badania wskazują, że co trzeci pracodawca w Polsce zgłasza, że nie może znaleźć pracowników o odpowiednich kompetencjach. Badanie potwierdziło, że najczęstszym powodem problemów z obsadzaniem etatów jest brak wymaganych kompetencji twardych u kandydatów. Na niedostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy w Polsce wskazują również wyniki badań zrealizowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości we współpracy z Uniwersytetem Jagiellońskim w ramach projektu „Bilans Kapitału Ludzkiego”. Wyniki IV edycji badania ujawniły, że w 2013 roku 48% pracodawców, którzy deklarowali gotowość zatrudnienia nowych osób, szukało pracowników w kategorii zawodowej: robotnicy wykwalifikowani oraz operatorzy i monterzy maszyn. Zdaniem pracodawców, kandydatom brakowało przede wszystkim kompetencji, doświadczenia oraz motywacji do pracy¹⁰.

Dostrzeżenie rangi problemu wysokiego bezrobocia wśród osób młodych wyraża się przez ujęcie w unijnych i krajowych dokumentach strategicznych ludzi młodych jako ważnej grupy docelowej programowanych działań¹¹. Priorytetem dla Unii Europejskiej w ramach szerszej europejskiej strategii stymulowania wzrostu i tworzenia miejsc pracy jest pomaganie młodym ludziom w wejściu na rynek pracy i pozostaniu na nim, oraz w nabywaniu i rozwijaniu umiejętności, które

⁴ http://www.perspektywy.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=4531&Itemid=884 [data dostępu: 19.12.2014].

⁵ http://wyborcza.pl/1,75248,12263154,Gdzie_sie_podzieli_prawdziwi_fachowcy_.html [data dostępu: 19.12.2014].

⁶ <http://finanse.wp.pl/kat,18453,title,Pracodawcy-narzekaja-na-brak-fachowcow,wid,15990237,wiadomosc.html> [data dostępu: 19.12.2014].

⁷ http://wroclaw.gazeta.pl/wroclaw/1,36743,9540551,Rzemieslnik_tez_moze_byc_profesorem__A_fach_warto.html#ixzz37Me64cIa [data dostępu: 19.12.2014];

<https://www.facebook.com/polskamaparzemieslnikow/posts/1440949766167279> [data dostępu: 19.12.2014].

⁸ <http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/759019,rzemieslnicy-znowu-sa-pilnie-poszukiwani,id,t.html?cookie=1> [data dostępu: 19.12.2014].

⁹ ManpowerGroup, *Trwa niedobór talentów. Jak współczesny HR może poradzić sobie z tym wyzwaniem*, Warszawa 2014, dostępny: www.manpowergroup.pl [data dostępu: 19.12.2014].

¹⁰ M. Kocór, A. Strzebońska (red.), *Zapotrzebowanie na pracowników. Na podstawie badań pracodawców i ofert pracy zrealizowanych w 2013 roku w ramach IV edycji projektu Bilans Kapitału Ludzkiego*, Edukacja a rynek pracy – tom 1, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2014, dostępny: bkl.parp.gov.pl [data dostępu: 20.11.2014].

¹¹ Ibidem.

pozwolą im w przyszłości znaleźć pracę. Przykładem inicjatywy, która może odegrać ważną rolę w rozwiązaniu problemu wysokiego bezrobocia wśród młodych osób jest Europejski sojusz na rzecz przygotowania zawodowego¹². Sojusz został zainaugurowany w lipcu 2013 r. podczas konkursu umiejętności zawodowych WorldSkills¹³ i ma na celu rozwijanie wysokiej jakości szkoleń w formie przyuczania do zawodu, podnoszenie jakości nauki przez praktykę w ramach systemów kształcenia i szkolenia zawodowego oraz promowanie krajowych partnerstw na rzecz kształcenia łączącego naukę w szkołach zawodowych ze zdobywaniem doświadczenia w przedsiębiorstwach.

W Unii Europejskiej zwraca się uwagę na rolę kształcenia dualnego (inaczej dwutorowego), tj. prowadzonego równolegle (przemienne) w szkole oraz miejscu pracy, w zwiększeniu konkurencyjności młodych ludzi na rynku pracy. W państwach, w których funkcjonują programy kształcenia i szkolenia zawodowego, takich jak Niemcy, Holandia, Dania i Austria, stopa bezrobocia wśród osób młodych jest zdecydowanie niższa niż na przykład w Polsce, gdzie system kształcenia dualnego stosowany jest w formie cząstkowej – obejmuje tylko około 15% uczniów szkół zawodowych (średnich i zasadniczych). W Niemczech, gdzie blisko 70% uczniów szkół zawodowych uczy się w systemie dualnym, poziom bezrobocia wśród osób poniżej 25 roku życia wyniósł w grudniu 2014 roku 7,2%, podczas gdy w Polsce – 22,6%. Średni wskaźnik bezrobocia wśród osób młodych z państw członkowskich Unii Europejskiej wyniósł 21,4%¹⁴.

Złożone procesy społeczne i ekonomiczne stawiają wiele wyzwań również przed rzemiosłem, które ogrywa istotną rolę w procesie kształcenia zawodowego. To, co wyróżnia zakłady rzemieślnicze to ustawowo określone uprawnienia do kształcenia uczniów w ramach praktycznej nauki zawodu w celu zapewnienia wykwalifikowanych kadr dla gospodarki. Kluczową rolę w zarządzaniu kształceniem dualnym pełnią cechy rzemieślnicze.

Badania przeprowadzone w ramach projektu „PWP Społecznie odpowiedzialne rzemiosło” potwierdzają, że kształcenie dualne w rzemiosle, stanowi wstęp do stałego zatrudnienia w zawodach poszukiwanych na rynku pracy. Co istotne, przygotowanie zawodowe młodocianych pracowników, będące polskim modelem kształcenia dualnego, w blisko 80% prowadzone jest przez zakłady rzemieślnicze. Warto podkreślić, że jedną z zalet kształcenia w systemie dualnym jest kształtowanie u młodocianego pracownika postaw i kompetencji cenionych przez pracodawców (por. tabela 2). System dualny zapewnia mechanizm koordynacji edukacji i rynku pracy i przygotowujący młodzież do pracy w warunkach funkcjonowania firm produkcyjnych, usługowych i innych.

Tabela 2. Korzyści wynikające z wdrożenia dualnego systemu kształcenia

Korzyści dla przedsiębiorstw	Korzyści dla młodocianych	Korzyści dla gospodarki
------------------------------	---------------------------	-------------------------

¹² Inauguracja Europejskiego sojuszu na rzecz przygotowania zawodowego, Komisja Europejska, Komunikat prasowy, Bruksela/Lipsk 2 lipca 2013, dostępny: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-634_pl.htm [data dostępu: 22.11.2014].

¹³ Konkurs jest organizowany przez WorldSkills International, której celem jest zachęcanie młodych ludzi do kształcenia zawodowego i doskonalenia umiejętności zawodowych. Członkowie WorldSkills International pochodzą z 72 państw i regionów. Niestety, Polska nie jest jednym z nich. O dynamicznym rozwoju organizacji świadczy wzrost liczby członków - tylko w ciągu ostatnich czterech lat przybyło 19 nowych członków.

¹⁴ Na podstawie danych Eurostatu.

pracowników		
<ul style="list-style-type: none"> • Kształcenie ucznia dostosowane do oczekiwań oraz potrzeb przedsiębiorcy • Możliwość „wyboru” ucznia przyjmowanego na praktykę, co minimalizuje nietrafne decyzje popełniane często przy standardowej rekrutacji • Większa lojalność i zaangażowanie pracowników przyuczonych w przedsiębiorstwie, lepsza adaptacja z zespołem pracowniczym i znajomość kultury organizacyjnej, co ma ogromny wpływ na wydajność • Poprawa wizerunku przedsiębiorstwa, m.in. związana z posiadaniem prawa używania logotypu z napisem „to przedsiębiorstwo kształci” • Zapewnienie ciągłości zawodów, w szczególności zawodów rzemieślniczych (gdzie tradycje odgrywają szczególną rolę) • Postrzeganie udziału w kształceniu zawodowym jako długoterminowej inwestycji we własnych pracowników • Uzyskanie finansowej refundacji na pokrycie kosztów kształcenia w przypadku zdania przez ucznia praktycznej nauki zawodu egzaminu czeladniczego • Nawiązanie kontaktu ze szkołą zawodową, a także z placówką kształcenia ustawicznego, oraz możliwość potencjalnego wpływu na sposób nauczania oraz rozszerzenia tej współpracy dla obopólnych korzyści 	<ul style="list-style-type: none"> • Zdobycie doświadczenia bezpośrednio u potencjalnego pracodawcy • Płynne przejście od edukacji do zatrudnienia • Niepodejmowanie przez większość uczniów nauki w zawodach, na które nie ma popytu ze strony pracodawców lub jest on bardzo niski na lokalnym rynku pracy • Odbycie praktyki zawodowej w przedsiębiorstwie, które spełnia wymogi współczesnego rynku • Umożliwienie uczniom czynnego uczestnictwa w cyklu wytwórczym przedsiębiorstwa, co stanowi wartość dodaną z punktu widzenia odbywanego procesu edukacyjnego • Kształcenie postaw i kompetencji osobistych młodzieży związanych z pracą (np. dojrzałość emocjonalna, realizm życiowy, sterowanie własną karierą i rozwój aspiracji, poważny stosunek do pracy, przedsiębiorczość, odpowiedzialność, bezpieczne eksperymentowanie na rynku pracy, lojalność wobec zakładu pracy, chęć dalszego kształcenia i podnoszenia kwalifikacji) • Wzrost pewności siebie w porównaniu z absolwentami bez doświadczeń zawodowych w oparciu o lepiej ukształtowane kompetencje społeczne w środowisku pracy oraz świadomość wartości rynkowej swoich obecnych i przyszłych kompetencji zawodowych w danej dziedzinie/branży 	<ul style="list-style-type: none"> • Utrzymanie niskiego poziomu bezrobocia wśród osób młodych • Wzrost poziomu edukacji młodzieży oraz nabywanych kompetencji (rozumianych jako wiedza, doświadczenie i umiejętności) • Dopasowanie oferty edukacyjnej szkół i placówek kształcenia ustawicznego do potrzeb przedsiębiorców • Ukształtowanie efektywnego systemu kształcenia zawodowego, który przygotowuje młodych ludzi do wykonywania konkretnego zawodu, a zarazem daje podstawy do nabywania nowych kwalifikacji lub pogłębiania specjalizacji • Istnienie systemowego rozwiązania, które ułatwia zatrudnianie absolwentów szkół zawodowych i placówek kształcenia ustawicznego • Uelastycznienie rynku pracy • Podjęcie współpracy między przedsiębiorcami i instytucjami edukacyjnymi w zakresie definiowania kierunków oraz form kształcenia zawodowego zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem na rynku pracy • Kształtowanie społeczeństwa obywatelskiego (funkcjonowanie lokalnych partnerstw oraz aktywność struktur średniego rzędu – samorządu gospodarczego przedsiębiorstw) oraz wzrost poziomu kapitału społecznego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: J. Zdański, *Dualny system kształcenia zawodowego*, dostępny: jasnyhoryzont.pl/stuff/dualnysystem.pdf [data dostępu: 17.11.2014]; M. Kabaj, *Wpływ systemów kształcenia zawodowego na zatrudnienie i bezrobocie młodzieży. Projekt programu wdrożenia dualnego systemu kształcenia zawodowego w Polsce*, I Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 2012; E. Lechman, *Dualny system kształcenia zawodowego w Polsce - szanse i bariery wdrożenia*, Gdańsk 2012, dostępny: mostwprzyszlosc.pl/documents/EkspertyzaEwaLechmanSystemdualny.pdf [data dostępu: 22.11.2014].

Reasumując, **upowszechnianie społecznej odpowiedzialności biznesu w edukacji, w tym w zakresie kształcenia dualnego**, dotyczy m.in. współpracy pracodawców ze szkołami w celu dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy. CSR w edukacji polega na uczestnictwie sektora prywatnego w kształtowaniu polityki dotyczącej edukacji i rynku pracy. Zagadnienia te były podejmowane w ramach prac grupy roboczej „Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) a edukacja” przy Ministerstwie Gospodarki.

Cele operacyjne

Cel strategiczny 2. Upowszechnianie społecznej odpowiedzialności biznesu w edukacji, w tym zakresie kształcenia dualnego

Cel operacyjny 2.1

Prowadzenie badań pozwalających na identyfikację i prognozowanie potrzeb kwalifikacyjno-zawodowych na rynku pracy przy udziale pracodawców

Cel operacyjny 2.2

Opracowanie standardu monitorowania potrzeb pracodawców

Cel operacyjny 2.3

Zapewnienie absolwentom gimnazjów, uczniom i absolwentom szkół zawodowych oraz ich rodzicom dostępu do wyników analiz na temat potrzeb pracodawców i sytuacji na regionalnym/lokalnym rynku pracy

Cel operacyjny 2.4

Rozwijanie baz danych dotyczących systemu kształcenia zawodowego

Cel operacyjny 2.5

Monitoring losów absolwentów szkolnictwa zawodowego

Cel operacyjny 2.6

Wypracowanie skutecznego i efektywnego modelu współpracy sektora kształcenia zawodowego z pracodawcami

Cel operacyjny 2.7

Promocja rzemiosła i kształcenia zawodowego, w tym kształcenia dualnego w rzemiośle

Cel operacyjny 2.8

Doskonalenie procesu przygotowania zawodowego i potwierdzania kwalifikacji zawodowych w rzemiośle poprzez opracowanie narzędzi do sprawowania nadzoru nad przebiegiem przygotowania zawodowego oraz poprawę jakości przeprowadzanych egzaminów czeladniczych, mistrzowskich i sprawdzających

Cel operacyjny 2.9

Kształtowanie postaw i kompetencji, które są wysoko cenione przez pracodawców w kraju i za granicą, takich jak: postawy przedsiębiorcze, poważanie i szacunek do wykonywanej pracy, prowadzenie rachunku ekonomicznego przy wykonywaniu zadań zawodowych, lojalność wobec zakładu pracy, odpowiedzialność za powierzone zadania, chęć dalszego kształcenia i podnoszenia kwalifikacji

Cel operacyjny 2.10

Podejmowanie działań zapewniających ciągłość zawodów, w szczególności w odniesieniu do zawodów unikatowych, gdzie tradycje odgrywają bardzo dużą rolę i są przekazywane z pokolenia na pokolenie (gry miejskie, multimedialne gry edukacyjne, konkursy)

Słownik pojęć

CSR (Corporate Social Responsibility), społeczna odpowiedzialność biznesu – pojęcie jest używane w różnych znaczeniach i kontekstach, m.in. w zależności od lokalnej kultury, stopnia rozwoju kraju i branży, którą reprezentuje przedsiębiorstwo. Oprócz pojęcia „społeczna odpowiedzialność biznesu”, pojawiają się takie określenia jak: „odpowiedzialność korporacyjna”, „odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw”, „korporacyjny zrównoważony rozwój”, „etyczna korporacja” czy „obywatelskie zaangażowanie przedsiębiorstw”. Według definicji Komisji Europejskiej, zawartej w dokumencie *Odnowiona Strategia UE na lata 2011-2014 dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*¹⁵ CSR to *odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo*. Odpowiedzialność wyraża się w poszanowaniu prawa i układów zbiorowych między partnerami społecznymi. Ponadto dotyczy integrowania kwestii społecznych, etycznych, środowiskowych czy związanych z prawami człowieka oraz stosowania strategii ułatwiających współpracę różnych stron. Cele odpowiedzialnej działalności przedsiębiorstw zostały natomiast oparte o maksymalizację tworzenia wartości wspólnych dla właścicieli i ogółu społeczeństwa oraz przeciwdziałanie ich negatywnym skutkom¹⁶.

Dobra praktyka CSR to dobrowolne działanie nawiązujące do założeń odpowiedzialnego społecznie modelu biznesu, wykraczające poza wymogi określone przepisami prawa, mające charakter aktywności podejmowanej w dłuższej perspektywie czasowej i przyczyniające się do realizacji celów zdefiniowanych w ramach poszczególnych obszarów CSR, np. takich jak: miejsce pracy, rynek, środowisko naturalne, społeczeństwo.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu¹⁷ to organizacja typu think-and-do-tank, będąca rzecznikiem prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny. Misją Forum jest upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska. W tym celu Forum wspiera firmy w stawianiu się bardziej odpowiedzialnymi, buduje koalicje firm wokół rozwiązywania problemów społecznych, tworzy społeczność firm zaangażowanych społecznie, tworzy przestrzeń do wymiany doświadczeń pomiędzy menedżerami, administracją państwową i organizacjami społecznymi, aktywnie poszukuje rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności dla firm działających w Polsce, adekwatnych do ich potrzeb i możliwości, współpracuje z organizacjami pozarządowymi i administracją publiczną na rzecz budowania klimatu społecznego i politycznego, który sprzyja rozwojowi koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu.

¹⁵ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. *Odnowiona Strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela 2011, dostępny: http://odpowiedzialnybiznes.pl/public/files/Komunikat_KE_Strategia2011_2014.pdf, s. 7, [data dostępu: 13.01.2015].

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl>.

ISO 26000 to międzynarodowa norma dotycząca społecznej odpowiedzialności. Stanowi zbiór wytycznych, które odzwierciedlają najlepsze przykłady praktyk CSR z całego świata. Zbiór ten promuje społeczną odpowiedzialność biznesu i rozszerza jej zrozumienie poprzez trzy elementy. Po pierwsze, rozwija międzynarodowy konsensus w odniesieniu do znaczenia CSR i jej problemów. Po drugie, dostarcza wytycznych co do praktycznego zastosowania zasad odpowiedzialności społecznej w biznesie. Po trzecie, wskazuje i promuje najlepsze praktyki, które zostały realnie wdrożone. ISO 26000 może stanowić standard nie tylko w odniesieniu do sfery biznesu, ale szerzej, dla każdej organizacji¹⁸. W ramach ISO 26000 wyróżnia się siedem obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu: ład organizacyjny, prawa człowieka, stosunki pracy, środowisko, sprawiedliwe praktyki rynkowe, relacje z konsumentami, zaangażowanie społeczne.

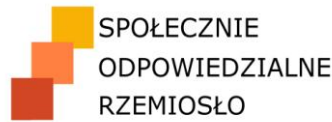
Obszar CSR „ład organizacyjny” dotyczy systemu, w którym funkcjonuje organizacja. Ład organizacyjny umożliwia m.in. zintegrowanie odpowiedzialności społecznej z ogólnie pojętym funkcjonowaniem organizacji. W kontekście CSR jest on także narzędziem zwiększającym jej zdolność do postępowania odpowiedzialnego społecznie. Organizacja, która decyduje się na takie postępowanie powinna mieć bowiem system ładu organizacyjnego, który pozwoli ją kontrolować i realizować w praktyce zasady CSR.

Obszar CSR „prawa człowieka” obejmuje zobowiązania do przestrzegania przez organizację praw człowieka, także w obrębie swojego oddziaływania. Norma ISO podkreśla istnienie dwóch rodzajów praw człowieka: praw obywatelskich i politycznych oraz praw gospodarczych, społecznych i kulturalnych.

Obszar CSR „stosunki pracy” dotyczy polityk i praktyk związanych z pracą wykonywaną przez organizację. Kwestia stosunków pracy obejmuje zarówno nabór, awansowanie pracowników, rozwiązywanie umów, szkolenia, zdrowie i bhp, jak i wszystkie praktyki wpływające na warunki pracy. Ponadto dotyczy uznawania organizacji pracowniczych i uczestnictwa w układach zbiorowych, dialogu i konsultacjach.

Obszar CSR „środowisko” dotyczy problemów związanych z negatywnymi zmianami w środowisku w miarę wzrostu ludzkiej populacji i wykorzystywania zasobów naturalnych. W odpowiedzi na te problemy zrodziła się potrzeba zrównoważonego zużycia zasobów i stosowania całościowego, systematycznego podejścia, która obejmuje działalność organizacji.

¹⁸ Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu, dostępny: http://www.ewaluacja.gov.pl/Wyniki/Documents/Ocena_stanu_wdrazania_standardow_spoecznej_odpowiedzialnosci_biznesu_13022013.pdf, [data dostępu: 14.09.2013].



Obszar CSR „sprawiedliwe praktyki rynkowe” dotyczy etycznego postępowania w relacjach między organizacjami. Uczciwe praktyki operacyjne obejmują m.in. tematy związane z przeciwdziałaniem korupcji, angażowaniem się w działalność w sferze publicznej, poszanowania praw własności czy uczciwej konkurencji.

Obszar CSR „relacje z konsumentami” wskazuje na obowiązki, jakie ma organizacja wobec konsumentów i klientów, których zaopatruje w produkty. W praktyce społecznej odpowiedzialności zagadnienia te obejmują m.in.: sprawiedliwe praktyki marketingowe, zrównoważoną konsumpcję, ochronę zdrowia i bezpieczeństwa, edukację czy też potrzeby szczególnie wrażliwych konsumentów.

Obszar CSR „zaangażowanie społeczne” dotyczy działań organizacji, które wykraczają poza angażowanie interesariuszy, a wiąże się także z dostrzeżeniem wartości i wsparciem dla społeczności lokalnej. Zaangażowanie powinno wynikać z uznania wspólnoty interesów, jaka łączy organizację i społeczność. Organizacja może przyczynić się do rozwoju m.in. poprzez tworzenie nowych miejsc pracy czy inwestycje społeczne w postaci edukacji, inicjatyw rozwojowych, promocji kultury i sztuki.

Współpraca międzysektorowa – dobrowolne, otwarte porozumienie co najmniej trzech zachowujących autonomię partnerów, reprezentujących co najmniej dwa sektory (z trzech: publicznego, prywatnego i pozarządowego), którzy wspólnie realizują długoterminowe działania na rzecz określonego regionu, doskonaląc i monitorując oraz zachowując zasadę równości w dzieleniu zasobów, odpowiedzialności, ryzyka i korzyści¹⁹.

¹⁹ A. Biderman, A. Futymski, A. Jarzębska, B. Kazior, R. Serafin, P. Szmigielski, *Grupy Partnerskie. Od idei do współdziałania*, Praktyczny przewodnik, Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Kraków 2004.