

REKOMENDACJE
W ZAKRESIE WDRAŻANIA
ZAŁOŻEN KONSEPCJI
SPOŁECZNEJ
ODPOWIEDZIALNOŚCI
PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE

CSR

ZESPÓŁ DO SPRAW
SPOŁECZNEJ
ODPOWIEDZIALNOŚCI
PRZEDSIĘBIORSTW



REKOMENDACJE W ZAKRĘSIE WDRAŻANIA ZAŁOŻEŃ KONCEPCJI SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW W POLSCE	CSR
SPIS TREŚCI	 MINISTERSTWO GOSPODARKI
	Spis treści Str. 01
	Kluczowe przesłania Str. 02
	1. Wprowadzenie do koncepcji CSR Str. 03
	2. Polski model promocji CSR Str. 04
	2.1. Diagnoza stopnia rozwoju CSR w Polsce Str. 05
	2.2. Zespół do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Str. 07
	2.3. Polska wizja CSR Str. 08
	3. Rekomendacje i wnioski dotyczące dalszych prac Str. 09
	3.1. Stworzenie zintegrowanego systemu promocji CSR w Polsce Str. 11
	3.2. Zwiększanie odpowiedzialności administracji Str. 12
	3.3. Podniesienie świadomości i zwiększanie odpowiedzialności uczestników rynku Str. 13

KLUCZOWE PRZESŁANIA

ZMIANY EKONOMICZNE W OSTATNICH 20 LATACH POZWOLIŁY NA UGRUNTOWANIE SIĘ W POLSCE GOSPODARKI OPARTEJ NA MECHANIZMACH RYNKOWYCH I WOLNOŚCI DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ. **EFEKTEM TRANSFORMACJI SYSTEMOWEJ** JEST POPRAWA WIZERUNKU POLSKI W ŚWIECIE I JEJ POZYCJI EKONOMICZNEJ.

PROCES GLOBALIZACJI, KTÓRY Z JEDNEJ STRONY SPRZYJAĆ MOŻE WZMOCNIENIU POTENCJAŁU EKONOMICZNEGO POLSKI, WYMAGA RÓWNIEŻ **POSZANOWANIA MIĘDZYNARODOWYCH ZOBOWIĄZAŃ** ORĄŻ DOSTOSOWANIA SIĘ UCZESTNIKÓW RYNKU DO WYZWAŃ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU, W CORAZ WIĘKSZYM STOPNIU WARUNKUJĄCYCH WSPÓŁPRACĘ RYNKOWĄ.

Biorąc pod uwagę powyższe, w kształtowaniu kierunków polityki gospodarczej coraz większy nacisk kładzie się na **poszukiwanie nowych źródeł przewag konkurencyjnych** zapewniających stabilne podstawy wzrostu i umożliwiające realizację aspiracji rozwojowych współczesnego i przyszłych pokoleń.

Nowoczesna, innowacyjna i efektywna gospodarka powinna umożliwiać polskim przedsiębiorstwom skuteczne konkurowanie z innymi podmiotami na globalnym rynku, wykorzystując przy tym korzyści płynące ze współpracy, w szczególności umiejętność wspólnego wykorzystywania zasobów. Wymaga to zmiany kultury wzajemnych relacji pomiędzy administracją rządową i samorządową a partnerami społeczno-gospodarczymi, celem **zwiększenia zaufania społecznego** oraz partycypacji kluczowych interesariuszy, w szczególności sektora prywatnego, w działaniach Rządu. Takie podejście wymaga zwiększania przejrzystości administracji, budowania międzysektorowych partnerstw oraz wzmacniania powiązań kooperacyjnych w celu **przezwycięzania społecznych barier rozwojowych**.

W prawie półtorarocznym procesie wypracowania niniejszych rekomendacji brali udział przedstawiciele administracji rządowej, organizacji międzynarodowych o światowej renomie, stowarzyszeń biznesowych i konsumenckich, związków zawodowych, środowisk inwestorskich i sektora finansowego, środowiska akademickiego i naukowego, organizacji pozarządowych, jak również indywidualnych przedsiębiorstw zaangażowanych w promocję Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw (ang. Corporate Social Responsibility, CSR) oraz pasjonatów tematyki społecznej i środowiskowej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

Uwzględniając **szeroki zakres zidentyfikowanych wyzwań** w zakresie CSR, priorytetowe w dalszym ciągu pozostaje zwiększanie spójności działań oraz efektów synergii w ramach już realizowanych inicjatyw. Dodatkowo, w celu zapewnienia trwałości podejmowanych wysiłków, niezbędne jest wdrożenie **zintegrowanego systemu wsparcia Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw¹ i jego Grup roboczych**, pozwalającego na czerpanie korzyści ze współpracy, w szczególności **wzmacnianie powiązań kooperacyjnych** oraz **budowanie międzysektorowych partnerstw** na rzecz CSR. Wartym rozważenia jest także wykorzystanie elastycznych mechanizmów finansowych, np. w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP) oraz **mobilizacja środowiska inwestorów**, zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych, do uwzględniania ryzyka środowiskowego, społecznego i z zakresu zarządzania (ang. Environment, Social, Governance, ESG) w decyzjach inwestycyjnych. Niezbędne pozostaje także uwzględnienie wypracowanych rekomendacji w programach operacyjnych, które będą przygotowywane w ramach nowej perspektywy finansowej po 2013 r., a także skoncentrowanie preferencji podatkowych na narzędziach warunkowych, zwłaszcza związanych z działalnością innowacyjną, inwestycyjną, a także wyzwaniami demograficznymi i środowiskowymi.

Istotnym pozostaje także **wdrażanie założeń koncepcji CSR w administracji publicznej**, w szczególności zwiększanie transparentności oraz weryfikowalności podejmowanych działań, a także tworzenie przyjaznych warunków umożliwiających **zwiększenie partycypacji i poczucia odpowiedzialności obywateli** za powodzenie reform. Wymagać to będzie przeprowadzenia szerokiej akcji promocyjno-informacyjnej, w tym kampanii społecznych, jak również podjęcia działań ukierunkowanych na promocję zidentyfikowanych przez Zespół priorytetowych obszarów tematycznych, w tym odpowiedzialnych inwestycji, zrównoważonej konsumpcji

oraz uwzględniania aspektów CSR w procesie kształcenia. Istotnym pozostaje także **zwiększanie transparentności i wiarygodności rynku** w szczególności poprzez wdrażanie nowoczesnych standardów CSR opartych na zarządzaniu ryzykiem oraz jawności danych ESG.

Działania w tym zakresie powinny obejmować w pierwszej kolejności wyłonione po uprzedniej analizie przedsiębiorstwa państwowe, spółki Skarbu Państwa, a także otwarte fundusze emerytalne. Rekomenduje się także przygotowanie **założeń projektu systemowego** ukierunkowanego na promowanie założeń koncepcji CSR w polskich realiach gospodarczych, którego realizacja powinna stanowić kolejny etap pracy Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Dodatkowo, celem efektywnej realizacji przyjętych rekomendacji, przygotowywane będą **roczne plany pracy Zespołu**. Nacisk położony zostanie także na zapewnienie **sprawnego systemu monitorowania i ewaluacji** podejmowanych działań.

¹ Powołanego Zarządzeniem Nr 38 Prezesa Rady Ministrów z dnia 8 maja 2009 r.



1. WPROWADZENIE DO KONCEPCJI CSR

Według normy ISO 26000, opublikowanej przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną (International Standardization Organization, ISO) w listopadzie 2010 r., społeczna odpowiedzialność to zobowiązanie organizacji do włączania aspektów społecznych i środowiskowych w proces podejmowania decyzji oraz wzięcie odpowiedzialności za wpływ podejmowanych decyzji i aktywności na społeczzeństwo i środowisko.

OZNACZA TO ZACHOWANIE ZARÓWNO TRANSPARENTNE JAK I ETYCZNE, PRZYCZYNIAJĄCE SIĘ DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU, ZGODNE Z OBOWIĄZUJĄCYM PRAWEM I SPÓJNE Z MIĘDZYNARODOWYMI NORMAMI.

Norma ISO 26000 odnosi się nie tylko do sektora prywatnego, ale wszelkiego rodzaju organizacji, stowarzyszeń, instytucji, organów administracji państwowej oraz innych podmiotów, które oddziałują na interesariuszy. Jednocześnie prócz, motywacji etycznych, coraz częściej pojawia się **ekonomiczne uzasadnienie dla dobrowolnych działań** podejmowanych w obszarze CSR, np. uwzględnianie postulatów różnych interesariuszy pozwala organizacjom na sprawne identyfikowanie potencjalnych obszarów ryzyka oraz efektywny dobór narzędzi tagodzenia bądź eliminacji ich skutków. Działania realizowane w obszarze CSR prowadzą także pośrednio do osiągnięcia szeregu celów politycznych takich jak: integracja rynków pracy, zwiększanie spójności społecznej, wzrost innowacyjności, czy efektywne korzystanie z zasobów środowiska.

Duże, międzynarodowe korporacje, będące przedmiotem wnikliwej obserwacji i oceny zarówno ze strony konsumentów, jak i organizacji pozarządowych, od lat pracują nad budowaniem odpowiedzialnego wizerunku. Jednak CSR, rozumiany jako oddolna inicjatywa biznesu, nie dotyczy wyjątkowo dużych firm. Obserwuje się także **rosnące zaangażowanie małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP)** w działania na rzecz społeczeństwa i środowiska, jednakże podmioty te w niedostateczny sposób wykorzystują koncepcję CSR do budowania przewagi konkurencyjnej oraz długoterminowego i stabilnego wzrostu.

Na dynamikę rozwoju koncepcji CSR w istotny sposób wpływają inicjatywy realizowane na szczeblu międzynarodowym, tj. ONZ, OECD, czy UE, wskazujące na obszary wymagające zaangażowania, celem dostosowania modelu społeczno-gospodarczego do **globalnych wyzwań zrównoważonego**

rozwoju. Problematykę tę od wielu lat dostrzegają również rządy poszczególnych państw, które angażują się w promocję i wdrażanie założeń koncepcji CSR.

Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach, wykonana przez CSRinfo na zlecenie Ministerstwa Gospodarki w 2010 r.², identyfikuje cztery instytucjonalne modele promocji CSR:

1

MODEL OBSERWATORA,

charakteryzujący się brakiem lidera odpowiedzialnego za problematykę CSR w administracji państwowej. W modelu tym ciężar promocji koncepcji CSR spoczywa na partnerach społeczno-gospodarczych, dodatkowo brak jest dostatecznej koordynacji podejmowanych działań.

2

MODEL PATRONA,

w którym można zidentyfikować organy administracji rządowej podejmujące inicjatywy na rzecz promocji koncepcji CSR, ale brak jest lidera koordynującego podejmowane działania. Dodatkowo, powoływane są ciała doradcze lub instytucje promujące CSR.

3

MODEL PROMOTORA,

w którym zapewniona jest koordynacja działań rządu w zakresie promocji koncepcji CSR przez instytucję pełniącą funkcję lidera, co określone jest w polityce, dokumencie strategicznym lub planie działań rządu. Ponadto, publikowane są wytyczne, standardy i inne formy pozaregulacyjnego wsparcia rozwoju CSR.

² „Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach” opracowanie CSRinfo

PL

W niniejszym badaniu Polska została zaklasyfikowana do modelu Patrona, jednakże powołanie Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, a także stopniowe włączanie założeń CSR do opracowywanych dokumentów strategicznych Rządu pozwalają na osiągnięcie bardziej zaawansowanych modeli rozwoju.

4

MODEL PARTNERA,

który cechuje obecność wiodącej instytucji administracji rządowej, koordynującej działania pozostałych resortów, a także ciał doradczych, czy centrów promocji CSR. Działania rządowe tworzą jednocześnie ramy dla oddolnych inicjatyw zaangażowanych partnerów społeczno-gospodarczych, co prowadzi do zwiększania spójności działań oraz osiągnięcia efektu synergii

2. POLSKI MODEL PROMOCJI CSR	
2.1 DIAGNOZA STOPNIA ROZWOJU CSR W POLSCE	

Przez wiele lat używano w Polsce oraz innych krajach przechodzących transformację ustrojową argumentu, iż gospodarka jeszcze nie dojrzała do uwzględniania kwestii społecznych i środowiskowych w polityce gospodarczej. Kryzys finansowy skłonił jednak przedsiębiorstwa do przewartościowania modelu gospodarczego na bardziej odpowiedzialny, celem zapewnienia solidnych podstaw szybkiej odbudowy i przyszłego zrównoważonego rozwoju. Dodatkowo, utrzymanie stosunkowo korzystnej, mimo kryzysu finansowego, kondycji gospodarki w ostatnich latach powinno mobilizować przedsiębiorstwa do inwestowania w innowacyjne rozwiązania technologiczne i nietechnologiczne, będące źródłem wzrostu wartości w długim okresie. W tym kontekście, CSR należy traktować jako **szansę na budowanie nowych przewag konkurencyjnych**, opartych na innowacjach, efektywnym wykorzystaniu zasobów oraz trwałych relacjach z interesariuszami.

Z ROKU NA ROK NOTUJE SIĘ W POLSCE ZWIĘKSZONE
ZAINTERESOWANIE **PROBLEMATYKĄ CSR,**

widoczne zarówno ze strony organizacji społecznych oraz instytucji otoczenia biznesu, jak również innych partnerów, np. Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie³. Podejmowanych jest także **szereg oddolnych inicjatyw**, w tym organizacja szkoleń, konkursów, konferencji, czy targów dobrych praktyk ukierunkowanych na zwiększanie świadomości uczestników rynku w obszarze zrównoważonego rozwoju.

Na podstawie dotychczasowych doświadczeń oraz wyników pracy Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw i jego grup roboczych została opracowana diagnoza bieżącej sytuacji w zakresie wdrażania założeń koncepcji CSR w Polsce, w której wskazane zostały mocne strony, jak również wyzwania wymagające zwiększonego zaangażowania.

³ która w 2009 r. wprowadziła pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej etyczny indeks giełdowy, więcej na: <http://odpowiedzialni.gpw.pl/>

Tabela 1 →
Analiza SWOT, diagnoza rozwoju CSR w Polsce
Źródło: Opracowanie własne (MG)

MOCNE
STRONY
STRENGTHS

konstytucyjne umocowanie dla działań na rzecz zrównoważonego rozwoju

odpowiednio zabezpieczone w systemie regulacji prawo ochrony środowiska, prawo pracy w tym bezpieczeństwa i higieny pracy oraz prawa i obowiązki obywatelskie

silne zaangażowanie partnerów społecznych w działania na rzecz promowania założeń koncepcji CSR

funkcjonowanie jedyne w Europie Środkowo-Wschodniej etycznego indeksu giełdowego RESPECT

silne poczucie dobrowolności koncepcji prowadzące do angażowania się liderów biznesowych w inicjowanie współpracy sektorowej oraz międzysektorowej na rzecz rozwoju branży

przywództwo oraz odpowiedzialność w zakresie problematyki CSR na szczeblu administracji rządowej (prace Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw)

SŁABE
STRONY
WEAKNESSES

przejawy strategicznego podejścia CSR widoczne głównie wśród dużych przedsiębiorstw, w większości z kapitałem zagranicznym

niska świadomość przedsiębiorstw w zakresie możliwości zwiększenia konkurencyjności i zapewnienie stabilnego wzrostu poprzez współpracę

niska znajomość możliwych do wykorzystania standardów międzynarodowych w zakresie CSR, w szczególności wśród MŚP oraz administracji

niska świadomość konsumentów w zakresie środowiskowych i społecznych oznakowań produktów oraz standardów CSR

niedostateczne uwzględnienie ryzyka ESG w decyzjach inwestycyjnych

utrzymujące się bariery administracyjne oraz przeregulowanie gospodarki

NOWE
SZANSE
OPPORTUNITIES

wzrost zainteresowania tematyką CSR w środowisku międzynarodowym, w tym publikacja normy ISO 26000

nowy komunikat KE dotyczący CSR planowany do publikacji w 2011 r.

stopniowe włączanie założeń CSR do kierunków rozwoju gospodarczego kraju

aktywność Polski na szczeblu międzynarodowym, w tym ścisła współpraca przy kształtowaniu unijnej polityki CSR, również podczas polskiego przewodnictwa w Radzie UE

coraz większe zainteresowanie koncepcją CSR wśród menedżerów biznesu oraz przedstawicieli mediów

OGÓLNE
ZAGROŻENIA
THREATS

wciąż odczuwalne skutki kryzysu gospodarczego, ograniczające skłonność przedsiębiorstw do zmiany strategii oraz wdrażania standardów CSR

niedostateczne uwzględnienie CSR w działaniach Rządu

niedostateczna znajomość koncepcji CSR, w szczególności wśród najwyższego kierownictwa firm

niedostateczna spójność realizowanych w Polsce oddolnych inicjatyw na rzecz promocji CSR

niedostateczna liczba doświadczonych firm doradczych i audytorskich podejmujących problematykę CSR, co zawęża możliwości wsparcia merytorycznego przedsiębiorstw



2.1 ZESPÓŁ DO SPRAW SPOŁECZ- NEJ ODPÓWIE- DZIALNOŚCI PRZEDSIĘ- BIORSTW

REALIZACJA OCZEKIWAŃ SPOŁECZNYCH

wymaga od Rządu przede wszystkim działania w roli **partnera oraz pośrednika** między biznesem a społeczeństwem oraz tworzenia sprzyjających warunków do podejmowania dobrowolnych zobowiązań na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów nr 38 z dnia 8 maja 2009 r. powołany został **Zespół do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw** stanowiący organ pomocniczy Prezesa Rady Ministrów, stanowiący platformę wiedzy i wymiany doświadczeń oraz forum wypracowania rozwiązań dla administracji rządowej w celu zintensyfikowania działań na rzecz promocji. Do zadań zespołu należą przede wszystkim:

proponowanie rozwiązań dotyczących koordynacji działań poszczególnych organów administracji publicznej w zakresie promocji i wprowadzania zasad CSR,

+

analiza i wykorzystywanie doświadczeń oraz upowszechnianie dobrych praktyk w obszarze CSR z innych państw, w szczególności narzędzi wypracowanych w ramach Europejskiego Sojuszu na rzecz budowania i wdrażania polityki CSR,

+

tworzenie warunków lepszej komunikacji oraz dialogu pomiędzy administracją, biznesem, partnerami społecznymi oraz organizacjami pozarządowymi w sprawach dotyczących CSR.

W celu sprawnej realizacji zadań Zespołu, Uchwałą nr 2 Zespołu z dnia 21 lipca 2009 r. powołano cztery Grupy robocze:

1

Grupa robocza do spraw systemu promowania CSR w Polsce, której prace skupiają się na tworzeniu warunków dla rozwoju CSR w polskich realiach gospodarczych m.in. poprzez wspieranie współpracy oraz upowszechnianie dobrych praktyk i innowacyjnych strategii służących rozwiązywaniu problemów społecznych, jak również prowadzenie dialogu z poszczególnymi sektorami biznesu.

2

Grupa robocza do spraw odpowiedzialnych inwestycji, której prace koncentrują się na wspieraniu działań upowszechniających koncepcję odpowiedzialnych inwestycji, w szczególności w zakresie poprawy rzetelności i wiarygodności ujawnianych danych, a także włączania ryzyka środowiskowego, społecznego i z zakresu zarządzania (ang. Environmental, Social, Governance, ESG) do strategii zarządzania firmą i jej kapitałem inwestycyjnym.

3

Grupa robocza CSR a edukacja, której prace ukierunkowane są na tworzenie warunków dla działań prowadzących do wzrostu świadomości środowisk akademickich w zakresie roli CSR w procesie kształcenia przyszłej kadry ekspertów w Polsce, wzmacnianie współpracy z uczelniami wyższymi i innymi instytucjami na rzecz rozwoju edukacji w obszarze CSR zarówno w wymiarze ekonomicznym, środowiskowym, jak i społecznym.

4

Grupa robocza do spraw zrównoważonej konsumpcji, której celem jest proponowanie rozwiązań umożliwiających identyfikację i wzmocnienie roli konsumentów oraz stymulowanie popytu i podaży produktów charakteryzujących się wysokimi standardami środowiskowymi i społecznymi (produktów zrównoważonych). Działania grupy koncentrują się na proponowaniu rozwiązań umożliwiających podnoszenie świadomości konsumentów oraz wzmacnianiu ich roli w nakłanianiu przedsiębiorców do podejmowania dobrowolnych zobowiązań na rzecz zrównoważonego rozwoju.

PARTNERSKA WSPÓŁPRACA CZŁONKÓW ZESPOŁU I JEGO GRUP ROBOCZYCH SPRZYJA GENEROWANIU INNOWACJI ORAZ DOSTOSOWYWANIU DZIAŁAŃ RZĄDU DO RZĄDNYCH POTRZEB UCZESTNIKÓW RYNKU.

W SZCZEGÓLNOŚCI NACISK POŁOŻONY JEST NA ZAPEWNIENIE RÓWNOWAGI POMIĘDZY KONIECZNOŚCIĄ **BUDOWANIA SOLIDNYCH PODSTAW ROZWOJU GOSPODARCZEGO** GENERUJĄCEGO MIEJSCA PRACY I ZAPEWNIĄJĄCEGO KONKURENCYJNOŚĆ W SKALI GLOBALNEJ, A POTRZEBĄ SPROSTANIA WYZWANIAM ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU.

Wnioski prac Grup roboczych oraz Zespołu zostały przedstawione w niniejszym dokumencie w formie rekomendacji, a także są wykorzystywane w procesie projektowania rządowych dokumentów strategicznych, w tym Krajowego Programu Reform na rzecz realizacji strategii „**Europa 2020**” oraz strategii zintegrowanych wyznaczających kluczowe priorytety i wyzwania rozwojowe, w szczególności:

Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki,

Strategii Bezpieczeństwo Energetyczne i Środowisko,

Strategii Rozwoju Zasobów Ludzkich,

Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego,

Strategii Sprawne Państwo.

Priorytetem Rządu w promowaniu i wdrażaniu CSR na szczeblu krajowym są **partnerska współpraca na rzecz przezwyciężania społecznych barier rozwojowych** oraz **poszukiwania nowych źródeł przewag konkurencyjnych** zapewniających stabilne podstawy wzrostu umożliwiające realizację aspiracji rozwojowych obecnego i przyszłych pokoleń.

WIZJĄ RZĄDU W ZAKRESIE CSR JEST **TWÓRZENIE NAJLEPSZYCH WARUNKÓW** DLA ROZWOJU POLSKI, JAKO KRAJU PRZYJAZNEGO DLA ODPOWIEDZIALNEGO, INNOWACYJNEGO I KONKURENCYJNEGO BIZNESU.

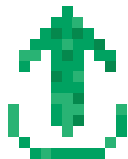
Realizacja zdefiniowanej wizji możliwa będzie poprzez osiągnięcie celów strategicznych, w szczególności:

zwiększanie odpowiedzialności administracji państwowej oraz włączanie partnerów społeczno-gospodarczych w debatę o sprawach publicznych,
.....

podniesienie świadomości oraz zwiększenie odpowiedzialności uczestników rynku w zakresie szans i korzyści ze stosowania strategii oraz instrumentów CSR,
.....

wzmacnianie powiązań kooperacyjnych oraz budowanie międzysektorywnych partnerstw na rzecz CSR.

3. REKOMENDACJE I WNIOŚKI DO- TYCZĄCE DAL- SZYCH PRAC POLSKI MODEL PROMOCJI CSR



Biorąc pod uwagę krajowe uwarunkowania oraz wyzwania związane z promowaniem założeń koncepcji CSR, działania Rządu ukierunkowane zostały na stworzenie **kompleksowego systemu koordynacji i współpracy** w ramach już podejmowanych inicjatyw, a także identyfikację długookresowych priorytetów oraz obszarów wymagających pilnej interwencji.

Dzięki doświadczeniu szerokiego grona ekspertów zaangażowanych w prace Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw oraz jego Grup roboczych opracowany został zestaw rekomendacji do podjęcia, zarówno przez Rząd, jak i partnerów społeczno-gospodarczych, celem ukierunkowania podejmowanych działań na obszary kluczowe dla rozwoju koncepcji CSR w polskich realiach gospodarczych.

.....
UWZGLĘDNIAJĄC **SZEROKI ZAKRES ZIDENTYFIKOWANYCH WYZWAŃ**, PRIORYTETOWE W DALSZYM CIĄGU POZOSTAJE ZWIĘKSZANIE SPÓJNOŚCI DZIAŁAŃ ORAZ EFEKTÓW **SYNERGII** W RAMACH JUŻ REALIZOWANYCH INICJATYW.
.....

Dodatkowo, w celu zapewnienia trwałości podejmowanych wysiłków, niezbędne jest wdrożenie **zintegrowanego systemu wsparcia Zespołu i jego Grup roboczych**, pozwalającego na czerpanie korzyści ze współpracy, w szczególności **wzmacnianie powiązań kooperacyjnych** oraz **budowanie międzysektorywnych partnerstw** na rzecz CSR. Warty rozważenia jest także wykorzystanie elastycznych mechanizmów finansowych, np. w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP) oraz **mobilizowanie środowiska inwestorów**, zarówno instytucjonalnych jak i indywidualnych, do uwzględniania ryzyka środowiskowego, społecznego i z zakresu zarządzania ESG w decyzjach inwestycyj-

nych. Niezbędne pozostaje także uwzględnienie wypracowanych rekomendacji w programach operacyjnych, które będą przygotowywane w ramach nowej perspektywy finansowej po 2013 r., a także skoncentrowanie preferencji podatkowych na narzędziach warunkowych, zwłaszcza związanych z działalnością innowacyjną, inwestycyjną, a także wyzwaniami demograficznymi i środowiskowymi.

Istotnym pozostaje także **wdrażanie założeń koncepcji CSR w administracji publicznej**, w szczególności zwiększanie transparentności oraz weryfikowalności podejmowanych działań, a także tworzenie przyjaznych warunków umożliwiających **zwiększenie partycypacji i poczucia odpowiedzialności obywateli** za powodzenie reform. Wymagać to będzie przeprowadzenia szerokiej akcji promocyjno-informacyjnej, w tym kampanii społecznych, jak również podjęcia działań ukierunkowanych na promocję zidentyfikowanych przez Zespół priorytetowych obszarów tematycznych, w tym odpowiedzialnych inwestycji, zrównoważonej konsumpcji oraz uwzględniania aspektów CSR w procesie kształcenia. Istotne pozostaje także angażowanie w **zwiększanie transparentności i wiarygodności rynku** wyłoniionych po poprzedniej analizie przedsiębiorstw państwowych oraz spółek Skarbu Państwa, a także otwartych funduszy emerytalnych, w szczególności poprzez wdrażanie nowoczesnych standardów CSR opartych na zarządzaniu ryzykiem oraz jawności danych ESG. Dodatkowo, rekomenduje się przygotowanie **założeń projektu systemowego** ukierunkowanego na promowanie założeń koncepcji CSR w polskich realiach gospodarczych, którego realizacja powinna stanowić kolejny etap pracy Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Celem efektywnej realizacji przyjętych rekomendacji, przygotowywane będą **roczne plany pracy Zespołu**. Nacisk położony zostanie także na zapewnienie **sprawnego systemu monitorowania i ewaluacji** podejmowanych działań.

STWORZENIE ZINTEGROWANEGO **SYSTEMU**
PROMOCJI CSR W POLSCE

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

Wzmocnienie działań Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw poprzez:

.....

zapewnienie zaplecza merytorycznego i organizacyjnego,

.....

budowę struktur regionalnych w postaci sieci międzysektorowych partnerstw i lokalnych powiązań kooperacyjnych.

Realizacja projektu systemowego ukierunkowanego na wspieranie międzysektorowej współpracy i dialogu z interesariuszami w celu przezwyciężenia społecznych barier rozwojowych.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Wzrost znaczenia tematyki CSR, zarówno w międzynarodowej, jak i krajowej debacie, w tym zwiększenie skali działań realizowanych zarówno przez partnerów społeczno-gospodarczych jak i administrację publiczną, powodują konieczność wzmocnienia Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. W szczególności istotne jest zapewnienie odpowiedniego zaplecza kadrowo-organizacyjnego, a także środków finansowych na realizację zadań Zespołu, również tych ukierunkowanych regionalnie.

+

Działania na rzecz promocji założeń koncepcji CSR w Polsce wymagają zastosowania systemowych rozwiązań umożliwiających trafną identyfikację społecznych barier rozwojowych oraz wypracowanie instrumentów umożliwiających ich przezwyciężania. Celem zapewnienia komplementarności podejmowanych działań projektowanie założeń do projektu systemowego opierać będzie się na efektach działań na rzecz promocji CSR, realizowanych w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy. Założenia projektu systemowego ukierunkowanego na promowanie założeń koncepcji CSR zostaną wypracowane na kolejnym etapie pracy Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

MG
KPRM

MG

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Jednostki Samorządu Terytorialnego Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

+

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

STWORZENIE ZINTEGROWANEGO **SYSTEMU**
PROMOCJI CSR W POLSCE

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

Prowadzenie informacyjnych kampanii społecznych, również z wykorzystaniem partnerstwa publiczno-prywatno-społecznego, ukierunkowanych na promocję m.in.:

.....

zarządzania aspektami zrównoważonego rozwoju w łańcuchu dostaw,

.....

standardów CSR, wiarygodności i transparentności działań,

.....

odpowiedzialnych inwestycji, zrównoważonej konsumpcji i stylu życia.

Rozwój i wdrożenie systemu wskaźników CSR oraz ewaluacja działań na rzecz promocji założeń koncepcji CSR w Polsce, w tym przygotowywanie cyklicznych sprawozdań.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Niedostateczny poziom wiedzy nt. wyzwań zrównoważonego rozwoju oraz koncepcji CSR, stanowi jedną z głównych barier na drodze do innowacyjnej i odpowiedzialnej gospodarki. Kampanie informacyjno-promocyjne koncentrują uwagę oraz zachęcają odbiorców do bardziej aktywnego angażowania się w debatę publiczną. Dodatkowo, istotne pozostaje, by podejmowane działania informacyjne prowadziły do poprawy przejrzystości rynku oraz zwiększenia popytu na produkty charakteryzujące się wysokimi standardami społecznymi i środowiskowymi (produkty zrównoważone), celem wzmocnianie pozycji rynkowej przedsiębiorstw kierujących się zasadami CSR. Ważne jest również podniesienie wiedzy społeczeństwa na temat odpowiedzialnych inwestycji, a także promowanie zrównoważonego stylu życia.

+

Działania na rzecz CSR wymagają stałego monitorowania i ewaluacji, w celu określenia, na ile założone cele są realizowane. Wskaźniki monitorujące postęp w obszarze CSR powinny bazować na już opracowanych metodologiach, w tym wynikach projektu „Enhancing Transparency and Credibility of CSR Practices Through Establishment of CSR Performance Assessment and Monitoring Systems in New EU Member States”, realizowanego przez UNDP oraz wskaźników zrównoważonej konsumpcji zaproponowanych przez Europejską Agencję Środowiska.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

MG

MG

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy Media

+

KPRM, GUS Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

ZWIĘKSZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ADMINISTRACJI

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA REALIZACJI

Uwypuklenie koncepcji CSR podczas polskiego Przewodnictwa w Radzie UE.

UZASADNIENIE REKOMENDACJI

Przewodnictwo Polski w Radzie UE daje możliwość prezentacji polskich doświadczeń oraz stanowiska dotyczącego kwestii CSR i zrównoważonego rozwoju na forum unijnym i międzynarodowym. Podejmowane działania powinny prowadzić do promocji wśród społeczności międzynarodowej polskich doświadczeń oraz know-how, a także wymianę dobrych praktyk realizowanych przez polskie przedsiębiorstwa. Spodziewanym jest, iż w konsekwencji działania te doprowadzą do wzrostu zainteresowania polską gospodarką inwestorów zagranicznych oraz napływu do Polski odpowiedzialnych inwestycji.

INSTYTUCJA WIODĄCA

MSZ
MG

INSTYTUCJE WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności: MG, MPiPS, MŚ. Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy, media.

Wdrażanie zasad i standardów CSR w administracji publicznej, w tym uwzględnienie w systemach zarządzania organizacją założeń normy ISO 26000 oraz wytycznych dotyczących raportowania (Global Reporting Initiative, GRI).

Partnerzy społeczno-gospodarczy oczekują od Rządu nie tylko tworzenia warunków dla rozwoju CSR w Polsce, ale także zwiększonej odpowiedzialności po stronie administracji publicznej. W szczególności ważne jest wdrożenie odpowiednich modeli zarządzania ryzykiem, umożliwiających sprawne funkcjonowanie państwa oraz szybkie reagowanie na zachodzące przemiany społeczno-gospodarcze. Istotne jest przy tym kompleksowe uwzględnienie ryzyka w obszarach zarówno ekonomicznym, jak również środowiskowym, społecznym i z zakresu zarządzania (ang. Environmental, Social, Governance, ESG), które coraz silniej wpływają na kształtowanie warunków rozwoju obecnego i przyszłych pokoleń. Kwestią kluczową jest także wzmacnianie odpowiedzialnego przywództwa oraz tworzenie przyjaznych warunków umożliwiających zwiększenie partycypacji i poczucia odpowiedzialności obywateli za powodzenie reform.

KPRM

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności: MSWiA, MG. Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy.

ZWIĘKSZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ADMINISTRACJI

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA REALIZACJI

Szersze uwzględnienie kryteriów środowiskowych i społecznych w procedurach przetargowych zamówień publicznych, w tym:

.....
identyfikacja barier oraz narzędzi ich przezwyciężania poprzez stałe monitorowanie i ewaluację realizacji Krajowego Planu Działań w zakresie zrównoważonych zamówień publicznych na lata 2010-2012,

.....
zwiększanie świadomości oraz wymiana dobrych praktyk wśród zamawiających, wykonawców oraz instytucji kontrolnych.

Podnoszenie świadomości pracowników administracji publicznej w zakresie CSR oraz wyzwań zrównoważonego rozwoju, m.in. poprzez włączenie ww. zagadnień do programu służby przygotowawczej oraz zakresu

UZASADNIENIE REKOMENDACJI

W Polsce mamy do czynienia ze stałym wzrostem udziału zamówień publicznych w PKB, co jest spowodowane m.in. wydatkowaniem środków pomocowych UE. Polski system zamówień publicznych jest systemem zdecentralizowanym. Oznacza to, że każdy zamawiający ma możliwość wyboru wyrobów i usług spełniających wysokie standardy środowiskowe i społeczne. Jednakże jak dotąd kryteria te stosowane są przez polskich zamawiających bardzo rzadko, co wskazuje na niedostateczne wykorzystanie potencjału tego instrumentu. Promocja zrównoważonych zamówień publicznych powinna przyczyniać się do rozwoju rynku produktów spełniających wysokie standardy środowiskowe i społeczne (produktów zrównoważonych). W tym celu konieczne jest zwiększanie umiejętności i kompetencji ekspertów odpowiedzialnych za realizację procesów zamówień publicznych oraz kontrolę procedur przetargowych. Koniecznym pozostaje również stałe monitorowanie realizowanych działań celem trafnej identyfikacji barier oraz doboru odpowiednich narzędzi ich przezwyciężania, a także kontynuowanie współpracy z instytucjami branżowymi, celem wypracowania wytycznych oraz ich promocji wśród zamawiających i wykonawców.

Prawidłowe identyfikowanie wyzwań związanych ze zrównoważonym rozwojem, a także promowanie założeń koncepcji CSR wymaga systemowego podejścia, instrumentarium, a także kompetencji i odpowiedniej postawy ukierunkowanej na dialog, współpracę. Koniecznym zatem jest zwiększanie świadomości urzędników oraz dostarcze-

INSTYTUCJA WIODĄCA

UZP

INSTYTUCJE WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności: MG, MPiPS, MŚ. Instytucje kontrolne, m.in. Regionalne Izby Obrachunkowe. Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

KPRM

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności: MG, MPiPS, MŚ

ZWIĘKSZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ADMINISTRACJI

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA REALIZACJI

tematycznego egzaminów na urzędnika mianowanego.

UZASADNIENIE REKOMENDACJI

nie niezbędnej wiedzy w zakresie problematyki zrównoważonego rozwoju oraz CSR, która powinna stać się elementem kształcenia podczas służby przygotowawczej, jak również być włączona zakresu tematycznego egzaminów na urzędnika mianowanego.

INSTYTUCJA WIODĄCA

INSTYTUCJE WSPÓŁPRACUJĄCE

Wprowadzenie standardów CSR, w tym zarządzania ryzykiem środowiskowym, społecznym i z zakresu zarządzania (ang. Evironment Social Governance, ESG) do polityki wytonionych po uprzedniej analizie, przedsiębiorstw państwowych oraz spółek Skarbu Państwa. Wprowadzenie pytań dotyczących CSR i zrównoważonego rozwoju na egzaminach do rad nadzorczych spółek Skarbu Państwa.

Przedsiębiorstwa państwowe oraz Spółki Skarbu Państwa, reprezentujące często sektory strategiczne dla Państwa, powinny wyznaczać najlepsze standardy prowadzenia działalności gospodarczej, kształtując tym samym trendy rynkowej współpracy. Zarządzanie majątkiem Skarbu Państwa powinno spełniać normy jakościowe, w tym również międzynarodowe standardy CSR, zwiększając w ten sposób wiarygodność Państwa, jak i samych spółek w zakresie odpowiedzialnego gospodarowania. Planowane rozwiązania powinny wykorzystywać doświadczenia i rozwiązania przyjęte przez inne państwa, w tym Szwecję, Danię i Zjednoczone Królestwo, które wprowadziły wytyczne dla spółek Skarbu Państwa w zakresie uwzględniania ryzyka ESG oraz raportowania polityki CSR.

MSP

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności: MG Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

Wzmacnianie dialogu i współpracy administracji państwowej na rzecz promocji założeń koncepcji CSR, m.in. poprzez:

.....

stymulowanie oddolnych inicjatyw biznesu, w tym samoregu-

Istotą planowanych działań w tym obszarze powinno być wzmacnianie dialogu i współpracy pomiędzy administracją państwową i partnerami społeczno-gospodarczymi, m.in. poprzez promocję samoregulacji oraz podejmowanie wspólnych inicjatyw wewnątrz i międzysektorowych. Kluczowe przy tym jest promowanie dobrych praktyk w zakresie współpracy biznesu z administracją,

MG

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności: MPiPS, MSWiA, MKiDN, MRR Zainteresowani part-

ZWIĘKSZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ADMINISTRACJI

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA REALIZACJI

lacji branżowych oraz kodeksów dobrych praktyk,

.....

wspieranie współpracy międzysektorowej na szczeblu regionalnym, np. w ramach klastrów, Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE), specjalnych stref ekonomicznych,

.....

zacieśnianie współpracy pomiędzy Zespołem do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw i innymi zespołami/grupami roboczymi/komitetami międzyresortowymi, w tym Komisją Trójstronną ds. Społeczno-Gospodarczych oraz Zespołem do spraw Rozwoju Ekonomii Społecznej.

Uwzględnienie założeń koncepcji CSR w działaniach ukierunkowanych na promocję Polski oraz polskich przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym, w tym:

UZASADNIENIE REKOMENDACJI

m.in. poprzez tworzenie odpowiednich mechanizmów i usprawnienie już tych istniejących (jak partnerstwo publiczno-prywatne PPP), czy też biznesu z ośrodkami naukowo-badawczymi na rzecz realizacji badań odpowiadających na realne potrzeby rozwoju gospodarczego. Ważne jest działanie w dwóch kierunkach: szerszego uwzględnienia wymiaru lokalnego oraz większego zaangażowania organizacji branżowych i pozarządowych. Konieczna jest również intensywna praca na rzecz zmiany kultury wzajemnych relacji pomiędzy władzami publicznymi i obywatelami. W tym kontekście istotny jest nie tylko dostęp do publicznych informacji, lecz bardziej partycypacyjny sposób rządzenia, polegający na włączaniu partnerów społeczno-gospodarczych w debatę publiczną, celem zwiększenia współodpowiedzialności obywateli za powodzenie reform. Pilną potrzebą jest zatem wzmocnienie, wykorzystywanego już, narzędzia konsultacji społecznych w szczególności przy uzgadnianiu dokumentów o charakterze strategicznym, jak również opracowania nowych form komunikacji np. elektroniczna administracja ukierunkowanych na budowę platform dialogu społecznego w szczególności o zasięgu regionalnym.

+

INSTYTUCJA WIODĄCA

INSTYTUCJE WSPÓŁPRACUJĄCE

nerzy społeczno-gospodarczy Jednostki Samorządu Terytorialnego

MG

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MSZ Zainteresowani part-

ZWIĘKSZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI ADMINISTRACJI

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA REALIZACJI

zaangażowanie COIE w dyskusję nt. potrzeby uwzględniania założeń koncepcji CSR zarówno przez polskich eksporterów, jak również przez inwestorów zagranicznych,

.....
przygotowanie programu promującego polskie przedsiębiorstwa stosujące założenia koncepcji CSR poza granicami kraju,

.....

wsparcie merytoryczne i organizacyjne Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI), celem wspierania założeń koncepcji CSR,

.....

uwzględnianie założeń koncepcji CSR w priorytetach pomocy rozwojowej oraz działaniach polskiej dyplomacji.

UZASADNIENIE REKOMENDACJI

wych standardów gwarantujących wiarygodność oraz minimalizujących ryzyko ESG w łańcuchu dostaw.

Budowa przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw wymagać będzie aktywnego udziału w procesie umiędzynarodowienia gospodarki, w szczególności wykorzystywania korzyści płynących ze współpracy różnorodnych środowisk w ramach powiązań sieciowych. W szczególności istotnym pozostaje zaktywizowanie COIE oraz WPHI Ambasad i Konsulatów RP do promowania założeń koncepcji CSR. Potencjał w tym zakresie tkwi również w obszarze udzielanej przez Polskę pomocy rozwojowej, jak również dyplomacji zagranicznej.

Zwiększenie znaczenia Polski w gospodarce międzynarodowej, będzie w dużej mierze zależało od systemu promocji gospodarki polskiej. Dopiero gdy Polska zbuduje silną narodową reputację w zakresie wytwarzania wysokiej jakości określonej kategorii produktów, polscy eksporterzy i producenci, powołując się na kraj pochodzenia swoich marek, zdobędą prestiż na arenie międzynarodowej oraz przewagę konkurencyjną.

INSTYTUCJA WIODĄCA

INSTYTUCJE WSPÓŁPRACUJĄCE

nerzy społeczno-gospodarczy

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE ODPOWIEDZIALNOŚCI UCZESTNIKÓW RYNKU

I. Zapewnienie wsparcia finansowego dla działań na rzecz CSR

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA REALIZACJI

Zapewnienie spójności i przejrzystości systemu podatkowego, w tym:

.....

skoncentrowanie preferencji na narzędziach warunkowych, zwłaszcza związanych z działalnością innowacyjną, inwestycyjną i wyzwaniem demograficznymi oraz środowiskowymi,

.....

zmniejszenie obciążeń i rozszerzenie katalogu kosztów w celu ograniczenia zjawiska nieuczciwej konkurencji ze strony szarej strefy,

.....

wycena usług ekosystemów oraz wypracowanie i wdrożenie ekologicznej reformy fiskalnej.

Promocja przejrzystości i wiarygodności danych ESG oraz zasad realizacji odpowiedzialnych inwestycji ONZ (The Principles of Responsible Investment, PRI).

Wypracowanie wytycznych dla instytucji finansowych w zakresie szerszego uwzględniania

UZASADNIENIE REKOMENDACJI

System podatkowy sprzyjający innowacyjności, efektywności i inwestycjom powinien umożliwiać realizację długofalowych strategii biznesowych oraz minimalizować zniekształcenia w alokacji zasobów. Zgodnie z przyjętymi założeniami ewolucja systemu podatkowego w nadchodzącej dekadzie – podobnie jak całości prawa gospodarczego – będzie polegać na dalszym upraszczaniu obowiązujących przepisów podatkowych, dążeniu do spójności i przejrzystości regulacji oraz obniżeniu kosztów wypetnienia obowiązków podatkowych. Regulacje podatkowe zostaną również objęte opisanymi wcześniej mechanizmami stabilizacyjnymi, zapobiegającymi ich wtórnej komplikacji. Podejmowane działania powinny prowadzić także do stopniowego przeniesienia ciężarów fiskalnych z zatrudnienia na działalność społecznie niepożądaną, tj. emisję zanieczyszczeń, celem transformacji systemu społeczno-gospodarczego na zieloną i niskoemisyjną ścieżkę. Nacisk położony powinien zostać również na stopniowe wycofywanie subsydiów szkodliwych dla środowiska, a także pełne wdrożenie zasady „zanieczyszczający płaci”.

+

Odpowiedzialne inwestycje stanowią kluczowe zaplecze dla źródeł finansowania rozwoju koncepcji CSR w Polsce dlatego istotnym jest zachęcanie środowiska inwestorów do szerszego uwzględniania w strategiach inwestycyjnych ryzyka ESG. Wzrost świadomości oraz zaangażowania instytucji finansowych w promowanie koncepcji CSR stanowić będzie wyraźny sygnał dla rynku i bodziec ekonomiczny do podejmowania działań na rzecz

INSTYTUCJA WIODĄCA

MF

MF
KNF
MPiPS

INSTYTUCJE WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MG, MŚ Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MG, MŚ Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy. Media.

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE
ODPOWIEDZIALNOŚCI **UCZESTNIKÓW RYNKU**

I. Zapewnienie wsparcia finansowego dla działań na rzecz CSR

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

w strategiach inwestycyjnych ryzyka ESG.
Szkolenie doradców inwestycyj-
nych w zakresie odpowiedzial-
nych inwestycji.

Wypracowanie narzędzia ewalu-
acji odpowiedzialnych inwestycji
w Polsce przeznaczonego dla
inwestorów instytucjonalnych.
Wzmacnianie współpracy na
rzecz odpowiedzialnych inwe-
stycji, w tym z funkcjonującymi
w Europie funduszami społecz-
nymi.

Wyliminowanie stosowanego
w praktyce rynkowej jedno-
czesnego doradztwa i audytu
CSR i ESG przez te same firmy
doradcze (np. w ramach samo-
regulacji).

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

społeczeństwa i środowiska. Działania informa-
cyjne i szkoleniowe dostarczyć powinny niezbędnej
wiedzy, w szczególności w zakresie oceny wiary-
godności oraz analizy danych ESG, znajdując za-
stosowanie w szacowaniu potencjału rozwojowego
i ryzyka inwestycyjnego. Realizacja zaproponowa-
nych działań powinna umożliwić także zwiększanie
transparentności rynku oraz rozwój instrumentów
odpowiedzialnych inwestycji.

Odpowiedzialne inwestycje mogą pomóc od-
budować zaufanie do instytucji finansowych, a
także okazać się kamieniem milowym na drodze
do biznesu odpowiedzialnego społecznie. W tym
kontekście niezwykle istotna pozostaje aktywna
współpraca środowisk zaangażowanych w pro-
mowanie odpowiedzialnych inwestycji, w szcze-
gólności partnerów społecznych oraz inwestorów
zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych w
celu poprawy rzetelności i wiarygodności danych,
a także włączania kwestii społecznych, etycznych i
środowiskowych do strategii zarządzania firmą i jej
kapitałem inwestycyjnym.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE
ODPOWIEDZIALNOŚCI **UCZESTNIKÓW RYNKU**

I. Zapewnienie wsparcia finansowego dla działań na rzecz CSR

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

.....
wdrożenie standardu rapor-
towania CSR dla funduszy
emerytalnych (np. w ramach
samoregulacji),
.....

zaangażowanie związków zawo-
dowych w definiowanie oferty
dla pracowniczych programów
emerytalnych działających w
firmach.

Promocja odpowiedzialnego
zarządzania finansami oso-
bistymi (planowanie budżetu
domowego podstawowe formy
oszczędności, przeciwdziałanie
zadłużaniu).

Popularyzacja Kanonu Dobrych
Praktyk Rynku Finansowego.

Podnoszenie świadomości na
temat rozwiązań emerytalnych
(publicznych i prywatnych) oraz
potrzeby zabezpieczenia przy-
szłości.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

.....
Zwiększanie świadomości społeczeństwa w
zakresie przysługujących praw oraz zobowiązań
wynikających z umów na rynku finansowym są klu-
czowymi elementami dla zachowania aktywności
społecznej bez zagrożenia wykluczenia finansowe-
go. W szczególności rekomendowane jest podej-
mowanie działań umożliwiających podnoszenie
wiedzy uczestników rynku finansowego w zakresie
jego oferty oraz zapewnienia umiejętnego korzy-
stania z oferowanych produktów finansowych.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

Wprowadzenie aspektów ESG do
polityki inwestycyjnej Otwartych
Funduszy Emerytalnych (OFE)
poprzez:

.....
przeprowadzenie szkoleń w
zakresie uwzględnienia ryzyka
oraz jawności danych ESG,

Wprowadzenie obowiązku raportowania działań
oraz ujawniania zasad prowadzonej polityki inwe-
stycyjnej OFE powinno doprowadzić do zwiększenia
jakości oferowanych usług funduszy emerytalnych.
Ponadto dostępność gromadzonych przez OFE
danych pozafinansowych usprawni dokonywanie
analiz ryzyka inwestycyjnego oraz tworzenie narzę-
dzi inwestycyjnych.

MF
KNF
MPiPS

Instytucje wchodzące
w skład Zespołu do
spraw Społecznej
Odpowiedzialności
Przedsiębiorstw, w
szczególności MG,
MPiPS, MŚ
Zainteresowani part-
nerzy społeczno-go-
spodarczy

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE
ODPOWIEDZIALNOŚCI UCZESTNIKÓW RYNKU

2. Kształtowanie postaw zrównoważonej konsumpcji

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

Propagowanie oznakowań produktów (ekologicznych i społecznych, np. pochodzących ze sprawiedliwego handlu), w tym:

.....

promocja i szkolenia dla producentów i przetwórców żywności w zakresie CSR, w tym publikacja poradnika nt. zrównoważonej konsumpcji produkcji i konsumpcji dla producentów i dostawców.

.....

Stworzenie bazy danych o zasięgu ogólnopolskim, informującej konsumentów o oznakowaniach/certyfikatach zamieszczanych na etykietach wyrobów i usług dostępnych na terenie Polski.

Stymulowanie rozwoju zrównoważonych społeczności lokalnych, poprzez wspieranie projektów na rzecz zrównoważonego rozwoju realizowanych m.in. przez spółdzielnie i podmioty mieszkaniowe, kościoły i związki wyznaniowe, organizacje pozarządowe, instytucje kultury, placówki edukacyjne.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Działania podejmowane przez Rząd powinny prowadzić do ograniczenie asymetrii informacji oraz zwiększanie przejrzystości rynku poprzez dostarczanie konsumentom rzetelnych danych o produkcie. Dodatkowo, w celu kształtowanie postaw zrównoważonej konsumpcji rekomenduje się wydawanie cyklicznych biuletynów informujących o aktualnościach, działaniach i korzyściach ze współpracy na rzecz zrównoważonej konsumpcji. Biuletyny powinny być kierowane bezpośrednio do mediów, tworząc możliwości dla uwzględniania tej tematyki w przekazach informacyjnych (programy telewizyjne, artykuły prasowe itp.) oraz do wszystkich pozostałych zainteresowanych, wyrażających taką wolę poprzez stronę internetową.

Istotne znaczenie odgrywa również współpraca administracji z partnerami społeczno-gospodarczymi, głównie w obszarze zagadnień szczególnie ważnych dla konsumentów, takich jak np. prawa człowieka, prawa pracownicze, ochrona środowiska czy dobrostan zwierząt. Istotne znaczenie odgrywa także wspieranie procesu budowania zrównoważonych społeczności lokalnych oraz tworzenie odpowiednich warunków obywatelom do aktywnego udziału w kształtowaniu warunków życia i rozwoju.

INSTYTUCJE
WIODĄCA

MG

PARTNERZY
WSPÓŁPRACUJĄCY

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MŚ, MPiPS, UOKiK, MSZ Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE
ODPOWIEDZIALNOŚCI UCZESTNIKÓW RYNKU

2. Kształtowanie postaw zrównoważonej konsumpcji

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

Wsparcie konsumenckich porównawczych testów produktów oraz monitorowania wiarygodności deklaracji przedsiębiorstw w obszarze CSR (ang. watch-dog).

Wypracowanie narzędzi prowadzących do uwzględnienia aspektów zrównoważonego rozwoju oraz CSR w całym łańcuchu dostaw.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Konsumenty powinni mieć zapewniony dostęp do rzetelnych porównań informacji o aspektach środowiskowych i społecznych produktów oferowanych na rynku. Dostępność informacji w formie porównania ułatwia, a tym samym promuje podejmowanie decyzji zakupowych zgodnie z zasadami zrównoważonej konsumpcji. Testy powinny być publikowane przez instytucje niezależne od producentów oraz dystrybutorów porównywanych produktów, dlatego istotnym jest zapewnienie wsparcia dla powstawania i funkcjonowania już istniejących organizacji strażniczych (ang. watch-dog), a przede wszystkim stworzenie mechanizmów uwiarygodniających ich prace.

+

Standardy stosowane w relacjach z dostawcami i zarządzanie aspektami zrównoważonego rozwoju w łańcuchu dostaw odgrywać będą coraz większe znaczenie na rynku międzynarodowym, decydując o ubieganiu się o kontrakty (w przypadku firm działających zgodnie z założeniami koncepcji CSR). Odpowiedzialność za to, jak funkcjonują łańcuchy dostaw, spoczywa nie tylko na firmach, ale też na końcowych odbiorcach wyrobów i usług, którzy w Polsce wciąż w niewystarczającym stopniu wykorzystują swoją konsumencką siłę. Przegląd źródeł informacji, z których mogą korzystać konsumenci, wskazuje ograniczone możliwości zdobycia przez nich informacji o wpływie obecnych na rynku produktów na środowisko i otoczenie społeczne.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

UOKiK

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MŚ, MG, MPiPS, MZ, MRiRW Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy Media

+

MG

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MŚ, MPiPS, MZ, MRiRW, MEN, MKiDN, UOKiK, MSZ Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy Media

+

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE
ODPOWIEDZIALNOŚCI UCZESTNIKÓW RYNKU

2. Kształtowanie postaw zrównoważonej konsumpcji

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

Ocena skali oraz ograniczenie marnotrawstwa żywności w Polsce, w tym: przeprowadzenie reprezentatywnych badań na temat skali oraz skutków marnotrawstwa żywności w Polsce,

.....

promowanie pozytywnych postaw oraz działań mających na celu zmianę negatywnych zachowań konsumentów oraz przedstawicieli branży spożywczej,

.....

zwrócenie uwagi na ścisłe korelacje pomiędzy zjawiskiem marnotrawstwa żywności a negatywnym wpływem na środowisko.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Ze względu na rosnące zjawisko marnotrawstwa żywności w Polsce zarówno w skali mikro (gospodarstwa domowe), jak i makro (producenci, dystrybutorzy żywności czy firmy utylizacyjne) konieczne jest podjęcie zdecydowanych działań, celem ograniczenia skali marnotrawstwa żywności w Polsce. W szczególności istotne jest przeprowadzenie reprezentatywnych badań na temat skali oraz skutków marnotrawstwa żywności w Polsce, co powinno pozwolić na szczegółowe wyliczenie strat ekonomicznych, ekologicznych oraz społecznych związanych ze zjawiskiem utylizacji pełnowartościowej żywności. Dodatkowo, rekomenduje się podjęcie działań mających na celu zmianę negatywnych zachowań konsumentów oraz przedstawicieli branży spożywczej.

INSTYTUCJE
WIODĄCA

MRiRW

PARTNERZY
WSPÓŁPRACUJĄCY

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MŚ, MZ, MEN, UOKiK, GUS
Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy
Media

PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE
ODPOWIEDZIALNOŚCI UCZESTNIKÓW RYNKU

3. Kształcenie kadr dla innowacyjnej i odpowiedzialnej gospodarki

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

Wprowadzenie rozwiązań systemowych umożliwiających kształcenie kadr posiadających kwalifikacje do nauczania o CSR, zarówno na poziomie edukacji elementarnej jak i wyższej, w tym: stypendia i granty badawcze, wyjazdy studyjne, szkolenia i warsztaty dla nauczycieli i wykładowców.

Usystematyzowania treści związanych z CSR, zrównoważonym rozwojem i edukacją finansową oraz promowaniem ich włączania do nauczania na poziomie szkolnictwa podstawowego, gimnazjalnego i średniego, w tym:

.....

opracowanie wytycznych dla nauczycieli dotyczących wprowadzania tematyki CSR i zrównoważonego rozwoju na lekcjach przedmiotowych,

.....

stworzenie bazy wiedzy i publikacji nt. CSR i zrównoważonego rozwoju,

.....

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Problem braku kadr przygotowanych do nauczania w zakresie CSR w Polsce jest kluczową barierą w szerzeniu wiedzy na ten temat. Wzrost praktycznej wiedzy nauczycieli i wykładowców na temat założeń koncepcji CSR zwiększy skuteczność przekazywania tej wiedzy uczniom i studentom, budując kompetencje przyszłych pokoleń obywateli, pracowników i menedżerów.

+

Rekomenduje się przygotowanie wytycznych dla nauczycieli w postaci przewodnika, w którym przedstawione zostaną konkretne przykłady realizacji treści programowych kształcenia ogólnego z uwzględnieniem tematyki CSR, zrównoważonego rozwoju, zrównoważonej konsumpcji, produkcji i edukacji finansowej oraz opracowanie bazy wiedzy, publikacji i scenariuszy lekcji z tego zakresu do wykorzystania przez nauczycieli i wykładowców w trakcie prowadzenia zajęć. Materiały powinny być dostępne na stronach internetowych.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

MEN
MNiSW

+

MEN

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MG, MŚ, MPiPS, MSZ
Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

+

Instytucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MG, MŚ, MPiPS, MSZ
Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

promowanie e-learningu oraz tworzenie platform edukacyjnych na portalach społecznościowych,

.....

promowanie praktycznego podejścia do prowadzonych zajęć, m.in. poprzez zastosowanie gier symulacyjnych, rozwój młodych przedsiębiorstw.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

Realizacja wyzwań zrównoważonego rozwoju wymaga budowania szerokiego poparcia społecznego dla podejmowanych działań. W tym kontekście, przede wszystkim istotna pozostaje potrzeba promowania zintegrowanego podejścia do kształcenia, oferującego wiedzę, umiejętności oraz możliwość kształtowania postaw zrównoważonej konsumpcji i stylu życia. Pomimo istniejących na polskich uczelniach kierunków studiów poruszających zagadnienia związane z CSR i zrównoważonym rozwojem, problematyka ta podejmowana jest wycinkowo. Dostrzega się także brak uwzględnienia szerszego kontekstu etycznego i społecznego oraz zagadnień takich, jak prawa człowieka, sprawiedliwość społeczna, pokój, bezpieczeństwo, różnorodność kulturowa i wzajemne zrozumienie kultur, ładu organizacyjny i gospodarczy. W konsekwencji absolwenci posiadają wiedzę dotyczącą np. ochrony środowiska, ale nie rozumieją społecznych i ekonomicznych aspektów zrównoważonego rozwoju. Dodatkowo, uczelnie powinny być miejscem

INSTYTUCJE
WIODĄCA

MNiSW

PARTNERZY
WSPÓŁPRACUJĄCY

Institucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MG, MŚ, MPiPS, MSZ
Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy

DZIAŁANIA I NARZĘDZIA
REALIZACJI

doktorskie jak również inicjatyw studenckich traktujących o tematyce CSR i zrównoważonego rozwoju.

Promocja zasad odpowiedzialnej edukacji menedżerskiej Global Compact (The Principles of Responsible Management Education, PRME).
Upowszechnienie informacji jak w praktyce wdrażać założenia koncepcji CSR w działalności jednostek dydaktycznych poprzez upowszechnienie dobrych praktyk, standardów jakości itp.

UZASADNIENIE
REKOMENDACJI

organizacji studiów podyplomowych i kursów dla nauczycieli, pracowników administracji, dziennikarzy, a także innych osób odpowiedzialnych i zainteresowanych problematyką CSR i zrównoważonego rozwoju, zapewniając trwałość procesu i jego silne zakorzenianie w praktyce rynkowej.

Podobnie jak instytucje administracji publicznej również uczelnie wyższe i placówki edukacyjne niższego szczebla powinny dążyć do wdrożenia zasad CSR i zrównoważonego rozwoju w codziennym zarządzaniu placówką. Zwiększenie liczby uczelni wyższych przyjmujących i stosujących zasady PRME pomoże w kształtowaniu atmosfery, w której o koncepcji CSR i zrównoważonego rozwoju nie tylko się rozmawia, lecz również się ją realizuje.

INSTYTUCJA
WIODĄCA

MNiSW
MEN

INSTYTUCJE
WSPÓŁPRACUJĄCE

Institucje wchodzące w skład Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w szczególności MG, MŚ, MPiPS, MSZ
Zainteresowani partnerzy społeczno-gospodarczy



Więcej informacji na temat
społecznej odpowiedzialności
przedsiębiorstw znajdziesz na
naszej stronie internetowej.



Wyprodukowano na
papierze z makulatury.