

Slajd 1



LEON KOZMINSKI ACADEMY
of Entrepreneurship and Management

Więcej niż CSR


Nowe trendy w
definiowaniu roli biznesu
w społeczeństwie

Bolesław Rok



www.kozminski.edu.pl

Slajd 2




CENTRUM ETYKI BIZNESU

Podejście tradycyjne

Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw
to koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa
dobrowolnie uwzględniają problematykę społeczną i
ekologiczną w swojej działalności komercyjnej i
stosunkach z interesariuszami

Efekt: realizacja projektów CSR-owych
Korzyści: umiarkowane

Slajd 3



CENTRUM ETYKI BIZNESU

Rola biznesu w społeczeństwie

- Biznes a społeczeństwo: balony – latawce
- Carbon-neutral (węglowolne)
- BoP - The Base of the Pyramid (Prahalad, Yunus, n4b)
- To biznes zmienia świat na lepsze (?)
- 70% Polaków oczekuje aby sektor biznesu w większym stopniu decydował o rozwoju kraju (ISP)

Slajd 4




CENTRUM ETYKI BIZNESU

4 trendy

- Model filantropii (strategicznej)
- Model interesariuszy
- Model doskonałości zarządzania
- Model tworzenia szans

Slajd 5




CENTRUM ETYKI BIZNESU

Model filantropii (strategicznej)

- Orientacja: dobro społeczne
- Szlachetna pomoc, złoty interes czy korporacyjne nadużycie?
- Model amerykański: Zapal misjonarza i głowa bankiera. Nieważne jak zarobiłem pieniądze (w domyśle: dziki kapitalizm), ale chcę aby po mnie coś zostało dobrego (w domyśle: chcę odkupić swoje grzechy). 50/50 at 50
- Model polski: Pytanie o opłacalność filantropii jest nieeleganckie. Anonimowość daru jest ostateczną gwarancją czystości intencji. Filantropia upokarza tego, który jest obdarowywany.

Slajd 6




CENTRUM ETYKI BIZNESU

Model filantropii - przykłady

- 18.11.2006 Światowy Dzień Citigroup dla Społeczności: 1000 wolontariuszy, 57 programów społecznych – prace remontowe, edukacja
- Wielka Kampania Życia Avon: Wiosna 2006 „Twoje pierwsze USG piersi”, 20 tysięcy przebadanych kobiet
- Coca-Cola, Fundusz Kropli Beskidu, dofinansowanie 14 projektów dotyczących poszanowania dziedzictwa wodnego w Beskidach


Slajd 7

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**


Model interesariuszy

- Orientacja: proces
- CSR to PROCES poznawania i włączania zmieniających się oczekiwań społecznych w strategię zarządzania, a także monitorowania wpływu takiej strategii na konkurencyjność firmy.
- SZTUKA spełniania oczekiwań istotnych interesariuszy, poszukiwanie dynamicznej równowagi pomiędzy interesami i wszystkich zainteresowanych.

Slajd 8


 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Model interesariuszy



Identyfikacja otoczenia Przewrót kopernikański


Slajd 9

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Model interesariuszy - przykłady

- BAT – dialog z interesariuszami, wypełnianie rozsądnych oczekiwań zgłaszanych w trakcie specjalnych sesji
- Provident Polska – Forum Pracownika: główne narzędzie komunikacji wewnętrznej
- Tesco – Solidny partner polskich dostawców: bezpłatne szkolenia, „Kupując polskie produkty dajesz pracę”, „Tesco Value”

Slajd 10

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Model doskonałości zarządzania

- Orientacja: struktura
- Odpowiedzialne prowadzenie biznesu to sztuka budowania strategii przewagi konkurencyjnej na rynku, opartej na zapewnieniu trwałej wartości.
- Podstawa strategii społecznej odpowiedzialności: równowaga pomiędzy wymiarem finansowym (akcjonariusze), społecznym (klienci, pracownicy, partnerzy biznesowi, partnerzy społeczni) i ekologicznym (środowisko przyrodnicze).


Slajd 11

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

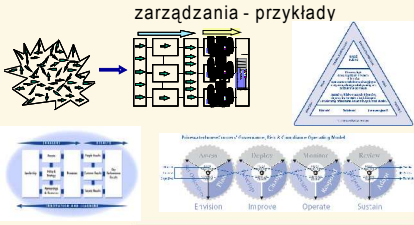
Model doskonałości zarządzania

- Standardy zasad (CRT), przeglądów (FTSE4GOOD, ISO26000), komunikacji (GRI), certyfikowane (SA8000), wyników (GC - CoP)
- Wskaźniki (KPI's), struktura odpowiedzialności (CRO)
- Systemy zarządzania (EFQM, TRM, BS), ciągłe doskonalenie, zgodność (Equator, SRI), zarządzanie ryzykiem, legislacja (SOX), regulacje (URE, UOKIK)
- Ratingi (Accountability Rating – Fortune, Good Company – Manager Magazin, America's Most Admired Companies, BITC Corporate Responsibility Index)

Slajd 12


 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Model doskonałości zarządzania - przykłady



The diagram illustrates various management models and frameworks. It includes a star-shaped diagram, a flowchart, a pyramid, and a circular diagram with four stages: Evaluate, Improve, Operate, Sustain.


Slajd 13

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Model tworzenia szans

- Orientacja: produkt
- CSR – budowanie strategii przewagi konkurencyjnej poprzez dostarczanie innowacyjnych produktów/usług tworząc wartość dla wszystkich (wealth-creation)
- Know-how, technologia, rozwój zasobów ludzkich, nisze rynkowe, zrównoważony rozwój, spójność społeczna, innowacyjność, uczące się organizacje
- Tworzenie nowych szans rozwoju dla biznesu i społeczeństwa. CSR to nowa umowa społeczna pomiędzy biznesem, rządem i społeczeństwem.


Slajd 14

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Model tworzenia szans - przykłady

- Partnerstwo dla Zdrowia: Danone, Lubella, Biedronka, IMiD – Mleczny Start. Cena: 60 gr, odbiorcy: ci, którzy mogą wydać dziennie na wszystkie zakupy nie więcej niż 5 zł na osobę – 5 mln gospodarstw domowych.
- Podejście: zapewnić aby rodziny z dziećmi o niskich dochodach miały dostęp do produktów mlecznych: zdrowych, osiągalnych cenowo, wysokiej jakości.
- Cel: rozwiązać problem niedożywienia dzieci.

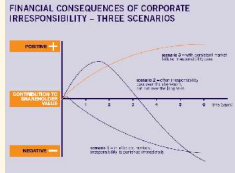
Slajd 15

 **CENTRUM ETYKI BIZNESU**

Kryteria wyboru modelu

- Wiedza
- Społeczeństwo
- Rynek
- Branża
- Wielkość firmy

FINANCIAL CONSEQUENCES OF CORPORATE IRRESPONSIBILITY – THREE SCENARIOS



The graph illustrates three scenarios of financial consequences of corporate irresponsibility over a 10-year period. The Y-axis represents 'FINANCIAL CONSEQUENCES' and the X-axis represents 'Time (years)'. Scenario 1 (top curve) shows a steady increase in financial consequences. Scenario 2 (middle curve) shows an initial increase followed by a sharp decline. Scenario 3 (bottom curve) shows a steady decrease in financial consequences.

Slajd 16

Model	Motywacje	Instrumenty	Ewaluacja
FILANTROPII (dobro społeczne)	„Jak należy” „Trzeba dzielić się z innymi”	projekty, inicjatywy ad hoc, kampanie społeczne	wkład finansowy, ile wycałiliśmy
INTERESARIUSZY (proces)	„Tego od nas oczekują” „Służymy innym”	dialog, spotkania, pozycjonowanie, badanie oczekiwań	wizyjny, do ilu partnerów dotarliśmy, ile postulatów udało się zrealizować
DOSKONAŁOŚCI ZARZĄDZANIA (struktura)	„To się oplaca” „Wszyscy najlepsi tak robią”	standardy, samo-regulacja, raporty, doskonalenie	audyt, certyfikat, rekomendacje analityków giełdowych, rating
TWORZENIA SZANS (produkt)	„Wnosimy wkład w rozwój społeczny” „Tworzymy lepszą przyszłość dla wszystkich”	innowacyjność, analiza rynku, lokomotywa zasobów, partnerstwo	stoleń rozwiązań problemu, zwrót na misji, wartość społeczna/wartość biznesowa

Slajd 17

Wnioski

- CSR nie jest już modą tylko istotnym obszarem zarządzania, wymaga wiedzy menedżerskiej.
- Typ modelu powinien być doborany świadomie – wtedy przynosi największe korzyści społeczne i biznesowe
- W Polsce model interesariuszy nie sprawdza się – społeczeństwo niewiele oczekuje; model doskonałości zarządzania nie przynosi korzyści – niesprzyjające otoczenie; model tworzenia szans występuje rzadko – niska innowacyjność; najbardziej popularny – model filantropii strategicznej.

Slajd 18

Centrum Etyki Biznesu
Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości
i Zarządzania im. L. Koźmińskiego
Jagiellońska 59, 03-301 Warszawa

telefon: (+48 22) 5192116 , 5192240
e-mail: cebi@cebi.pl
www.cebi.pl