

Inwestycje w społeczeństwo



Rola biznesu w społeczeństwie przestała ograniczać się do dostarczania wartości dla akcjonariuszy i generowania zysku. Jak inaczej uzasadnić kampanie społeczne inicjowane przez przedsiębiorstwa? Brytyjska spółka z branży energetycznej edukuje swoich klientów i pracowników, również w Polsce, na temat możliwości oszczędzania energii. To przejaw nie tylko dbałości o środowisko naturalne, ale i nasze portfele. Pomyślmy chociażby o starszych osobach, które w związku z niewielką wysokością emerytury miały problemy z opłacaniem rachunków, a następnie zapobiegawczo nie dogrzewały mieszkań. Efektem było wychodzenie organizmu, które mogło prowadzić nawet do śmierci. Na potrzebę realizacji kampanii edukacyjnych w obszarze oszczędzania energii wskazuje również konkurs „Trofeum Energetyczne” wspierany przez Komisję Europejską w ramach programu Inteligentna Energia Europa. W tym przypadku promowane są inicjatywy ograniczające zużycie energii w budynkach biurowych oparte na zmianie zachowań pracowników. Programy takie jak „Świadoma Energia RWE” edukują społeczeństwo w zakresie racjonalnego korzystania z energii. Przedsiębiorstwo przeprowadziło badanie zachowań Polaków oraz udostępniło narzędzia do oceny zużycia energii i wskazania przyczyn utraty ciepła.

Kolejnym polem, na którym oczekuje się podejmowania działań nie tylko przez jednostki samorządu terytorialnego, ale i przez przedsiębiorstwa, jest wykluczenie społeczne, w tym wykluczenie cyfrowe. Pierwsze określenie

oznacza brak lub ograniczenie możliwości uczestnictwa, wpływania i korzystania z podstawowych instytucji publicznych i rynków, które powinny być dostępne dla wszystkich. Termin wykluczenia cyfrowego dotyczy w głównej mierze braku możliwości dostępu do Internetu. Przejawia się jednak również w braku umiejętności posługiwania się Internetem, co szczególnie dotyczy osób starszych. Ponadto może wynikać z niskiej jakości połączenia utrudniającej korzystanie z zasobów zamieszczanych w Internecie oraz nieznamomości języków, w których występują potrzebne informacje. Według badania CBOS z kwietnia 2010 tylko 6% osób powyżej 65 roku życia i 23% w wieku 55-64 lat korzysta z Internetu, podczas gdy ludzie w wieku 18-24 lat korzystają z Internetu w zdecydowanej większości. Ten problem społeczny wymaga rozwiązań zarówno w obszarze infrastruktury, jak i edukacji.

Wykluczenie społeczne to zagadnienie bliskie również osobom niepełnosprawnym. Świetnym przykładem działań na rzecz tej części społeczeństwa jest Torfarm (obecnie Neuca), który wprowadził program „Apteka bez barier”. Realizacja miała na celu likwidację barier architektonicznych i mentalnych w aptekach (klienci przedsiębiorstwa) oraz uwrażliwienie na problemy osób niepełnosprawnych ruchowo i umysłowo. Edukacja dla rozwiązania problemów społecznych powinna być prowadzona wieloaspektowo. We wspomnianej kampanii poruszano zagadnienia możliwości i sposobów usuwania istniejących barier oraz wzorcowej opieki farmaceu-



tycznej w uzupełnieniu o przepisy prawa budowlanego i farmaceutycznego. Publikacje w pismach branżowych, prasie lokalnej, magazynie firmowym, wykorzystanie spotkań branżowych, organizacja konkursu – to tylko przykłady możliwych działań informacyjnych.

Inwestycje społeczne to działania na rzecz społeczeństwa bezpośrednio łączące się ze strategią przedsiębiorstwa, przez co zyskujące biznesowy charakter. Realizowane programy stają się wynikiem analizy potrzeb przedsiębiorstwa i społeczności lokalnej, zakładając od początku korzyści równoważące się po obu stronach. Jeżeli w program zaangażowani są pracownicy, oni również muszą stać się beneficjentem. Przedsiębiorstwa w ramach inwestycji społecznych angażują swój know-how, produkty, swoje środki trwałe bądź swoich specjalistów. W ten sposób z jednej strony najlepiej wykorzystują swój potencjał, a z drugiej podnoszą efektywność działań.

Ponadto rozwijanie pozytywnych kontaktów z lokalnymi społecznościami przynosi korzyści nie tylko dla tych społeczności, ale jest ważnym wsparciem dla biznesu – chociażby zwiększając poziom rozpoznawalności marki, wzmacniając reputację. Inwestycje społeczne mają na celu rozwiązanie problemów społecznych lub uwrażliwienie na nie. Jeżeli obejmują działania edukacyjne, powinny być one prowadzone wieloaspektowo, w sposób dostosowany do poszczególnych odbiorców, z wykorzystaniem różnych form i kanałów dotarcia.

Magdalena Józwick

Odpowiedzialni – nowe idee dla biznesu

Artykuł powstał w ramach projektu promującego idee społecznej odpowiedzialności biznesu i flexicurity w województwie kujawsko-pomorskim. Projekt „Odpowiedzialni – nowe idee dla biznesu” to wspólna inicjatywa Kujawsko-Pomorskiego Związku Pracodawców i Przedsiębiorców oraz Toruńskiej Agencji Rozwoju Regionalnego SA.

www.noweidee.eu