

Uwzględniając grupy interesu

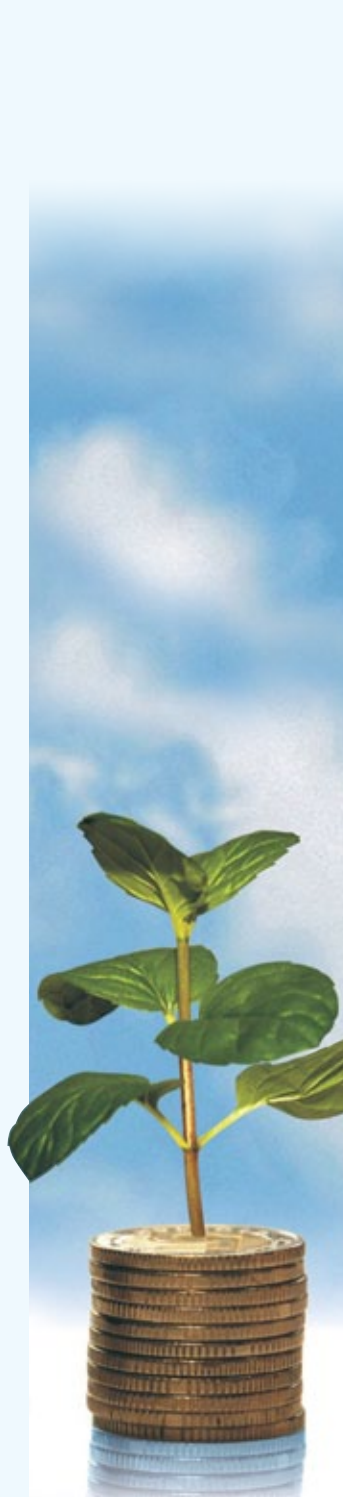
Interesariusze to podmioty, które mogą wpływać na przedsiębiorstwo oraz pozostają pod wpływem jego działalności. Poza pracownikami – interesariuszami wewnętrznymi, takimi grupami interesów są klienci, konsumenci, dostawcy, konkurenci, organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, instytucje otoczenia biznesu – interesariusze zewnętrzni. Przedsiębiorstwa, które wdrażają CSR (ang. Corporate Social Responsibility – społeczna odpowiedzialność biznesu), identyfikują swoich interesariuszy, ich oczekiwania i związane z nimi szansę i ryzyka, a następnie świadomie zarządzają relacjami. Prowadzenie takiego dialogu dotyczy nie tylko dużych podmiotów czy partnerów społecznych uczestniczących w pracach Komisji Trójstronnej. W równej mierze powinny go podejmować małe i średnie przedsiębiorstwa. Zadaniem zarządzających przedsiębiorstwem jest bowiem równoważenie interesów różnych grup w celu tworzenia wartości ekonomicznej, pożądanej społecznie i o charakterze proekologicznym.

Zaangażowania interesariuszy dotyczy seria standardów AA1000, które zostały zbudowane przez AccountAbility (międzynarodowy think-tank, organizacja non-profit działająca od 1995 roku) w ramach dialogu z interesariuszami przy zaangażowaniu międzynarodowych ekspertów. Norma AA1000 nie podlega certyfikacji, określa proces ciągłego doskonalenia, a nie stan. Służy nie tylko scharakteryzowaniu organizacji w danym momencie, lecz również wypracowaniu modelu, do którego podmiot dąży. Norma wymaga, aby kompleksowo, rzeczowo i regularnie rozliczać się z aspektów społecznych i etycznych, przeprowadzać audyty oraz przygotowywać sprawozdania. Standardy serii AA1000 aktualnie są dostępne jedynie w języku angielskim, ale w czerwcu bieżącego roku zostaną opublikowane również w języku polskim. Stanowią narzędzie pozwalające nie tylko ocenić au-

dytorowi zgodność danych ze stanem faktycznym, ale również określić, w jakim stopniu proces raportowania odpowiada trzem zasadom AccountAbility.

Na zasady te składają się: inclusivity – włączanie interesariuszy w działania organizacji, zgodne ze zrównoważonym rozwojem, przez co zna ona swoich interesariuszy, rozumie ich potrzeby i oczekiwania oraz angażuje ich; materiality – identyfikacja i określenie istotnych kwestii ważnych dla organizacji i wpływających na jej interesariuszy; responsiveness – odpowiadanie na podnoszone przez interesariuszy kwestie, które wpływają na działanie organizacji.

W standardach znajduje się również propozycja testu zasad pozwalającego ocenić, czy są faktycznie wdrażane. Seria zawiera standard pokazujący, w jaki sposób przeprowadzić proces angażowania interesariuszy, w tym w formie dialogu. Standardy AA1000 są kompatybilne z wytycznymi raportowania Global Reporting Initiative (GRI) oraz normą ISO 26000. Wspomniane raportowanie społeczne może być elementem kompleksowej komunikacji z otoczeniem i poszczególnymi grupami interesariuszy. Niewątpliwą zaletą raportowania jest fakt, że zwiększa przejrzystość biznesu, przez co pozytywnie wpływa na zaufanie. Zakłada wykazanie wymiernych rezultatów zaangażowania przedsiębiorstwa, zwiększa atrakcyjność organizacji jako pracodawcy i przyciąga osoby wysoko wykwalifikowane. Te argumenty za przygotowywaniem raportów nie znajdują jednak poparcia bez odpowiedniej staranności w przygotowywaniu opracowania. Materiał nie może być zbyt rozbudowany, musi zawierać rzeczowe informacje poszukiwane przez interesariuszy. Rzetelny raport nie może pomijać błędów popełnionych przez organizację. Powinien umożliwiać porównanie z innymi przedsiębiorstwami w branży. Przygotowując raport można posilkować się wspomnianymi stan-



dardami GRI. Ich stosowanie jest jednak aktualnie domeną korporacji i wiedzą zarezerwowaną dla wąskiej grupy specjalistów. Zwykle wymaga skorzystania z usług firmy doradczej. Dla małych przedsiębiorstw interesującym rozwiązaniem jest narzędzie opracowane i udostępnione przez UNDP (Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju) – Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) Podręcznik do samooceny dla przedsiębiorstw.

Aktualnie przykładem dobrej praktyki raportowania jest Grupa LOTOS, która w opublikowanym raporcie za 2010 rok prezentuje kompleksowo wyniki, podejście do zarządzania oraz plany w ekonomicznym, społecznym i środowiskowym wymiarze działalności. Ta publikacja jest szczególnie warta podkreślenia, gdyż jest to jeden z niewielu w Polsce przypadków integrowania obszaru finansowego z pozafinansowym. Ponadto zastosowano rozwiązania zwiększające jego dostępność wszystkim grupom odbiorców. Opublikowany wyłącznie w wersji online daje możliwość wydruku dowolnie skomponowanych części, precyzyjny dostęp do konkretnych informacji, słowniki terminów ułatwiające odbiór specjalistycznych treści, możliwość prezentacji wybranych danych, zgłaszania przez czytelników informacji zwrotnych lub szczegółowych pytań, integrację z informacjami zawartymi w serwisie internetowym spółki oraz raportami z poprzednich lat, zastosowano udogodnienia dla osób niepełnosprawnych, starszych, niedowidzących.

Rola biznesu w społeczeństwie nie ogranicza się już do dostarczania wartości dla akcjonariuszy, generowania zysku. Należy uwzględnić liczne grupy podmiotów, które mogą wpływać na przedsiębiorstwo oraz pozostają pod wpływem jego działalności.

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