



ProBM 2

Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa

Understanding and Developing Business Models in the Globalisation Era

Spis treści

- Wstęp
 - Cel
 - Efekty kształcenia
 - Słowa kluczowe
- Zarys teoretyczny
- Przykłady i dobre praktyki
- Odniesienia





Przy zakładaniu przedsiębiorstwa należy również skupić się na aspektach społecznych i politycznych, bowiem przedsiębiorca to w pierwszej kolejności obywatel danego kraju i członek danej społeczności, który powinien koncentrować się nie tylko na własnych interesach i zyskach, ale również na potrzebach danej społeczności i ogółu społeczeństwa. Uwzględnienie w modelu biznesowych kwestii dotyczących odpowiedzialności społecznej biznesu może zwiększyć rentowność przedsiębiorstwa, a także przyczynić się do poszerzenia społecznej akceptacji prowadzonej przez nie działalności i uczynienia jej bardziej zrównoważoną.

Cel

Celem niniejszego modułu jest dostarczenie osobom zajmującym się kształceniem dorosłych istotnych informacji na temat odpowiedzialności społecznej i jej skutecznego włączenia do modelu biznesowego przedsiębiorstwa w celu zapewnienia jego efektywnego działania.





Efekty kształcenia

- Zrozumienie, czym jest odpowiedzialność społeczna biznesu
- Uświadomienie sobie, że prowadzenie działalności wymaga nie tylko skupienia się na kwestiach ekonomicznych, ale również społecznych i politycznych
- Zrozumienie znaczenia, jakie odpowiedzialność społeczna odgrywają w modelu biznesowym
- Zrozumienie, jakie korzyści niesie ze sobą włączenie w modelu biznesowym kwestii dotyczących odpowiedzialności społecznej





Słowa kluczowe

- Odpowiedzialność społeczna
- Wpływ społeczny
- Wpływ polityczny
- Wspólnota/Ogół społeczeństwa



Spis treści

- Wstęp
 - Cel
 - Efekty kształcenia
 - Słowa kluczowe
- Zarys teoretyczny
- Przykłady i dobre praktyki
- Odniesienia



- Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa wiąże się z pojęciem obywatelskości, który to termin wywodzi się z łaciny – *civis* (obywatel), *civitas* (bycie obywatelem) i określa przynależność do danego państwa lub miasta. Oznacza to, że należy przeanalizować **polityczne i społeczne** (poziome i pionowe) relacje między jednostką a wspólnotą, dokładnie określając ich cechy i wzorce „zachowań”.
- *„Obywatelskość to główny instrument inicjatywy mającej na celu zbudowanie wspólnego projektu”*. (Delors, 1996)
- *„Kondycję społeczeństwa demokratycznego można mierzyć jakością funkcji pełnionych przez obywateli”*. (Alexis de Tocqueville)
- *„Ludzie nie rodzą się obywatelami, a stają się nimi”*. (Cruikshank, 1999)



- W szerszym znaczeniu **kluczową rolą** obywatelskości jest wyposażenie obywateli w instrumenty interpretacji i krytycznego planowania, dzięki którym będą mogli nawiązywać między sobą relacje oraz rozwijać własne i społeczne poczucie odpowiedzialności.
- Zaczyna się to od faktu, że obywatel jest podmiotem gospodarczym, społecznym i politycznym, który ma działać z korzyścią dla siebie samego, jak i wspólnoty, w której funkcjonuje. Obywatel jest blisko związany ze wspólnotą i nie może rozwijać się i funkcjonować niezależnie od tego społecznego kontekstu. Przedsiębiorca jest podmiotem ekonomicznym, ale również obywatelem, podmiotem społecznym i politycznym, który musi wypełnić określone obowiązki.
- Niezbędne jest stworzenie przedsiębiorcom, będącym jednocześnie obywatelami, możliwości działania na rzecz społeczności, również w ich działalności zawodowej i udowodnienia, że posiadają oni wszystkie niezbędne cechy, aby mogli pełnić funkcje zawodowe, przy jednoczesnym uwzględnieniu zasad odpowiedzialności i lojalności.
- Z tej perspektywy możemy postrzegać nasze wartości zawodowe jako istotne otoczenie naszej działalności biznesowej.
- W tym obszarze obywatelskość obejmuje również wartości zawodowe, którymi należy kierować się w przypadku zaistnienia ewentualnego konfliktu wartości w działalności biznesowej.



Należy skupić się na luce pomiędzy wartościami zawodowymi a poczuciem obywatelskości.

- Z jednej strony konieczne jest przeanalizowanie, w jakim stopniu model biznesowy jest ukierunkowany na przeniesienie określonych wartości i umiejętności zawodowych na rzecz społecznej i politycznej integracji przedsiębiorstwa.
- Z drugiej jednak strony konieczne jest sprawdzenie, czy obywatelskość i wartości zawodowe zwiększają wśród przedsiębiorców świadomość w zakresie ich zdolności do uwzględniania społecznej i politycznej odpowiedzialności (uczestniczenie w życiu ogółu, prawa i obowiązku, promowanie korzyści dla szerszej wspólnoty), przyczynianie się do tworzenia poczucia przynależności poprzez przyjęcie lojalnej, acz krytycznej postawy.



W dzisiejszych czasach od przedsiębiorstw oczekuje się, że będą rozbudowywać kompetencje pracowników z zakresu odpowiedzialności kulturowej i społecznej.

Przedsiębiorstwa wskazują również na konieczność zdobywania nowych kompetencji zawodowych i technicznych (kompetencje twarde), jednak w połączeniu z innymi rodzajami kompetencji związanymi z wartościami obywatelskimi oraz świadomością społeczną i polityczną (kompetencje miękkie). Ponieważ niejednokrotnie wskazuje się, że ewentualna luka pomiędzy społeczeństwem a otoczeniem gospodarczym może stanowić problem, należy ją uznać za ważną i konkretną kwestię dotyczącą przedsiębiorstw, a odpowiedzią na tego rodzaju problem jest właśnie uwzględnienie w modelu biznesowym odpowiedzialności społecznej biznesu związanej z wartościami obywatelskimi i zawodowymi przedsiębiorstwa.



Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa

Podsumowując, skoncentrowanie się przy opracowywaniu modelu biznesowego na kwestiach odpowiedzialności społecznej biznesu związanej z wartościami obywatelskimi i zawodowymi przedsiębiorstwa:

- jest z korzyścią dla społeczeństwa i przyczynia się do większej wiarygodności politycznej,
- pozwala ulepszyć i wzmocnić relacje z lokalnymi interesariuszami (klientami, instytucjami itp.),
- poprawia reputację przedsiębiorstwa, które jest postrzegane jako podmiot przestrzegający zasad uczciwej konkurencji,
- przyczynia się do większej akceptacji społecznej przedsiębiorstwa,
- jest z korzyścią dla lokalnego otoczenia społecznego,
- pozwala przyciągnąć większą liczbę rzetelnych pracowników,
- pozwala przyciągnąć większą liczbę klientów, którym są oferowane namacalne korzyści społeczne,
- przyczynia się do zwiększenia obrotów przedsiębiorstwa.



Spis treści

- Wstęp

- Cel
- Efekty kształcenia
- Słowa kluczowe

- Zarys teoretyczny

- Przykłady i dobre praktyki
- Odniesienia





Przykład 1

Jak przedsiębiorstwo może odgrywać istotną rolę w społeczeństwie:

Przykład firmy Nike i reklam firmy Benetton (jak w module dotyczącym bloku „Kanały”). Firmy te zdecydowały się wykorzystać swoje kanały promocji w celu poruszenia kwestii społecznych. Podjęły one świadomą decyzję o nieunikaniu kontrowersyjnych tematów społecznych i o ich powiązaniu z wartościami przedsiębiorstwa. Więcej informacji na ten temat podano w module dotyczącym bloku „Kanały”.





Przykład 2

Jak przedsiębiorstwo może odgrywać istotną rolę w społeczeństwie:

Pod koniec marca 2020 r, kiedy wybuchła pandemia Covid-19, Giorgio Armani, jeden z czołowych włoskich projektantów mody, postanowił, że wszystkie jego zakłady będą zajmować się szyciem odzieży medycznej na potrzeby szpitali i jednostek sanitarnych oraz dostarczane do nich po kosztach produkcji zgodnej z zasadą *lean manufacturing*. Tego typu podejście stanowi przykład bezpośredniego połączenia z ogółem społeczeństwa i działania na rzecz wspierania wspólnoty i rozwiązywania problemów społecznych oraz wykorzystania w praktyce wartości przedsiębiorstwa.





Pytania do zastanowienia się (refleksji)

- Czy Twoje obowiązki przedsiębiorcy wykraczają poza Twoją codzienną pracę, czy nie?
- Czy możesz wykorzystać swoje unikalne zdolności i kompetencje, aby pomóc innym lub społeczeństwu (poprzez tworzenie wartości, a nie tylko generowanie korzyści finansowych)?
- Jak możesz wyjść poza swoją zawodową rolę, jednocześnie zachowując równowagę pomiędzy swoją pracą, życiem rodzinnym i innymi zobowiązaniami?





Pytania do zastanowienia się (refleksji)

Z uwagi na charakter wielu problemów społeczno-ekonomicznych i środowiskowych, Twoim zadaniem, jako przedsiębiorcy, jest uznanie ich dużego poziomu złożoności i skupienie się na różnych niezbędnych perspektywach. W społeczeństwie opartym na wartościach nie wszystko można kwantyfikować i dlatego niektóre z podejmowanych działań, chociaż nie będą one generować natychmiastowego zysku, będą wiązać się z korzyściami niematerialnymi, które z czasem mogą przekładać się na konkretne korzyści materialne.

- Jak więc oceniać postęp i o nim informować, jeżeli zmiany społeczne i polityczne nie są oczywiste?

Myślenie ukierunkowane na kwestie społeczne wymaga zastanowienia się nad tym, jak działanie może wpłynąć na pozostałe elementy otaczającego nas systemu gospodarczego, społecznego i politycznego oraz rozważenia jego bezpośredniego i pośredniego powiązania z nami.



Spis treści

- Wstęp
 - Cel
 - Efekty kształcenia
 - Słowa kluczowe
- Zarys teoretyczny
- Przykłady i dobre praktyki
- Odniesienia





- Bebeau, M.J., Monson, V.E. (2015). "Designing Professional Ethics Education". In Nucci, L., Krettenauer, T., Narvaez, D. (red.) Handbook of Moral and Character Education. New York, Routledge.
- Cruikshank, B. (1999). The Will to Empower, Ithaca: Cornell University Press.
- Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 14 września 2017 r. w sprawie nowego europejskiego programu na rzecz umiejętności (2017/2002(INI)) – P8_TA(2017) 0360
- Isin, E. F. (2008). Theorizing acts of citizenship. In Acts of Citizenship. E. F. Isin and G. M. Nielsen. London, Palgrave Macmillan.





- Onorati, M. G., Bignami, F., Bednarz, F. (2017). Intercultural Praxis for Ethical Action. Reflexive Education and Participatory Citizenship for a Respondent Sociality. Louvain, Éditions EME - Harmattan.
- UNESCO (2015). Global Citizenship Education – Topics and Learning Objectives. Paris, UNESCO- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- <https://impacthub.net/>

