



Centrum Szkolenia i Organizacji
Systemów Jakości
Politechniki Krakowskiej
im. Tadeusza Kościuszki



Studia podyplomowe
„Zarządzanie jakością wg norm ISO 9000” ed. 33

CSR

ISO 26000

14 maja 2023

Materiał dodatkowy



CSR a zrównoważony rozwój

zrównoważony rozwój

rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań

politycznych,
gospodarczych
i społecznych,

z zachowaniem równowagi przyrodniczej

oraz trwałość podstawowych procesów przyrodniczych w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń.

Cele zrównoważonego rozwoju

Cele Zrównoważonego Rozwoju (ang. **Sustainable Development Goals – SDGs**) to plan działania na rzecz przemian i przeobrażeń świata, w którym **potrzeby obecnego pokolenia mogą być zaspokojone w sposób zrównoważony**, z szacunkiem dla środowiska oraz z uwzględnieniem potrzeb przyszłych pokoleń.

Na szczycie w Nowym Jorku, w dniach 25-27 września 2015 r., przywódcy krajów członkowskich ONZ podpisując dokument **“Przekształcamy nasz świat: Agenda na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju – 2030”** podjęli **zobowiązanie do podjęcia działań na rzecz redukcji ubóstwa w jego wszystkich postaciach, zapewnienia dostępu do edukacji, do żywności i czystej wody, podjęcia działań na rzecz równości szans, wspieranie praw człowieka, pokoju i stabilności na świecie, ochrony środowiska naturalnego, łagodzenia zmian klimatycznych, dostępu do zrównoważonych źródeł energii.** Deklarację w imieniu Polski podpisał prezydent Andrzej Duda.

Dokument ten zawiera 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju i związanych z nimi 169 działań, które mają być osiąmane przez wszystkie strony – rządy państw, organizacje międzynarodowe, organizacje pozarządowe, sektor nauki i biznesu, a także obywatele.

Skupiają się one wokół **5 obszarów**: ludzie, planeta, dobrobyt, pokój, partnerstwo (ang. 5xP : people, planet, prosperity, peace, partnership).

<https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologia/agenda-2030>

<https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologia/partnerstwo-na-rzecz-realizacji-celow-zrownowazonego-rozwoju-w-polsce>

Cele zrównoważonego rozwoju

1 KONIEC
Z UBÓSTWEM



2 ZERO
GŁODU



3 DOBRE ZDROWIE
I JAKOŚĆ ŻYCIA



4 DOBRA JAKOŚĆ
EDUKACJI



5 RÓWNOŚĆ
PŁCI



6 CZYSTA WODA
I WARUNKI
SANITARNE



7 CZYSTA I DOSTĘPNA
ENERGIA



8 WZROST
GOSPODARCZY
I GODNA PRACA



9 INNOWACYJNOŚĆ,
PRZEMYSŁ,
INFRASTRUKTURA



10 MNIEJ
NIERÓWNOŚCI



11 ZRÓWNOWAŻONE
MIASTA
I SPOŁECZNOŚCI



12 ODPOWIEDZIALNA
KONSUMPCJA
I PRODUKCJA



13 DZIAŁANIA
W DZIEDZINIE
KLIMATU



14 ŻYCIE
POD WODĄ



15 ŻYCIE
NA LĄDZIE



16 POKÓJ,
SPRAWIEDLIWOŚĆ
I SILNE INSTYTUCJE



17 PARTNERSTWA
NA RZECZ CELÓW



CELE
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

1 KONIEC Z UBÓSTWEM



Wyliminować ubóstwo na całym świecie

2 ZERO GŁODU



Koniec z głodem, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i zrównoważone rolnictwo

3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA



Zapewnić wszystkim ludziom zdrowe życie i dobrobyt

4 DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI



Wysokiej jakości edukacja dla wszystkich, uczenie się przez całe życie

5 RÓWNOŚĆ PŁCI



Osiągnąć równość płci, wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt

6 CZYSTA WODA I WARUNKI SANITARNE



Zapewnić wszystkim dostęp do wody i warunków sanitarnych

7 CZYSTA I DOSTĘPNA ENERGIA



Zapewnić wszystkim dostęp do stabilnej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie

8 WZROST GOSPODARCZY I GODNA PRACA



Inkluzywny wzrost gospodarczy, produktywnie zatrudnienie, godna praca dla wszystkich

9 INNOWACYJNOŚĆ, PRZEMYSŁ, INFRASTRUKTURA



Stabilna infrastruktura, zrównoważony przemysł, wspieranie innowacyjności

10 MNIEJ NIERÓWNOŚCI



Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

11 ZRÓWNOWAŻONE
MIASTA
I SPOŁECZNOŚCI



Bezpieczne miasta i osiedla
ludzkie sprzyjające włączeniu
społecznemu

12 ODPOWIEDZIALNA
KONSUMPCJA
I PRODUKCJA



Zapewnić wzorce
zrównoważonej
konsumpcji i produkcji

13 DZIAŁANIA
W DZIEDZINIE
KLIMATU



Pilne działania zwalczające
zmiany klimatyczne i ich skutki

14 ŻYCIE
POD WODĄ



Chronić oceany, morza
i zasoby morskie

15 ŻYCIE
NA LĄDZIE



Ochrona zrównoważonych
ekosystemów lądowych
i różnorodności biologicznej

16 POKÓJ,
SPRAWIEDLIWOŚĆ
I SILNE INSTYTUCJE



Pokojowe i inkluzwne
społeczeństwa, silne
i odpowiedzialne instytucje

17 PARTNERSTWA
NA RZECZ CEŁÓW



Ożywić globalne partnerstwo
na rzecz zrównoważonego
rozwoju

CSR a zrównoważony rozwój

CSR

CSR często uznawany jest za odpowiedź biznesu na wyzwania zrównoważonego rozwoju przy czym w coraz większym stopniu dyskutowany jest związek pomiędzy podejmowaniem dobrowolnych zobowiązań na rzecz ochrony środowiska i społeczności lokalnych a konkurencyjnością przedsiębiorstw.

CSR a zrównoważony rozwój

CSR

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR) to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach dobrowolnie uwzględniają **interesy społeczne**, **aspekty środowiskowe**, czy **relacje z różnymi grupami interesariuszy**, w szczególności z pracownikami.

Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z otoczeniem firmy i informowanie o tych działaniach, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

Źródło: Zrównoważony biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw. Przygotowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki.

Norma ISO 26000

PN-ISO 26000 Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

[PN-EN ISO 26000:2021-04 - wersja angielska](#)

Nie jest normą systemu zarządzania ale zawiera elementy, które mogą być włączone do już istniejących systemów, takich jak: zarządzania jakością (ISO 9001), zarządzania środowiskowego (ISO 14001), zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy (ISO 45001).

Definicja odpowiedzialności społecznej wg ISO 26000

ISO 26000 jest Normą Międzynarodową zawierającą wytyczne dotyczące **społecznej odpowiedzialności**, czyli odpowiedzialności organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, zapewniana poprzez przejrzyste i etyczne postępowanie, które

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa
- uwzględnia oczekiwania interesariuszy
- jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania
- jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach z otoczeniem (w obrębie strefy jej wpływów)

Norma ISO 26000

Jak podano w ISO 26000, zasadniczą **cechą społecznej odpowiedzialności** jest gotowość organizacji do uwzględnienia, podczas podejmowania decyzji i działań, **kwestii społecznych i środowiskowych** oraz **rozliczania się z wpływu podejmowanych decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko**.

Oznacza to **postępowanie** zarówno **przejrzyste, jak i etyczne**, przyczyniające się do **zrównoważonego rozwoju** zgodne z obowiązującym prawem oraz spójne z międzynarodowymi normami postępowania.

Oznacza to również, że społeczna odpowiedzialność jest uwzględniana we wszystkich działaniach organizacji, praktykowana w jej kontaktach oraz bierze pod uwagę potrzeby i oczekiwania interesariuszy.

Korzyści dzięki ISO 26000

Zgodnie z ISO 26000, postrzeganie organizacji jako społecznie odpowiedzialnej oraz jej rzeczywiste działania w zakresie społecznej odpowiedzialności mogą mieć wpływ na:

- przewagę konkurencyjną;
- reputację organizacji;
- zdolność pozyskiwania i zatrzymywania pracujących, konsumentów, klientów, użytkowników;
- morale, zaangażowanie i wydajność pracowników;
- opinie inwestorów, właścicieli, darczyńców, sponsorów i społeczności finansowej;
- relacje organizacji z przedsiębiorstwami, instytucjami rządowymi, mediami, dostawcami, podobnymi organizacjami, klientami oraz społecznością, w obrębie której organizacja funkcjonuje.

Struktura normy ISO 26000

Przedmowa

Wprowadzenie

1 Zakres normy

2 Terminy i definicje

3 Rozumienie społecznej odpowiedzialności

4 Zasady społecznej odpowiedzialności

5 Rozpoznanie społecznej odpowiedzialności i angażowanie interesariuszy

6 Wytyczne dotyczące kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności

7 Wytyczne integrowania społecznej odpowiedzialności z działaniami organizacji

Zasady społecznej odpowiedzialności (1)

1 ZASADA: Rozliczalność

zaleca się, aby organizacja rozliczała się ze swoich wpływów na społeczeństwo, gospodarkę i środowisko

- zakres nadzoru
- przestrzeganie prawa
- naprawianie szkód

2 ZASADA: Przejrzystość

zaleca się, aby organizacja zachowała przejrzystość swoich decyzji i działań, które mają wpływ na społeczeństwo i środowisko

- informowanie w jasny, precyzyjny i przejrzysty sposób o polityce, decyzjach i działaniach

Zasady społecznej odpowiedzialności (2)

3 ZASADA: Postępowanie etyczne

zaleca się, aby organizacja postępowwała w sposób etyczny

- postępowanie etyczne powinno się opierać na takich wartościach jak: uczciwość, sprawiedliwość, prawość

4 ZASADA: Poszanowanie interesów interesariuszy

zaleca się, aby organizacja szanowała, brała pod uwagę i odpowiadała na interesy swoich interesariuszy

- uwzględnianie interesów nie tylko właścicieli, klientów, założycieli, ale i innych osób lub grup

Zasady społecznej odpowiedzialności (3)

5 ZASADA: Poszanowanie prawa

zaleca się, aby organizacja przyjęła, że poszanowanie prawa jest jej obowiązkiem

- organizacja zapewnia zgodność swoich działań z obowiązującym prawem i przepisami
- informowanie i zapewnienie świadomości w zakresie obowiązujących przepisów prawnych

6 ZASADA: Poszanowanie międzynarodowych norm postępowania

zaleca się, aby organizacja przestrzegała międzynarodowych norm postępowania przy jednoczesnym poszanowaniu prawa

- przestrzeganie przepisów prawa to niezbędne minimum

Zasady społecznej odpowiedzialności (4)

7 ZASADA: Poszanowanie praw człowieka

zaleca się, aby organizacja szanowała prawa człowieka i miała świadomość zarówno ich znaczenia, jak i powszechnego charakteru

- organizacja zapewnia zgodność swoich działań z obowiązującym prawem i przepisami
- informowanie i zapewnienie świadomości w zakresie obowiązujących przepisów prawnych

Rozpoznanie społecznej odpowiedzialności i angażowanie interesariuszy

3 relacje

1. Między organizacją i społeczeństwem
2. Między organizacją a jej interesariuszami
3. Między interesariuszami a społeczeństwem



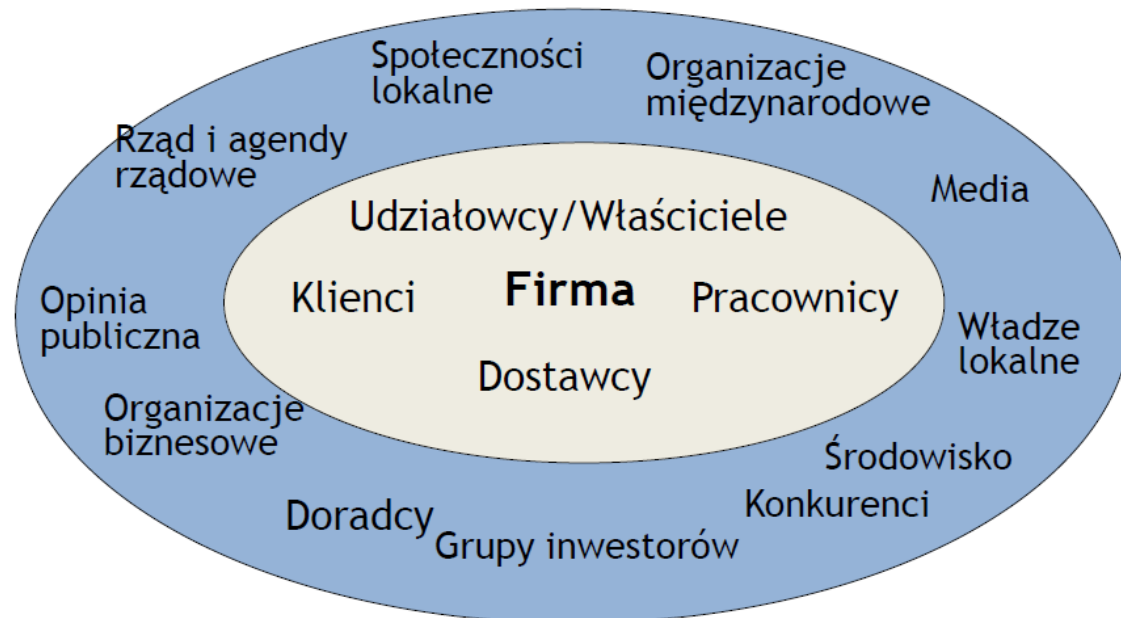
Identyfikacja interesariuszy

interesariusze

- interesariuszami są organizacje lub osoby fizyczne mający co najmniej jeden interes związany z dowolną decyzją lub działaniami organizacji
- relacja ta nie musi być relacją formalną
- relacja istnieje niezależnie od tego, czy strony tej relacji są tego świadome

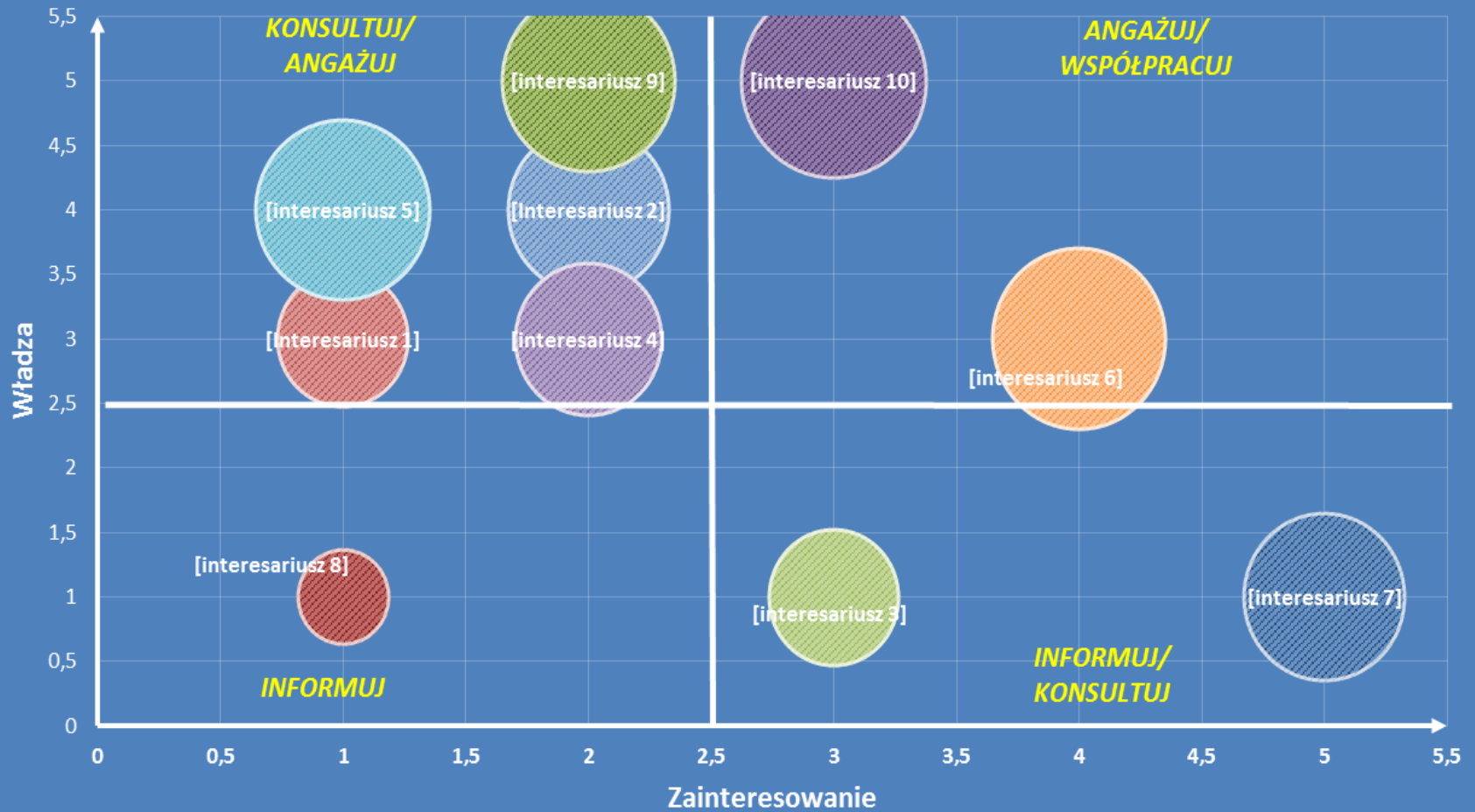
identyfikacja i angażowanie interesariuszy

- stopień zainteresowania organizacją
- stopień zainteresowania organizacji interesariuszami
- wpływ interesariuszy na organizację
- wpływ organizacji na interesariuszy



Identyfikacja interesariuszy

MAPA INTERESARIUSZY



Identyfikacja interesariuszy

| # | Grupa interesariuszy / interesariusz | Wykazywane zainteresowanie działaniami firmy skala: 1 – żadne lub znikome 2 - raczej niewielkie 3 –ani małe, ani nieistotne 4 - raczej duże 5 - bardzo duże | Władza, tj. potencjalna możliwość oddziaływania na firmę skala: 1 – żadna lub znikoma 2 - raczej niewielka 3 – ani mała, ani duża 4 – raczej duża 5 – bardzo duża | Suma Zsumuj liczbę punktów z dwóch poprzednich kolumn |
|----|---|---|---|--|
| 1 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 2 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 3 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 4 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 5 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 6 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 7 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 8 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 9 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |
| 10 | | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | <input type="checkbox"/> -1 <input type="checkbox"/> -2 <input type="checkbox"/> -3 <input type="checkbox"/> -4 <input type="checkbox"/> -5 | |

7 kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności

1. Ład organizacyjny

2. Prawa człowieka

3. Praktyki z zakresu pracy

4. Środowisko

5. Uczciwe praktyki operacyjne

6. Zagadnienia konsumenckie

7. Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej

7 kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności



Diagnoza przedsiębiorstwa

| Obszar społecznej odpowiedzialności | |
|-------------------------------------|--|
| I. | Kultura zarządzania |
| | <ul style="list-style-type: none">• transparentność• etyczność• uwzględnianie interesariuszy (otoczenie społeczne i przyrodnicze) |
| II. | Prawa człowieka |
| | <ul style="list-style-type: none">• nielegalne zatrudnianie emigrantów• praca nieudokumentowana (zatrudnianie „na czarno”)• praca dzieci, praca przymusowa• brak poszanowania dla różnorodności i dyskryminacja grup wrażliwych |
| III. | Stosunki pracy |
| | <ul style="list-style-type: none">• warunki pracy i wynagrodzenia• uwzględnianie opinii pracowników, prawo do zrzeszania się i sporów• bezpieczeństwo i higien pracy• rozwój osobisty i szkolenia |
| IV. | Środowisko naturalne |
| | <ul style="list-style-type: none">• surowce i materiały• zanieczyszczenia i odpady• paliwa i energia• woda• lokalny ekosystem i bioróżnorodność• transport• opakowania |

Diagnoza przedsiębiorstwa

| | |
|-------------|--|
| V. | Uczciwe praktyki operacyjne |
| | <ul style="list-style-type: none">• przeciwdziałanie korupcji i łapówkarstwu• unikanie zaangażowania politycznego• społeczna odpowiedzialność w łańcuchu dostaw• prawa własności |
| VI. | Zagadnienia konsumenckie |
| | <ul style="list-style-type: none">• bezpieczeństwo produktów• rzetelna i obiektywna informacja i komunikacja• reklamacje i obsługa posprzedażowa• dane osobowe• produkty dla klientów wrażliwych z grup defaworyzowanych |
| VII. | Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej |
| | <ul style="list-style-type: none">• angażowanie się w rozwiązywanie problemów społecznych• udział w życiu lokalnej społeczności• partnerstwa i stowarzyszenia |

Etapy wdrażania społecznej odpowiedzialności

P – Planuj

ETAP I: Określenie kontekstu, priorytetów, szans i ryzyka oraz interesariuszy

ETAP II: Dialog z interesariuszami

ETAP III: Analiza wyników i wybór obszarów do pogłębionej analizy

ETAP IV: Analiza i ocena ryzyka

D – Wykonaj

ETAP V: Ustalenie niezbędnych działań, procedur i celów

ETAP VI: Zakomunikowanie wyników i celów

**D/C – Wykonaj
i sprawdź**

ETAP VII: Wdrożenie systemu

**C/A – Sprawdź
i doskonal**

ETAP VIII: Zarządzanie

Komunikowanie społecznej odpowiedzialności

Informacja związana ze społeczną odpowiedzialnością biznesu powinna być:

- pełna
- zrozumiała
- adekwatna do potrzeb
- dokładna
- wyważona
- aktualna
- dostępna

www.raportyspoleczne.pl

zobowiązania biznesu

Ekonomiczne:

generowanie zysku poprzez oferowanie dóbr i usług, na które jest zapotrzebowanie na rynku, w uczciwej cenie

Prawne:

działania w pełnej zgodzie z obowiązującymi regulacjami prawnymi

Etyczne:

działania w zgodzie z normami przyjętymi przez społeczeństwo

Uznaniowe (dobrowolne): wynikają z indywidualnych wyborów zarządzających lub właścicieli (np. filantropia)

złe praktyki

Whitewash, greenwash

(wybielanie, zazielenianie)

określenia odnoszące się do działań firm, które starają się propagować swój wizerunek jako społecznie odpowiedzialnych, ale równocześnie nie przestrzegają podstawowych zasad, np. łamią prawa człowieka albo degradują środowisko przyrodnicze.

CSR

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

CO TO
JEST?

Firma to część społeczeństwa: wpływając na otoczenie, sama jest pod wpływem jego oddziaływania.



Angażując się w działania na rzecz **społeczności lokalnych** (np. poprzez wolontariat pracowniczy), firma pomaga je rozwijać.

Prowadząc **dialog społeczny**, firma poznaje potrzeby otoczenia, dzięki czemu może je uwzględniać.



Zaangażowanie firmy może przyczynić się do **rozwiązania** ważnego **problemu społecznego**, doprowadzić do **pozytywnej zmiany** społecznej.



Odpowiedzialność za **środowisko**: stosowanie ekologicznych technologii, dbałość o czystą wodę i powietrze, ochrona bioróżnorodności.



Odpowiedzialność za **ludzi**: pracowników, dostawców, klientów, konsumentów, społeczność lokalną, innych przedsiębiorców.



Dzięki konsekwentnej realizacji długotrwałej **strategii zrównoważonego rozwoju** firma to: dobre miejsce do pracy, zaufany kontrahent, rzetelny partner handlowy, dostawca atrakcyjnych usług i towarów.



Zmiana sposobu myślenia o prowadzeniu biznesu: nie zysk przede wszystkim, ale **nowa hierarchia priorytetów**: ludzie- planeta-zysk.



CSR daje firmie zysk finansowy i pozafinansowy: pomaga tworzyć **kulturę organizacyjną** opartą na zaufaniu, rzetelności i dialogu oraz wspiera budowanie **przewagi konkurencyjnej**.

<https://www.parp.gov.pl/csr>

materiały dotyczące CSR
na stronie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości