**Społecznie odpowiedzialni. Firmy i lokalne społeczności**

**Minęły czasy, gdy przedsiębiorstwa skupiały się wyłącznie na generowaniu zysków. Czynnik finansowy pozostaje najważniejszym aspektem ich funkcjonowania, ale zwracają one dużą uwagę na warunki, w których działają. Firmy angażują się w wiele aktywności na rzecz lokalnych społeczności i środowiska naturalnego.**

**Czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu**

Współczesny biznes przykłada dużą wagę do kwestii społecznych i środowiskowych. Firmy inwestują w rozwój pracowników, współpracują z podmiotami publicznymi i organizacjami pozarządowymi, a także podejmują działania na rzecz ochrony środowiska. Na przestrzeni ostatnich dekad jednym z kluczowych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw stała się społeczna odpowiedzialność biznesu (tłumaczenie angielskiego skrótu CSR – corporate social responsibility).

Stosowanie się do zasad dobrego współżycia i współpracy między podmiotami gospodarczymi a innymi uczestnikami życia społecznego nie zawsze było oczywiste. Pod koniec XIX wieku amerykańscy magnaci przemysłowi uciekali się do wielu nieetycznych praktyk, które zostały uregulowane dzięki aktywnej postawie państwa oraz społeczeństwa. Przez cały XX wiek wypracowywano metody owocnej współpracy między stronami, co dało podwaliny koncepcji CSR. Zdefiniowano ją w 1992 roku na Szczycie Ziemi w Rio de Janeiro.

Mimo drapieżnych praktyk przedsiębiorców takich jak J.D. Rockefeller czy A. Carnegie, ich działania dały pewne podstawy pod ideę CSR. Prowadzili oni szeroko zakrojoną działalność filantropijną, budując i finansując szkoły, sztukę czy kościoły.

**Co wchodzi w skład CSR**

*Społeczna odpowiedzialność biznesu jest obecnie w znacznej mierze unormowana i zestandaryzowana. Jednym z aktów prawnych, które ją definiują, jest norma ISO 26000, w której zawarto wskazówki etyczne dla organizacji każdej wielkości i typu. W normie mowa jest m.in. o takich wartościach jak: prawa człowieka, środowisko, ład organizacyjny, stosunki pracy, relacje z klientami czy zaangażowanie społeczne­* – mówi Natalia Kubowicz, kierownik ds. komunikacji korporacyjnej NSG Group w Polsce.

W ramach CSR firmy podejmują bardzo wiele działań, które przynoszą korzyści obu stronom – przedsiębiorstwa poprawiają w ten sposób swój wizerunek i budują pozycję odpowiedzialnego partnera, a beneficjenci otrzymują realne wsparcie w dziedzinie, którą są najbardziej zainteresowani. Ponieważ spółki nie działają w próżni, aktywnie współpracują one z lokalnymi samorządami i społecznościami.

Działania te mają różny wymiar. Obejmują one przedsięwzięcia wspierające instytucje i osoby, a także współpracę z miejscowymi organizacjami. Niejednokrotnie polem do wspólnej aktywności jest działalność kulturalna. Przykładem może być współpraca pomiędzy firmą Pilkington Polska a Muzeum Okręgowym w Sandomierzu – oba podmioty wspólnymi siłami opracowały i udostępniły zwiedzającym wystawę „Od piasku do szkła”. Spółki Pilkington działają również z sandomierskim magistratem, by opracować Szklany Spacer. Składa się on z wykonanych przez spółkę, szklanych tablic prezentujących historyczny wygląd sandomierskich zabytków.

**Działania na rzecz pracowników i środowiska**

Aby utrzymać pozycje na rynku, firmy muszą dbać o swoich pracowników. Osiągają to szerokim pakietem socjalnym, szkoleniami podnoszącymi kwalifikacje, a także różnorakimi programami. Organizują również wyjazdy integracyjne, a coraz więcej przedsiębiorstw wspiera także pozazawodowe aktywności swoich pracowników. Za przykład może posłużyć organizowana przez NSG Group akcja „Natchnieni szkłem”. W jej ramach firma przygotowuje krótkie reportaże, których bohaterami są pracownicy spółki. Opowiadają oni o swoim życiu i pasjach, a także mają możliwość zaprezentowania szerszemu gronu swoich dzieł i dokonań.

W zakres aktywności CSR-owych wchodzą również działania prośrodowiskowe. Są one niejednokrotnie bardzo szerokie i obejmują akcje edukacyjne dla pracowników i klientów, opracowanie i wdrożenie polityki środowiskowej oraz pracę nad stosowanymi technologiami. Pozwala to stale zmniejszać negatywny wpływ na środowisko naturalne oraz umożliwia rozwój firmy. Często działania ekologiczne i propracownicze łączy się w ramach wolontariatu.

**Jakie korzyści płyną z CSR?**

*Działania CSR-owe mogą na krótką metę zdawać się zbędnym obciążeniem firmowego budżetu, ale oferują szereg korzyści każdej firmie. Przekładają się na poprawę wizerunku przedsiębiorstwa oraz zwiększają jego rentowność i konkurencyjność. Stosowanie wysokich norm etycznych i środowiskowych przekłada się na zwiększenie satysfakcji z pracy, wyższe zyski oraz mniejszy wpływ na środowisko naturalne* – dodaje Natalia Kubowicz, kierownik ds. komunikacji korporacyjnej NSG Group w Polsce.

Firmy, które wdrożyły i stosują zasady CSR, odznaczają się lepszą pozycją rynkową i są doceniane przez innych. Wiele organizacji prowadzi konkursy dla etycznych firm, a także opracowuje różne certyfikaty, które potwierdzają wysokie standardy danego przedsiębiorstwa. W Polsce taki konkurs prowadzi redakcja Pulsu Biznesu, która co roku nagradza poszczególne spółki tytułem Etycznej Firmy. Zdobycie trzech nagród z rzędu skutkuje przyznaniem miana Super Etycznej Firmy, co potwierdza liderską pozycję nagrodzonych. Jednym z przedsiębiorstw nagrodzonych tym tytułem jest NSG Group.

Jak widać, działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu są szerokie i obejmują wiele obszarów aktywności spółki. Ich stosowanie poprawia wizerunek i umacnia pozycję rynkową, co przekłada się na poprawę wyników finansowych.

**O firmie:**

NSG Group jest obecnie jednym z największych światowych producentów szkła i produktów szklanych, działającym w trzech podstawowych sektorach: Motoryzacyjnym, Architektonicznym

 i Nowych Technologii. Sektor architektoniczny dostarcza szkło do zastosowań architektonicznych, energii słonecznej oraz innych sektorów. Sektor motoryzacyjny obsługuje rynek oryginalnego wyposażenia (OE) i części zamienne (AGR). Nowe Technologie to sektor obejmujący zróżnicowane i złożone procesy biznesowe i produkcyjne takie jak soczewki, światłowody do drukarek

 i skanerów, specjalistyczne włókno szklane służące do produkcji kordów stosowanych w paskach rozrządu oraz płatki szklane.

Więcej informacji można znaleźć na stronie internetowej [www.pilkington.pl](http://www.pilkington.pl).

**KONIEC**

**Kontakt dla dziennikarzy:**

Natalia Kubowicz, Kierownik ds. komunikacji korporacyjnej NSG Group w Polsce

tel. +48 514 863 601

e-mail: [natalia.kubowicz@pl.nsg.com](http://royalbrand.biuroprasowe.pl/word/?hash=8a5544f1957b6588eca82390df27b14b&id=193471&typ=eprmailto:natalia.kubowicz@pl.nsg.com)