

Spółeczna odpowiedzialność biznesu w kryzysie

Dagmara Lustyk

Czy można być firmą społecznie odpowiedzialną w dobie kryzysu? Opinie przedsiębiorców w tej kwestii są bardzo podzielone. Część z nich uważa, że można prowadzić odpowiedzialny biznes w dobie kryzysu. Wiąże się to z pewnymi ograniczeniami, które są nieuniknione z powodów takich, jak: cięcie kosztów, oszczędność, zmniejszenie liczby pracowników. Wiele firm, szczególnie tych mniejszych zrezygnuje z działań CSR, aby nie ponosić dodatkowych wydatków. Jednak społeczna odpowiedzialność w biznesie przetrwa kryzys finansowy. Zdaniem wielu specjalistów odpowiedzialny biznes przetrwa, ponieważ dotyczy wartości fundamentalnych. Wyzwania, takie jak zmiana klimatu, wysoki poziom ubóstwa na świecie czy kurczące się zasoby naturalne nie znikną, a oczekiwania społeczne wymagające od firm włączenie się w rozwiązywanie tych problemów nie zmaleje. Wiele przedsiębiorstw stosując się do zasad CSR może dużo zyskać – przede wszystkim zaufanie i lojalność personelu, przychyłność społeczności lokalnych i pozytywny wizerunek wśród klientów. Należy ponadto pamiętać, że firmy muszą wzmacniać marki i budować reputację zarówno w czasie hossy, jak i bessy. W ten sposób przedsiębiorcy pracują bowiem na swój wizerunek, który ma doprowadzić ich do sukcesu zarówno w kryzysie, jak i w czasach stabilności gospodarczej. (L. Anam., CSR a kryzys finansowy, Gazeta Prawna z dnia 17.12.2008)

Słowa kluczowe: aktywność prospołeczna, CSR (Corporate Social Responsibility)

Corporate Social Responsibility in crisis

Can a company be socially responsible in times of crisis? Reviews of entrepreneurs in this matter are very divided. Some of them believe that responsible business can be carried out in times of crisis. This is connected with certain restrictions that are unavoidable reasons such as: cutting costs, saving, reducing the number of employees. Many companies, especially smaller ones give up CSR activities so as not to incur additional expenditure. But social responsibility in business will survive the financial crisis. According to many experts responsible business survives because it concerns fundamental values. Challenges such as climate change, high levels of poverty in the world and dwindling natural resources do not disappear, and the social expectation that require companies to include in solving these problems will decrease. Many companies adhering to the principles of CSR can gain a lot - especially trust and loyalty of staff, community goodwill and positive image among customers. It should also be aware that companies need to strengthen the brand and build a reputation both during bull

and bear market. In this way, because entrepreneurs are working on their image, which has lead him to their success both in crisis and in times of economic stability.

Keywords: Pro-social activity, CSR (Corporate Social Responsibility)