

Przykłady obszarów w firmie oraz korzyści związanych z CSR/CR



Environment

Działania związane ze środowiskiem

Aktywne zarządzanie ryzykami z obszaru środowiska naturalnego pozwala nie tylko ograniczyć w sposób racjonalny możliwość pojawienia się kar z tytułu naruszeń stanu środowiska, ale również budować pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa, jako podmiotu wrażliwego na kwestie środowiskowe.



Social

Polityka pracownicza

Wyższy poziom zaangażowania pracowników oraz pozytywna atmosfera pracy przekładają się na zwiększoną wydajność, lepszą jakość produktów/rezultatów prac.

Współpraca z dostawcami

Dostawcy mający zaufanie do firmy, jako lojalnego i przewidywalnego partnera, który wspiera ich starania rozwojowe, tworzą podstawę niezakłóconej egzystencji przedsiębiorstwa, jego pozycji rynkowej i sposobu postrzegania przez klientów.

Wsparcie/ współpraca ze społecznością lokalną i organizacjami pozarządowymi

Relacje kształtowane na zasadzie dialogu i dobrosąsiedzkiego podejścia sprawiają, że firma staje się dla swojego otoczenia partnerem, środowisko, w którym funkcjonuje cechuje większa przewidywalność i możliwość ograniczenia występowania ryzyk, jakie mogłyby się negatywnie odbić na jej zdolności do niezakłóconego prowadzenia działalności.

Komunikacja

Komunikacja budowana na otwartych i trafnie zdefiniowanych zasadach stanowi o możliwości realizowania celów przedsiębiorstwa na skutek zapewnienia dostępu do odpowiednich informacji/danych/



Governance

Organizacja wewnętrzna firmy

Aktywności wpływające bezpośrednio na funkcjonowanie organizacji są kluczowe z punktu widzenia zapewnienia pożądanego środowiska i kultury organizacyjnej, których kształt decyduje o rynkowym sukcesie przedsiębiorstwa

Podejście do klientów

Wypracowana i systematycznie zwiększana lojalność po stronie klientów będąca rezultatem udzielanego im wsparcia, poziomu obsługi zapewnianego przez firmę oraz inicjatyw służących wspólnemu zaangażowaniu obydwu stron.

Relacje inwestorskie

Budowanie autentycznych, odpowiedzialnych, opartych na zaufaniu i przekazywaniu sprawdzonych i terminowych informacji środowisku inwestorów, akcjonariuszy i analityków, stanowi szansę na ukształtowanie pozytywnych relacji z otoczeniem inwestorów czy stabilizację kursu akcji.