

RODZIAŁ VIII

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Spis treści

Nr 1. Społeczna odpowiedzialność biznesu – wybrane regulacje międzynarodowe.....	2
Nr 2. Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR w praktyce.....	18
Nr 3. Świadomy ekologicznie konsument w UE. Czy również i ja akceptuję „pomalowaną na zielono trawę”?.....	33
Nr 4. Pozytywne relacje z interesariuszami. Przedsiębiorstwo a społeczności lokalne	56

Uwaga

Scenariusze dodatkowe – scenariusze rozszerzające materiał podstawowy (do wykorzystania w przypadku dysponowania większą liczbą godzin lekcyjnych, klasę realizującą oprócz podstaw przedsiębiorczości inne przedmioty ekonomiczne, które pozwalają na szybszą realizację materiału podstawowego lub ambitną klasę w szybszy sposób przyswajającą materiał.

Nr 1. Społeczna odpowiedzialność biznesu – wybrane regulacje międzynarodowe

DODATKOWY SCENARIUSZ

	Opis
TEMAT LEKCJI	SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – WYBRANE REGULACJE MIĘDZYNARODOWE
CZAS REALIZACJI:	Jedna godzina lekcyjna - 45 minut
METODY PRACY	Prezentacja, wykład z elementami pogadanki, czytanie ze zrozumieniem
FORMY PRACY	Praca w grupach z wykorzystaniem nauczania przez współpracę, prezentacja uzyskanych umiejętności
ŚRODKI DYDAKTYCZNE:	Projektor multimedialny, ekran, rzutnik, arkusze papieru, mazaki, magnesy lub pineski, karteczki do losowania grup, materiały do pracy w grupach z tekstem źródłowym
CEL OGÓLNY:	Uświadomienie uczniom/uczennicom znaczenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w działalności wybranych organizacji międzynarodowych
CELE SZCZEGÓŁOWE	Po realizacji lekcji uczniowie/uczennice powinni/powinne: <ul style="list-style-type: none">• znać i rozumieć podstawowe założenia związane z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w działalności organizacji międzynarodowych• znać i rozumieć kluczowe zagadnienia związane z funkcjonowaniem Organizacji Narodów Zjednoczonych, Unii Europejskiej, Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju• w wyniku kształcenia uczniów/uczennic nabywa/doskonali umiejętności samodzielnej interpretacji tekstu, współpracy w grupie, prezentacji wyników swojej pracy.
OCENIE PODLEGAĆ BĘDĄ:	<ul style="list-style-type: none">• aktywność ucznia/uczennicy na lekcji,• poprawność wykonywania zadań,• aktywność pracy w grupie.

PLAN LEKCJI

ETAPY	PROCEDURA	UWAGI METODYCZNE	INNE UWAGI
	<p>1. Nauczyciel/nauczycielka dokonuje wprowadzenia do tematu lekcji, prezentuje kluczowe informacje związane z działalnością organizacji omawianych podczas zajęć w zakresie CSR (Załącznik 1). Prowadzący zachęca uczniów/uczennice do aktywnego udziału w pogadance i dzielenia się swoją wiedzą nt. Unii Europejskiej, Organizacji Narodów Zjednoczonych oraz Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju</p>	<p>Elementy wykładu, pogadanka/dyskusja</p>	<p>Załącznik 1</p> <p>Prezentacja multimedialna – „Społeczna odpowiedzialność biznesu – wybrane regulacje międzynarodowe”¹</p>
	<p>2. Prowadzący dzieli uczniów/uczennice na 3 grupy (z wykorzystaniem kolorowych lub ponumerowanych kartek). Następnie każdej z grup rozdaje przygotowane uprzednio teksty źródłowe zawierające informacje nt. ww. podmiotów międzynarodowych (załączniki nr 2a, 2b i 2c). Każda grupa losuje informacje o jednej z organizacji.</p> <p>3. Zadaniem każdej z grup jest opracowanie na podstawie pozyskanego tekstu źródłowego krótkiej informacji nt. wylosowanego podmiotu w tym: data powołania, kraje członkowskie, kluczowe obszary/cele działalności – ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu.</p> <p>4. Po wykonaniu ćwiczenia przedstawiciele grup dokonują prezentacji pozyskanych informacji.</p> <p>5. Nauczyciel/nauczycielka ewentualnie uzupełnia brakujące informacje, podsumowuje pracę uczniów/uczennic.</p>	<p>Praca w grupach</p> <p>Czytanie ze zrozumieniem</p> <p>Prezentacja wyników pracy poszczególnych grup</p>	<p>Załączniki 2a, 2b, 2c.</p> <p>Materiały dotyczące charakterystyki podmiotów międzynarodowych: Organizacja Narodów Zjednoczonych, Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, Unia Europejska)</p>
	<p>6. Nauczyciel/nauczycielka prezentuje działania wskazanych organizacji w zakresie propagowania idei społecznej odpowiedzialności biznesu z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej.</p>	<p>Elementy wykładu</p>	<p>Załącznik 1</p> <p>Prezentacja multimedialna – „Społeczna odpowiedzialność biznesu – wybrane regulacje międzynarodowe”</p>

¹ Załącznik 1 Prezentacja pt. „Społeczna odpowiedzialność biznesu – wybrane regulacje międzynarodowe” dostępna w oddzielnym pliku

I	7. Nauczyciel/nauczycielka na zakończenie zajęć podejmuje dyskusję z uczniami/uczennicami dotyczącą znaczenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w funkcjonowaniu organizacji międzynarodowych. Zachęca uczniów/uczennice do wyrażania opinii czy w ich przekonaniu podjęte regulacje międzynarodowe są wystarczające dla propagowania idei społecznej odpowiedzialności biznesu wśród przedsiębiorców.	Dyskusja	
II	1. Nauczyciel/nauczycielka podsumowuje lekcję, poprzez dyskusję i rozmowę z uczniami/uczennicami Przykłady pytań, jakie może zadać nauczyciel/nauczycielka: <ul style="list-style-type: none"> • co najbardziej uczniów zainteresowało? • jakie elementy przeprowadzonej lekcji były najatrakcyjniejsze? 2. Zostaje dokonana ocena pracy uczniów/uczennic przez nauczyciela/nauczycielkę podczas lekcji, przekazanie wskazówek dotyczących doskonalenia umiejętności.	Pogadanka	

Wykaz załączników

Załącznik 1 - Prezentacja multimedialna: „Społeczna odpowiedzialność biznesu – wybrane regulacje międzynarodowe”. Prezentacja znajduje się w oddzielnym pliku.

Załącznik 2a – Materiały dotyczące charakterystyki Organizacji Narodów Zjednoczonych do pracy w grupach

Załącznik nr 2b – Materiały dotyczące charakterystyki Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju do pracy w grupach

Załącznik nr 2c – Materiały dotyczące charakterystyki Unii Europejskiej do pracy w grupach

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 2a – Materiały dotyczące charakterystyki Organizacji Narodów Zjednoczonych do pracy w grupach

- **Instrukcja dla ucznia/uczennicy – Grupa I**

Na podstawie załączonych poniżej tekstów przygotuj odpowiedzi na poniższe zagadnienia dotyczące Organizacji Narodów Zjednoczonych: 1) data powołania, 2) kraje członkowskie, 3) kluczowe obszary/cele działalności – ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu.

Tekst nr 1

„50 państw z całego świata wzięło udział w pierwszej konferencji Narodów Zjednoczonych. Zabrakło Polski. Konferencja rozpoczęła się 26 kwietnia 1945 roku w San Francisco. Podczas jej trwania podpisano Kartę Narodów Zjednoczonych regulującą działalność organizacji.

Początki tworzenia Organizacji Narodów Zjednoczonych sięgają II wojny światowej i współpracy pomiędzy państwami koalicji antyhitlerowskiej. Zapowiedzią powstania ONZ było już podpisanie w 1941 roku przez USA i Wielką Brytanię Karty Atlantyckiej, opierającej przyszłą współpracę państw po wojnie na zasadzie wolności słowa i religii, wolności od biedy oraz prawie do życia bez lęku przed agresją innego państwa. Karta zapowiadała również utworzenie powszechnego systemu bezpieczeństwa oraz współpracę Narodów Zjednoczonych.

Głównym autorem koncepcji ONZ, zasygnalizowanej już na konferencji w Teheranie w 1943 roku, był prezydent USA Franklin Delano Roosevelt. Pomysł nazwy pochodził zaś od premiera Wielkiej Brytanii Winstona Churchilla. Bliższe szczegóły funkcjonowania organizacji były tematem wielu międzynarodowych spotkań. Latem 1944 roku na roboczej konferencji w Stanach Zjednoczonych mocarstwa stworzyły projekt działania organizacji, zaś na konferencji w Jałcie w lutym 1945 roku zdecydowano o zwołaniu konferencji założycielskiej ONZ.

Rozpoczęła się ona 26 kwietnia 1945 roku w San Francisco z udziałem 50 państw. Przedstawiciele Polski z przyczyn politycznych nie mogli uczestniczyć w spotkaniu, mimo to kraj został zaliczony w poczet członków-założycieli ONZ. Konferencję zakończyło 25 czerwca uchwalenie i podpisanie Karty Narodów Zjednoczonych regulującej działalność organizacji. Weszła ona w życie 24 października 1945 roku. Ten dzień obecnie jest obchodzony jako Światowy Dzień ONZ.

Preambuła Karty przybliżyła najważniejsze cele Organizacji Narodów Zjednoczonych. Należą do nich: utrzymanie pokoju i bezpieczeństwa międzynarodowego oraz rozwijanie i umacnianie przyjaznych stosunków między narodami, opartych na zasadach suwerennej równości i prawie do samostanowienia narodów. Do innych celów zaliczono również popieranie rozwoju gospodarczego i społecznego wszystkich narodów oraz współpracy państw w celu rozwiązywania problemów społecznych, gospodarczych, humanitarnych i kulturalnych, a także popieranie podstawowych wolności i praw człowieka.

Siedzibą główną ONZ został Nowy Jork, językami oficjalnymi początkowo był angielski, francuski, hiszpański, rosyjski i chiński, z czasem dołączył do nich niemiecki i arabski. Głównymi organami Organizacji są: Zgromadzenie Ogólne, Rada Bezpieczeństwa, Rada Gospodarczo-Społeczna, Rada Powiernicza, Międzynarodowy Trybunał Sprawiedliwości i Sekretariat.

W skład Organizacji Narodów Zjednoczonych wchodzi także organizacje wyspecjalizowane: Międzynarodowa Organizacja Pracy, Organizacja Wyżywienia i Rolnictwa, Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. Oświaty, Nauki i Kultury, Międzynarodowy Bank Odbudowy i Rozwoju, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, Światowa Organizacja Zdrowia, Międzynarodowe Towarzystwo Naukowe oraz Międzynarodowa Organizacja Handlu.

Obecnie suwerennymi członkami ONZ są 192 państwa.”²

² Źródło: Powstanie ONZ, Polska Agencja Prasowa, dostęp on-line marzec 2012 r. - <http://www.polskieradio.pl/39/245/Artykul/199863.Powstanie-ONZ>

„Pomysł utworzenia, w miejsce Ligi Narodów, która swoją międzynarodową działalność praktycznie zakończyła wraz z upadkiem Francji podczas II wojny światowej, nowej międzynarodowej organizacji towarzyszył Wielkiej Trójce już od chwili jej pierwszego spotkania.

Spotkanie przywódców trzech mocarstw podczas konferencji w Teheranie, stało się okazją do prezentacji projektu nowej organizacji, który przedstawił prezydent Stanów Zjednoczonych, Franklin Delano Roosevelt. Zgodnie z projektem w jej ramach miały działać: Organizacja Ogólna o zasięgu ogólnosiwiatowym, z udziałem 30 - 50 państw, obradująca na forum, na którym można by omawiać dowolne kwestie oraz opracowywać zalecenia Komitet Wykonawczy, złożony z 10 - 11 państw, podejmujący specyficzne zagadnienia współpracy międzynarodowej, poza problemami natury międzynarodowej. W zakres jego zadań, wchodziły by takie zagadnienia jak min. ekonomika, rolnictwo, ochrona zdrowia, Komitet Czterech Policjantów w składzie sygnatariuszy deklaracji moskiewskiej (Wielka Trójka plus Chiny). Byłby to najważniejszy organ, który miał być bezpośrednio odpowiedzialny za utrzymanie pokoju.

Projekt statutu nowej organizacji został przyjęty jesienią 1944 r. podczas konferencji w Dumbarton Oaks.

Następnie, projekt ten został przedłożony na konferencji założycielskiej ONZ w San Francisco. Podczas trwających od kwietnia do czerwca 1945 r. obrad opracowano Kartę Narodów Zjednoczonych. Dokument ten wszedł w życie 24 października 1945 r.

W Karcie Narodów Zjednoczonych sprecyzowano cele i zadania ONZ. W poszczególnych artykułach zapisano min. *"Narody Zjednoczone dążą do utrzymywania pokoju i bezpieczeństwa międzynarodowego", "będą podejmowały skuteczne środki do zapobiegania i usuwania gróźb przeciwko pokojowi", "osiągały przy pomocy środków pokojowych, zgodnych z zasadami prawa międzynarodowego, załatwianie lub rozstrzygnięcie międzynarodowych sporów lub sytuacji, które mogły by doprowadzić do zakłócenia pokoju", "dążyły do rozwoju przyjaznych stosunków pomiędzy narodami opartych na zasadzie równouprawnienia i stanowienia narodów o sobie podjęcia takich środków w celu utrwalenia pokoju powszechnego", "będą popierały podniesienie stopy życiowej, pełne zatrudnienie, warunki postępu oraz rozwoju społeczno - gospodarczego", "będą popierały rozwiązywanie międzynarodowych zagadnień gospodarczych, społecznych", etc.*

Zadania i cele wymienione w Karcie, były znacznie szersze niż Ligi Narodów. Przede wszystkim odrzucono koncepcję światowego państwa: *"Organizacja opiera się na zasadzie suwerennej równości wszystkich swych członków"*.

W celu zagwarantowania międzynarodowego bezpieczeństwa i pokoju, zasady Karty zostały uznane za część ogólnego prawa wszystkich narodów. Miały ponadto obowiązywać wszystkie państwa, które nie stały się członkami ONZ.

Członkiem ONZ mogło zostać: *"każde państwo miłujące pokój, które przyjmuje zobowiązania zawarte w Karcie i - zdaniem organizacji - zdolne jest i pragnie zobowiązania te wykonywać"*.

Członkostwo ONZ obok Związku Radzieckiego otrzymały dwie republiki komunistyczne tj. Białoruś i Ukraina. W ten sposób ZSRR chciał zrównoważyć fakt przyznania pełnych praw członkostwa w ówczesnym dominiom brytyjskim. Jednak o i ile Australia, Kanada czy Afryka Południowa były wówczas suwerennymi państwami, które uznawały za głowę swego państwa monarchę brytyjskiego, to obie republiki radzieckie były całkowicie podporządkowane systemowi komunistycznemu. Karta Narodów Zjednoczonych ustanowiła sześć głównych organów ONZ tj. Zgromadzenie Ogólne, Rada Bezpieczeństwa, Rada Gospodarczo - Społeczna, Rada Powiernicza, Międzynarodowy Trybunał Sprawiedliwości, Sekretariat.

Spośród nich największą a zarazem najważniejszą rolę odgrywają Zgromadzenie Ogólne oraz Rada Bezpieczeństwa. Ponadto w ramach ONZ działają wyspecjalizowane organizacje. Najważniejsze z nich to min. Światowa Organizacja Handlu (WTO), Międzynarodowy Fundusz Walutowy (MFW), Fundusz Narodów Zjednoczonych na Rzecz Dzieci (UNICEF), Organizacja Narodów Zjednoczonych ds. nauki, oświaty i kultury, (UNESCO), Międzynarodowa Organizacja Zdrowia (WHO), Międzynarodowa Organizacja Pracy (ILO), Organizacja ds. Wyżywienia i Rolnictwa (FAO), Międzynarodowy Bank Odbudowy i Rozwoju (INRD),

W Zgromadzeniu Ogólnym mają prawo uczestniczyć wszyscy członkowie ONZ. Każdemu z nich przysługuje jeden głos. Natomiast w skład Rady Bezpieczeństwa wchodzi 15 członków ONZ. Początkowo jej skład liczył 11 członków - stałych i niestałych. Członkowie stali to tzw. 5 wielkich mocarstw: Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Francja Chiny oraz Rosja (do 1991 r. jako ZSRR). W skład 10 członków niestałych: 6 miejsc jest zarezerwowanych dla państw afrykańskich i azjatyckich, 2 miejsca dla państw Ameryki Łacińskiej, 1 miejsce

państwom Europy Wschodniej, oraz 2 dla państw Europy Zachodniej. Zgromadzenie Ogólne członków niestałych wybiera na okres 2 lat.

Karta Narodów Zjednoczonych każdemu z wielkich mocarstw (członkowie stali Rady Bezpieczeństwa) przyznaje prawo weta w stosunku do uchwał podejmowanych przez ten organ. Prawo to nie obejmuje spraw związanych z procedurą oraz spraw w których dane mocarstwo jest stroną. Ponadto do kompetencji Rady Bezpieczeństwa należy: prawo nakładania sankcji politycznych oraz ekonomicznych, prawo podjęcia decyzji o użyciu środków zbrojnych mających na celu przeciwdziałanie akcjom naruszającym międzynarodowy ład i bezpieczeństwo.

Do zadań Zgromadzenia Ogólnego należy obok wyboru członków niestałych do Rady Bezpieczeństwa, Rady Społeczno - Gospodarczej, Rady Powierniczej oraz Międzynarodowego Trybunału Sprawiedliwości, także wyłonienie i mianowanie Sekretarza Generalnego ONZ.

Sekretarz Generalny ONZ, wybierany przez Zgromadzenie Ogólne na wniosek Rady Bezpieczeństwa, na 5 letnią kadencję, kieruje pracami Sekretariatu. Do jego kompetencji należy min. prawo zwrócenia uwagi Radzie Bezpieczeństwa na każdą sprawę, która może stanowić potencjalne zagrożenie dla pokoju i bezpieczeństwa międzynarodowego. Nadto Sekretarz Generalny ONZ zarządza całym majątkiem organizacji. W przeciągu 60 lat istnienia organizacji funkcję ta pełnili kolejno: Trygve Lie (1946 - 1952), Dag Hammarskjöld (1953 - 1961), U Thant (1961 - 1971), Kurt Waldheim (1972 - 1981), Javier Perez de Cuellar (1982 - 1991), Butrus Ghali (1992 - 1996), Kofi Annan (1997 - 2006), Ban Ki - moon (2007 - do chwili obecnej).

Zgromadzenie Ogólne zajmuje się zarówno rozpatrywaniem jak i rekomendacją wszystkich zagadnień, które wchodzi w zakres Karty. Nadto zajmuje się sprawami odnoszącymi się do funkcjonowania oraz kompetencji danego organu powołanego na mocy Karty ONZ wszelkimi zagadnieniami , które dotyczą utrzymania międzynarodowego pokoju i bezpieczeństwa na świecie inicjowanie rozwoju międzynarodowej współpracy w takich dziedzinach jak min: polityka, kodyfikacja, prawo międzynarodowe, gospodarka, sprawy społeczne, ochrona zdrowia, prawa człowieka, wolność języka, płci, wyznania, oświata oraz kultura.

Zgromadzenie Ogólne rozpatruje również raporty Rady Bezpieczeństwa oraz innych organizacji działających pod agendą ONZ. Ponadto rozpatruje i uchwała budżet ONZ, a także wszelkie umowy finansowo - budżetowe z organizacjami wyspecjalizowanymi.

W skład Zgromadzenia Ogólnego wchodzi nadto sześć tzw. Głównych Komitetów. Organa te stanowią pole do dyskusji dla członków ONZ, które dotyczą określonych zagadnień. I tak:

Komitet I: zajmuje się sprawami rozbrojenia oraz bezpieczeństwa międzynarodowego,

Komitet II: sprawy finansowo - ekonomiczne,

Komitet III sprawy społeczne, humanitarne, kulturalne,

Komitet IV sprawy dekolonizacji oraz polityczno - specjalnych

Komitet V sprawy administracyjne oraz budżetowe

Komitet VI prawo.

Siedzibą ONZ jest Nowy Jork (USA). Mimo, iż pierwsza sesja Zgromadzenia Ogólnego odbyła się w Londynie w 1946 r. to niektóre organy działające pod auspicjami ONZ urzędują w Genewie. Ponadto wiele organizacji wyspecjalizowanych ONZ ma swoje odrębne siedziby min. FAO (Organizacja ds. Wyżywienia i Rolnictwa) w Rzymie.

15 lutego 1946 r. Rada Gospodarczo - Społeczna podjęła decyzję o utworzeniu komisji ds. ochrony praw człowieka. Jej zadaniem stało się opracowanie, przyjętej 10 grudnia 1948 r. Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka.

Uchwalona Deklaracja spotkała się ze zróżnicowanym przyjęciem na świecie. Kraje arabskie zarzuciły Deklaracji ONZ zbyt silne uleganie tradycji kultury Zachodu a przez to nie uwzględnienie specyfiki świata islamu.

Po przyjęciu Deklaracji, komisja ds. ochrony praw człowieka kontynuowała swoje prace. Ich rezultatem było przyjęcie przez Zgromadzenie Ogólne ONZ w 1966 r. Międzynarodowych Paktów Praw Człowieka, które obejmują: liczący 53 artykuły Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych oraz złożony z 31 art. Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych.³

³ Źródło: Paweł Jarczewski, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Gazeta Wyborcza, maj 2009 r., dostęp on-line marzec 2012 r.: http://historia.gazeta.pl/historia/1,99548,6653311,Organizacja_Narodow_Zjednoczonych_ONZ_.html#ixzz1DOGFct4Z

- **Proponowane rozwiązanie dla nauczyciela/nauczycielki – Grupa I**

Poniżej przedstawiono omówienie zadań uczniów tworzących grupę I dot. Organizacji Narodów Zjednoczonych:

1) data powołania podmiotu - oficjalne powstanie Organizacji Narodów Zjednoczonych to 24 października 1945 r.

„Nazwę "Narody Zjednoczone" po raz pierwszy użyto w Deklaracji Narodów Zjednoczonych z 1 stycznia 1942 r., która stanowiła zobowiązanie 26 narodów do walki z faszyzmem. Zaraz po zakończeniu wojny, 26 czerwca 1945 r. na konferencji w San Francisco, podpisano Kartę Narodów Zjednoczonych - dokument stanowiący swego rodzaju "konstytucję" ONZ. Data oficjalnego powstania Organizacji Narodów Zjednoczonych to 24 października 1945 r., kiedy to większość państw - sygnatariuszy Karty Narodów Zjednoczonych - ratyfikowała dokument. Z tej okazji 24 października obchodzi się Dzień Narodów Zjednoczonych⁴”.

2) kraje członkowskie – 192 państwa

"każde państwo miłujące pokój, które przyjmuje zobowiązania zawarte w Karcie i - zdaniem organizacji - zdolne jest i pragnie zobowiązania te wykonywać" [fragment tekstu nr 2]

3) kluczowe obszary/cele działalności - ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu

- ✓ „utrzymanie pokoju i bezpieczeństwa międzynarodowego oraz rozwijanie i umacnianie przyjaznych stosunków między narodami, opartych na zasadach suwerennej równości i prawie do samostanowienia narodów. Do innych celów zaliczono również popieranie rozwoju gospodarczego i społecznego wszystkich narodów oraz współpracy państw w celu rozwiązywania problemów społecznych, gospodarczych, humanitarnych i kulturalnych, a także popieranie podstawowych wolności i praw człowieka.” [fragment tekstu nr 1]
- ✓ „W Karcie Narodów Zjednoczonych sprecyzowano cele i zadania ONZ. W poszczególnych artykułach zapisano min. *"Narody Zjednoczone dążą do utrzymywania pokoju i bezpieczeństwa międzynarodowego", "będą podejmowały skuteczne środki do zapobiegania i usuwania gróźb przeciwko pokojowi", "osiągały przy pomocy środków pokojowych, zgodnych z zasadami prawa międzynarodowego, załatwianie lub rozstrzyganie międzynarodowych sporów lub sytuacji, które mogły by doprowadzić do zakłócenia pokoju", "dążyły do rozwoju przyjaznych stosunków pomiędzy narodami opartych na zasadzie równouprawnienia i stanowienia narodów o sobie podjęcia takich środków w celu utrwalenia pokoju powszechnego", "będą popierały podniesienie stopy życiowej, pełne zatrudnienie, warunki postępu oraz rozwoju społeczno - gospodarczego", "będą popierały rozwiązywanie międzynarodowych zagadnień gospodarczych, społecznych", etc.*" [fragment tekstu nr 2].
- ✓ ponadto prezentacja multimedialna załącznik nr 1, slajdy od 2 do 9 oraz 2. Prawne aspekty funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu, kurs *distance learning* Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wybrane problemy.

Załącznik nr 2b – Materiały dotyczące charakterystyki Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju do pracy w grupach

⁴ Źródło: Portal Ośrodka ONZ w Warszawie, dostęp on-line smarzec 2012 r. - http://www.unic.un.org.pl/kalendarium/system_nz_wpigulce.php

- **Instrukcja dla ucznia/uczennicy – Grupa II**

Na podstawie załączonych poniżej tekstów przygotuj odpowiedzi na poniższe zagadnienia dotyczące Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju: 1) data powołania, 2) kraje członkowskie, 3) kluczowe obszary/cele działalności – ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu.

Tekst nr 1

„Geneza - Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (*Organisation for Economic Co-operation and Development* - OECD) jest ważną międzynarodową, międzyrządową organizacją gospodarczą, skupiającą 34 wysoko rozwinięte państwa, w tym od listopada 1996 r. Polskę, które łączy akceptacja dla zasad demokracji i gospodarki rynkowej. Organizacja została powołana do życia na mocy *Konwencji Paryskiej*, podpisanej 14 grudnia 1960 r. Rozpoczęła działalność z dniem 30 września 1961 r. Jest bezpośrednią sukcesorką Organizacji Europejskiej Współpracy Gospodarczej (*Organisation for European Economic Co-operation* - OEEC), powstałej w 1948 r. dla integrowania odbudowujących się ze zniszczeń wojennych gospodarek państw europejskich, korzystających z pomocy w ramach Planu Marshalla. Państwami założycielskimi OECD było dwadzieścia najbardziej rozwiniętych państw świata: Austria, Belgia, Dania, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Kanada, Luksemburg, Norwegia, Portugalia, RFN, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Wielka Brytania i Włochy. Zgodnie z artykułem 16 *Konwencji Paryskiej* do OECD mogą przystąpić inne państwa, gotowe do przyjęcia obowiązków wynikających z członkostwa, jeśli zostaną zaproszone przez Radę. Na podstawie tego artykułu kolejnymi członkami Organizacji zostały następujące kraje: Japonia (28 kwietnia 1964 r.), Finlandia (28 stycznia 1969 r.), Australia (7 czerwca 1971 r.), Nowa Zelandia (29 maja 1973 r.), Meksyk (18 maja 1994 r.), Czechy (21 grudnia 1995 r.), Węgry (7 maja 1996 r.), Polska (22 listopada 1996 r.), Korea Południowa (12 grudnia 1996 r.), Słowacja (14 grudnia 2000 r.), Chile (7 maja 2010 r.), Słowenia (21 lipca 2010 r.), Izrael (7 września 2010 r.), Estonia (9 grudnia 2010 r.). Ponadto, zgodnie z artykułem 13 *Konwencji OECD* i *Protokołem Dodatkowym nr 1*, we wszystkich pracach OECD bierze udział Komisja Wspólnot Europejskich⁵. Kraje OECD zajmują dominującą pozycję na światowych rynkach finansowych, wiodą prym w dziedzinie przepływu kapitałów, inwestycji zagranicznych, usług, nowoczesnych technologii, w sferze innowacji i badań naukowych.

Podstawowe zasady funkcjonowania, tryb podejmowania decyzji i modi operandi OECD - Wszystkie państwa członkowskie OECD uznają, iż wartościami nadrzędnymi w życiu polityczno-społecznym i gospodarczym są trzy zasady, które wspólnie stanowią niepisane podstawowe kryteria dla państw ubiegających się o członkostwo: demokracja czyli pluralizm polityczny, poszanowanie praw człowieka i swobód obywatelskich oraz stabilny wzrost w ramach otwartej gospodarki rynkowej.

W swej działalności OECD kieruje się zasadą równości wszystkich członków, niezależnie od ich wielkości, potencjału ekonomicznego czy wkładu do budżetu Organizacji. W procesie podejmowania decyzji stosuje się zasadę *consensusu*, który jest wypracowywany przy użyciu mechanizmu „nacisku równych sobie” (*peer pressure*), tj. wywierania wzajemnego nacisku na współczłonków w celu spowodowania zmian prowadzących do koordynacji, a co najmniej wyższego stopnia spójności polityk krajowych. Stosując tę zasadę rządy krajów członkowskich wzajemnie wywierają presję na siebie, aby w toku podejmowania suwerennych decyzji narodowych w sprawach gospodarki i życia społecznego uwzględniać interesy i stanowisko partnerów, a także rozliczać się z przyjętych w OECD na zasadzie *consensusu* zobowiązań.

Do dorobku prawnego *OECD*, obok formalnych umów i kodeksów postępowania (np. Liberalizacji Przepływów Kapitałowych i Bieżących Operacji Niewidocznych), wiążących dla państw członkowskich oraz innych, które do nich zdecydowały się przystąpić, należą także zalecenia, rezolucje i deklaracje - instrumenty

⁵ Jugosławia uczestniczyła w pracach OECD w okresie od października 1961 r. do listopada 1992 r. jako kraj o specjalnym statusie.

nieformalnego, acz skutecznego zazwyczaj nacisku. Prócz tego *OECD* wypracowuje "reguły gry" w międzynarodowych stosunkach gospodarczych, tzn. opracowuje i wprowadza w życie wspólne zasady (wytyczne) i normy działania (standardy) w poszczególnych dziedzinach gospodarki. W przypadku ich akceptacji przez zainteresowane państwa stają się one często wkładem, a niekiedy nawet punktem wyjścia do negocjacji na szerszych forach międzynarodowych - zwłaszcza w innych organizacjach, jak np. *WTO*, a także *ONZ*, czego przejawem było m.in. uzgodnienie Milenijnych Celów Rozwoju. Ujednolica także stanowisko państw *OECD* wobec państw nieczłonkowskich. Istotną rolę w wyznaczaniu krótko- i średniookresowych zadań i priorytetów działania Organizacji, a także kształtowaniu wizerunku *OECD* pełnią komunikaty dorocznych, ministerialnych sesji Rady (*MCM*). Będące najwyższej rangi dokumentami programowymi *OECD* zawierają one: uzgodnione przez uczestniczących w sesjach ministrów spraw zagranicznych i finansów (bądź gospodarki) oceny tendencji rozwojowych oraz wyzwania dla polityki gospodarczej i społecznej na obszarze *OECD* i w skali globalnej, wraz z odpowiednimi zaleceniami. Komunikaty określają bieżące i przyszłe priorytety w pracach Organizacji, zawierają ocenę polityki w zakresie członkostwa w Organizacji, a także jej współpracy z państwami nieczłonkowskimi oraz w zakresie spraw należących do sfery organizacji wewnętrznej, jak budżet i program prac. Komunikaty prezentują dorobek *OECD* za ostatni rok oraz wytyczają zadania na kolejny okres odnosząc się często do realizacji zadań "zleconych" *OECD* przez *G7/8*. Ponadto do podstawowych zasad funkcjonowania Organizacji należy zaliczyć:

- zasadę niedyskryminacji (*non-discrimination*), zobowiązującą do stosowania takich samych zasad i środków w stosunku do wszystkich krajów członkowskich, w tym klauzulę najwyższego uprzywilejowania (KNU);
- zasadę narodowego traktowania inwestorów zagranicznych (*national treatment*), zobowiązującą rządy krajów członkowskich do przyznawania przedsiębiorstwom z udziałem kapitału zagranicznego (pochodzącego z krajów członkowskich *OECD*), działającym na ich terytorium, statusu nie mniej korzystnego niż przyznawany w podobnych okolicznościach przedsiębiorstwom krajowym, funkcjonującym w tym samym sektorze gospodarki;
- zasadę liberalizacji (*rollback*), zobowiązującą kraje członkowskie do określenia programu konkretnych działań liberalizacyjnych, w tym kalendarza ich realizacji;
- zasadę niewprowadzania nowych ograniczeń (*standstill*), zobowiązującą kraje *OECD* do zamrożenia istniejącego poziomu ograniczeń, uniemożliwiającego pogorszenie osiągniętego stopnia liberalizacji, przez co wymusza się proces tylko w jednym kierunku: stopniowego znoszenia środków ograniczających.

Członkostwo w *OECD* i sposób działania Organizacji nakłada szereg zobowiązań, w tym regularnego dostarczania Sekretariatowi informacji o polityce narodowej w wielu dziedzinach i implikuje poddawanie się osądowi ekspertów pozostałych państw *OECD*. Wymusza systematyczną wymianę informacji i ocen między członkami, wzajemne konsultacje oraz uzgadnianie kierunków polityki gospodarczej i społecznej. Raporty i opinie *OECD* o poszczególnych krajach są często wykorzystywane przez kredytodawców i inwestorów przed podjęciem decyzji co do angażowania się w danym kraju. Dotyczy to nie tylko korporacji transnarodowych i wielkich banków prywatnych, izb gospodarczych itp., ale również MFW i MBOiR.

OECD stwarza także państwom członkowskim okazję dzielenia się informacjami oraz weryfikacji doświadczeń w sferze polityki narodowej i legislacji, jak również metod zarządzania gospodarką i innymi dziedzinami. Na forum komitetów i grup roboczych odbywają się przeglądy polityki w poszczególnych dziedzinach, oceny jej zgodności z zaleceniami i standardami *OECD*, przedkładane są rekomendacje korekt polityki rządowej. W szczególności, średnio co półtora roku, każde z państw-członków musi się poddać wszechstronnemu i surowemu przeglądowi polityki makroekonomicznej, w którym uczestniczą wszystkie pozostałe państwa. Podobnie sprawa wygląda z przeglądami sektorowymi, np. polityki ochrony zdrowia, polityki ekologicznej czy reformy regulacji, których znaczenie dla Polski jako wkładu w sterowanie polityką i zapewnienie jej spójności stale rośnie.

OECD jest organizacją międzyrządową, ściśle współpracującą z tzw. partnerami społecznymi: związkami zawodowymi (*na forum komitetu TUAC*) i z biznesu (*na forum komitetu BIAC*), a także z organizacjami pozarządowymi (*NGO's*). Rosnące znaczenie otwartego dialogu z przedstawicielami społeczeństwa obywatelskiego, przejawia się organizowaniem corocznie przez *OECD*, obok Ministerialnej Sesji Rady *OECD*, międzynarodowej konferencji - Forum *OECD*, stanowiącego szeroką platformę dyskusji i jednocześnie wymiany doświadczeń wobec głównych, globalnych problemów, którymi zajmuje się Organizacja⁶.

⁶ Źródło: Portal Stałego Przedstawicielstwa Rzeczypospolitej Polskiej przy *OECD*, dostęp on-line marzec 2012 r. - <http://www.paryzoecd.polemb.net/index.php?document=33>

Konwencja o Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, wraz z Protokołami dodatkowymi nr 1 i 2 do tej konwencji, stanowiącymi jej integralną część, sporządzone w Paryżu dnia 14 grudnia 1960 r. (Dz. U. z 1998 r. Nr 76, poz. 490)

Fragment: „Rządy Republiki Austrii, Królestwa Belgii, Kanady, Królestwa Danii, Republiki Francuskiej, Republiki Federalnej Niemiec, Królestwa Grecji, Republiki Islandii, Irlandii, Republiki Włoskiej, Wielkiego Księstwa Luksemburga, Królestwa Holandii, Królestwa Norwegii, Republiki Portugalskiej, Hiszpanii, Królestwa Szwecji, Konfederacji Szwajcarskiej, Republiki Tureckiej, Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej oraz Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej;

- biorąc pod uwagę, że siła gospodarcza i dobra koniunktura mają zasadnicze znaczenie dla osiągnięcia celów Narodów Zjednoczonych zachowania swobód jednostki i zwiększenia powszechnego dobrobytu;
- wierząc, że mogą najskuteczniej poprzeć te cele poprzez wzmocnienie tradycji współpracy, jaka rozwinęła się pomiędzy nimi;
- uznając, że ożywienie gospodarcze i postęp w Europie, do którego w dużym stopniu przyczynił się ich udział w Organizacji Europejskiej Współpracy Gospodarczej, otworzyły nowe perspektywy wzmocnienia tej tradycji i wykorzystania jej do nowych zadań i szerszych celów;
- przekonane, że szersza współpraca w sposób żywotny przyczyni się do pokojowych i harmonijnych stosunków pomiędzy narodami świata;
- uznając rosnącą współzależność swych gospodarek;
- zdecydowane skuteczniej wykorzystać, poprzez konsultacje i współpracę, swoje zdolności i potencjał dla osiągnięcia możliwie wysokiego, trwałego wzrostu swoich gospodarek oraz podniesienia ekonomicznego i społecznego dobrobytu swoich narodów;
- wierząc, że państwa bardziej zaawansowane gospodarczo powinny współpracować przy pomaganiu w miarę swoich możliwości krajom w procesie rozwoju gospodarczego;
- uznając, że dalsza ekspansja handlu światowego jest jednym z najważniejszych czynników sprzyjających rozwojowi gospodarczemu krajów i poprawie międzynarodowych stosunków gospodarczych, oraz
- zdecydowane zmierzać do tych celów w sposób zgodny z ich zobowiązaniami wobec innych organizacji i instytucji międzynarodowych, w których uczestniczą, i z umowami, których są stronami;
- uzgodniły niniejszym następujący tryb przekształcania Organizacji Europejskiej Współpracy Gospodarczej w Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju:

Artykuł 1

Celami Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (zwanej dalej "Organizacją") jest popieranie polityki ukierunkowanej na:

- a) osiąganie jak najwyższego, trwałego wzrostu gospodarczego i zatrudnienia oraz rosnącego poziomu życia w Państwach Członkowskich, przy utrzymaniu stabilizacji finansowej, a przez to przyczynianie się do rozwoju gospodarki światowej;
- b) przyczynianie się do opartej na zdrowych zasadach ekspansji gospodarczej w Państwach Członkowskich, jak również nieczłonkowskich, w procesie rozwoju gospodarczego oraz
- c) przyczynianie się do ekspansji handlu światowego na bazie wielostronnej i niedyskryminacyjnej, zgodnie z zobowiązaniami międzynarodowymi.⁷

⁷ Źródło: Portal Stałego Przedstawicielstwa Rzeczypospolitej Polskiej przy OECD, dostęp on-line styczeń 2011 r. - <http://www.paryzoecd.polemb.net/index.php?document=35>

- **Proponowane rozwiązanie dla nauczyciela/nauczycielki – Grupa II**

Poniżej przedstawiono omówienie zadań uczniów tworzących grupę II dot. Organizacji Narodów Zjednoczonych:

1) data powołania podmiotu – „organizacja została powołana do życia na mocy *Konwencji Paryskiej*, podpisanej 14 grudnia 1960 r. Rozpoczęła działalność z dniem 30 września 1961 r.” [fragment tekstu nr 1]

2) kraje członkowskie – „Państwami założycielskimi OECD było dwadzieścia najbardziej rozwiniętych państw świata:

Austria, Belgia, Dania, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Kanada, Luksemburg, Norwegia, Portugalia, RFN, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Wielka Brytania i Włochy. Zgodnie z artykułem 16 *Konwencji Paryskiej* do OECD mogą przystąpić inne państwa, gotowe do przyjęcia obowiązków wynikających z członkostwa, jeśli zostaną zaproszone przez Radę. Na podstawie tego artykułu kolejnymi członkami Organizacji zostały następujące kraje: Japonia (28 kwietnia 1964 r.), Finlandia (28 stycznia 1969 r.), Australia (7 czerwca 1971 r.), Nowa Zelandia (29 maja 1973 r.), Meksyk (18 maja 1994 r.), Czechy (21 grudnia 1995 r.), Węgry (7 maja 1996 r.), Polska (22 listopada 1996 r.), Korea Południowa (12 grudnia 1996 r.), Słowacja (14 grudnia 2000 r.), Chile (7 maja 2010 r.), Słowenia (21 lipca 2010 r.), Izrael (7 września 2010 r.), Estonia (9 grudnia 2010 r.).”

3) kluczowe obszary/cele działalności – ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu

- ✓ „osiąganie jak najwyższego, trwałego wzrostu gospodarczego i zatrudnienia oraz rosnącego poziomu życia w Państwach Członkowskich, przy utrzymaniu stabilizacji finansowej, a przez to przyczynianie się do rozwoju gospodarki światowej”; [fragment tekstu nr 2]
- ✓ „przyczynianie się do opartej na zdrowych zasadach ekspansji gospodarczej w Państwach Członkowskich, jak również nieczłonkowskich, w procesie rozwoju gospodarczego”; [fragment tekstu nr 2]
- ✓ „przyczynianie się do ekspansji handlu światowego na bazie wielostronnej i niedyskryminacyjnej, zgodnie z zobowiązaniami międzynarodowymi.” [fragment tekstu nr 2]
- ✓ ponadto prezentacja multimedialna załącznik nr 1, slajdy od 10 do 18 oraz 2. Prawne aspekty funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu, kurs distance learning Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wybrane problemy.

- **Instrukcja dla ucznia/uczennicy – Grupa III**

Na podstawie załączonych poniżej tekstów przygotuj odpowiedzi na poniższe zagadnienia dotyczące Unii Europejskiej: 1) data powołania, 2) kraje członkowskie, 3) kluczowe obszary/cele działalności – ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu.

Tekst nr 1

„1945 – 1959 - Unię Europejską utworzono po to, aby położyć kres krwawym wojnom, wybuchającym często pomiędzy sąsiadującymi krajami, z których najstraszliwszą była II Wojna Światowa. Od 1952 r. Europejska Wspólnota Węgla i Stali jednoczy gospodarczo i politycznie państwa Europy, by tym samym zapewnić długotrwały pokój. Założyło ją sześć krajów: Belgia, Francja, Holandia, Luksemburg, Niemcy i Włochy. Lata pięćdziesiąte upływają pod znakiem zimnej wojny pomiędzy Wschodem a Zachodem. W 1956 r. na Węgrzech czołgi radzieckie kładą kres protestom przeciwko reżimowi radzieckiemu. Rok później Związek Radziecki, wysyłając na orbitę okołoziemską pierwszego sztucznego satelitę „Sputnik 1”, przejmuje pałeczkę w wyścigu w zdobywaniu przestrzeni kosmicznej. Rok 1957 to również data utworzenia na podstawie traktatu rzymskiego Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (EWG), innymi słowy „wspólnego rynku”.

1960 -1969 - Lata sześćdziesiąte są świadkiem narodzin „kultury młodzieżowej”. Zespoły takie jak Beatlesi, przyciągając przy każdym pojawieniu się olbrzymie tłumy nastoletnich fanek, stanowią jedną z sił napędowych rewolucji kulturalnej i poszerzają przepaść międzypokoleniową. To pomyślny okres dla gospodarki, między innymi ze względu na likwidację ceł w handlu pomiędzy państwami członkowskimi. Państwa te postanawiają również wspólnie sprawować kontrolę nad produkcją żywności, tak by nikomu jej nie zabrakło. Wkrótce dzięki takiej polityce pojawiają się nawet nadwyżki żywności. Maj 1968 przechodzi do historii pod znakiem studenckich zamieszek w Paryżu. Tak zwane „Pokolenie '68” staje się motorem wielu zmian społecznych i obyczajowych.

1970 – 1979 - Dania, Irlandia i Wielka Brytania przystępują do Unii Europejskiej 1 stycznia 1973 r., powiększając tym samym liczbę jej członków do dziewięciu. W następstwie krótkiej, lecz brutalnej wojny arabsko-izraelskiej w październiku 1973 r. rozpoczyna się kryzys energetyczny i problemy gospodarcze w Europie. Wraz z obaleniem portugalskiego reżimu Salazara w 1974 r. i - rok później - śmiercią generała Franco w Hiszpanii kresu dobiegają ostatnie prawicowe dyktatury w Europie. Dzięki polityce regionalnej UE ogromne sumy zaczynają napływać do biedniejszych regionów, wspierając tworzenie miejsc pracy i infrastruktury. Parlament Europejski umacnia swój wpływ na sprawy unijne, a w 1979 r. obywatele po raz pierwszy wybierają jego członków w bezpośrednich wyborach..

1980 – 1989 - Po strajkach w stoczni gdańskiej latem 1980 r. polski związek zawodowy Solidarność i jego przywódca Lech Wałęsa, urastają do rangi symbolu w Europie i na świecie. W 1981 r. Grecja staje się dziesiątym członkiem UE, Hiszpania i Portugalia przystępują do niej pięć lat później. W 1986 r. podpisano Jednolity Akt Europejski. Jest to traktat tworzący podstawy dla szeroko zakrojonego sześcioletniego programu, mającego na celu usunięcie przeszkód dla wolnego przepływu handlu w UE, a w konsekwencji utworzenia „jednolitego rynku”. Wraz z upadkiem muru berlińskiego 9 listopada 1989 r. Europa przeżywa prawdziwy wstrząs polityczny. Po raz pierwszy od 28 lat otwierają się granice pomiędzy wschodnią i zachodnią częścią Niemiec, które wkrótce ponownie się jednoczą.

1990 – 1999 - Upadek komunizmu w państwach Europy Środkowo-Wschodniej sprzyja zbliżeniu obywateli sąsiadujących ze sobą krajów. W 1993 r. ukończono proces tworzenia jednolitego rynku z jego „czterema wolnościami”, czyli swobodą przepływu towarów, usług, osób i kapitału. Lata dziewięćdziesiąte są również dekadą dwóch traktatów: w 1993 wchodzi w życie traktat z Maastricht, a w 1999 r. Traktat Amsterdamski.

Obywatele są zainteresowani kwestiami ochrony środowiska, a także współpracy w zakresie bezpieczeństwa i obrony. W 1995 r. Unii przybywa trzech nowych członków: to Austria, Finlandia i Szwecja. Małe miasteczko w Luksemburgu daje nazwę układowi z Schengen, który stopniowo zapewni obywatelom możliwość podróżowania bez kontroli paszportowych na granicach. Dzięki wsparciu UE miliony młodych ludzi podejmuje studia za granicą. Telefony komórkowe i internet ułatwiają komunikację coraz większej liczbie osób.

2000 – do dziś - Euro staje się nową walutą dla wielu Europejczyków. Po zamachach terrorystycznych w Nowym Jorku i Waszyngtonie, data 11 września 2001 r. nieodłącznie kojarzy się z „wojną z terroryzmem”. Kraje UE podejmują coraz ściślejszą współpracę w walce z przestępczością. Przystąpienie aż 10 nowych państw do UE w 2004 r. uznano za kres podziałów politycznych pomiędzy Wschodem a Zachodem. Wiele osób uważa, że nadszedł czas, aby nadać Europie konstytucję. Niełatwo jednak podjąć decyzję o jej konkretnym kształcie – na ten temat wciąż toczy się burzliwa dyskusja.⁸

⁸ Źródło: Portal Unii Europejskiej, dostęp on-line marzec 2012 r. - http://europa.eu/abc/history/index_pl.htm

Tekst nr 2

„Traktat o Unii Europejskiej podpisany 7 lutego 1992 r. w Maastricht, wszedł w życie 1 listopada 1993 r. Traktat z Maastricht zmienił nazwę Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej na Wspólnotę Europejską. Wprowadził również nowe formy współpracy pomiędzy rządami państw członkowskich, np. w zakresie obrony oraz w obszarze „sprawiedliwości i spraw wewnętrznych”. Poprzez włączenie współpracy międzyrządowej do istniejącego „wspólnotowego” systemu, Traktat z Maastricht stworzył nową strukturę składającą się z trzech filarów o charakterze politycznym i gospodarczym. Ta właśnie struktura stanowi Unię Europejską (UE).⁹”

⁹ Źródło: Portal Unii Europejskiej, dostęp on-line marzec 2012 r. - http://europa.eu/abc/treaties/index_pl.htm

- **Proponowane rozwiązanie dla nauczyciela/nauczycielki – Grupa III**

Poniżej przedstawiono omówienie zadań uczniów tworzących grupę III dot. Unii Europejskiej:

1) data powołania podmiotu – „Od 1952 r. Europejska Wspólnota Węgla i Stali jednoczy gospodarczo i politycznie państwa Europy, by tym samym zapewnić długotrwały pokój.” [fragment tekstu nr 1] oraz „Traktat o Unii Europejskiej podpisany 7 lutego 1992 r. w Maastricht, wszedł w życie 1 listopada 1993 r. Traktat z Maastricht zmienił nazwę Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej na Wspólnotę Europejską.” [fragment tekstu nr 2]

2) kraje członkowskie – „Założyło ją sześć krajów: Belgia, Francja, Holandia, Luksemburg, Niemcy i Włochy”; „Dania, Irlandia i Wielka Brytania przystępują do Unii Europejskiej 1 stycznia 1973 r., powiększając tym samym liczbę jej członków do dziewięciu.”; „W 1981 r. Grecja staje się dziesiątym członkiem UE, Hiszpania i Portugalia przystępują do niej pięć lat później.”; „W 1995 r. Unii przybywa trzech nowych członków: to Austria, Finlandia i Szwecja.”; „Przystąpienie aż 10 nowych państw do UE w 2004 r. uznano za kres podziałów politycznych pomiędzy Wschodem a Zachodem.” [fragmenty tekstu nr 1]

3) kluczowe obszary/cele działalności - ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu

- ✓ „Unię Europejską utworzono po to, aby położyć kres krwawym wojnom, wybuchającym często pomiędzy sąsiadującymi krajami, z których najstraszliwszą była II Wojna Światowa. Od 1952 r. Europejska Wspólnota Węgla i Stali jednoczy gospodarczo i politycznie państwa Europy, by tym samym zapewnić długotrwały pokój.” – [fragment tekstu nr 1];
- ✓ „Rok 1957 to również data utworzenia na podstawie traktatu rzymskiego Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (EWG), innymi słowy „wspólnego rynku” i kolejne fragmenty tekstu nr 1 przybliżające poszerzające się obszary współpracy];
- ✓ ponadto prezentacja multimedialna załącznik nr 1, slajdy od 19 do 27 oraz 2. Prawne aspekty funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu, kurs distance learning Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wybrane problemy.

Nr 2. Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR w praktyce

DODATKOWY SCENARIUSZ

	Opis
TEMAT LEKCJI	SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – CSR W PRAKTYCE
CZAS REALIZACJI:	Jedna godzina lekcyjna - 45 minut
METODY PRACY	Prezentacja multimedialna, wykład z elementami pogadanki/dyskusji
FORMY PRACY	Praca w grupach z wykorzystaniem nauczania przez współpracę, prezentacja uzyskanych umiejętności
ŚRODKI DYDAKTYCZNE:	Projektor multimedialny, ekran, rzutnik, arkusze papieru, mazaki, magnesy lub pineski, karteczki do losowania grup, materiały do pracy w grupach
CEL OGÓLNY:	Uświadomienie uczniom/uczennicom praktycznego aspektu funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu
CELE SZCZEGÓŁOWE	Po realizacji lekcji uczniowie/uczennice powinni/powinny: <ul style="list-style-type: none">• znać i rozumieć podstawowe kwestie związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu: definicja pojęcia, prezentacja grup interesu• rozumieć praktyczny aspekt funkcjonowania społecznej odpowiedzialności biznesu poprzez zadania w grupach, ćwiczenia• w wyniku kształcenia uczeń/uczennica nabywa/doskonali umiejętności samodzielnej interpretacji tekstu, współpracy w grupie, prezentowania wyników swojej pracy
OCENIE PODLEGAĆ BĘDĄ:	<ul style="list-style-type: none">• aktywność ucznia/uczennicy na lekcji,• poprawność wykonywania zadań,• aktywność pracy w grupie.

PLAN LEKCJI

ETAPY	PROCEDURA	UWAGI METODYCZNE	INNE UWAGI
	<p>1. Nauczyciel/nauczycielka dokonuje podziału uczniów/uczennic na 5 grup. Podziału tego można dokonać poprzez losowanie przez uczniów kolorowych karteczek lub ponumerowanych losów. Podczas lekcji, poszczególne grupy konkurują ze sobą poprzez udzielanie odpowiedzi na pytania stawiane przez nauczyciela/nauczycielkę oraz rozwiązywanie zadań. Nauczyciel/nauczycielka wieszka na tablicy arkusz z zaznaczonymi grupami, na której sukcesywnie podczas lekcji będzie notował/ła punkty dla poszczególnych zespołów.</p>	Praca w grupach	<p>Załącznik 2a</p> <p>Materiały do zadania 1 i 2</p>
	<p>2. Nauczyciel/nauczycielka dokonuje wprowadzenia do tematu lekcji, prezentuje kluczowe informacje związane z działalnością przedsiębiorstw w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, przypomina definicję CSR oraz grup interesu. Zachęca uczniów/uczennice do dzielenia się informacjami związanymi z kluczowymi pojęciami CSR. Zespoły, które aktywnie włączą się w rozmowę otrzymują punkty od prowadzącego.</p>	Elementy wykładu, pogadanka,	<p>Załącznik 1</p> <p>Prezentacja multimedialna – „Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR w praktyce”¹⁰</p>
	<p>3. Nauczyciel/nauczycielka wprowadza uczniów/uczennice w treść pierwszego zadania. Reprezentant każdej z grup losuje kartkę z napisaną odpowiednią rolą, jaką mają pełnić przygotowując przykłady działań w zakresie CSR tj.: zarząd dużej firmy, pracownicy dużej firmy, organizacja pozarządowa, przedstawiciele mediów, społeczność lokalna. Każda z grup interesu prezentuje propozycje działań/zapotrzebowanie na inicjatywy w zakresie CSR ze strony lokalnych przedsiębiorców pod swoim kątem.</p> <p>4. Po wykonaniu ćwiczenia przedstawiciele grup dokonują prezentacji opracowanych propozycji.</p> <p>5. Nauczyciel/nauczycielka ewentualnie uzupełnia brakujące informacje, podsumowuje pracę uczniów/uczennic.</p>	<p>Praca w grupach</p> <p>Prezentacja wyników pracy poszczególnych grup</p> <p>Dyskusja</p>	<p>Załącznik 2b</p> <p>Materiały do zadania 1</p>

¹⁰ Załącznik 1 Prezentacja pt. „Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR w praktyce” dostępna w oddzielnym pliku

	6. Nauczyciel/nauczycielka podejmuje dyskusję z uczniami/uczennicami dotyczącą koncepcji promocji idei społecznej odpowiedzialności wśród przedsiębiorców. Zachęca uczniów/uczennice do wyrażania swoich pomysłów, przytaczania przykładów dobrych praktyk, wyrażania opinii czy koncepcja CSR jest wystarczająco propagowana wśród przedstawicieli biznesu. Odpowiedzi poszczególnych reprezentantów grup są punktowane.	Dyskusja	
I	7. Na koniec zajęć, nauczyciel/nauczycielka przekazuje grupom krzyżówkę. Poszczególne hasła weryfikują wiedzę uczniów/uczennic nt. społecznej odpowiedzialności biznesu. Zadaniem każdej z grup jest uzupełnienie krzyżówki oraz odczytanie hasła. Grupa, która jako pierwsza ukończy zadanie, i rozwiąże je poprawnie otrzymuje punkty od prowadzącego.	Prezentacja rozwiązań przez poszczególne grupy	Załącznik 3 Materiały do zadania 2
II	1. Nauczyciel/nauczycielka podsumowuje lekcję, poprzez dyskusję i rozmowę z uczniami/uczennicami Przykłady pytań, jakie może zadać nauczyciel/nauczycielka: <ul style="list-style-type: none"> • wskazać przykłady działań jakie konkretni interesariuszy mogą podejmować w zakresie CSR (np. pytanie o propozycje dla „zarządu dużej firmy” skierować do grupy, która przygotowywała np. propozycje dla działań dla „organizacji pozarządowej” i odwrotnie (weryfikacja jak uczniowie/uczennice słuchali i zapamiętywali wypowiedzi swoich kolegów z innych grup • co najbardziej uczniów zainteresowało? • jakie elementy przeprowadzonej lekcji były najatrakcyjniejsze? 2. Zostaje dokonana ocena pracy uczniów/uczennic przez nauczyciela/nauczycielkę podczas lekcji, przekazanie wskazówek dotyczących doskonalenia umiejętności.	Pogadanka	

Wykaz załączników

Załącznik nr 1 - Prezentacja multimedialna: „Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR w praktyce” dostępna w oddzielnym pliku

Załącznik nr 2 - Materiały do zadania 1: plansza z punktacją (załącznik nr 2a), hasła do rozlosowania wśród grup (załącznik nr 2 b)

Załącznik nr 3 - Materiał do zadania 2: krzyżówka w wersji dla uczniów/uczennic (załącznik nr 3a) oraz klucz dla prowadzącego/prowadzącej (załącznik nr 3b).

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 2 - Materiały do zadania 1: plansza z punktacją (załącznik nr 2a), hasła do rozlosowania wśród grup (załącznik nr 2 b).

- **Załącznik 2a** – materiał dla nauczyciela/nauczycielki
Punktacja za realizację zadań oraz aktywność podczas lekcji nt: Społeczna odpowiedzialność biznesu – CSR w praktyce:

Nazwa zadania	Grupa I	Grupa II	Grupa III	Grupa IV	Grupa V
Aktywność podczas wykładu z pogadanką					
Zadanie nr 1 – opracowanie koncepcji działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu dla poszczególnych grup interesu					
Udział w dyskusji					
Rozwiązanie krzyżówki					
SUMA PUNKTÓW					

- **Załącznik 2b** - materiał dla ucznia/uczennicy
Zestaw z nazwami wybranych obszarów CSR. Materiały do wycięcia i rozdania uczniom/uczennicom podzielonym na grupy wg wskazówek do zadania nr 2.

Grupa I

ZARZĄD DUŻEJ FIRMY



Grupa II

PRACOWNICY DUŻEJ FIRMY

Grupa III

ORGANIZACJA POZARZĄDOWA

Grupa IV

PRZEDSTAWICIELE MEDIÓW



Grupa V

SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA



- **Materiał dla nauczyciela/nauczycielki**

Zadanie każdej z grup polega na wskazaniu propozycji działań/zapotrzebowania na inicjatywy w zakresie CSR ze strony lokalnych przedsiębiorców pod „swoim” – czyli reprezentowanej grupy – kątem. Poniżej przedstawiono przykładowe działania w ramach każdej z grup. Ponadto warto skorzystać z narzędzia Wyszukiwarki dobrych praktyk: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/praktyka-csr/dobre-praktyki/wyszukiwarka-dobrych-praktyk.html>, dostęp on-line styczeń 2011 r.

Grupa I – Zarząd dużej firmy

Działania, których rezultatem jest m.in.:

- ✓ zwiększenie liczby klientów, wzrost rozpoznawalności marki, wzmocnienie pozycji producenta np. Bielenda – Kosmetyki naturalne – „Dbałość o środowisko naturalne widoczna jest na każdym etapie produkcji i sprzedaży kosmetyków firmy Bielenda. W produkcji wykorzystywane są składniki certyfikowane międzynarodowym świadectwem ekologicznego pochodzenia składnika ECOCERT, nie przeprowadza się testów na zwierzętach, produkty znajdują się w opakowaniach ekologicznych nadających się do ponownego przetworzenia (zadrukowanych przyjaznymi dla środowiska farbami wodnymi, sklejonymi klejem bez rozpuszczalnika), zaś torebki foliowe zastąpiono papierowymi lub biodegradowalnymi. Ekologiczne opakowania zestawów świątecznych znalazły się w konkursie ART OF PACKAGING 2008.

Proekologiczne działania firmy obejmują także zaangażowanie pracowników w segregację odpadów; wdrożenie programu ECO DRIVING - wzajemnego podwożenia się pracowników do miejsca pracy, w celu zminimalizowania emisji spalin; przeprowadzenie szkolenia z tzw. „ekologicznej jazdy”, czyli takiej, podczas której zużywa się mniejszą ilość paliwa; dwustronne drukowanie; wyłączanie sprzętu działającego w trybie STAND BY; proekologiczne hasła w wysyłanych e-mailach oraz czujniki ruchu włączające światło na korytarzu. O efektywności wprowadzanych proekologicznych rozwiązań świadczy zmniejszenie bieżących kosztów funkcjonowania firmy. Przynoszą one także korzyść rynkową - w badaniach przeprowadzonych przez dział marketingu odnotowano w 2008 roku wzrost sprzedaży kosmetyków Bielenda, kilkunastoprocentowe zwiększenie się liczby klientów, wzrost rozpoznawalności marki oraz ugruntowanie pozycji producenta kosmetyków naturalnych.” – źródło: Raport 2008, Biznes a środowisko, farmaceutyka;

- ✓ lepsza współpraca między zarządem a pracownikami, np. Grupa LOTOS – „Program dobrowolnych spotkań pracowników z przedstawicielami Zarządu firmy, pod nazwą „Rozmawiamy o LOTOSIE”, stanowi szeroką akcję informacyjno-komunikacyjną, podejmowaną w okresach istotnych dla przedsiębiorstwa wydarzeń. W roku 2009, podczas 59. spotkań, stworzono wszystkim pracownikom okazję do zapoznania się z genezą światowego kryzysu finansowego i jego potencjalnym wpływem na sytuację firmy i jej bezpośrednie otoczenie, a ponadto omawiano stan przygotowań w obliczu niekorzystnej zewnętrznej sytuacji gospodarczej i tłumaczono przesłanki wdrażania Pakietu Antykryzysowego. Spotkania, wspomagane materiałami poglądowymi i dodatkowymi kanałami komunikacji, takimi jak intranet (Program Pytań i Odpowiedzi) czy specjalne wydania gazety firmowej, służyły nie tylko informowaniu, ale i edukowaniu.

Dzięki rozmowom z ekspertami pracownicy zyskali możliwość wyjaśnienia kwestii związanych z sytuacją ich miejsca pracy i pozbycia się ewentualnych obaw. W spotkaniach uczestniczyło 2.390 pracowników (51% zatrudnionych). 75% uczestników wypełniło podczas spotkań anonimowe ankiety – 90% opinii było pozytywnych, niespełna 9% wskazało na niepełny lub całkowity brak zrozumienia przedstawionych informacji, zaś przeszło 70% uważało, iż spółka jest właściwie przygotowana do działania w trudnej sytuacji gospodarczej, a wdrażany Pakiet Antykryzysowy jest potrzebny.” – źródło: Raport 2009, Biznes a miejsce pracy;

Grupa II – Pracownicy dużej firmy

Działania na rzecz pracowników, m.in.:

- ✓ tworzenie przyjaznego miejsca pracy – np. Dr Irena Eris – „Firma Eris znalazła się w opracowaniu przygotowanym przez Komisję Europejską jako przykład polskiej firmy z grupy MŚP tworzącej przyjazne miejsce pracy. Firma prowadzi program szkoleniowy Laboratorium Zarządzania Eris, szkolenie obejmuje pracowników wszystkich szczebli od pracowników liniowych produkcji po członków Zarządu. Działa także Centrum Szkoleniowe Dr Irena Eris, w którym prowadzone są szkolenia zawodowo-rozwojowe dla pracowników, współpracowników i klientów. Firma dofinansowuje naukę w szkołach wyższych. Dbając o zdrowie pracowników na terenie firmy pojawił gabinet lekarski i pielęgniarstwa, lekarz przyjmuje dwa razy w tygodniu, pielęgniarki są obecne stale. Przeprowadzane są badania okresowe i szczepienia przeciw grypie (finansowane przez firmę). Kobiety dodatkowo mają zapewnioną opiekę ginekologiczną. Linie produkcyjne są specjalnie wyposażone w ergonomiczne krzesła, podnośniki do pakowania kartonów (by nie trzeba było się schylać) i inne udogodnienia. Ponadto pracownicy mogą na określonych zasadach korzystać z pożyczek, dofinansowania turnusów rehabilitacyjnych dla siebie i najbliższej rodziny (firma zatrudnia osoby z grupami inwalidzkimi). Pracownicy korzystają ze specjalnych zniżek na usługi w Kosmetycznych Instytutach Dr Irena Eris i w Hotelu SPA Dr Irena Eris w Krynicy Zdroju.” – źródło: Raport 2004, Biznes a miejsce pracy;
- ✓ pogodzenie życia zawodowego i prywatnego pracowników – np. IKEA – „Wprowadzenie rozwiązań ułatwiających łączenie ról zawodowych i rodzicielskich było wynikiem zapotrzebowania wyrażanego przez pracowników firmy, zaś ich opracowaniem i wprowadzeniem zajął się dział HR. Wśród szeregu udogodnień dla kobiet w ciąży oraz matek i ojców – pracowników IKEA, znajdują się m.in.: 30 dni dodatkowego, płatnego urlopu macierzyńskiego (matka albo ojciec), możliwość pracy w niepełnym wymiarze etatu po urlopie macierzyńskim oraz uczestniczenia w rozmowach oceniających i dotyczących podwyżek (gdy przepracowało się min. 6 miesięcy), udogodnienia podczas układania indywidualnych rozkładów czasu pracy w sklepach IKEA. Ojcowie będący pracownikami IKEA, którzy nie korzystają z dodatkowego płatnego urlopu macierzyńskiego, otrzymują dodatkowe 10 dni płatnego zwolnienia od pracy. O sukcesie praktyki mogą świadczyć nagrody uzyskane przez IKEA: tytuł „Firmy przyjaznej mamie” w roku 2008 oraz „Firmy nieprzeciętnie przyjaznej matkom” – konkursie opierającym się na wynikach ankiet wypełnianych przez kobiety pracujące w firmie. IKEA, oferując dobre warunki pracy i rozwoju zawodowego niekolidującego z życiem prywatnym, zyskuje zadowolonych, zmotywowanych i lojalnych pracowników oraz staje się bardziej atrakcyjna dla potencjalnych kandydatów do pracy. Wśród planowanych ulepszeń jest między innymi stworzenie przedszkola dla dzieci pracowników IKEA oraz miejsc do przewijania i karmienia niemowląt.” – źródło: Raport 2009, Biznes a miejsce pracy;
- ✓ rozwój umiejętności pracy w zespołach międzynarodowych – np. Corporate Service Corps – IBM Polska – „Praca w firmie IBM niemal na każdym stanowisku wymaga codziennych (telefonicznych, e-mailowych) kontaktów ze współpracownikami z różnych krajów. Aby wesprzeć pracowników w rozwijaniu umiejętności pracy w środowisku międzynarodowym, a kraje rozwijające się w walce z najbardziej palącymi problemami społecznymi, utworzono program Corporate Service Corps. W jego ramach międzynarodowe grupy pracowników, składające się z 8-10 osób, są wysyłane na miesiąc do wybranego kraju, w którym prowadzą projekt na rzecz lokalnej organizacji pozarządowej lub samorządu. Po powrocie są zobowiązani – przez okres 6. miesięcy – do dzielenia się swoją wiedzą ze współpracownikami z IBM-u oraz członkami lokalnych społeczności. W 2009 roku w programie wzięło udział 300 osób. Z Polski 3 osoby wyjechały do Wietnamu, Brazylii i Nigerii, gdzie pracowały nad stworzeniem strategii marketingowych, HR, rozwoju regionalnego dla miejscowych organizacji

pozarządowych lub we współpracy z nimi dla lokalnych społeczności oraz rządów. Z przeprowadzonych po powrocie rozmów powstały wywiady, umieszczone w intranecie oraz w newsletterze; uczestniczki programu dzieliły się doświadczeniami z pozostałymi pracownikami również podczas spotkań otwartych. Jako główne korzyści z udziału w programie, zarówno jego uczestniczki, jak i firma, wskazały przede wszystkim wzrost pewności siebie, jeśli chodzi o podejmowanie pracy w międzynarodowych zespołach oraz większą chęć włączania się w międzynarodowe projekty (często realizowane online). W rekrutacji do programu mogli wziąć udział wszyscy pracownicy, którzy pracowali w IBM-ie przynajmniej rok, uzyskali bardzo dobre oceny roczne oraz zgodę przełożonego na wyjazd.” – źródło: Raport 2009, Biznes a miejsce pracy.

Grupa III – Organizacja pozarządowa

Podejmowanie działań ułatwiających funkcjonowanie przedsiębiorstwom w obszarach CSR, m.in.:

- ✓ Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan - „Model rozwoju społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, powstał w projekcie ze środków EFS, który od kwietnia 2009 r. do września 2010 r. realizowały PKPP Lewiatan, firma doradcza Deloitte oraz NSZZ Solidarność. Model to narzędzie, które pozwala na całościowe, strategiczne spojrzenie na politykę społecznej odpowiedzialności w firmie poprzez ocenę stopnia dojrzałości jej elementów oraz zaplanowanie strategii przyszłego rozwoju. Model dzieli działalność każdej firmy na podstawowe obszary biznesowe. Są to: zarządzanie, administracja, stosunki pracy, wytwarzanie produktów i usług, łańcuch dostaw oraz technologia. W każdym z nich wyróżnia 4 etapy rozwoju firmy z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Punktem wyjścia do wdrażania strategii CSR w firmie jest etap „compliance”. Każde przedsiębiorstwo powinno ustalić, czy na pewno we wszystkich obszarach swojego biznesu przestrzega wymogów prawa. Od etapu „zgodności z prawem” firma przechodzi do etapu „aspirujący”. Jest to wyraźne wyjście ponad poziom wymagany prawem, ale motywacja dla działań CSR bardziej wynika z potrzeb wizerunkowych niż strategicznych. Etap III polega na kompleksowym zarządzaniu społeczną odpowiedzialnością firmy i sytuuje ją na pozycji lidera swojej branży. Etap IV osiągnęli innowatorzy. Są to firmy, dla których CSR jest źródłem innowacyjności. Model jest dostępny na stronie www.odpowiedzialnafirma.pl.” – źródło: Targi dobrych praktyk 2010, Biznes a rynek;
- ✓ Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego - „Skuteczne Przedsiębiorstwo Ekonomii Społecznej (SPES1) to projekt prowadzony od stycznia 2009 do końca lipca 2010 roku przez Fundację Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego. Jego druga edycja (SPES2) rozpoczęła się we wrześniu 2010 r. i potrwa do lutego 2012 r. W ramach projektu SPES powstał portal i katalog „Z lepszej półki”, w którym każde przedsiębiorstwo społeczne z terenu Mazowsza ma możliwość zaprezentowania nieodpłatnie swoich produktów i usług. Oferty zamieszczane na portalu oraz w katalogu są na bieżąco aktualizowane. Inicjatywa „Z lepszej półki” pozwala przedsiębiorstwom ekonomii społecznej na dotarcie do szerszej grupy klientów. Katalog oraz strona internetowa „Z lepszej półki” mają być promowane w środowisku biznesowym.” – źródło: Targi dobrych praktyk 2010, Biznes a społeczeństwo;
- ✓ Fundacja Dzieci Niczyje - Dziecko w Sieci - celem programu jest zwrócenie uwagi dorosłych i dzieci na zagrożenia związane z aktywnością pedofilów w sieci oraz edukacja w zakresie bezpiecznego korzystania z Internetu. Od stycznia 2005 r. głównym partnerem programu jest Fundacja TP – Fundacja Orange. W ramach programu Dziecko w Sieci prowadzone są badania poświęcone zagrożeniom dzieci w Internecie „We Share How” – House of Skills – Strategiczne Wsparcie Organizacji Pozarządowej. Firma House of Skills udziela wsparcia Fundacji i wychodzi naprzeciw jej wszelkim potrzebom, które są zbieżne ze szkoleniową i doradczą ofertą firmy. Firma House of Skills dokonuje diagnozy potrzeb zespołu FDN. Kolejno przeprowadza bezpłatne szkolenia dla pracowników Fundacji w zakresie m.in.: sztuk prezentacji,

wywierania wpływu, rozwoju umiejętności trenerskich, czy zarządzania strategicznego. Inną inicjatywą Fundacji jest Telefon Zaufania dla Dzieci i Młodzieży 116 111. Firma Polkomtel S.A. we współpracy z Fundacją Dzieci Niczyje uruchomiła pierwszy i całkowicie bezpłatny ogólnopolski Telefon Zaufania dla Dzieci i Młodzieży: 116 111. Głównym celem Telefonu Zaufania jest zapewnienie dzwoniącej młodzieży i dzieciom, będącej w trudnej sytuacji życiowej, wsparcia fachowców – psychologów i pedagogów, którzy są w stanie udzielić profesjonalnej porady w sytuacjach kryzysowych. – źródło: Targi dobrych praktyk 2010, NGO, consulting.

Grupa IV – Przedstawiciele mediów

Podejmowanie ważnych społecznie tematów, inicjatyw m.in.

- ✓ Agora S.A. – „Akcja społeczna "Przejrzysta Polska" jest prowadzona przez Gazetę Wyborczą przy wsparciu Fundacji Agory, Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, Programu Przeciw Korupcji Fundacji im. S. Batorego, Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej, Centrum Edukacji Obywatelskiej i Banku Światowego. Celem akcji jest takie promowanie uczciwości i skuteczności w samorządach, aby przyczyniło się do poprawy jakości życia publicznego oraz do pobudzania aktywności obywatelskiej. Adresatem akcji są samorzady terytorialne, które przy współpracy z organizacjami pozarządowymi i mieszkańcami chcą udoskonalać praktykę sprawowania władzy i administrowania, dążąc do wyeliminowania korupcji i innych form patologii. Akcja Przejrzysta Polska została poprzedzona pilotażowym, rocznym programem z udziałem 15 gmin i jednego powiatu (po jednym uczestniku z każdego województwa), wybranymi spośród uczestników Programu Obywatel i Samorząd Lokalny Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności. Samorzady, które wzięły udział w programie i uporały się z wybranymi zadaniami zostały nagrodzone specjalnym certyfikatem przyznawanym przez organizatorów wójtowi, burmistrzowi, prezydentowi czy staroście. Organizatorzy mają nadzieję, że uzyskany certyfikat stanie się prawdziwym znakiem jakości. Liczą także na to, że wysiłek włożony w realizację zadań zostanie doceniony przez społeczność lokalną i spowoduje wzrost zaufania ze strony obywateli, a także potencjalnych inwestorów, a udział w programie zachęci samorząd do coraz szerszego, konsekwentnego wprowadzania opisanych zasad do praktyki swojego funkcjonowania.” - źródło: Raport 2004, Biznes a społeczeństwo;
- ✓ podjęcie działań mające na celu wprowadzenie uregulowań chroniących użytkowników mediów – np. Canal + Cyfrowy – „W 2004 roku Canal+ Cyfrowy wprowadził "Kartę zasad przyjmowania do emisji reklam adresowanych do dzieci. Samoregulacja ta jest efektem prac Grupy Inicjatywa - Reklama dla Dzieci, powołanej do życia przez Canal+ Cyfrowy. W pracach Grupy uczestniczyli specjaliści w dziedzinach: praw dziecka, psychologii społecznej i prawa telewizyjnego, pedagodzy oraz przedstawiciele reklamodawców i twórców reklam. Celem Grupy było wypracowanie standardów, jakie powinny spełniać reklamy adresowane do dzieci poniżej 7 roku życia. Postanowienia Karty wskazują, że niedopuszczalne są reklamy prezentujące agresję lub zawierające jakkolwiek zachętę do stosowania przemocy. Określają, kiedy dopuszczalny jest udział dzieci w reklamie, wprowadzają zakaz emisji reklam produktów lub usług przeznaczonych wyłącznie dla dorosłych, takich jak piwo, środki antykoncepcyjne i higieny intymnej, leki, militaria, itp. w sąsiedztwie audycji przeznaczonych dla dzieci. Zakazują także emisji reklam, które prowadzą do dyskryminacji ze względu na rasę, płeć, narodowość, przekonania religijne, status materialny lub pozycję społeczną. Karta Zasad jest dokumentem o otwartej formule. Dzięki zawartych w niej zapisach, może być traktowana jako wewnętrzny kodeks również przez innych polskich nadawców. Może być także uzupełniana o kolejne obszary tematyczne dotyczące reklam adresowanych do dzieci. Na dokument składa się preambuła oraz trzy rozdziały regulujące 15 obszarów problemowych związanych z reklamą kierowaną do najmłodszych.

Według przedstawiciela Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, uczestniczącego w tworzeniu zasad kodeksu, dobrowolnie przyjęte ograniczenia pozwalają na wprowadzenie lepszej ochrony dzieci przed skutkami niewłaściwej reklamy. W Polsce podejmowane były próby samoregulacji nadawców.

Niestety dotychczasowe działania nie przyniosły spodziewanych rezultatów. Poszczególni nadawcy posiadają wewnętrzne kodeksy postępowania, jednak nie powiodły się próby opracowania i przyjęcia jednego zunifikowanego dokumentu. Pomysł Canal+ Cyfrowy może przełamać ten stan, ze względu na fakt, iż problem dotyczy ochrony najmłodszych, a pomysłodawca zobowiązał się jednostronnie do przestrzegania wypracowanych zasad.” – źródło: Raport 2004, Biznes a rynek, media, marketing;

- ✓ podjęcie działań na rzecz optymalizacji produkcji - np. Axel Springer Polska - „Według danych Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy średnio 30% nakładów prasy papierowej wraca do wydawców, stając się odpadem. Axel Springer Polska należy do grona największych wydawców prasy w Polsce. Rocznie kupuje ponad 50 tysięcy ton papieru, z czego ponad 90% przeznaczona jest na produkcję gazet i magazynów. Poprzez stworzenie unikatowego, innowacyjnego systemu zarządzania kolportażem DAAX możliwa stała się nie tylko minimalizacja odpadów powstających ze zwrotów, ale także optymalizacja procesów produkcji i dystrybucji prasy przy efektywnym nasyceńiu rynku docelowego własnym produktem. Dzięki wdrożeniu systemu DAAX udało się w znaczący sposób zredukować ilość zwrotów poszczególnych tytułów (m.in. „Newsweeka” o ponad 17 tys. egz./1 wydanie w porównaniu z rokiem 2008, a „Komputer Świata” – o 34 tys. egz.). Optymalizacja sprzedaży przekłada się na zyski firmy w postaci mniejszych zakupów papieru, niższych kosztów produkcyjnych, energetycznych, transportowych, magazynowych, a także oszczędności na recyklingu zwrotów wydawniczych. Zmiana warunków ergonomicznych pracowników ułatwia także pracę osobom z działów produkcji i dystrybucji pracy. Optymalizacja sprzedaży produktów papierowych i eliminowanie odpadów wiąże się także z rozwijaniem w firmie elektronicznych wydań prasy, które również są rozliczane przez opisany system.” – źródło: Raport 2009, Biznes a rynek, media.

Grupa V – Społeczność lokalna

Kampanie podejmujące ważne problemy społeczne, m.in.:

- ✓ profilaktyka zdrowotna, walka z przemocą w rodzinie – np. Avon Cosmetics Polska – „Kampania „Avon kontra przemoc” ma na celu walkę ze zjawiskiem przemocy wobec kobiet, przełamanie tabu dotyczącego tego problemu, bezpośrednią pomoc ofiarom i mobilizację kobiet do przeciwdziałania aktom agresji. Pierwsza odsłona kampanii, pod hasłem „Nie tylko siniaki robią z Ciebie ofiarę”, ma zwrócić uwagę opinii publicznej na temat przemocy psychicznej, której doświadcza prawie 31% kobiet. Inicjatywa jest finansowana ze sprzedaży bransoletki „Powiedz STOP przemocy”, w cenie 10 zł. Z zebranych 220 000 zł, wspólnie z Fundacją Feminoteka, zorganizowano lokalne debaty, warsztaty z samoobrony i asertywności WenDo, szkolenia „Poznaj swoje prawa”, oraz wydano newsletter informacyjny i uruchomiono telefon interwencyjny, pod którym dyżurują specjaliści oferujący poszkodowanym pomoc psychologiczną i prawną. Avon wcześniej również angażował się na rzecz kobiet w ramach kampanii Avon kontra Rak Piersi. W związku z bardzo powszechnym problemem przemocy wobec kobiet, firma zdecydowała się realizować nową kampanię. Dzięki kampanii 300 kobiet w całej Polsce wzięło udział w warsztatach WenDo, 200 osób uczestniczyło w lokalnych debatach, telefon interwencyjny zarejestrował 1000 zgłoszeń, a 17 000 osób kupiło produkty „Powiedz STOP przemocy”. – źródło: Raport 2009, Biznes a społeczeństwo, farmaceutyka;

- ✓ bezpieczeństwo na drodze – np. 3M Poland - Z danych Komisji Europejskiej wynika, że polskie drogi są najbardziej niebezpieczne w całej Europie. W związku z tym firma 3M Poland, będąca liderem rynku w zakresie dostarczania wysokiej jakości materiałów odblaskowych, podjęła szereg działań mających na celu zwiększenie bezpieczeństwa wszystkich uczestników ruchu drogowego. Akcja Bezpieczniej na drodze z 3M Poland skierowana jest do decydentów i liderów opinii, którzy mają wpływ na poprawę infrastruktury drogowej, do kierowców, rodziców oraz nauczycieli. Firma przeprowadziła i/lub wsparła w 2007 roku szereg inicjatyw edukacyjnych skierowanych do dzieci i rodziców („Z odblaskami bezpieczniej”, „Klub pancernika”), dziennikarzy („Redaktorze, bądź bezpieczny w drodze!”) oraz do studentów uczelni technicznych („Roads to respect”). W 2008 roku uruchomiono informacyjno-edukacyjny serwis internetowy www.konturowka.pl poświęcony bezpieczeństwu transportu i promujący oznakowanie konturowe pojazdów ciężkich taśmą odblaskową, dzięki któremu można zmniejszyć liczbę nocnych wypadków z udziałem ciężarówek. Aktywnie włączono się także w debatę Okrągły Stół Bezpieczeństwa Transportu Drogowego, podczas której spotkali się reprezentanci wszystkich instytucji i środowisk mających wpływ na politykę transportową państwa. Ponadto 3M Poland była sponsorem akcji „Bezpieczny autokar” - szeregu kontroli drogowych autokarów przewożących dzieci i młodzież podczas ferii zimowych oraz wakacji letnich, w trakcie których rozdano łącznie ok 4 tys sztuk różnych materiałów odblaskowych.” – Raport 2008, Biznes a społeczeństwo;

- ✓ rozwijanie przedsiębiorczości wśród młodzieży z określonego terenu, np. ABB od 2005 roku realizuje w Przasnyszu projekt polegający na wspieraniu środowiska lokalnego, kreowaniu nowych inicjatyw i rozwoju przedsiębiorczości wśród przasnyskiej młodzieży. W 2008 roku projekt, kontynuowany pod nazwą „Nasze miasto z ABB”, był podzielony na trzy moduły: integracja, przedsiębiorczość i bezpieczna elektryczność. Do współpracy oprócz dotychczasowego partnera - Publicznego Gimnazjum w Przasnyszu - dołączył Urząd Miasta. Moduł skoncentrowany wokół organizacji Dni Przedsiębiorczości dla młodzieży z przasnyskich szkół miał na celu zachęcenie młodych ludzi do perspektywicznego myślenia o aktywności zawodowej i rozwoju swoich kompetencji. Częścią akcji były wizyty w zakładach produkcyjnych, m. in. w fabryce ABB, urzędach i lokalnych przedsiębiorstwach. Z ogólnopolską kampanią społeczną „Bezpieczna elektryczność”, realizowaną przez Stowarzyszenie Elektryków Polskich i sponsorowaną przez ABB,

ściśle wiązał się moduł trzeci, w którego ramach młodzież z przasnyskich szkół uczestniczyła podczas ferii zimowych w spotkaniach edukacyjnych poświęconych bezpiecznemu korzystaniu z energii elektrycznej. Dodatkowo ABB wyposażyla gimnazjalną pracownię fizyki w nowoczesny sprzęt dydaktyczny.

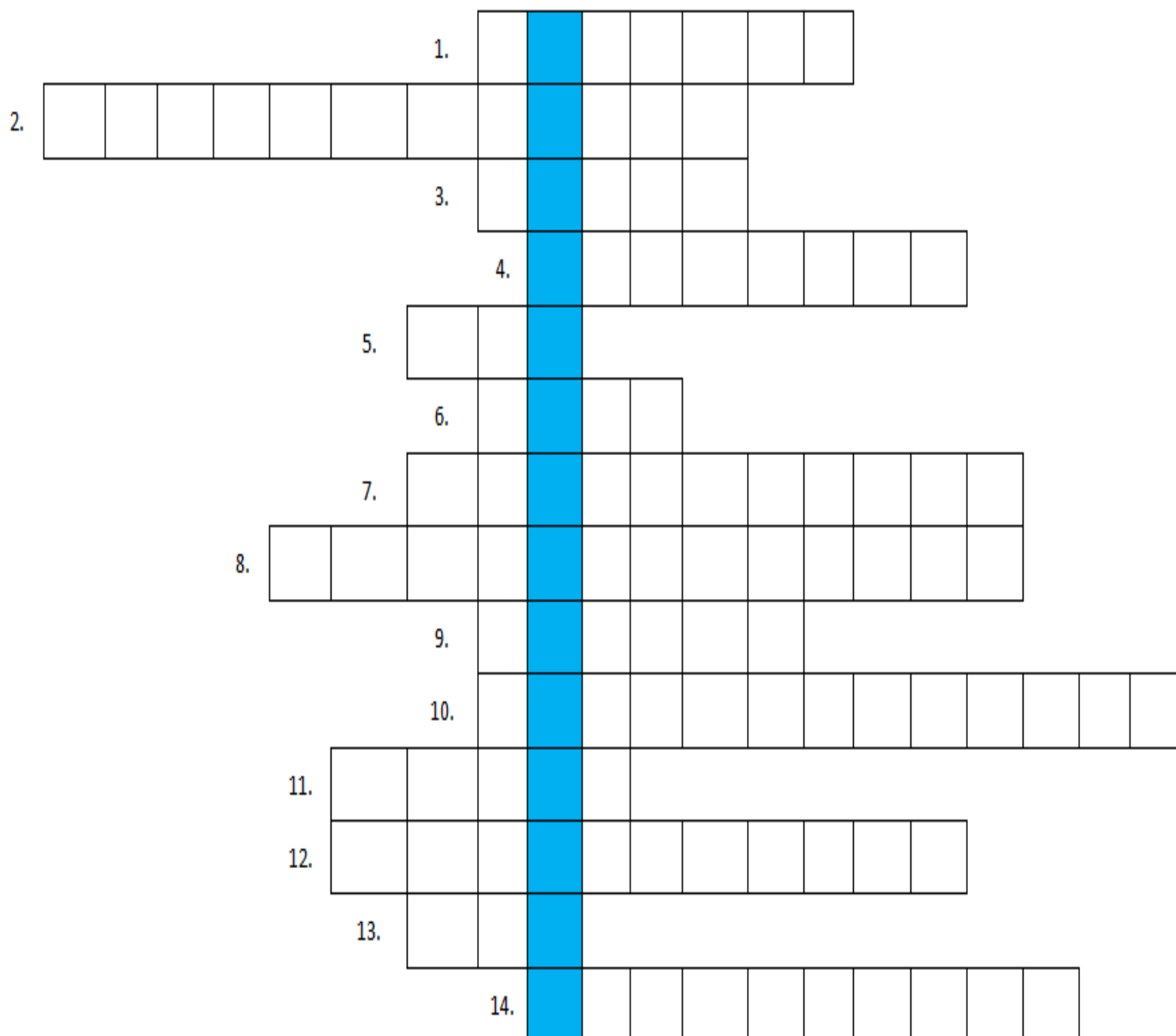
W projekt zaangażowani byli pracownicy firmy, którzy prowadzili warsztaty w szkołach, oraz lokalna społeczność: urzędnicy, przedsiębiorcy, dziennikarze, nauczyciele i rodzice. Od 2005 roku na realizację projektu przeznaczono 200 tysięcy zł.” – źródło: Raport 2008, Biznes a społeczeństwo;

- ✓ wprowadzanie na danym obszarze rozwiązań zaawansowanych technicznie, np. e-Słupsk to autorski program Cisco Systems Poland zrealizowany przy współpracy Fundacji Edukacji Ekonomicznej. Celem projektu jest wspieranie lokalnej społeczności w rozwiązywaniu problemów będących wynikiem recesji gospodarczej. Jego głównym elementem była budowa szkieletu szybkiej miejskiej sieci komputerowej, która po zakończeniu pierwszej fazy przedsięwzięcia połączyła blisko 30 lokalizacji. Sieć komputerowa oraz system telefonii IP połączyły ze sobą urzędy administracyjne, szpitale, szkoły i posterunki policyjne znajdujące się na terenie miasta. Oficjalna inauguracja inicjatywy miała miejsce 15 czerwca 2005 r. Sam projekt zyskał aprobatę Ministerstwa Gospodarki i Pracy, stając się bazą modelowego programu MGIP Gminna Informatyczna Sieć Edukacyjna. Słupska sieć powstała dzięki sprzętowi darowanemu przez Cisco Systems, który stanowił 75% wartości całej inwestycji. Pozostałe środki zapewniły władze Słupska (docelowo kontynuacja projektu będzie oparta na pozyskiwaniu finansowania ze środków unijnych). W trakcie realizacji projektu władze Słupska korzystały także z konsultacji specjalnej komórki doradczej Cisco Systems Internet Business Solutions Group oraz wiedzy i doświadczenia Fundacji Edukacji Ekonomicznej. Na bazie sieci komputerowej wdrożono wiele przydatnych aplikacji, które służą mieszkańcom, urzędnikom miejskim oraz prywatnym przedsiębiorcom. Pierwszą z nich jest system elektronicznej rekrutacji do szkół ponadgimnazjalnych, który umożliwia uczniom złożenie wniosku o przyjęcie do wybranej szkoły średniej on-line. Stworzenie sieci zagwarantowało ponadto szerokopasmowy dostęp do słupskiego interaktywnego portalu edukacyjnego. Portal ten nie tylko umożliwia nauczycielom pobieranie materiałów multimedialnych do lekcji oraz zadawanie i odbieranie prac domowych za pośrednictwem Internetu, ale jest również obszerną bazą danych o lokalnych placówkach oświatowych. Trzecim elementem w dziedzinie edukacji jest wdrożenie jednolitego systemu zarządzania oświatą, z którego będą korzystać władze miasta odpowiedzialne za ten obszar. W celu usprawnienia działań administracji miejskiej stworzono elektroniczny system zarządzania miastem oparty na systemie GIS (Global Information System, czyli System Informacji Przestrzennej). Aplikacja umożliwia nakładanie ważnych informacji jak np. dane o własności gruntów, aplikacje urbanistyczne i geodezyjne, kwestie podatkowe, systemy zezwoleń na cyfrowe mapy dostępne urzędnikom samorządowym i mieszkańcom miasta. Co więcej, informacje te miasto może wykorzystywać w projektowaniu sieci transportowej oraz w cywilnym planowaniu kryzysowym. Przykładami dostępnych w Słupsku usług publicznych on-line jest: pobieranie wniosków o wydanie aktu urodzenia, różnego rodzaju zezwoleń, w tym także prawa jazdy, oraz zgłaszanie wakatów i składanie podań o pracę. Przeprowadzona analiza zwrotu inwestycji wykazała oszczędność kosztów w kwocie 3,5 mln USD w ciągu pięciu lat w obszarze optymalizacji warunków pracy oraz zmniejszenia opłat telekomunikacyjnych, dzięki telefonii IP. W najbliższych planach miasta jest wymiana 14 analogowych kamer przemysłowych zainstalowanych na ulicach, co ma podnieść bezpieczeństwo regionu. Tylko ten krok pozwoli miastu zaoszczędzić na dzierżawie linii około 30 000 USD rocznie, przy jednoczesnym poszerzeniu obszaru objętego monitoringiem kamer. Bez przesady można stwierdzić, iż dzięki programowi, zbudowano w Słupsku podstawy nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego. Nowa sieć teleinformatyczna pozwoliła zwiększyć efektywność działania jednostek administracyjnych oraz stworzyła korzystne warunki do rozwoju prywatnej przedsiębiorczości. Ważnym elementem projektu jest też poprawa bezpieczeństwa w mieście, dzięki systemowi monitoringu wizyjnego, oraz udostępnienie mieszkańcom punktów dostępu do Internetu (ang. hot-spot). Wdrożony model partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP) w zakresie usług sieciowych stymuluje wzrost gospodarczy regionu. Projekt e-Słupsk jest jednym z trzech filarów szerokiego projektu budowy społeczeństwa informacyjnego w Polsce podjętego przez Cisco Systems. Pozostałe dwa projekty to Laboratoria Zaawansowanych Technologii wspierające środowisko akademickie oraz program e-Vita popularyzujący zastosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych w środowiskach wiejskich.” – źródło: Raport 2005, Biznes a społeczeństwo.

Załącznik nr 3 - Materiał do zadania 2: krzyżówka w wersji dla uczniów/uczennic (załącznik nr 3a) oraz klucz dla prowadzącego/prowadzącej (załącznik nr 3b).

KRZYŻÓWKA - wersja dla uczniów/uczennic (załącznik 3a)

Rozwiązania do haseł zamieszczonych poniżej, proszę wpisać poziomo w poszczególne wiersze krzyżówki. Litery w kolumnie oznaczonej kolorem, odczytane w pionie pozwolą na poznanie rozwiązania całości zadania.



1. „Europejski układ na rzecz społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw” to Księga Komisji Europejskiej określana „kolorem” jako...
2. Zgodnie z definicją społecznej odpowiedzialności biznesu, zaproponowaną przez Komisję Europejską, cechą charakterystyczną działalności przedsiębiorstw, uwzględniającą aspekty społeczne i ekologiczne w działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi grupami interesu jest.... tych działań
3. Społeczna odpowiedzialność biznesu, ma swe podłoże w koncepcji biznesu
4. Jeden z obszarów działań Unii Europejskiej wskazanych w Białej Księdze Komisji Europejskiej nt. społecznej odpowiedzialności biznesu – nawiązujący do nauki
5. Skrót od angielskiej nazwy „społecznej odpowiedzialności biznesu”
6. Skrócona nazwa Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju

7. Zgodnie z definicją „społecznej odpowiedzialności biznesu” prezentowaną przez A.B. Carolla, ta płaszczyzna oddziaływania CSR wiąże się m.in. z osiąganiem zysku, maksymalizacją dochodu
8. Sieć działająca przy Organizacji Narodów Zjednoczonych, popierająca ideę społecznej odpowiedzialności biznesu
9. Zgodnie z definicją „społecznej odpowiedzialności biznesu” prezentowaną przez A.B. Carolla, ta płaszczyzna oddziaływania CSR wiąże się m.in. przestrzeganiem wymagań prawnych, dostarczanie wyrobów zgodnych z przepisami
10. Zgodnie z definicją „społecznej odpowiedzialności biznesu” prezentowaną przez A.B. Carolla, ta płaszczyzna oddziaływania CSR wiąże się m.in. działalnością dobroczynną, wspieraniem sztuki i edukacji
11. Europejskie to miejsce wymiany doświadczeń, informacji grup interesu nt. społecznej odpowiedzialności biznesu
12. Inaczej ustawa zasadnicza RP, w której także zawarto regulacje nt. społecznej odpowiedzialności biznesu
13. Skrócona nazwa Organizacji Narodów Zjednoczonych
14. Jedną z instytucji Unii Europejskiej, działającą m.in. w zakresie propagowania idei społecznej odpowiedzialności biznesu to Komisja....

KRZYŻÓWKA – KLUCZ – załącznik 3b

Rozwiązania do haseł zamieszczonych poniżej, proszę wpisać poziomo w poszczególne wiersze krzyżówki. Litery w kolumnie oznaczonej kolorem, odczytane w pionie pozwolą na poznanie rozwiązania całości zadania.

							1.	Z	I	E	L	O	N	A						
2.	D	O	B	R	O	W	O	L	N	O	Ś	Ć								
							3.	E	T	Y	K	I								
							4.	E	D	U	K	A	C	J	A					
						5.	C	S	R											
							6.	O	E	C	D									
							7.	G	O	S	P	O	D	A	R	C	Z	A		
8.	G	L	O	B	A	L	C	O	M	P	A	C	T							
							9.	P	R	A	W	N	A							
							10.	F	I	L	A	N	T	R	O	P	I	J	N	A
							11.	F	O	R	U	M								
							12.	K	O	N	S	T	Y	T	U	C	J	A		
							13.	O	N	Z										
							14.	E	U	R	O	P	E	J	S	K	A			

- „Europejski układ na rzecz społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw” to Księga Komisji Europejskiej określana „kolorem” jako...
- Zgodnie z definicją społecznej odpowiedzialności biznesu, zaproponowaną przez Komisję Europejską, cechą charakterystyczną działalności przedsiębiorstw, uwzględniającą aspekty społeczne i ekologiczne w działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi grupami interesu jest.... tych działań
- Społeczna odpowiedzialność biznesu, ma swe podłoże w koncepcji biznesu
- Jeden z obszarów działań Unii Europejskiej wskazanych w Białej Księdze Komisji Europejskiej nt. społecznej odpowiedzialności biznesu – nawiązujący do nauki
- Skrót od angielskiej nazwy „społecznej odpowiedzialności biznesu”
- Skrócona nazwa Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju
- Zgodnie z definicją „społecznej odpowiedzialności biznesu” prezentowaną przez A.B. Carolla, ta płaszczyzna oddziaływania CSR wiąże się m.in. z osiąganiem zysku, maksymalizacją dochodu
- Sieć działająca przy Organizacji Narodów Zjednoczonych, popierająca ideę społecznej odpowiedzialności biznesu
- Zgodnie z definicją „społecznej odpowiedzialności biznesu” prezentowaną przez A.B. Carolla, ta płaszczyzna oddziaływania CSR wiąże się m.in. przestrzeganiem wymagań prawnych, dostarczanie wyrobów zgodnych z przepisami
- Zgodnie z definicją „społecznej odpowiedzialności biznesu” prezentowaną przez A.B. Carolla, ta płaszczyzna oddziaływania CSR wiąże się m.in. działalnością dobroczynną, wspieraniem sztuki i edukacji
- Europejskie to miejsce wymiany doświadczeń, informacji grup interesu nt. społecznej odpowiedzialności biznesu
- Inaczej ustawa zasadnicza RP, w której także zawarto regulacje nt. społecznej odpowiedzialności biznesu
- Skrócona nazwa Organizacji Narodów Zjednoczonych
- Jedna z instytucji Unii Europejskiej, działająca m.in. w zakresie propagowania idei społecznej odpowiedzialności biznesu to Komisja....

Nr 3. Świadomy ekologicznie konsument w UE. Czy również i ja akceptuję „pomalowaną na zielono trawę”?

DODATKOWY SCENARIUSZ

	Opis
TEMAT LEKCJI	ŚWIADOMY EKOLOGICZNIE KONSUMENT W UE. CZY RÓWNIEŻ I JA AKCEPTUJĘ „POMALOWANĄ NA ZIELONO TRAWĘ”?
CZAS REALIZACJI:	Jedna godzina lekcyjna - 45 minut
METODY PRACY	Badanie społeczne (przeprowadzenie, opracowanie wyników, analiza, wnioski), wykład z elementami pogadanki
FORMY PRACY	Dyskusja, praca w grupach z wykorzystaniem nauczania przez współpracę, prezentacja uzyskanych umiejętności, praca indywidualna, pogadanka
ŚRODKI DYDAKTYCZNE:	Projektor multimedialny, ekran, rzutnik, arkusze papieru, mazaki, magnesy lub pineski, karteczki do losowania grup, materiały do pracy w grupach, materiały w załącznikach nr 1 – nr 4 ewentualnie – dostęp do pracowni komputerowej w celu opracowania przez uczniów wyników realizowanych badań wyborów konsumenckich
CEL OGÓLNY:	Uświadomienie uczniom/uczennicom znaczenia postawy świadomego ekologicznie konsumenta oraz przedsiębiorcy
CELE SZCZEGÓŁOWE	Po realizacji lekcji uczniowie/uczennice powinni/powinny: <ul style="list-style-type: none"> • znać i rozumieć praktyczny aspekt zajmowanej dotychczas przez nich oraz ich bliskich, postawy jako konsumentów w kwestiach ekologii z zastosowaniem badania społecznego • rozumieć relację przyczynowo-skutkowej między dokonywanymi zakupami w przypadku konsumentów, podejmowanymi działaniami w organizacjach w przypadku przedsiębiorców, a obszarem CSR w zakresie ekologii • znać i rozumieć podstawowe pojęcia związane z postawą świadomego ekologicznie konsumenta/przedsiębiorcy (greenwashing, ekoznaki) • rozumieć specyfikę oznakowań ekologicznych stosowanych na opakowaniach produktów w krajach UE (na wybranych przykładach) • w wyniku kształcenia uczeń/uczennica nabywa/doskonali umiejętności: samoświadomości podejmowanych przez niego/jego bliskich/przedsiębiorców działań, współpracy w grupie, opracowywania i prezentowania wyników swojej pracy.
OCENIE PODLEGAĆ BĘDĄ:	<ul style="list-style-type: none"> • aktywność ucznia/uczennicy na lekcji, • poprawność wykonywania zadań, • aktywność pracy w grupie.

	<p>prezentuje na początku lekcji.</p> <p>3. Nauczyciel/nauczycielka komentując opracowane dla całej klasy wyniki zwraca szczególną uwagę ucznióm/uczennice na część IV. badania dotyczącą informacji na opakowaniu produktu. Nauczyciel/nauczycielka kieruje do ucznióm/uczennic pytanie o to czy elementem wystarczającym aby dany produkt został uznany za ekologiczny jest umieszczone na produkcie określenie: „eko”, „green”, „natural”, „ekologiczny”.</p> <p>Nauczyciel/nauczycielka w dyskusji z uczniami/uczennicami doprowadza do konkluzji, że umieszczenie na opakowaniu produktu wskazanych powyżej określeń bez jakiegokolwiek dowodu w postaci atestu, certyfikatu to puste slogany i przykład nadużycia ze strony producenta, a nie postawa społecznie odpowiedzialna.</p>	<p>Prezentacja wyników przez nauczyciela</p> <p>Pogadanka</p>	
	<p>4. Nauczyciel/nauczycielka przekazuje ucznióm/uczennicom (w ramach funkcjonujących na początku zajęć 6 grup) zestaw wybranych przykładów znaków ekologicznych stosowanych w UE (Załącznik nr 3). Dodatkowo każda z grup otrzymuje planszę z wylosowanym do rozpoznania ekoznakiem (Załącznik nr 4). Na podstawie informacji zawartych w zestawie grupa odszukuje symbol i określa jego znaczenie. Następnie każda z grup prezentuje rozwiązanie na forum. Nauczyciel /nauczycielka komentuje prezentacje grup uzupełniając informacje w oparciu o materiały z załącznika nr 3. W przypadku możliwości czasowych warto również poświęcić więcej uwagi innym symbolom ekologicznym zamieszczonym w załączniku nr 3. (zadanie nr 3).</p>	<p>Praca w grupach</p>	<p>Załączniki 3 i 4</p> <p>Materiały do zadania nr 3: Lista wybranych znaków, etykiet, symboli ekologicznych stosowanych w krajach Unii Europejskiej - załącznik 3 i Plansze z eko- znakami do wycięcia – załącznik 4</p>

I	<p>5. Nauczyciel/nauczycielka pyta o znaczenie określenia „malowanie trawy na zielono”. Ponadto wprowadza pojęcie „greenwashingu” w oparciu o materiały z załącznika 5.</p> <p>6. Nauczyciel/nauczycielka wskazuje, że przykładem nadużyć przedsiębiorców w zakresie ekologii są również reklamy. Na podstawie artykułu P. Wrabca, Ekościema (Załącznik 5) wskazuje przykłady nadużyć w reklamie oraz informuje o organizacjach, które wypunktowują przykłady „greenwashingu”.</p> <p>7. Nauczyciel/nauczycielka zachęca również uczniów/uczennice do spojrzenia na znane im reklamy pod kątem ekologii i ocenili czy prezentowane przekazy to przykład proekologicznych postaw przedsiębiorców czy może nadużyć.</p>	Pogadanka	<p style="text-align: center;">Załącznik 5</p> <p>Materiały do pogadanki – Greenwashing – oraz portal internetowy organizacji TerraChoice: http://www.terrachoice.com</p>
II	<p>1. Nauczyciel/nauczycielka podsumowuje lekcję, poprzez dyskusję i rozmowę z uczniami/uczennicami. Przykłady pytań, jakie może zadać nauczyciel/nauczycielka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wyjaśnić pojęcie ekoznaku, wskazać przykłady ekoznaków uwzględniając ich specyfikę (krajowe, międzynarodowe, unijne; dotyczące żywności, kosmetyków, środków chemicznych etc.) • wyjaśnić pojęcie greenwashingu • co najbardziej ich zainteresowało? • jakie elementy przeprowadzonej lekcji były najatrakcyjniejsze? <p>2. Zostaje dokonana ocena pracy uczniów/uczennic przez nauczyciela/nauczycielkę podczas lekcji, przekazanie wskazówek dotyczących doskonalenia umiejętności.</p>	Pogadanka	

Wykaz załączników:

Załącznik 1 Materiały do zadania nr 1 - Karta Wyborów Konsumentckich (KWK)

Załącznik 2 Materiały do zadania nr 2 – Metodologia opracowania wyników z badań przy użyciu KWK

Załącznik 3 - Lista wybranych znaków, etykiet, symboli ekologicznych stosowanych w krajach Unii Europejskiej. Materiały do zadania nr 3.

Załącznik 4 - Plansze z ekoznakami do wycięcia. Materiały do zadania nr 3

Załącznik 5 - Materiały do pogadanki – Greenwashing, artykuł autorstwa Pawła Wrabca, Ekościema, Polityka, 12.10.2009.

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1 - Karta Wyborów Konsumentckich - Materiały do wycięcia i rozdania uczniom/uczennicom podzielonym na grupy wg wskazówek do zadania nr 1.

Karta Wyborów Konsumentckich 1/2		Termin prowadzonej obserwacji dzień, miesiąc, rok	
Informacje o zakupionym towarze			
IV. Informacje na opakowaniu produktu	1. Proszę wskazać czy (i które z wymienionych) na opakowaniu produktu znajdowały się określenia typu: „eko”, „ekologiczny”, „natural”, „green” 2. Proszę wskazać czy (i które z wymienionych) na opakowaniu produktu znajdowały się informacje o certyfikatach, atestach, oznaczenia graficzne.	III. Przyczyna zakupu (proszę zaznaczyć max. trzy możliwości)	
		II. Osoba, która dokonała zakupu	
V. Inne uwagi o produkcie		1. Niska cena	
		2. Trwałość	
		3. Ekologiczność	
		4. Wygląd	
		5. Smak	
		6. Funkcjonalność	
		7. Marka	
		8. Inna (wskaz jaka?)	



Karta Wyborów Konsumenckich 2/2

Informacje o zakupionym towarze

IV. Informacje na opakowaniu produktu		III. Przyczyna zakupu (proszę zaznaczyć max. trzy możliwości)											
		1. Proszę wskazać czy (i które z wymienionych) na opakowaniu produktu znajdowały się określenia typu: „eko”, „ekologiczny”, „natural”, „green”	2. Proszę wskazać czy (i które z wymienionych) na opakowaniu produktu znajdowały się informacje o certyfikatach, atestach, oznaczenia graficzne.	8. Inna (wskaz jaka?)	7. Marka	6. Funkcjonalność	5. Smak	4. Wygląd	3. Ekologiczność	2. Trwałość	2. Niska cena		
V. Inne uwagi o produkcie	I. Nazwa produktu												
	II. Osoba, która dokonała zakupu												
Termin prowadzonej obserwacji dzień, miesiąc, rok													



Załącznik 2 - Materiały do zadania nr 2 – Metodologia opracowania wyników z badań przy użyciu KWK

Metodologia opracowania wyników w ramach badań indywidualnych uczniów dotyczących wyborów konsumenckich ich oraz ich bliskich (gospodarstw domowych), ze szczególnym uwzględnieniem problematyki świadomości ekologicznej w odniesieniu do nabywanych produktów.






Podstawą opracowania wyników są dane zebrane z użyciem narzędzia Karta Wyborów Konsumenckich (KWK) (załącznik nr 1).

Interpretacji podlegać będą następujące dane wg poniższego wzoru w dwóch wariantach A. Wersja podstawowa i B. Wersja rozszerzona (przykłady). Uzyskane rezultaty warto zaprezentować graficznie na planszach lub tworząc wykresy w programie Excel:




A. Wersja podstawowa - Legenda	Wskaźniki	Kategoria I. Nazwa produktu
		Wskaźnik: 1.1. Liczba zakupionych produktów ogółem – suma produktów, którą uczniowie oraz ich bliscy nabyli w okresie prowadzenia badania (wpisali w KWK)
		Kategoria II. Osoba dokonująca zakupu
		Wskaźnik: 2.1. Liczba osób, które wzięły udział w badaniu (uczniowie wraz z członkami rodziny, którzy dokonali zakupów i ich wyniki uwzględnili w KWK)
		Kategoria III. Przyczyna zakupu
		3.1. Niska cena - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na niską cenę
		3.2. Trwałość - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na trwałość produktu
		3.3. Ekologiczność - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na ekologiczność produktu
		3.4. Wygląd - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na wygląd produktu
		3.5. Smak - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na smak produktu
		3.6. Funkcjonalność - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na funkcjonalność produktu
		3.7. Marka - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na markę produktu
		3.8. Inna przyczyna zakupu - Liczba osób, które dokonały zakupu ze względu na inną cechę produktu
Kategoria IV – Informacje na opakowaniu produktu		
4.1. Liczba zakupionych produktów ogółem, które posiadały na opakowaniu jedno lub więcej określeń typu: „ekologiczny”, „eko”, „green”, „natural”.		
4.2. Liczba zakupionych produktów ogółem, które posiadały atest, certyfikat czy znaczek ekologiczny.		




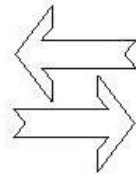

Diagram do uzupełnienia – Proszę wpisać wartości liczbowe wskaźników					
Wersja podstawowa	Wskaźniki	1.1.	(liczba)	3.5.	(liczba)
		2.1	(liczba)	3.6.	(liczba)
		3.1.	(liczba)	3.7.	(liczba)
		3.2.	(liczba)	3.8.	(liczba)
		3.3.	(liczba)	4.1.	(liczba)
		3.4.	(liczba)	4.2	(liczba)



Załącznik 3 - Lista wybranych znaków, etykiet, symboli ekologicznych stosowanych w krajach Unii Europejskiej. Materiały do zadania nr 3.





<p align="center">Lista wybranych znaków, etykiet, symboli ekologicznych stosowanych w krajach Unii Europejskiej</p> <p align="center">Źródło: portal ekologia.pl</p> <p align="center">Cytat za: http://znaki.ekologia.pl/szukaj,s0?search=, dostęp on-line z dnia 10.03.2012 r.</p>			
Lp.	Znak graficzny	Nazwa	Opis
1.		AB (Agriculture Biologique)	AB (Agriculture Biologique) - znak ekologiczny stosowany we Francji. Co najmniej 95% składników produktu to składniki organiczne wyprodukowane na terenie Unii Europejskiej i są zgodne z normą EN 45011. Certyfikat ekologiczny AB przyznawany jest od roku 1985. Jest to symbol ekologiczny dotyczący żywności ekologicznej
2.		Bio Hellas	Bio Hellas jest certyfikatem ekologicznym przyznawanym w Grecji. Dotyczy żywności ekologicznej - produktów pochodzenia roślinnego i zwierzęcego. Znak ekologiczny Bio Hellas przyznaje niezależna strona trzecia. Akredytacją zajmuje się IFOAM oraz Program Organics w Unii Europejskiej. Wydawanie certyfikatu ekologicznego rozpoczęto w roku 2001.
3.		Bio-Siegel	Bio-Siegel - niemiecki certyfikat ekologicznego rolnictwa. Znak ekologiczny Bio-Siegel może być używane przez wszystkich producentów, przetwórców i sprzedawców, którzy poddali swoją działalność kontroli zgodności z normami określonymi w Rozporządzeniu EWG 2092/91 i przeszli ją pomyślnie. Pod koniec 2007 roku w informacji Bio-Siegel zgłoszonych było 42825 produktów. Jednolite logo wprowadzono w 2001 roku.
4.		BIODAR	BIODAR - znak ekologiczny umieszczany jest na produktach spożywczych. Symbol ekologiczny w roku 1997 wprowadziła na rynek Słowenia. Żywność ekologiczna oznaczona BIODAR pochodzi z gospodarstw prowadzonych zgodnie ze standardami Międzynarodowa Federacja Rolnictwa Ekologicznego (IFOAM - International Federation of Organic Agriculture Movements). Zarządcą etykiety ekologicznej jest Stowarzyszenie Słoweńskich Rolników Ekologicznych (ISOFA).
5.		Błękitny Anioł	Błękitny Anioł - znak ekologiczny ten został wymyślony przez niemieckie Ministerstwo Środowiska. Symbol ekologiczny po raz pierwszy przyznano go w 1978 roku. Jest najstarszym oznaczeniem ekologicznym tego typu na świecie. Etykiety ekologiczne można spotkać na produktach różnego rodzaju - od piły mechanicznej, przez zegarki, do komputerów. Pomaga identyfikować ponad 10 tys. produktów.




6.		Danish Q-mark	Danish Q-mark - znak ekologiczny używany do etykietowania mleka, mięsa, warzyw, jaj, zbóż produkowanych przez ekologiczne gospodarstwa rolne. Symbol ekologiczny Danish Qmark wprowadzony został w roku 1989 w Danii. Władze tego kraju sprawują zwierzchnictwo nad etykietowaniem produktów ekologicznych.
7.		Demeter	Demeter - znak ekologiczny przyznawany przez Stowarzyszenie Demeter produktom pochodzącym z upraw biologiczno-dynamicznych. Należą do nich głównie żywność, naturalne kosmetyki, a także wyroby z bawełny i wełny. Produkty oznaczone tym symbolem ekologicznym muszą powstawać w ściśle określonych warunkach, tzn. bez nawozów sztucznych, chemicznych środków ochrony roślin i przy wykorzystaniu intensyfikacji biologicznej. Związek Demeter powstał z inicjatywy niemieckiego stowarzyszenia producentów ekologicznych już w 1924, a w 1997 organizacja objęła swoją działalnością cały świat, gdzie reprezentuje ponad 3.300 gospodarstw biodynamicznych w blisko 40 krajach. W Polsce, Stowarzyszenia Demeter zaczęło swoją działalność dopiero w 2005 roku, z inicjatywy Urzędu Marszałkowskiego województwa Wielkopolskiego. Od tego momentu grono sympatyków rolnictwa biodynamicznego rośnie, zarówno wśród producentów jak i konsumentów.
8.		Eco Control	Eco Control - znak ekologiczny używanym w certyfikacji głównie środków czystości i środków do prania w Niemczech. Jest zastrzeżonym znakiem towarowym instytutu certyfikującego PreCert, Consulting & Audits.
9.		ECOCERT	ECOCERT jest instytucją wydającą świadectwa weryfikujące dostosowanie produktów ekologicznych do standardów obowiązujących w Europie, Japonii i Stanach Zjednoczonych. Wykonuje usługi w zakresie kontrolowania i wystawiania świadectw w około 70 krajach poza Unią Europejską, na wszystkich kontynentach. Każdy produkt oznaczony znakiem ekologicznym ECOCERT jest certyfikowany osobno.
10.		EcoGarantie	Belgijski Symbol EcoGarantie - znak ekologiczny dla środków do prania, środków czystości i środków do pielęgnacji ciała. Certyfikat ekologiczny przyznawany jest produktom, których proces powstawania nie burzy równowagi biologicznej między ludźmi, roślinami i zwierzętami, uwzględniając przy tym kryteria jakościowe i ekonomiczne
11.		Ecolabel	Ecolabel (zwany też Stokrotką lub Margerytką) - znak ekologiczny został ustanowiony przez Komisję Europejską w 1992 roku i jest głównym europejskim wyróżnieniem przyznawanym wyrobom spełniającym wyższe normy środowiskowe. Symbol ekologiczny - Ecolabel informuje konsumenta, że produkty nie są szkodliwe dla środowiska - tj. spełniają określone kryteria unijne, ustalone w

			porozumieniu m.in. z przedstawicielami przemysłu, konsumentów, organizacji środowiskowych, handlu i władz publicznych.
12.		EKO	EKO - znak ekologiczny posiadają produkty żywnościowe, które otrzymały certyfikat ekologiczny przyznawany przez holenderską organizację SKAL. Oznakowaniu ekologicznemu ulegają tylko te towary, które w składzie mają więcej niż 95% organicznych komponentów.
13.		Ekoland	Ekoland - znak ekologiczny najlepiej rozpoznawalny w Polsce symbol przeznaczony dla ekologicznej żywności. Przyznaje go Polskie Stowarzyszenie Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi. Gospodarstwa, które ubiegają się o przyznanie oznaczenia ekologicznego muszą spełnić szereg kryteriów, m.i n.: użytkować działki w sposób służący zachowaniu bioróżnorodności, nie stosować wypalania traw, planować wypas zwierząt tak, aby nie zagrażał on ptakom łąkowym i cennym gatunkom roślinności dzikiej, a także chronić glebę i wodę. Gospodarstwa ekologiczne, które chcą posługiwać się znakiem ekologicznym Ekolandu nie mogą też produkować żywności modyfikowanej genetycznie (GMO).
14.		Estonian Organic Farming	Estonian Organic Farming - znak ekologiczny przyznawany w Estonii. Etykiętę ekologiczną przyznaje się producentom zatwierdzonym na podstawie ustawy o rolnictwie ekologicznym. Organizacją zarządzającą znakiem jest Veterinary and Food Board. Certyfikat ekologiczny może zostać przyznany, jeśli produkt wykonany został z surowców, które w 70% pochodzą z przedsiębiorstw ekologicznych. Symbol ekologiczny może otrzymać także producent, który jest w trakcie konwersji metod produkcji na metody ekologiczne
15.		Euroliść	Euroliść - znak ekologiczny przyznawany przez Komisję Europejską dla produktów ekologicznych w Unii Europejskiej. Umieszczany obowiązkowo na wszystkich paczkowanych produktach ekologicznych wyprodukowanych w jednym z państw członkowskich i spełniających obowiązujące normy wspólnotowe. Nie obejmuje produktów importowanych spoza terenu Unii. Euroliść przedstawia gwiazdki Unii Europejskiej ułożone w kształcie liścia na zielonym tle. Symbol ekologiczny zawiera dwa wyraźne przesłania: Natura i Europa.
16.		FSC-Polska	FSC-Polska - znak ekologiczny przeznaczony dla produktów gospodarki leśnej. Mogą go pozyskać firmy zainteresowane zrównoważonym korzystaniem z zasobów leśnych, ochroną przyrody i respektowaniem praw ludności związanej z obszarami leśnymi. Produkt ekologiczne oznaczone FSC pochodzą z lasów spełniających Zasady Dobrej Gospodarki Leśnej. Dzięki systemowi oznakowania łatwiej odróżnić produkty (najczęściej drewniane), które powstały w ramach odpowiedzialnego

			leśnictwa.
17.		KRAV	KRAV - szwedzki znak żywności ekologicznej. Znak ekologiczny - KRAV istnieje od 1985 roku. Oznaczenie ekologiczne jest przyznawany przez Związek Plantatorów Upraw Ekologicznych. Produkty ekologiczne oznaczone tym symbolem zostały wytworzone bez użycia sztucznych nawozów i chemicznych środków ochrony roślin.
18.		LUOMU SUN LABEL	LUOMU SUN LABEL - znak ekologiczny umieszczany na żywności. Symbol ekologiczny Luomu należy do Fińskiego Ministerstwa Rolnictwa i Leśnictwa. Od momentu wprowadzenia certyfikat ekologiczny Luomu uzyskało 400 produktów.
19.		Milieukeur Ecolabel	Milieukeur Ecolabel - znak ekologiczny dla żywności ekologicznej i produktów konsumpcyjnych wprowadzony w Holandii. Symbol ekologiczny można znaleźć na takich produktach jak: warzywa i ziemniaki, piwo, mięso wieprzowe, drzewa i rośliny, farby, gaśnice, w myjniach samochodowych. Kryteria przyznania etykiety ekologicznej dotyczą całego cyklu życia produktu, a przede wszystkim: surowców, energii i wody, substancji szkodliwych, opakowań i odpadów. Jeśli produkt należy do kategorii żywność ekologiczna powinien zawierać znikome ilości pestycydów i nawozów sztucznych, a jego produkcja musi koncentrować się na dobrostanie zwierząt i ochronie przyrody. Od momentu powstania certyfikat ekologiczny przyznano 339 produktom.
20.		Możliwość ponownego wykorzystania	Możliwość ponownego wykorzystania - znak ekologiczny ten pojawia się na opakowaniach przydatnych do wielokrotnego użytku. Takie opakowania, po wykorzystaniu, nie stają się odpadem. Projektuje się je specjalnie z myślą o ponownym użyciu do tego samego celu. Muszą nadawać się do użyciu co najmniej dwukrotnie. Symbol ekologiczny można znaleźć na kontenerach, beczkach, pudełkach, puszkach, kanistrach, ale także na butelkach, szklanych pojemnikach etc.
21.		Nie testowane na zwierzętach	Nie testowane na zwierzętach - znak ekologiczny jest to jeden ze ekoznaków, którym sygnuje się produkty nie testowane na zwierzętach. Symbolem ekologicznym dodatkowo mogą być one opatrzone literami BWC - Beauty Without Cruelty (piękno bez okrucieństwa) lub hasłem Animal Friendly (przyjazny dla zwierząt). Oznaczenie ekologiczne najczęściej stosują producenci kosmetyków. Firmy same decydują o umieszczeniu znaku na produkcie. To, czy informacja jest prawdziwa powinny weryfikować organizacje konsumenckie.

22.		Opakowania biodegradowalne	<p>Opakowania biodegradowalne - znak ekologiczny jest przeznaczony dla opakowań, które rozkładają się podczas kompostowania i nie uwalniają szkodliwych substancji. Produkty ekologiczne z tym symbolem ekologicznym są w pełni biodegradowalne i mogą być kompostowane wraz z odpadami organicznymi. Podczas kompostowania nie uwalniają substancji szkodliwych dla środowiska. Etykieta ekologiczna jest przyznawana przez DIN CERTCO (Niemiecki Instytut Standaryzacji). Popularne ostatnio torby ekologiczne nazywane mianem biodegradowalnych w większości nie posiadają tego certyfikatu ekologicznego.</p>
23.		Opakowanie nadające się do recyklingu	<p>Opakowanie nadające się do recyklingu /trzy strzałki/ - znak ekologiczny przeznaczony dla opakowań, które nadają się do ponownego przetworzenia i wyprodukowania z odzyskanych surowców innego, podobnego produktu (aluminium - puszki, tworzywa sztuczne - pojemniki, butelki, papier - torby, tektury do pakowania, wypełniacze do pudełek). Wewnątrz pętli może znajdować się liczba informująca jaki procent użytych do produkcji materiałów pochodził z recyklingu. Czasem także podaje się nazwę materiału, z którego wytworzono dany produkt ekologiczny.</p>
24.		Znak rolnictwa ekologicznego	<p>Znak rolnictwa ekologicznego jest przyznawany ekologicznym gospodarstwom. Liczy się przyjazna środowisku produkcja! Powinna ona przebiegać zgodnie z unijnymi rozporządzeniami i pod nadzorem jednostek certyfikujących. Produkt oznaczony tym znakiem musi składać się ze składników, spośród których co najmniej 95% kwalifikuje się jako ekologiczne (wg unijnych kryteriów).</p>
25.		Soil Association	<p>Soil Association pomaga identyfikować produkty ekologiczne, które otrzymały certyfikat rolnictwa ekologicznego w Wielkiej Brytanii. Wyroby oznaczone znakiem ekologicznym - Soil Association są w pełni organiczne - nie mają sztucznych dodatków. Gwarantuje też zachowanie wysokich standardów ekologicznej hodowli, tj. takiej, która odbywa się w warunkach jak najkorzystniejszych dla zwierząt (także drobiu).</p>
26.		V lebel	<p>V lebel - znak ekologiczny. Współczesny znak "V" został stworzony przez włoskiego projektanta Bruno Nascimbena. Zaprezentowano go na kongresie European Vegetarian Union w 1985 roku. Wkrótce stał się znakiem wegetariańskiej żywności na całym świecie. Rynek produktów nie zawierających składników zwierzęcych rósł bardzo szybko. Pojawiła się potrzeba rejestracji oznakowania, aby klienci mieli pewność, co do pochodzenia danych produktów spożywczych. Znak zarejestrowano w Szwajcarii w 1996 roku. Rok później "V" pojawił się na produktach w innych</p>

			częściach Europy, w Austrii, Belgii, Norwegii, Polsce, Portugalii, Słowacji, Hiszpanii i innych.
27.		Dbaj o czystość Wrzuć do kosza	Dbaj o czystość. Wrzuć do kosza. Statystyczny Polak produkuje obecnie ponad 350 kg odpadów rocznie. Mniej więcej tyle samo wytwarzają mieszkańcy innych europejskich krajów
28.		Znak Zielone Płuca Polski	Znak Zielone Płuca Polski informuje o wysokiej jakości usług i produktów oraz o ich przyjaznym dla środowiska charakterze. Ma on podnosić renomę danego produktu lub usługi oraz pomóc w ich efektywnej sprzedaży. Właścicielem znaku jest Fundacja Zielone Płuca Polski. O przyznanie znaku mogą ubiegać się przedsiębiorstwa, instytucje i osoby prawne, które prowadzą działalność na terenie Zielonych Płuc Polski. Ten wyjątkowy pod względem ekologicznym obszar zajmuje obecnie około 20% powierzchni kraju. Położony jest w północno-wschodniej części Polski. Obejmuje następujące województwa: warmińsko-mazurskie, podlaskie, część województwa mazowieckiego, kujawsko-pomorskiego. Warunkami przyznania znaku są bezpieczeństwo dla zdrowia i środowiska, odpowiednia kontrola wytwarzania towarów, a także potwierdzenie, że towar lub usługa są nowoczesne i poszukiwane na rynku (dyplomy, wyróżnienia, certyfikaty).
29.		Zielony punkt	Zielony punkt widnieje na kartonach, puszkach, butelkach i innych produktach. Jest jednym z najczęściej stosowanych znaków na świecie. Oznacza, że producent wniósł wkład finansowy w budowę i funkcjonowanie systemu odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych. W Polsce system jest tworzony przez firmę Rekopol Organizacja Odzysku S.A. Trzeba pamiętać, że znak nie określa jakości ekologicznej produktu. Przedsiębiorca wprowadzający produkt na rynek musi natomiast zapewnić zebranie i przetworzenie określonego procentu zużytych do produkcji opakowań. Zielony punkt jest zarejestrowany w ponad 170 państwach. Korzysta z niego 98 000 przedsiębiorstw. Każdego roku umieszcza się go na około 460 mld produktów!
30.		Znak certyfikowane go rolnictwa ekologicznego	Znak certyfikowanego rolnictwa ekologicznego - znak ekologiczny nadawany przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji S.A. Mogą otrzymać go producenci ekologiczni, którzy respektują europejskie normy ekologiczne, tj. m.in. nie stosują chemicznych środków ochrony roślin i nawozów syntetycznych.

31.		Znak ekologiczny EKO	<p>Jest przyznawany przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji od 1998 roku. Mogą go otrzymać usługi i wyroby krajowe i zagraniczne, które spełniają wymagające kryteria ochrony zdrowia, środowiska i ekonomicznego wykorzystania zasobów naturalnych. System przyznawania tego znaku opiera się na kryteriach ustanowionych dla oznakowania Ecolabel. Dzięki temu wnioskodawcy mogą otrzymać obydwa znaki jednocześnie, na korzystnych warunkach finansowych.</p>
32.		IHTK	<p>IHTK - „Króliczek z ochraniającą go dłonią” - znak ekologiczny rozpoznawczy organizacji IHTK-Internationaler Herstellerverband gegen Tierversuche in der Kosmetik (Międzynarodowy Związek Producentów Przeciwno Stosowania Testów na Zwierzętach w Kosmetyce), która od lat walczy o zakazanie testów kosmetyków na zwierzętach. Wszystkie produkty, które spełniają wymagania IHTK, są sygnowane tym symbolem ekologicznym. Kupując kosmetyk warto wybrać taki, który na swoim opakowaniu ma etykietę ekologiczną przedstawiający królika chronionego ludzką ręką – w ten sposób mamy gwarancję, że dany specyfik nie był testowany na zwierzętach, nie był też w ten sposób testowany żaden z jego składników.</p>
33.		Znak Marine Stewardship Council	<p>Znak przyznaje powstała w 1997 roku organizacja MSC - Marine Stewardship Council. Mogą otrzymać go produkty które spełniają zasady zrównoważonego rybołówstwa, a więc przyjaznego ekosystemom i bezpiecznego dla populacji zwierząt. MSC współpracuje z naukowcami, rybakami i organizacjami na całym świecie. Spożywając produkt ekologiczny oznakowany tym znakiem, wiesz, że jego powstanie nie przyczyniło się do degradacji środowiska.</p>

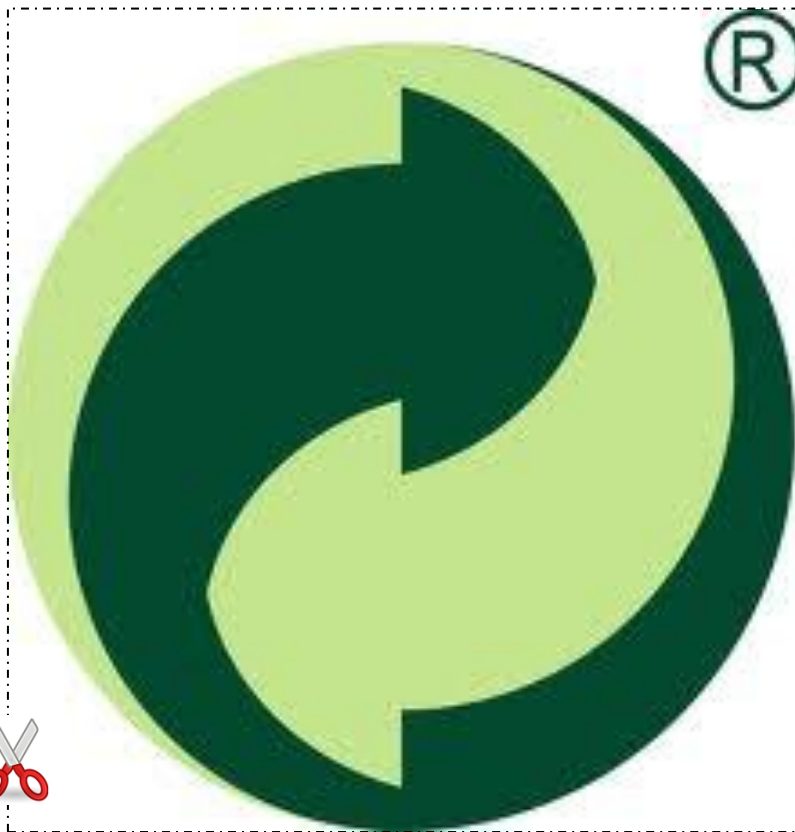
Załącznik 4 - Plansze z ekoznakami do wycięcia. Materiały do zadania nr 3

- **Materiał dla ucznia/uczennicy**

Zestaw z wybranymi ekoznakami. Materiały do wycięcia i rozdania uczniom podzielonym na grupy wg wskazówek do zadania nr 3. Źródło: portal ekologia.pl: <http://znaki.ekologia.pl/szukaj,s0?search=>, dostęp on-line z dnia 10.03.2012 r.









Odpowiedź: wg informacji z portalu portalu: ekologia.pl - Cytat za: http://znaki.ekologia.pl/szukaj_s0?search=,
dostęp on-line z dnia 10.03.2012 r.



Ecolabel (zwany też Stokrotką lub Margerytką) - znak ekologiczny został ustanowiony przez Komisję Europejską w 1992 roku i jest głównym europejskim wyróżnieniem przyznawanym wyrobom spełniającym wyższe normy środowiskowe. Symbol ekologiczny - Ecolabel informuje konsumenta, że produkty nie są szkodliwe dla środowiska - tj. spełniają określone kryteria unijne, ustalone w porozumieniu m.in. z przedstawicielami przemysłu, konsumentów, organizacji środowiskowych, handlu i władz publicznych.



Znak rolnictwa ekologicznego jest przyznawany ekologicznym gospodarstwom. Liczy się przyjazna środowisku produkcja! Powinna ona przebiegać zgodnie z unijnymi rozporządzeniami i pod nadzorem jednostek certyfikujących. Produkt oznaczony tym znakiem musi składać się ze składników, spośród których co najmniej 95% kwalifikuje się jako ekologiczne (wg unijnych kryteriów).



Euroliść - znak ekologiczny przyznawany przez Komisję Europejską dla produktów ekologicznych w Unii Europejskiej. Umieszczany obowiązkowo na wszystkich paczkowanych produktach ekologicznych wyprodukowanych w jednym z państw członkowskich i spełniających obowiązujące normy wspólnotowe. Nie obejmuje produktów importowanych spoza terenu Unii. Euroliść przedstawia gwiazdki Unii Europejskiej ułożone w kształcie liścia na zielonym tle. Symbol ekologiczny zawiera dwa wyraźne przesłania: Natura i Europa



Znak ekologiczny EKO jest przyznawany przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji od 1998 roku. Mogą go otrzymać usługi i wyroby krajowe i zagraniczne, które spełniają wymagające kryteria ochrony zdrowia, środowiska i ekonomicznego wykorzystania zasobów naturalnych. System przyznawania tego znaku opiera się na kryteriach ustanowionych dla oznakowania Ecolabel. Dzięki temu wnioskodawcy mogą otrzymać obydwie znaki jednocześnie, na korzystnych warunkach finansowych

Zielony punkt widnieje na kartonach, puszkach, butelkach i innych produktach. Jest jednym z najczęściej stosowanych znaków na świecie. Oznacza, że producent wniósł wkład finansowy w budowę i funkcjonowanie systemu odzysku i recyklingu odpadów



opakowaniowych. W Polsce system jest tworzony przez firmę Rekopol Organizacja Odzysku S.A. Trzeba pamiętać, że znak nie określa jakości ekologicznej produktu. Przedsiębiorca wprowadzający produkt na rynek musi natomiast zapewnić zebranie i przetworzenie określonego procentu zużytych do produkcji opakowań. Zielony punkt jest zarejestrowany w ponad 170 państwach. Korzysta z niego 98 000 przedsiębiorstw. Każdego roku umieszcza się go na około 460 mld produktów!



Znak Zielone Płuca Polski informuje o wysokiej jakości usług i produktów oraz o ich przyjaznym dla środowiska charakterze. Ma on podnosić renomę danego produktu lub usługi oraz pomóc w ich efektywnej sprzedaży. Właścicielem znaku jest Fundacja Zielone Płuca Polski. O przyznanie znaku mogą ubiegać się przedsiębiorstwa, instytucje i osoby prawne, które prowadzą działalność na terenie Zielonych Płuc Polski. Ten wyjątkowy pod względem ekologicznym obszar zajmuje obecnie około 20% powierzchni kraju. Położony jest w północno-wschodniej części Polski. Obejmuje następujące województwa: warmińsko-mazurskie, podlaskie, część województwa mazowieckiego, kujawsko-pomorskiego. Warunkami przyznania znaku są bezpieczeństwo dla zdrowia i środowiska, odpowiednia kontrola wytwarzania towarów, a także potwierdzenie, że towar lub usługa są nowoczesne i poszukiwane na rynku (dyplomy, wyróżnienia, certyfikaty).

Paweł Wrabec, Ekościema¹¹

Ekologia jest modna. Coraz więcej firm deklaruje, że chodzi im nie o zarabianie pieniędzy, lecz o troskę o przyrodę. Na ogół to tylko ekomarketing.

Zdrowa żywność, oszczędne samochody, naturalna odzież i kosmetyki, ekologiczne detergenty – to już niemal rutynowa oferta. – *Niestety, większość firm bezczelnie nadużywa ekologicznej symboliki* – ostrzega Dariusz Szwed, wiceprzewodniczący partii Zieloni 2004. Uchodzi im to na sucho, bo przeciętny polski konsument klimatem się nie przejmuje, a o ekologii wie niewiele. Najczęściej kojarzy mu się ona z jazdą na rowerze i segregacją śmieci.

Na Zachodzie, gdzie świadomość ekologiczna jest wyższa, popularne nad Wisłą chemiczne ekopralnie wytykano by palcami. W ich przypadku jedynym uzasadnieniem przedrostka eko jest fakt, że nie mają zwyczaju wylewać rozpuszczalnika do kanalizacji. W podobny sposób symboliki nadużywa Orlen, który sprzedaje na swoich stacjach ekodiesel. A to przecież zwykły olej napędowy, który spełnia środowiskowe normy.

Pranie portfeli

Ojczyzną ekościemy są Stany Zjednoczone, gdzie jeszcze w latach 80. tamtejsze organizacje konsumenckie zjawisko żerowania na ekologii określiły terminem *greenwash*. Nazwę wymyślił dziennikarz „The New York Timesa”, krytykując hotelarzy proszących gości o rzadszą wymianę ręczników i pościeli pod pretekstem ochrony środowiska. Naprawdę chcieli w ten sposób więcej zarobić. Nie są jedyni. Wiele firm wydaje grube pieniądze na podkreślanie rzekomo przyjaznego środowiska charakteru swoich produktów. Tym samym wprowadza w błąd konsumentów lub odwraca ich uwagę od rzeczywistych problemów.

Amerykańskie organizacje konsumenckie posługują się klasyfikacją sporządzoną przez speców od zielonego marketingu z firmy TerraChoice. Powstała ona na podstawie analizy ponad 1000 zgłoszonych przez ekologów ekonadużyć. Ponad 60 proc. przypadków dotyczyło sytuacji, gdy towar reklamowano jako ekologiczny, bo nie zawierał toksycznego składnika lub powstał z surowców wtórnych, ale sam pozostawał dla środowiska uciążliwy. Tak często bywa z urządzeniami gospodarstwa domowego. Reklamowane jako przyjazne (bo np. zużywają mniej energii), jednocześnie bywają bardzo szkodliwe (np. zawierają metale ciężkie). A półprawdy to przecież tyle co całe kłamstwo.

Popularnym nadużyciem jest składanie deklaracji o ekologicznych walorach produktu bez jakiegokolwiek dowodu w postaci atestu czy certyfikatu. Umieszczane na opakowaniach słowa: „green”, „natural”, „no toxic”, to puste slogany, gdyż wiele trucizn występuje w przyrodzie, a wiele substancji nieszkodliwych również ma działanie niepożądane, o ile występują w nadmiarze.

Radykalni ekolodzy za niestosowne uważają wszelkie ekologiczne reklamy samochodów. Dlatego w USA w popularnym internetowym serwisie Greenwashing Index, gdzie konsumenci mogą oceniać, które reklamy z tzw. zielonym przesłaniem są najbardziej fałszywe, przez wiele tygodni na pierwszym miejscu znajdował się telewizyjny spot Forda Escape – paliwożernej terenówki z napędem hybrydowym, w którym pada stwierdzenie, iż przejechanie 36 mil na jednym galonie benzyny jest ekologiczne.

Koncerny samochodowe z tych samych powodów naraziły się ekologom w Europie. W Belgii tamtejszy regulator rynku reklamowego zakazał emisji reklamy Toyoty Prius, której hasło „zero emissions low” sugerowało, iż samochód w ogóle nie emituje dwutlenku węgla. W Wielkiej Brytanii z kolei swoją reklamę musiał zmienić koncern Renault. Ekologów raziło, iż z rury wydechowej Twingo zamiast spalin wydobywały się zielone listki. Po tym incydencie Advertising Standard Authority (organizacja branży reklamowej) wydała zalecenia, żeby unikać niejasnego wykorzystywania określeń – ekologiczny, niezanieczyszczający itp.

¹¹ Źródło: polityka.pl, cytata za: <http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/295924,1,ekosciema.read> - dostęp on-line z dn. 30.09.2010 r.

W Norwegii koncerny motoryzacyjne nie mają już takiej pokusy. Tam władze całkiem im zabroniły odwoływania się do ekologicznej symboliki. Na innych rynkach firmy prowadzą ekowyścigi: reklamują modele o ponoć ekologicznych zaletach. Postępuje tak m.in. Ford (EcoNetic), Opel (Ecoflex) czy Renault (Eco2). Rywalizacja w tym segmencie rynku jest na tyle zaciekła, że koncerny same oskarżają się o *greenwashing*. Renault Nissan zarzucił np. Toyocie, iż ekologiczne zalety jej aut hybrydowych są tylko pozorne, gdyż w rachunkach wykazujących ogromną redukcję emisji CO2 japoński koncern uwzględnił jedynie spalanie paliwa, a nie ekologiczne skutki wytwarzania akumulatorów (Polityka 46/07).

Zwiędła stokrotka

Na Zachodzie popyt na produkty ekologiczne nawet w kryzysie gwałtownie rośnie. Tylko w USA ich rynek szacowany jest na 20 mld dol., a do ich produkcji bierze się coraz więcej koncernów. Z najnowszego raportu organizacji TerraChoice wynika, że w ciągu ostatnich 2 lat liczba towarów eko wzrosła aż o 79 proc. Cóż z tego, skoro aż 98 proc. z nich było przyjaznych środowisku jedynie z nazwy.

W Polsce, ze względu na niedostateczną świadomość konsumentów, wciąż stanowią niewielką, choć z pewnością perspektywiczną część rynku. A *greenwashing*, jeśli w ogóle kogoś drażni, to tylko niewielką grupę najbardziej świadomych konsumentów.

To tłumaczy, dlaczego do tej pory do Komisji Etyki Reklamy nie wpłynęła choćby jedna skarga dotycząca nieuczciwej zielonej reklamy, podczas gdy w innych krajach Unii liczone są one w setkach. Inna sprawa, że polscy twórcy reklam i marketingu znacznie rzadziej odwołują się do proekologicznych skojarzeń. – *Na Zachodzie producenci jogurtów nagminnie kaligrafują na kubeczkach: „w 97 proc. wolne od tłuszczu”. W Polsce tego nie robią, bo na razie skuteczność tego rodzaju argumentacji jest nikła. Z ekologią musi być podobnie* – tłumaczy Paweł Kowalewski, szef polskiego oddziału Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy.

Zgoda na *greenwashing* i u nas jednak powoli się kończy. Wychwalanie ekologicznych walorów małych elektrowni wodnych i próby intensyfikowania ich budowy spotkały się ostatnio z ostrą reakcją części środowiska naukowego. – *Taka elektrownia przerywa korytarz ekologiczny rzeki, wędrujące gatunki ryb giną w turbinach, spowolnienie przepływu wody wzmacnia zamulanie dna i niszczy ekosystem* – wylicza dr Roman Żurek z Instytutu Ochrony Środowiska PAN w Krakowie. Zbieranie podpisów przy liście otwartym do ministra środowiska w sprawie moratorium na budowę małych elektrowni wodnych jest właśnie w toku.

Jak odróżnić produkt prawdziwie proekologiczny od fałszywki? Po to, żeby ułatwić konsumentom wybór, i tym samym ucywilizować rynek produktów ekologicznych, wymyślono ekoznaki. Są to symbole umieszczane na opakowaniach i świadczące o tym, że dany wyrób jest nieszkodliwy dla środowiska, a jego producent też go nie zanieczyszcza. By móc się nim posługiwać, firma musi zdobyć stosowny certyfikat.

W Unii Europejskiej od 1994 r. na straży przyrody stoi Ecolabel – znaczek przypominający stokrotkę. Mimo że funkcjonuje już tyle lat, biznes odnosi się do tej wspólnotowej inicjatywy niechętnie. Jest kilka tego przyczyn. Żeby go zdobyć, firma musi spełnić cały szereg środowiskowych kryteriów. Pod uwagę brany jest cały cykl życia produktu – od surowca po utylizację. Producent, który już taki znak posiada, może współpracować tylko z kontrahentami spełniającymi – podobnie jak on sam – surowe normy środowiskowe. Uniemożliwia to kooperację z tanimi fabrykami w Chinach. Nic dziwnego więc, że w ciągu 14 lat wydano zaledwie 750 certyfikatów (wymagany jest osobny na każdy produkt), zaś łączna sprzedaż towarów i usług oznaczonych stokrotką w 2008 r. wyniosła tylko 800 mln euro.

Od dwóch lat uprawnienia nadawania zielonych stokrotek ma Polskie Centrum Badań i Certyfikacji (PCBC). Do tej pory uzyskało je, lub podjęło starania, zaledwie 13 przedsiębiorstw. Danuta Krzemień, szefowa marketingu Lakmy (producent popularnych płynów do mycia podłóg Sidolux), ma nadzieję, że dzięki stokrotce łatwiej będzie przekonać do nieznannej polskiej marki wymagające niemieckie gospodynie. Z korzyściami w kraju jest już dużo gorzej. Ludwik Królas, dyrektor poznańskiego hotelu Topaz (pierwszy w Polsce zdobył stokrotkę), twierdzi, że na skandynawskich gościach jego unijny kwiatek robi wrażenie, ale na wyższą frekwencję się nie przekłada: – *Zdobyliśmy stokrotkę po to, by przetrzeć szlaki i pomagać innym w staraniach. Jesteśmy firmą*

konsultingowo-szkoleniową, specjalizującą się w ochronie środowiska. Usługi hotelowe to tylko dodatkowa działalność – tłumaczy Królas.

Z kolei Annę Garbaczewską, właścicielkę Aura Cosmetics, firmy produkującej żele do ciała, zaczyna irytować fakt, że blisko rok temu zdobyty z wielkim trudem Ecolabel prócz prestiżu nie daje nic. Bo choć tylko jej kosmetyki naprawdę wody nie zanieczyszczają (co potwierdza stokrotka), to klientki i tak sięgają po „naturalne szwedzkie kosmetyki” Oriflame. Naturalne, bo firma „korzysta z tego, co w naturze najbardziej wartościowe” (informacja z etykiety), zaś opakowanie nadaje się do recydingu, co ma być wyrazem troski o naturalne środowisko.

Joanna Tkaczyk z PCBC, kierownik Zespołu ds. Wspólnotowego Oznakowania Ekologicznego Ecolabel, przyznaje, że system nie spełnia pokładanych w nim nadziei. Bruksela zamierza ponoć ten impas przełamać. Słone opłaty, które posiadacze stokrotek co roku uiszczają za prawo ich stosowania, jeszcze w tym roku mają być obniżone o połowę. – *W Polsce stokrotka będzie promowana. Na ten cel zarezerwowaliśmy 10 mln euro z europejskich funduszy* – informuje Tkaczyk.

Agro, nie bio

Wszystko to mało. Żeby system Ecolabel mógł się rozwijać, potrzebne są normy i kryteria dla kolejnych grup towarowych, np. takich jak kremy do ciała czy meble. Ich opracowanie trwa miesiącami, a na razie jest ich tylko 25. Mszczą się tu wieloletnie zaniedbania polityków. To, że świat biznesu manipuluje ekologią, jest w znacznej mierze winą rządów. Wiele z nich do dziś nie zdefiniowało kryteriów, które należy spełnić, żeby produkt, usługę czy zachowanie uznać za ekologiczne.

Np. wielkim błędem, i to na globalną skalę, okazało się promowanie biopaliw (substytutów benzyny lub diesla produkowanych z roślin) pod pretekstem ochrony przyrody. Ponieważ popyt na nie przekroczył najśmielsze oczekiwania, to w krajach najuboższych, w pogoni za nowym miejscem do upraw, zintensyfikowano wyrąb lasów tropikalnych. Dlatego właśnie Dariusz Szwed z partii Zielonych prosi dziennikarzy, żeby pisali o agro, a nie o biopaliwie. Takich paradoksów jest więcej.

Sieci handlowe nie czekały, aż politycy wezmą je do galopu, i same wycofały się z rozdawnictwa darmowych toreb (teraz trzeba za nie płacić). Skorzystały na tym podwójnie. Nie dość, że oszczędziły spore pieniądze, to jeszcze tanim kosztem zdobyły wizerunek tych, które dbają o środowisko. Nie do końca zresztą zasłużenie. Dumne ze swoich proekologicznych zachowań Tesco i Carrefour zaczęły rozdawać reklamówki ulegające rozpadowi pod wpływem światła. Według części środowiska naukowego są one bardziej szkodliwe dla środowiska od tradycyjnych.

Dariusz Szwed jest daleki od tego, by cały ekomarketing potępiać w czambuł. – *Jeśli firma przedstawia się jako zielona, to musi mieć uznawany przez ekologów certyfikat i wykazać, co dobrego robi dla środowiska* – twierdzi Szwed. Dobrze więc ocenia elektrownię, która uczy, jak oszczędzać energię (propaguje zielony konsumeryzm). Na jego pochwałę zasługuje też bank, który namawia klientów do rezygnacji z papierowych wyciągów, a wszystkie zaoszczędzone pieniądze przeznacza na sadzenie lasu lub oddaje klientom jako nagrodę za ich proekologiczne zachowanie.

Biznes zaczyna stopniowo traktować ekologię i zrównoważony rozwój na serio (a nie jako pretekst do działań marketingowych), więc za ekologiczny audyt zabrały się największe firmy doradcze. Pomagają liczyć emisję CO₂, pokazują, jak oszczędzać energię i wodę, pomagają wdrażać normy środowiskowe ISO. – *Tylko w naszym biurze za pomocą prostych zabiegów udało się obniżyć wydatki na energię elektryczną o 40 proc., a zużycie papieru o 70 proc. To najlepszy dowód na to, że zrównoważony rozwój się opłaca* – mówi Aleksander Kwiatkowski, szef polskiego oddziału firmy doradczej AT Kearney. A będzie opłacał się jeszcze bardziej. Walka o czystą ziemię sprawi, że prędzej czy później firmy będą dokładnie rozliczane ze wszystkich swoich brudów. Nie tylko finansowych.

Nr 4. Pozytywne relacje z interesariuszami. Przedsiębiorstwo a społeczności lokalne

DODATKOWY SCENARIUSZ

	Opis
TEMAT LEKCJI	POZYTYWNE RELACJE Z INTERESARIUSZAMI. PRZEDSIĘBIORSTWO A SPOŁECZNOŚCI LOKALNE
CZAS REALIZACJI:	Jedna godzina lekcyjna - 45 minut
METODY PRACY	Elementy wykładu, prezentacja, pogadanka, dyskusja, praca z materiałem źródłowym, mapa mentalna, praca w grupach, praca indywidualna
FORMY PRACY	Praca indywidualna, praca w grupach z wykorzystaniem nauczania przez współpracę, prezentacja uzyskanych umiejętności
ŚRODKI DYDAKTYCZNE:	Projektor multimedialny, ekran, rzutnik, arkusze papieru, mazaki, magnesy lub pineski, karteczki do losowania grup, materiały do pracy w grupach
CEL OGÓLNY:	Uświadomienie uczniom/uczennicom znaczenia pozytywnych relacji przedsiębiorstwa ze społecznością lokalną, jako jedną z grup interesariuszy, ukazanie niejednoznaczności modeli pomocowych stosowanych w praktyce (na przykładzie modelu mikrofinansowania)
CELE SZCZEGÓŁOWE	Po realizacji lekcji uczeniowie/uczennice powinni/powinny: <ul style="list-style-type: none"> • wiedzieć jaką rolę odgrywa cena w dokonywanych przez ucznia/uczennicę oraz ich bliskich wyborach konsumenckich • znać inicjatywy podejmowane przez instytucje publiczne w ramach obszaru społecznej odpowiedzialności (m.in. w ramach przedsięwzięcia Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym, który miał miejsce w 2010 r. oraz działaniami organów polskich w tej kwestii) • umieć wyjaśnić pojęcie „produktu z misją społeczną” • znać zasady mechanizmu mikrofinansowania autorstwa Muhammada Yunusa, umieć wskazać na podstawie praktyki zarówno zalety jak i powstające wypaczenia, problemy związane z modelem • wiedzieć, że pozytywne relacje przedsiębiorstw nie ograniczają się do problematyki zwalczania biedy i ubóstwa, umieć wyszukać/wskazać przykłady pozytywnych relacji między przedsiębiorstwami, a społecznościami lokalnymi na różnych płaszczyznach, w miejscowości z której pochodzi lub województwa • wiedzieć jaką rolę odgrywa samoświadomość w podejmowanych przez siebie/swoich bliskich/przedsiębiorców działaniach konsumenckich w relacji do czynnika ceny, • umieć analizować tekst pod kątem poszukiwanych informacji, współpracy w grupie, opracowywania i prezentowania wyników swojej pracy.
OCENIE PODLEGAĆ BĘDĄ:	<ul style="list-style-type: none"> • aktywność ucznia/uczennicy na lekcji, • poprawność wykonywania zadań, • aktywność pracy w grupie.

PLAN LEKCJI

ETAPY	PROCEDURA	UWAGI METODYCZNE	INNE UWAGI
I	<p>1. Nauczyciel/nauczycielka we wprowadzeniu do zajęć może skorzystać z wyników uzyskanych w klasie podczas realizacji badania Wyborów Konsumenckich (scenariusz lekcji nr 5 - dodatkowej, Świadomy ekologicznie konsument w UE). W zakresie kategorii III. Powód zakupu określona została wielkość wskaźnika 3.1. Niska cena – odzwierciedlającego liczbę osób, które podjęły decyzję o zakupie produktu ze względu na niską cenę produktu. Odnosząc się do wskaźnika nauczyciel/nauczycielka zachęca uczniów/uczennice do rozmowy o przyczynach ukształtowania się wskaźnika na danym poziomie. Ponadto wprowadza uczniów/uczennice w tematykę biedy, ubóstwa (m.in. wraz z uczniami definiuje pojęcie biedy, ubóstwa), które stanowią wyzwanie zarówno dla instytucji publicznych jak i przedsiębiorstw w ich relacjach ze społecznościami lokalnymi. Nauczyciel/nauczycielka ma do dyspozycji publikację Bieda, Przewodnik dla dzieci (http://issuu.com/krytykapolityczna/docs/bieda?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.com%2Fv%2Flight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true)</p>	Pogadanka, Mapa mentalna	<p>W przypadku wysokiej wartości wskaźnika 3.1. Niska cena zalecane jest skorzystanie z dodatkowych materiałów dot. postrzegania biedy m.in. publikacji Bieda. Przewodnik dla dzieci, autorstwa H. Gill-Piątek, H. Krzywonos, A. Pluty, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2010, fragment publikacji dostępny jest na portalu wydawnictwa: http://issuu.com/krytykapolityczna/docs/bieda?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.com%2Fv%2Flight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true Dostęp on-line z dn. 10.03.2012</p>
	<p>2. Nauczyciel/nauczycielka odnosząc się do społecznie zaangażowanych instytucji publicznych przybliży inicjatywę Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010 (w oparciu o materiały w Załączniku nr 1). Pyta uczniów/uczennice czy słyszeli o inicjatywie, projektach realizowanych w ramach wspomnianego przedsięwzięcia na przestrzeni 2010 r.</p>	Pogadanka	<p>Załącznik 1 Materiały dot. Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010</p>
	<p>3. Nauczyciel/nauczycielka wskazuje na rolę przedsiębiorstw w walce z biedą i ubóstwem jako jednym z obszarów CSR w relacjach ze społecznościami lokalnymi, wskazuje na ideę „produktów z misją społeczną” (na przykładzie inicjatywy Danone Mleczny Start -</p>	Pogadanka	<p>Adres portalu internetowego pomocnego do opracowania pogadanki o „produkcje z misją</p>

	<p>partnerstwo na rzecz prawidłowego żywienia dzieci”.</p> <p>Nauczyciel/nauczycielka wskazuje, że inspiracją dla powstania opisanego „produktu z misją społeczną” była idea autorstwa Mohammada Yunusa.</p> <p>Nauczyciel/nauczycielka ma do dyspozycji informacji zawarte w portalu o jednym z polskich produktów z misją społeczną (http://www.mlecznystart.pl/)</p>		<p>społeczną”</p> <p>http://www.mlecznystart.pl/</p> <p>Dostęp on-line z dn. 10.03.2012</p>
	<p>4. Nauczyciel/nauczycielka wprowadza uczniów/uczennice w model mikrofinansowania autorstwa Mohammada Yunusa. W tym celu dzieli uczniów/uczennice na dwie grupy A i B poprzez losowanie przez uczniów/uczennice kolorowych lub ponumerowanych kartek. W ramach każdej grupy uczniowie/uczennice otrzymują fragmenty tekstów przybliżających problematykę oraz polecenie do opracowania w ramach przygotowania do dyskusji (w oparciu o materiały w Załączniku nr 2a i nr 2b). Po przygotowaniu w mniejszych grupach na forum klasy nauczyciel/nauczycielka przeprowadza dyskusję nad ideą modelu mikrofinansowania autorstwa M.Yunusa. Dyskusja jest uzupełniana, komentowana przez nauczyciela, który dodatkowo zapoznaje uczniów/uczennice z oficjalnymi portalami internetowymi przybliżającymi działalność Yunusa, czyli Yunus Centre i Grameen Bank (linki do stron w części inne uwagi).</p>	<p>Pogadanka</p> <p>Praca w grupach,</p> <p>Praca z materiałem źródłowym,</p> <p>Czytanie ze zrozumieniem</p> <p>Dyskusja na forum klasy</p> <p>Prezentacja argumentów za i przeciw</p>	<p>Załączniki: nr 2a i nr 2b</p> <p>Materiały dotyczące działalności Muhammada Yunusa –</p> <p>Adresy anglojęzycznych portali internetowych pomocnych do opracowania ćwiczenia:</p> <p>Yunus Centre - http://www.muhammadyunus.org</p> <p>Grameen Bank - http://www.grameen-info.org/</p>
	<p>5. Nauczyciel/nauczycielka zachęca uczniów/uczennice by w ramach zadania domowego poszukali przedsiębiorstwa, które działa w ich miejscowości lub województwie, a następnie za pośrednictwem strony internetowej lub kontaktu bezpośredniego pozyskali informacje o działaniach przedsiębiorstwa na rzecz pozytywnych relacji ze społecznością lokalną w zakresie różnych inicjatyw (zarówno z zakresu rozwiązywania problematyki biedy i ubóstwa jak i innych). Zadanie uczniowie/uczennice dostarczają nauczycielowi/nauczycielce w formie pisemnej lub prezentacji multimedialnej. Wyniki, jeżeli czas na to pozwoli są prezentowane podczas kolejnych zajęć</p>	<p>Zadanie do samodzielnego opracowania</p>	

	(zajęć dodatkowych).		
II	<p>1. Nauczyciel/nauczycielka podsumowuje lekcję, poprzez dyskusję i rozmowę z uczniami/uczennicami. Przykłady pytań, jakie może zadać nauczyciel/nauczycielka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jakie inicjatywy podejmowane były przez instytucje publiczne w ramach obszaru społecznej odpowiedzialności (zwłaszcza w ramach przedsięwzięcia Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym)? • czym jest „produkt z misją społeczną”? • co najbardziej zainteresowało, uczniów/uczennice? • jakie elementy przeprowadzonej lekcji były najatrakcyjniejsze? <p>2. Zostaje dokonana ocena pracy uczniów/uczennic przez nauczyciela/nauczycielkę podczas lekcji, przekazanie wskazówek dotyczących doskonalenia umiejętności.</p>	Pogadanka	

Wykaz załączników

Załącznik 1 - Materiały dot. Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010
Europejski Rok Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010

Załączniki: nr 2a i nr 2b Materiały dotyczące działalności Muhammada Yunusa

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1 - Materiały dot. Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010
Europejski Rok Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010¹²

Europejski Rok Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym 2010ⁱ

Komisja Europejska, Zatrudnienie, sprawy społeczne i włączenie społeczne -
<http://ec.europa.eu/social/>:

"Unia Europejska jest jednym z najbogatszych rejonów na świecie, mimo to 17% Europejczyków ma tak ograniczone dochody, że nie może zaspokoić podstawowych potrzeb życiowych."

Oficjalny portal Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym -
<http://www.2010againstopoverty.eu/> - wybrane fragmenty:

„Prawie **84 milionów** Europejczyków zagrożonych jest ubóstwem, co oznacza, że codziennie zmagają się z niepewnością i brakuje im środków na zaspokojenie najbardziej podstawowych potrzeb. Życie w ubóstwie jest przyczyną wielu problemów, począwszy od braku środków finansowych na zakup żywności i odzieży, a skończywszy na złych warunkach mieszkaniowych, a nawet braku dachu nad głową. Ubóstwo ogranicza również możliwość dokonania swobodnego wyboru dotyczącego stylu życia, co może prowadzić do wykluczenia społecznego. Unia Europejska zainspirowana zasadą solidarności stanowiącą podwaliny jej struktur, połączyła swe siły z państwami członkowskimi i ogłosiła rok 2010 Europejskim Rokiem Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym. Podstawowe cele Roku to **zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat ubóstwa i wykluczenia społecznego** oraz **zwiększenie zaangażowania politycznego Unii Europejskiej i państw członkowskich w walkę z tymi problemami**. Podstawowym zadaniem Roku 2010 jest **zwrócenie uwagi na problemy i obawy ludzi, którzy zmagają się z problemem ubóstwa i wykluczenia społecznego** oraz **zainspirowanie wszystkich obywateli Europy oraz partnerów społecznych, aby zaangażowali się w walkę z tym poważnym problemem**. Zadaniem Europejskiego Roku jest również **walka ze stereotypami i zbiorową percepcją ubóstwa**. Opierając się na unijnych zasadach solidarności i partnerstwa, Rok 2010 nawołuje do zdecydowanej walki z przyczynami ubóstwa, aby wszyscy członkowie społeczeństwa mogli odgrywać w nim pełną i aktywną rolę.”

Tak jak w przypadku tego typu inicjatyw, także i przy organizacji Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym przewidziano zaangażowanie/zaproszono do współpracy obok **Komisji Europejskiej i państw członkowskich organizacje obywatelskie i partnerów społecznych**, w tym osoby, które pełniły rolę **ambasadorów kampanii**. W rolę ambasadorów wcielają się osoby, którym bliska jest problematyka podnoszona w danym roku kalendarzowym. Bliższe informacje o wszystkich ambasadorach w poszczególnych krajach Unii Europejskiej: <http://www.2010againstopoverty.eu/ambassadors/?langid=pl>.

¹² Informacje zawarte w niniejszym załączniku (w tym informacje dostępne za pośrednictwem portali internetowych, zostały zaktualizowane na styczeń 2011 r.

Klip promujący przedsięwzięcie z Konferencji Inaugurującej Europejski Rok Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym w Polsce. Ambasadorzy przedsięwzięcia m.in. Emilian Kamiński (który jak sam zaznacza, jako dziecko przez krótki okres sam doświadczył głodu), Jolanta Fajkowska, Jan Mela, Jarosław Duda wskazują na ważne aspekty w tym zależność narastania problemu ubóstwa i wykluczenia społecznego w czasach dekonjunktury oraz wzrastającą liczbę osób wykluczonych nawet w bogatych społeczeństwach. Źródło: <http://www.youtube.com/watch?v=861nLYBr9v8>

Przebieg działań w Polsce na rzecz Europejskiego Roku Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym koordynowało **Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej** – bliższe informacje na temat podjętych działań znajdują się na stronie: <http://www.mpips.gov.pl/index.php?gid=1334>, w tym informacja o przebiegu projektów, które uzyskały dofinansowanie w ramach przedsięwzięcia: <http://www.mpips.gov.pl/index.php?gid=1579>. Ponadto w ramach aktywnych działań na rzecz inicjatywy ze strony Przedstawicielstwa Komisji Europejskiej w Polsce zostało udzielone wsparcie dla magazynu, który pomaga wychodzić z bezdomności – WSPAK. Magazyn jest tworzony przez osoby, które znają problem bezdomności z autopsji. Bliższe informacje: http://www.youtube.com/watch?v=1i2bkBKluYE&feature=player_embedded.

Oficjalne logo Europejskiego Roku walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym (wersja polskojęzyczna):



Ponadto na stronie:

<http://www.2010againstopoverty.eu/mediagallery/video.html?pageNum=1&langid=pl>

zamieszczono filmy z krajów członkowskich UE ukazujące problem zmagania się z ubóstwem i wykluczeniem społecznym.

Załącznik 2a

Materiały dotyczące działalności Muhammada Yunusa stanowiące podstawę dyskusji dla grupy A

• Instrukcja dla ucznia/uczennicy – Grupa A

Na podstawie załączonych poniżej tekstów przygotuj argumenty do dyskusji nad koncepcją modelu mikrofinansowania autorstwa Mohammada Yunusa. Twoim zadaniem jest obrona idei Yunusa.

Tekst nr 1

„Yunusa poznałam (Maria Nowak – przyp. autora.) w połowie lat 80. na jednej z konferencji o krajach zacofanych. Mówił inaczej niż cała reszta. Nie teoretyzował. Aż pojechałam za nim do Bangladeszu. Opowiadał mi, jak studiował ekonometrię i któregoś dnia dostrzegł rzeczywistość za oknem - wokół uniwersytetu rozciągały się wioski. Zaczął tam jeździć. Pożyczał, głównie kobietom, małe sumy z własnej kieszeni, rzędu jednej piątej dolara. Stworzył system, w którym pięć kobiet żyrowało sobie nawzajem kredyty. Wszystkie musiały być oddane na czas, by którakolwiek z nich dostała następny, więc one się wzajemnie wspierały. Jeździłam z Yunusem, rozmawiałam z kobietami, które dzięki kredytowi kupiły sznurek do wyplatania krzeseł, wrzeczono do tkania szali. Mogły dawać dzieciom jeść dwa razy dziennie, a nie raz. W radach lokalnych banków większość głosów należała do klientów, najczęściej niepiśmiennych kobiet. Świetnie dawały sobie z tym radę. Wtedy, w 1986 roku, założony przez Yunusa Graamen Bank (bank został założony w 1976 r. – przyp. autora) miał 200 tys. klientów. Dziś ma 7 mln.”

„Kobiety nie zniechęcają się i lepiej spłacają. Tak jest na całym świecie. Yunus miał kłopoty w Bangladeszu z muzułmańskimi przywódcami religijnymi, którzy widzieli w tym - słusznie - drogę do emancypacji kobiet. Ziemi tam mało, trudno z niej wyżyć. Mężczyzna mógł polepszyć swój los, porzucając żonę i biorąc następną - z posagiem. Ale jeśli kobieta brała kredyty i je spłacała, to bank pożyczał jej na odnowienie mieszkania, zwiększenie standardu. Nie można było wtedy jej przegnać i oddać rodzinie, bo część wspólnego dobytku była na nią zapisana.¹³

Tekst nr 2

„Zmarły w 2006 roku słynny amerykański ekonomista John Kenneth Galbraith twierdził, że pieniądze są równie ważne dla tych, którzy je mają, jak i dla tych, którzy ich nie mają. Ale większość instytucji finansowych woli mieć do czynienia z tymi, którzy je mają. Dzieje się tak z powodu przekonania, że nie sposób godziwie zarobić obracając drobnymi sumami. W większości krajów instytucje finansowe unikają terenów zamieszkałych przez biedotę. Nie z przypadku urodziło się powiedzenie, że bank to ktoś, kto wciska ci parasol wtedy, gdy ani chmurki na niebie.

Trzy miliardy ludzi, blisko połowa ludzkości, żyje dziś za mniej niż dwa dolary dziennie. 1,2 mld wegetuje za mniej niż jednego dolara dziennie. W Azji za mniej niż dolara dziennie próbuje wyżyć 160 mln rodzin, w Afryce i na Bliskim Wschodzie – ponad 60 mln, w Ameryce Łacińskiej – 12 mln, a w Ameryce Północnej, Europie i dawnym ZSRR – 3,5 mln. Tylko co szósta z tych najuboższych rodzin ma dostęp do jakiegokolwiek instytucji finansowej. Jak najlepiej im pomóc? Mohammad Yunus powiada: Dajcie im kredyt.

Yunus pożyczył 27 dol. grupce rzemieślników. Zgodził się również być gwarantem większej pożyczki, której udzielił lokalny bank. Taki był początek organizacji, która zyskała nazwę Grameen Bank (co w języku bengali znaczy bank wiejski), a z niego uczyniła ojca idei mikrokredytu. Opiera się ona na głębokim przekonaniu, że

¹³ Fragmenty artykułu – o Marii Nowak, Polce, wprowadzającej od 1986 r. w różnych krajach świata system mikropożyczek dla najuboższych i wykluczonych - autorstwa Anny Bikont, Maria, noblista, malarz i czyścibut, Wysokie obcasy, wrzesień 2007, dostęp on-line marzec 2012 r. - <http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,4496036.html?as=1&startsz=x>

biedni, a nawet bardzo biedni, mogą być nie tylko wiarygodnymi pożyczkobiorcami, ale także sprawnymi przedsiębiorcami.

Grameen Bank to dokładne odwrócenie zasady działania konwencjonalnego banku, który tym więcej jest ci skłonny pożyczyć, im więcej masz. Yunus uważa, że dostęp do kredytu to prawo człowieka, a ten, kto nie ma nic, ma pierwszeństwo. Tradycyjny bank chce wiedzieć, co potencjalny klient już posiada. Grameen zastanawia się nad tym, jaki potencjał, dotąd nieujawniony, tkwi w przyszłym pożyczkobiorcy. Tradycyjny bank jest własnością zwykle bogatych mężczyzn. Akcjonariusze Grameen to biedni, głównie kobiety. Tradycyjny bank stara się maksymalizować zysk. Celem Grameen Banku jest zaoferować usługi finansowe, głównie kredyt, najbiedniejszym, po to, aby pomóc im walczyć z nędzą. Konwencjonalne banki mają swe oddziały głównie w miastach. Oddziały Grameen Banku mieszczą się w regionach wiejskich. Wszystko to brzmi rewolucyjnie i idealistycznie. U jednych budzi podziw, u innych zrozumiały sceptycyzm, u jeszcze innych uśmiech politowania.

Ponad 95 proc. klientów Grameen Banku to kobiety. Mało która wcześniej dotknęła pieniędzy. Ojciec i mąż powtarzali bez końca, że jest bezużyteczna i stanowi ciężar dla rodziny. Jako wdowa, rozwódka lub porzucona będzie skazana na żebranie. Yunus pożycza jej pieniądze i nie żałuje. Duma, presja potrzeb i środowiska sprawiają, że okazuje się z reguły świetnym płatnikiem. Inwestuje w wełnę, warzywa, stragan albo krowę, i zaczyna w małych, tygodniowych ratach spłacać pożyczkę. W którymś momencie staje się samowystarczalna.”

„W miarę, jak rosła reputacja Yunusa, udawało mu się przyciągnąć prywatny kapitał. Powstawały finansowe hybrydy, takie jak GrameenPhone, zorientowana na zysk organizacja, której większościowy udziałowiec to norweska firma telekomunikacyjna współpracująca z Grameen Telecom, który nie kieruje się motywem zysku. Z pożyczek banku Yunusa kobiety na wsiach Bangladeszu kupują telefony komórkowe i ładowarki bazujące na bateriach słonecznych.”

„Model jest kopiowany w wielu krajach, nie tylko biednych. W USA istnieje kilkaset instytucji sklonowanych z Grameen Bankiem.”

„Model sprawdza się lepiej w regionach o silnych związkach grupowych, takich jak czarne getto czy rezerwat Indian, albo w wioskach Albanii i Bośni, ale nie w dużych miastach zachodniej Europy, gdzie biednych nie brakuje, ale ludzie są zwykle mniej zintegrowani.”

„Krytycy spoza sektora podkreślają, że w końcowym rozrachunku mikrokredyt to nie panaceum na nędzę w skali globalnej, ale środek antybólowy, który nie ma nic wspólnego z głębokimi reformami społecznymi. Zwolennicy Yunusa w odpowiedzi pytają: Jak długo jesteście skłonni czekać na rewolucję? A co, jeśli nie nadejdzie? Kto dał wam moralne prawo, aby odmawiać szansy milionom ludzi, jeśli dostęp do kredytu taką szansę stwarza?”

„Na razie na bardziej realistyczną drogę ataku na nędzę wygląda mariaż idei Yunusa z filantropią Gatesów i Buffetta. Wsparcie dla instytucji mikrokredytu w Indiach rozpoczęła Fundacja Michaela Della i jego żony o kapitale 1,2 mld dol.”¹⁴

Tekst nr 3

„Mikrokredyt to nie jałmużna - za usługę trzeba zapłacić. I bardzo dobrze. Bo jeśli instytucja mikrofinansowa dałaby 100 dolarów jednemu ubogiemu, musiałaby gdzieś znaleźć kolejne sto, żeby dać drugiemu. Poza tym datki, czy nawet kredyt subsydiowany, kreują wśród beneficjentów oczekiwanie, że państwo zawsze powinno zapewnić pomoc. A jako pożyczka, którą trzeba spłacić z nawiązką, te 100 dolarów jest w obiegu i pomaga

¹⁴ Fragmenty artykułu – Andrzeja Lubowskiego, Recepty na biedę Z kąta do konta, Polityka, grudzień 2006, dostęp on-line marzec 2012 r. <http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/niezbednikinteligenta/200966,1,recepty-na-biede.read>

wielu ludziom. Yunus twierdzi, że kredyt daje nędzaczom klucz do człowieczeństwa: nagle okazuje się, że są w stanie podejmować racjonalne decyzje i wykazywać się przedsiębiorczością.

Czy można sobie wyobrazić coś bardziej szczytnego i skutecznego niż ta roztropna filantropia? Środowisko ochotników i profesjonalistów od rozwoju trzeciego świata powitało mikrofinansowanie jako wynalazek, który wkrótce wymaże nędzę z powierzchni świata. I to nie dzięki megapożyczkom na megaprojekty, ale dzięki mikrosumom powierzonym najuboższym.

Problem w tym, że mikropożyczki nie robią żadnej makroróżnicy, odzywają się niektórzy ekonomiści. Bez wątplenia przynoszą ulgę biednym kobietom, omijając wymogi dużych banków i lichwiarskie stawki lokalnych kredytodawców. Ale za 100 dolarów nie da się kupić nawet krowy, nie mówiąc o ziemi. Nawet w Bangladeszu. Bezrolni pozostają bezrolnymi i na pewno nie robią kariery od pucybuta do milionera.

Palagummi Sainath, jeden z indyjskich dziennikarzy specjalizujący się w tropieniu przyczyn wiejskiej biedy, twierdzi, że mikropożyczki są zbawienne jako doraźny środek i tylko tak długo, jak długo nie robi się z nich broni masowego rażenia. Tymczasem biznes mikropożyczkowy rozrósł się do rozmiarów imperium, przywracając kontrolę tym samym bankom, które mikrofinansowanie miało omijać. Zanim jakkolwiek kobieta z bangladeskiej wsi zobaczy pierwszą rupię, NGO, konsultanci, menadżerowie banków i ich krewni - każdy dostaje swój udział. Oprocentowanie pożyczki rośnie - nawet do 50 proc., według danych Microbanking Bulletin z 2004 r.

Ale gdyby nawet było niższe, sam dostęp do kredytu nie czyni z żebraka przedsiębiorcy. Nie każdy niestety rodzi się menadżerem, rozwiewa złudzenia magazyn dla Menadżerów CEO powołując się na badania profesora Uniwersytetu Michigan Aneela Karnaniego. Wizje rozkwitających setkami tysięcy mikrofirm gospodarek krajów rozwijających się to jego zdaniem mit. Większość mikroprzedsiębiorców to bohaterowie mimo woli: zamiast brać sprawy w swoje ręce, tak naprawdę woleliby pracować na etacie za godziwą pensję. Niedobrze więc, że opinia światowa koncentruje się na mikrokredycie, odsuwając na boczny tor dyskusję o głównych potrzebach krajów rozwijających się - budowie infrastruktury, szkolnictwa i opieki zdrowotnej, które podnoszą poziom zatrudnienia i produktywności. Niewykształcony, niedożywiony i schorowany przedsiębiorca jest mało produktywny. Inni potwierdzają: bez dróg dojazdowych na rynek i lokalnego popytu nawet zdeterminowani mikroprzedsiębiorcy nie odniosą sukcesu. Gdyby za to w okolicy było więcej miejsc pracy, część konkurencji chętnie przeszłaby na etat, ułatwiając życie sobie i innym.

Bangladescy ekonomiści wystąpili w tej sprawie z raportem z 2007 roku, który ma rozprawić się z mitem mikrokredytu. Według badań Uniwersytetu Rajshahi mikrokredyt nie pomógł w niczym 77 proc. pożyczkobiorców w Bangladeszu: 76 proc. nadal nie ma ziemi, 64 proc. boi się głodu, 84 proc. nie ma dostępu do opieki zdrowotnej. O 50 proc. zwiększyło się natomiast użycie telefonów komórkowych (dzięki Grameen Phone ufundowanym wspólnie z norweskim Telenor) i ogólne zadłużenie. „Ubóstwo jest częścią naszej polityki i naszej kultury”, stwierdzają z oburzeniem naukowcy. „Na ubóstwie się u nas zarabia”.

Z równouprawnieniem kobiet też wyszło nie do końca tak, jak miało wyjść. Mikrokredyty stały się świetnym źródłem finansowania wiana- plagi nieznannej w Bangladeszu do późnych lat 60. Teraz, dzięki łatwo dostępnym mikropożyczkom, wszechmocne teściowe klasy średniej systematycznie wyciągają kasę ze swoich synowych. Aż do rozwodu, kiedy ofiara nie ma już czym płacić.

No dobrze, mikrokredyt ma swoje ciemne strony, ale nie możemy przecież czekać aż w całym trzecim świecie zostaną wybudowane drogi, szkoły i szpitale! Kobiety potrzebują emancypacji dziś, a nie jutro, dzieci muszą zjeść obiad - dziś, a nie jutro, tłumaczą apologetci. A profesor Yunus, laureat pokojowej nagrody Nobla z 2006 roku, nawołuje uczniów mikrofinansowania do „odnowy moralnej”: musimy zgromadzić własne oszczędności i uniezależnić się od międzynarodowych dawców. Mikrokredyt nie powinien być działalnością wyłącznie komercyjną. Naszym głównym wskaźnikiem ma być liczba osób wyciągniętych z ubóstwa, a nie zysk.¹⁵

¹⁵ Fragmenty artykułu Joanny Irzabek, Mikrokredyt panaceum na ubóstwo świata czy sposób zarabiania na ubogich? Tańcząc z długami, Polityka, styczeń 2009, dostęp on-line z marca 2012 r. – <http://www.polityka.pl/swiat/obyczaje/279243,1,mikrokredyt--panaceum-na-ubostwo-swiatek-czy-sposob-zarabiania-na-ubogich.read>

Tekst nr 4

„W 2006 roku Muhammad Yunus, pionier mikropożyczek dostał za nie nagrodę Nobla. Aktorzy i inne gwiazdy publicznie popiera tę formę pomocy finansowej. Wiele osób jednak zaczyna się zastanawiać czy idea nie została zbyt szybko zdeformowana, gdy okazało się, że może przynieść kokosy. Branża posiada aktywa rzędu 60 mld dolarów i stała się dziś jeszcze jedną specjalnością w bankowości, wykroczywszy daleko poza swoje charytatywne korzenie.

Prywatny kapitał zajął się mikropożyczkami mniej więcej dziesięć lat temu, ale inwestorzy zorientowali się jaki potencjał kryje ta dziedzina działalności dopiero w 2007 roku, gdy meksykańska kasa pożyczkowa Compartamos weszła na giełdę pozyskując 458 mln dolarów. Dziś to największa instytucja tego typu na zachodniej półkuli. Obsługuje 1,2 mln pożyczkobiorców. Odsetki od mikropożyczek różnią się w różnych krajach, ale najwyższe są tam, gdzie jak w Meksyku i Nigerii, popyt na niewielkie kredyty nie może być zaspokojony przez kredytodawców głównego nurtu. W Meksyku średnie oprocentowanie mikropożyczki wynosi 70 proc., choć zdarzają się i takie jak w Te Creemos - aż 125 proc. Na świecie średnia wynosi 37 proc.¹⁶”

Tekst nr 5

„Niepokojąca fala samobójstw wśród hinduskich mikrokredytobiorców. Indyjskie banki w pogoni za zyskiem lekkomyślnie wciskają pożyczki najbiedniejszym. Skutki, również dla światowej gospodarki, mogą być katastrofalne - ostrzegają eksperci”

„W jednym z największych indyjskich stanów Andhra Pradesh ponad 90 proc. mikrokredytobiorców podjudzonych przez polityków przestało spłacać długi. Instytucje udzielające pożyczek boją się kryzysu na miarę tego amerykańskiego, spowodowanego masowym udzielaniem kredytów hipotecznych osobom niebędącym w stanie im podołać. - Jesteśmy przerażeni sytuacją na rynku mikrokredytów - mówił Sunand K. Mitra z Axis Bank biorący udział w panelu na Indyjskim Szczycie Ekonomicznym na początku listopada. Kryzys w tamtym regionie może się rozlać na cały świat - straszy "New York Times" - około 80 proc. pieniędzy pożyczonych prawie 27 mln biednych pochodzi z indyjskich banków. Jeśli banki będą miały trudności z odzyskaniem tych pieniędzy, cała gospodarka może mieć problem. Łączna wartość mikrokredytów udzielonych w Indiach w ciągu ostatniego roku wyniosła 2,3 mld dolarów USA od firm komercyjnych plus 1,46 mld od dotowanych przez państwo instytucji pomocowych - podaje Reddy Subramanyam, sekretarz stanu z ministerstwa rozwoju wsi.

Problem polega na tym, że mikrokredyty, które w pierwotnym zamyśle miały być przedsięwzięciem non profit, dla wielu funduszy i banków stały się pomysłem stricte zyskowym, sposobem na podwojenie wręcz dochodów.

(...)- Niestety sektor, który miał pomagać najbiedniejszym, teraz ich niszczy - mówi Subramanyam. - Dlatego nadszedł czas, by wprowadzić prawne regulacje.

- Komercyjne instytucje nakłaniają do brania pożyczek, czy ludzie ich potrzebują, czy nie - tłumaczy V. Vasant Kumar, minister rozwoju wsi stanu Andhra Pradesh. - Chodzi im tylko o pieniądze.

W indyjskim rynku mikropożyczek coraz mniejszy udział mają organizacje pomocowe, a coraz więcej jest instytucji komercyjnych. Te często nie sprawdzają, na co pożyczają pieniądze. Podstawowe doradztwo finansowo-biznesowe, które miało być standardem przy udzielaniu kredytu przez organizacje charytatywne, zastąpiły nachalnym marketingiem. Nie mają też oporów przed stosowaniem bezwzględnych metod ściągania należności.

(...) Durgamma Dappu, wdowa mieszkająca na wsi, nigdy nie miała stałego dochodu ani konta w banku. Mimo to dostała 200 dolarów pożyczki od prywatnej firmy. Zamierzała zbudować chałupę. Ponieważ nie miała jak spłacić pożyczki, wzięła kolejny kredyt, a potem następny - i jej dług urósł do 2 tys. dolarów. Uciekła ze wsi. Jej rodzina musiała oddać skrawek ziemi, który pozostał po kobiecie.

¹⁶ Fragment notki z portalu wyborcza.biz, kwiecień 2010, dostęp on-line z marca 2012 r. – http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,7771447,Mikropozyczki_wypaczona_idea_Noblisty.html

- Kiedy bierzesz pożyczkę, mówią ci: "Nic się nie martw, to bardzo łatwo spłacić" - żali się K. Shivamma, która chciała wykorzystać pieniądze na przetrwanie po długotrwałej suszy we wsi. - Nikt mnie o zarobki nie pytał. Potem musiałam brać kolejne kredyty. Wiem, że to błędne koło. Teraz mam prawie 2 tys. dolarów długu. Nie mam pojęcia, co będzie dalej.

"The Economist" pisze o 57 przypadkach samobójstw kobiet, które popadły w spiralę długów i zostały osaczone przez wierzycieli.

Politycy stanu Andhra Pradesh obarczyli odpowiedzialnością za śmierć tych kobiet m.in. SKS Microfinance, największą firmę zarabiającą na udzielaniu mikropożyczek, jako że część kobiet była jej klientami. W odpowiedzi na społeczne niezadowolenie, nadużycia firm udzielających pożyczek oraz coraz głośniejsze doniesienia o kolejnych samobójstwach władze Andhra Pradesh wprowadziły szereg obostrzeń dla pożyczkodawców oraz windykatorów długów, m.in. konieczność rejestracji w kilku państwowych instytucjach. Taki wymóg budzi jednak również kontrowersje, gdyż teraz firma prywatna musi się rejestrować i sprostać wymogom instytucji stanowej, która również działa na rynku mikrokredytów, czyli jest jej konkurentem: - To trochę tak, jakby państwowe linie Air India regulowały działalność prywatnych Jet Airways - pojawiły się głosy na lobbującym skądinąd za regulacjami Powerty News Blog.

MFI pod presją zobowiązało się, że będzie dzieliło się z innymi firmami informacjami o klientach, aby nikt nie zapożyczał się w więcej niż trzech miejscach i aby łączne zadłużenie jednej osoby nie przekraczało pewnego limitu. Mniejsze banki czy fundusze mają jednak znacznie mniej skrupułów i do niczego zobowiązywać się nie zamierzają.

Politycy apelują do ludzi o powstrzymanie się od brania kolejnych kredytów i starannego przemyślenia celu ich zaciągania. W zamyśle bowiem mikropożyczki pomyślane były wyłącznie jako pieniądze pod inwestycję, która miała umożliwić osobie uzyskanie stałego dochodu. Obecnie natomiast ubodzy nierzadko pożyczają, aby np. zrobić remont i potem nie mają z czego oddać. Dodatkowo niepokojące są sygnały, że sporo osób zaciąga dodatkowe długi w sąsiednich stanach, gdzie nie ma jeszcze takiego alarmu i obostrzeń.

(...) Na razie największe indyjskie banki deklarują, że zamierzają nadal pożyczać pieniądze SKS Microfinance - podkreśla "The Economist" - może więc być tak, że kryzys zostanie zażegnany. Niewątpliwie jednak idea mikrokredytów wymaga przedyskutowania¹⁷.

¹⁷ Fragmenty artykułu Aleksandry Szytło, Fala samobójstw w Indiach. Powód. Mikrokredyty?, Gazeta Wyborcza, grudzień 2010 r., dostęp on-line z marca 2012 r. – http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,8770320,Fala_samobojstw_w_Indiach_Powod_Mikrokredyty.html

- **Proponowane rozwiązanie dla nauczyciela/nauczycielki – Grupa A**

Poniżej przedstawiono sugestie do dyskusji nad koncepcją modelu mikrofinansowania autorstwa Mohammada Yunusa w zakresie obrony idei Yunusa.

Model mikrofinansowania Mohammada Yunusa to:

- ✓ przedsięwzięcie, które narodziło z obserwacji rzeczywistości, zastosowania podstawy teoretycznej do zmiany otoczenia;
- ✓ próba zmierzenia się z rzeczywistością, w której miliony osób dysponują kwotą jednego dolara dziennie;
- ✓ droga emancypacji kobiet, zwłaszcza mieszkających w regionach bardzo biednych, w których kobiety ze względów religijnych, kulturowych są gorzej traktowane niż mężczyźni; szansa na samodzielność finansową, wzrost znaczenia kobiet w społecznościach, wzrost własnej samooceny, odwróceniu losu kobiet, którym często jak wskazuje Andrzej Lubowski w przytoczonym powyżej tekście nr 2 „Ojciec i mąż powtarzali bez końca, że jest bezużyteczna i stanowi ciężar dla rodziny. Jako wdowa, rozwódka lub porzucona będzie skazana na żebranie. Yunus pożycza jej pieniądze i nie żałuje. Duma, presja potrzeb i środowiska sprawiają, że okazuje się z reguły świetnym płatnikiem. Inwestuje w wełnę, warzywa, stragan albo krowę, i zaczyna w małych, tygodniowych ratach spłacać pożyczkę. W którymś momencie staje się samowystarczalna.”;
- ✓ oferta skierowana do najuboższych oparta na przekonaniu, że mogą oni być, jak pisze Andrzej Lubowski w przytoczonym powyżej tekście nr 2 „nie tylko wiarygodnymi pożyczkobiorcami, ale także sprawnymi przedsiębiorcami”;
- ✓ koncentracja na dotychczas nie ujawnionym potencjalne, który tkwi w przyszłym pożyczkobiorcy – odwrócenie zasady funkcjonującej w tradycyjnych bankach, które tym więcej są skłonne pożyczyć, im więcej posiada ubiegający się o kredyt;
- ✓ przedsięwzięcie, które traktuje kredyt jak narzędzie w walce z biedą, jak pisze Joanna Irzabek w przytoczonym powyżej tekście nr 3, „klucz do człowieczeństwa”; w celu lepszej dostępności oddziały Grameen Banku lokalizowane są w regionach wiejskich w przeciwieństwie do tradycyjnych placówek;
- ✓ przedsięwzięcie, w którym oparto na założeniu, że „mikrosumy” wymażą „mega nędzę”.
- ✓ przedsięwzięcie za które jej autor otrzymał Pokojową Nagrodę Nobla, a do promocji chętnie włączyły się znane osoby;

Przedsięwzięcie, którego zwolennicy w odpowiedzi na krytykę modelu mikrofinansowania ripostują, jak pisze Joanna Irzabek w przytoczonym powyżej tekście nr 3 „nie możemy przecież czekać aż w całym trzecim świecie zostaną wybudowane drogi, szkoły i szpitale! Kobiety potrzebują emancypacji dziś, a nie jutro, dzieci muszą zjeść obiad - dziś, a nie jutro, tłumaczą apologetci. A profesor Yunus, laureat pokojowej nagrody Nobla z 2006 roku, nawołuje uczniów mikrofinansowania do „odnowy moralnej”: musimy zgromadzić własne oszczędności i uniezależnić się od międzynarodowych dawców. Mikrokredyt nie powinien być działalnością wyłącznie komercyjną. Naszym głównym wskaźnikiem ma być liczba osób wyciągniętych z ubóstwa, a nie zysk.”.

Załącznik 2b

Materiały dotyczące działalności Muhammada Yunusa stanowiące podstawę dyskusji dla grupy B

- **Instrukcja dla ucznia/uczennicy – Grupa B**

Na podstawie załączonych poniżej tekstów przygotuj argumenty do dyskusji nad koncepcją modelu mikrofinansowania autorstwa Mohammada Yunusa. Twoim zadaniem jest krytyka idei Yunusa.

Tekst nr 1

„Yunusa poznałam (Maria Nowak – przyp. autora.) w połowie lat 80. na jednej z konferencji o krajach zacofanych. Mówił inaczej niż cała reszta. Nie teoretyzował. Aż pojechałam za nim do Bangladeszu. Opowiadał mi, jak studiował ekonometrię i któregoś dnia dostrzegł rzeczywistość za oknem - wokół uniwersytetu rozciągały się wioski. Zaczął tam jeździć. Pożyczał, głównie kobietom, małe sumy z własnej kieszeni, rzędu jednej piątej dolara. Stworzył system, w którym pięć kobiet żyrowało sobie nawzajem kredyty. Wszystkie musiały być oddane na czas, by którakolwiek z nich dostała następny, więc one się wzajemnie wspierały. Jeździłam z Yunusem, rozmawiałam z kobietami, które dzięki kredytowi kupiły sznurek do wyplatania krzesel, wrzeczono do tkania szali. Mogły dawać dzieciom jeść dwa razy dziennie, a nie raz. W radach lokalnych banków większość głosów należała do klientów, najczęściej niepiśmiennych kobiet. Świetnie dawały sobie z tym radę. Wtedy, w 1986 roku, założony przez Yunusa Graamen Bank (bank został założony w 1976 r. – przyp. autora) miał 200 tys. klientów. Dziś ma 7 mln.”

„Kobiety nie zniechęcają się i lepiej spłacają. Tak jest na całym świecie. Yunus miał kłopoty w Bangladeszu z muzułmańskimi przywódcami religijnymi, którzy widzieli w tym - słusznie - drogę do emancypacji kobiet. Ziemi tam mało, trudno z niej wyżyć. Mężczyzna mógł polepszyć swój los, porzucając żonę i biorąc następną - z posagiem. Ale jeśli kobieta brała kredyty i je spłacała, to bank pożyczał jej na odnowienie mieszkania, zwiększenie standardu. Nie można było wtedy jej przegnać i oddać rodzinie, bo część wspólnego dobytku była na nią zapisana.¹⁸

Tekst nr 2

„Zmarły w 2006 roku słynny amerykański ekonomista John Kenneth Galbraith twierdził, że pieniądze są równie ważne dla tych, którzy je mają, jak i dla tych, którzy ich nie mają. Ale większość instytucji finansowych woli mieć do czynienia z tymi, którzy je mają. Dzieje się tak z powodu przekonania, że nie sposób godziwie zarobić obracając drobnymi sumami. W większości krajów instytucje finansowe unikają terenów zamieszkałych przez biedotę. Nie z przypadku urodziło się powiedzenie, że bank to ktoś, kto wciska ci parasol wtedy, gdy ani chmurki na niebie.

Trzy miliardy ludzi, blisko połowa ludzkości, żyje dziś za mniej niż dwa dolary dziennie. 1,2 mld wegetuje za mniej niż jednego dolara dziennie. W Azji za mniej niż dolara dziennie próbuje wyżyć 160 mln rodzin, w Afryce i na Bliskim Wschodzie – ponad 60 mln, w Ameryce Łacińskiej – 12 mln, a w Ameryce Północnej, Europie i dawnym ZSRR – 3,5 mln. Tylko co szósta z tych najuboższych rodzin ma dostęp do jakiegokolwiek instytucji finansowej. Jak najlepiej im pomóc? Mohammad Yunus powiada: Dajcie im kredyt.

Yunus pożyczył 27 dol. grupce rzemieślników. Zgodził się również być gwarantem większej pożyczki, której udzielił lokalny bank. Taki był początek organizacji, która zyskała nazwę Grameen Bank (co w języku bengali

¹⁸ Fragmenty artykułu – o Marii Nowak, Polce, wprowadzającej od 1986 r. w różnych krajach świata system mikropożyczek dla najuboższych i wykluczonych - autorstwa Anny Bikont, Maria, noblista, malarz i czyścibut, Wysokie obcasy, wrzesień 2007, dostęp on-line marzec 2012 r. - <http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,4496036.html?as=1&startsz=x>

znaczy bank wiejski), a z niego uczyniła ojca idei mikrokredytu. Opiera się ona na głębokim przekonaniu, że biedni, a nawet bardzo biedni, mogą być nie tylko wiarygodnymi pożyczkobiorcami, ale także sprawnymi przedsiębiorcami.

Grameen Bank to dokładne odwrócenie zasady działania konwencjonalnego banku, który tym więcej jest ci skłonny pożyczyć, im więcej masz. Yunus uważa, że dostęp do kredytu to prawo człowieka, a ten, kto nie ma nic, ma pierwszeństwo. Tradycyjny bank chce wiedzieć, co potencjalny klient już posiada. Grameen zastanawia się nad tym, jaki potencjał, dotąd nieujawniony, tkwi w przyszłym pożyczkobiorcy. Tradycyjny bank jest własnością zwykle bogatych mężczyzn. Akcjonariusze Grameen to biedni, głównie kobiety. Tradycyjny bank stara się maksymalizować zysk. Celem Grameen Banku jest zaoferować usługi finansowe, głównie kredyt, najbiedniejszym, po to, aby pomóc im walczyć z nędzą. Konwencjonalne banki mają swe oddziały głównie w miastach. Oddziały Grameen Banku mieszczą się w regionach wiejskich. Wszystko to brzmi rewolucyjnie i idealistycznie. U jednych budzi podziw, u innych zrozumiął sceptycyzm, u jeszcze innych uśmiech politowania.

Ponad 95 proc. klientów Grameen Banku to kobiety. Mało która wcześniej dotknęła pieniędzy. Ojciec i mąż powtarzali bez końca, że jest bezużyteczna i stanowi ciężar dla rodziny. Jako wdowa, rozwódka lub porzucona będzie skazana na żebranie. Yunus pożycza jej pieniądze i nie żałuje. Duma, presja potrzeb i środowiska sprawiają, że okazuje się z reguły świetnym płatnikiem. Inwestuje w wełnę, warzywa, stragan albo krowę, i zaczyna w małych, tygodniowych ratach spłacać pożyczkę. W którymś momencie staje się samowystarczalna.”

„W miarę, jak rosła reputacja Yunusa, udawało mu się przyciągnąć prywatny kapitał. Powstawały finansowe hybrydy, takie jak GrameenPhone, zorientowana na zysk organizacja, której większościowy udziałowiec to norweska firma telekomunikacyjna współpracująca z Grameen Telecom, który nie kieruje się motywem zysku. Z pożyczek banku Yunusa kobiety na wsiach Bangladeszu kupują telefony komórkowe i ładowarki bazujące na bateriach słonecznych.”

„Model jest kopiowany w wielu krajach, nie tylko biednych. W USA istnieje kilkaset instytucji sklonowanych z Grameen Bankiem.”

„Model sprawdza się lepiej w regionach o silnych związkach grupowych, takich jak czarne getto czy rezerwat Indian, albo w wioskach Albanii i Bośni, ale nie w dużych miastach zachodniej Europy, gdzie biednych nie brakuje, ale ludzie są zwykle mniej zintegrowani.”

„Krytycy spoza sektora podkreślają, że w końcowym rozrachunku mikrokredyt to nie panaceum na nędzę w skali globalnej, ale środek antybolowy, który nie ma nic wspólnego z głębokimi reformami społecznymi. Zwolennicy Yunusa w odpowiedzi pytają: Jak długo jesteście skłonni czekać na rewolucję? A co, jeśli nie nadejdzie? Kto dał wam moralne prawo, aby odmawiać szansy milionom ludzi, jeśli dostęp do kredytu taką szansę stwarza?”

„Na razie na bardziej realistyczną drogę ataku na nędzę wygląda mariaż idei Yunusa z filantropią Gatesów i Buffetta. Wsparcie dla instytucji mikrokredytu w Indiach rozpoczęła Fundacja Michaela Della i jego żony o kapitale 1,2 mld dol.”¹⁹

Tekst nr 3

„Mikrokredyt to nie jałmużna - za usługę trzeba zapłacić. I bardzo dobrze. Bo jeśli instytucja mikrofinansowa dałaby 100 dolarów jednemu ubogiemu, musiałyby gdzieś znaleźć kolejne sto, żeby dać drugiemu. Poza tym datki, czy nawet kredyt subsydiowany, kreują wśród beneficjentów oczekiwanie, że państwo zawsze powinno

¹⁹ Fragmenty artykułu – Andrzeja Lubowskiego, Recepty na biedę Z kąta do konta, Polityka, grudzień 2006, dostęp on-line marzec 2012 r. <http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/niezbednikinteligenta/200966,1,recepty-na-biede.read>

zapewnić pomoc. A jako pożyczka, którą trzeba spłacić z nawiązką, te 100 dolarów jest w obiegu i pomaga wielu ludziom. Yunus twierdzi, że kredyt daje nędzaczom klucz do człowieczeństwa: nagle okazuje się, że są w stanie podejmować racjonalne decyzje i wykazywać się przedsiębiorczością.

Czy można sobie wyobrazić coś bardziej szczytnego i skutecznego niż ta roztropna filantropia? Środowisko ochotników i profesjonalistów od rozwoju trzeciego świata powitało mikrofinansowanie jako wynalazek, który wkrótce wymaże nędzę z powierzchni świata. I to nie dzięki megapożyczkom na megaprojekty, ale dzięki mikrosumom powierzonym najuboższym.

Problem w tym, że mikropożyczki nie robią żadnej makroróżnicy, odzywają się niektórzy ekonomiści. Bez wątplenia przynoszą ulgę biednym kobietom, omijając wymogi dużych banków i lichwiarskie stawki lokalnych kredytodawców. Ale za 100 dolarów nie da się kupić nawet krowy, nie mówiąc o ziemi. Nawet w Bangladeszu. Bezrolni pozostają bezrolnymi i na pewno nie robią kariery od pucybuta do milionera.

Palagummi Sainath, jeden z indyjskich dziennikarzy specjalizujący się w tropieniu przyczyn wiejskiej biedy, twierdzi, że mikropożyczki są zbawienne jako doraźny środek i tylko tak długo, jak długo nie robi się z nich broni masowego rażenia. Tymczasem biznes mikropożyczkowy rozrósł się do rozmiarów imperium, przywracając kontrolę tym samym bankom, które mikrofinansowanie miało omijać. Zanim jakakolwiek kobieta z bangladeskiej wsi zobaczy pierwszą rupię, NGO, konsultanci, menadżerowie banków i ich krewni - każdy dostaje swój udział. Oprocentowanie pożyczki rośnie - nawet do 50 proc., według danych Microbanking Bulletin z 2004 r.

Ale gdyby nawet było niższe, sam dostęp do kredytu nie czyni z żebraka przedsiębiorcy. Nie każdy niestety rodzi się menadżerem, rozwiewa złudzenia magazyn dla Menadżerów CEO powołując się na badania profesora Uniwersytetu Michigan Aneela Karnaniego. Wizje rozkwitających setkami tysięcy mikrofirm gospodarek krajów rozwijających się to jego zdaniem mit. Większość mikroprzedsiębiorców to bohaterowie mimo woli: zamiast brać sprawy w swoje ręce, tak naprawdę woleliby pracować na etacie za godziwą pensję. Niedobrze więc, że opinia światowa koncentruje się na mikrokredycie, odsuwając na boczny tor dyskusję o głównych potrzebach krajów rozwijających się - budowie infrastruktury, szkolnictwa i opieki zdrowotnej, które podnoszą poziom zatrudnienia i produktywności. Niewykształcony, niedożywiony i schorowany przedsiębiorca jest mało produktywny. Inni potwierdzają: bez dróg dojazdowych na rynek i lokalnego popytu nawet zdeterminowani mikroprzedsiębiorcy nie odniosą sukcesu. Gdyby za to w okolicy było więcej miejsc pracy, część konkurencji chętnie przeszłaby na etat, ułatwiając życie sobie i innym.

Bangladescy ekonomiści wystąpili w tej sprawie z raportem z 2007 roku, który ma rozprawić się z mitem mikrokredytu. Według badań Uniwersytetu Rajshahi mikrokredyt nie pomógł w niczym 77 proc. pożyczkobiorców w Bangladeszu: 76 proc. nadal nie ma ziemi, 64 proc. boi się głodu, 84 proc. nie ma dostępu do opieki zdrowotnej. O 50 proc. zwiększyło się natomiast użycie telefonów komórkowych (dzięki Grameen Phone ufundowanym wspólnie z norweskim Telenor) i ogólne zadłużenie. „Ubóstwo jest częścią naszej polityki i naszej kultury”, stwierdzają z oburzeniem naukowcy. „Na ubóstwie się u nas zarabia”.

Z równouprawnieniem kobiet też wyszło nie do końca tak, jak miało wyjść. Mikrokredyty stały się świetnym źródłem finansowania wiana- plagi nieznannej w Bangladeszu do późnych lat 60. Teraz, dzięki łatwo dostępnym mikropożyczkom, wszechmocne teściowe klasy średniej systematycznie wyciągają kasę ze swoich synowych. Aż do rozwodu, kiedy ofiara nie ma już czym płacić.

No dobrze, mikrokredyt ma swoje ciemne strony, ale nie możemy przecież czekać aż w całym trzecim świecie zostaną wybudowane drogi, szkoły i szpitale! Kobiety potrzebują emancypacji dziś, a nie jutro, dzieci muszą zjeść obiad - dziś, a nie jutro, tłumaczą apologetci. A profesor Yunus, laureat pokojowej nagrody Nobla z 2006 roku, nawołuje uczniów mikrofinansowania do „odnowy moralnej”: musimy zgromadzić własne oszczędności i

uniezależnić się od międzynarodowych dawców. Mikrokredyt nie powinien być działalnością wyłącznie komercyjną. Naszym głównym wskaźnikiem ma być liczba osób wyciągniętych z ubóstwa, a nie zysk.²⁰

Tekst nr 4

„W 2006 roku Muhammad Yunus , pionier mikropożyczek dostał za nie nagrodę Nobla. Aktorzy i inne gwiazdy publicznie popiera tę formę pomocy finansowej. Wiele osób jednak zaczyna się zastanawiać czy idea nie została zbyt szybko zdeformowana, gdy okazało się, że może przynieść kokosy. Branża posiada aktywa rzędu 60 mld dolarów i stała się dziś jeszcze jedną specjalnością w bankowości, wykroczywszy daleko poza swoje charytatywne korzenie.

Prywatny kapitał zajął się mikropożyczkami mniej więcej dziesięć lat temu, ale inwestorzy zorientowali się jaki potencjał kryje ta dziedzina działalności dopiero w 2007 roku, gdy meksykańska kasa pożyczkowa Compartamos weszła na giełdę pozyskując 458 mln dolarów. Dziś to największa instytucja tego typu na zachodniej półkuli. Obsługuje 1,2 mln pożyczkobiorców. Odsetki od mikropożyczek różnią się w różnych krajach, ale najwyższe są tam, gdzie jak w Meksyku i Nigerii, popyt na niewielkie kredyty nie może być zaspokojony przez kredytodawców głównego nurtu. W Meksyku średnie oprocentowanie mikropożyczki wynosi 70 proc., choć zdarzają się i takie jak w Te Creemos - aż 125 proc. Na świecie średnia wynosi 37 proc.²¹”

Tekst nr 5

„Niepokojąca fala samobójstw wśród hinduskich mikrokredytobiorców. Indyjskie banki w pogoni za zyskiem lekkomyślnie wciskają pożyczki najbiedniejszym. Skutki, również dla światowej gospodarki, mogą być katastrofalne - ostrzegają eksperci”

„W jednym z największych indyjskich stanów Andhra Pradesh ponad 90 proc. mikrokredytobiorców podjudzonych przez polityków przestało spłacać długi. Instytucje udzielające pożyczek boją się kryzysu na miarę tego amerykańskiego, spowodowanego masowym udzielaniem kredytów hipotecznych osobom niebędącym w stanie im podołać. - Jesteśmy przerażeni sytuacją na rynku mikrokredytów - mówił Sunand K. Mitra z Axis Bank biorący udział w panelu na Indyjskim Szczycie Ekonomicznym na początku listopada. Kryzys w tamtym regionie może się rozlać na cały świat - straszy "New York Times" - około 80 proc. pieniędzy pożyczonych prawie 27 mln biednych pochodzi z indyjskich banków. Jeśli banki będą miały trudności z odzyskaniem tych pieniędzy, cała gospodarka może mieć problem. Łączna wartość mikrokredytów udzielonych w Indiach w ciągu ostatniego roku wyniosła 2,3 mld dolarów USA od firm komercyjnych plus 1,46 mld od dotowanych przez państwo instytucji pomocowych - podaje Reddy Subramanyam, sekretarz stanu z ministerstwa rozwoju wsi.

Problem polega na tym, że mikrokredyty, które w pierwotnym zamyśle miały być przedsięwzięciem non profit, dla wielu funduszy i banków stały się pomysłem stricte zyskowym, sposobem na podwojenie wręcz dochodów.

(...)- Niestety sektor, który miał pomagać najbiedniejszym, teraz ich niszczy - mówi Subramanyam. - Dlatego nadszedł czas, by wprowadzić prawne regulacje.

- Komercyjne instytucje nakłaniają do brania pożyczek, czy ludzie ich potrzebują, czy nie - tłumaczy V. Vasant Kumar, minister rozwoju wsi stanu Andhra Pradesh. - Chodzi im tylko o pieniądze.

W indyjskim rynku mikropożyczek coraz mniejszy udział mają organizacje pomocowe, a coraz więcej jest instytucji komercyjnych. Te często nie sprawdzają, na co pożyczają pieniądze. Podstawowe doradztwo

²⁰ Fragmenty artykułu Joanny Irzabek, Mikrokredyt panaceum na ubóstwo świata czy sposób zarabiania na ubogich? Tańcząc z długami, Polityka, styczeń 2009, dostęp on-line z marca 2012 r. – <http://www.polityka.pl/swiat/obyczaje/279243,1,mikrokredyt-panaceum-na-ubostwo-swiate-czy-sposob-zarabiania-na-ubogich.read>

²¹ Fragment notki z portalu wyborcza.biz, kwiecień 2010, dostęp on-line z marca 2012 r. – http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,7771447,Mikropozyczki_wypaczona_idea_Noblisty.html

finansowo-biznesowe, które miało być standardem przy udzielaniu kredytu przez organizacje charytatywne, zastąpiły nachalnym marketingiem. Nie mają też oporów przed stosowaniem bezwzględnych metod ściągania należności.

(...) Durgamma Dappu, wdowa mieszkająca na wsi, nigdy nie miała stałego dochodu ani konta w banku. Mimo to dostała 200 dolarów pożyczki od prywatnej firmy. Zamierzała zbudować chałupę. Ponieważ nie miała jak spłacić pożyczki, wzięła kolejny kredyt, a potem następny - i jej dług urósł do 2 tys. dolarów. Uciekła ze wsi. Jej rodzina musiała oddać skrawek ziemi, który pozostał po kobiecie.

- Kiedy bierzesz pożyczkę, mówią ci: "Nic się nie martw, to bardzo łatwo spłacić" - żali się K. Shivamma, która chciała wykorzystać pieniądze na przetrwanie po długotrwałej suszy we wsi. - Nikt mnie o zarobki nie pytał. Potem musiałam brać kolejne kredyty. Wiem, że to błędne koło. Teraz mam prawie 2 tys. dolarów długu. Nie mam pojęcia, co będzie dalej.

"The Economist" pisze o 57 przypadkach samobójstw kobiet, które popadły w spiralę długów i zostały osaczone przez wierzycieli.

Politycy stanu Andhra Pradesh obarczyli odpowiedzialnością za śmierć tych kobiet m.in. SKS Microfinance, największą firmę zarabiającą na udzielaniu mikropożyczek, jako że część kobiet była jej klientami. W odpowiedzi na społeczne niezadowolenie, nadużycia firm udzielających pożyczek oraz coraz głośniejsze doniesienia o kolejnych samobójstwach władze Andhra Pradesh wprowadziły szereg obostrzeń dla pożyczkodawców oraz windykatorów długów, m.in. konieczność rejestracji w kilku państwowych instytucjach. Taki wymóg budzi jednak również kontrowersje, gdyż teraz firma prywatna musi się rejestrować i sprostać wymogom instytucji stanowej, która również działa na rynku mikrokredytów, czyli jest jej konkurentem: - To trochę tak, jakby państwowe linie Air India regulowały działalność prywatnych Jet Airways - pojawiły się głosy na lobbującym skądinąd za regulacjami Powerty News Blog.

MFI pod presją zobowiązało się, że będzie dzieliło się z innymi firmami informacjami o klientach, aby nikt nie zapożyczał się w więcej niż trzech miejscach i aby łączne zadłużenie jednej osoby nie przekraczało pewnego limitu. Mniejsze banki czy fundusze mają jednak znacznie mniej skrupułów i do niczego zobowiązywać się nie zamierzają.

Politycy apelują do ludzi o powstrzymanie się od brania kolejnych kredytów i starannego przemyślenia celu ich zaciągania. W zamyśle bowiem mikropożyczki pomyślane były wyłącznie jako pieniądze pod inwestycję, która miała umożliwić osobie uzyskanie stałego dochodu. Obecnie natomiast ubodzy nierzadko pożyczają, aby np. zrobić remont i potem nie mają z czego oddać. Dodatkowo niepokojące są sygnały, że sporo osób zaciąga dodatkowe długi w sąsiednich stanach, gdzie nie ma jeszcze takiego alarmu i obostrzeń.

(...) Na razie największe indyjskie banki deklarują, że zamierzają nadal pożyczać pieniądze SKS Microfinance - podkreśla "The Economist" - może więc być tak, że kryzys zostanie zażegnany. Niewątpliwie jednak idea mikrokredytów wymaga przedyskutowania²².

²² Fragmenty artykułu Aleksandry Szyłto, Fala samobójstw w Indiach. Powód. Mikrokredyty?, Gazeta Wyborcza, grudzień 2010 r., dostęp on-line z marca 2012 r. – http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,8770320,Fala_samobojstw_w_Indiach_Powod_Mikrokredyty.html

- **Proponowane rozwiązanie dla nauczyciela/nauczycielki – Grupa B**

Poniżej przedstawiono sugestie do dyskusji nad koncepcją modelu mikrofinansowania autorstwa Mohammada Yunusa w zakresie krytyki idei Yunusa.

Model mikrofinansowania Mohammada Yunusa to:

- ✓ przedsięwzięcie, które jak pisze Andrzej Lubowski w przytoczonym powyżej tekście nr 2, oceniane jest również następująco: „w końcowym rozrachunku mikrokredyt to nie panaceum na nędzę w skali globalnej, ale środek antybólowy, który nie ma nic wspólnego z głębokimi reformami społecznymi”;
- ✓ przedsięwzięcie, które wg Palagummi Sainath, cytowanego w tekście nr 3, jest skuteczne „jako doraźny środek i tylko tak długo, jak długo nie robi się z nich broni masowego rażenia.” Tymczasem przedsięwzięcie Yunusa rozrosło się w ogromny biznes, nad którym kontrolę przejęły tradycyjne banki, czyli te instytucje, które system w założeniu miał ominąć;
- ✓ wydłużeniu uległa droga między pożyczkodawcą, a pożyczkobiorcą, jak pisze Joanna Irzabek w przytoczonym powyżej tekście nr 3 „zanim jakkolwiek kobieta z bangladeskiej wsi zobaczy pierwszą rupię, NGO, konsultanci, menadżerowie banków i ich krewni - każdy dostaje swój udział. Oprocentowanie pożyczki rośnie - nawet do 50 proc.”;
- ✓ zbyt mało by z „żebraka uczynić przedsiębiorcę”, badania profesora Aneela Karnaniego, na które powołuje się autorka tekstu nr 3, wskazują że „większość mikroprzedsiębiorców to bohaterowie mimo woli: zamiast brać sprawy w swoje ręce, tak naprawdę woleliby pracować na etacie za godziwą pensję.”, a to z kolei prowadzi do wniosku, że mitem jest rozwój gospodarki za przyczyną setek tysięcy mikrofirm, zwłaszcza gdy nie zaistnieje rozwój infrastruktury, opieki zdrowotnej, edukacji, co w tekście nr 3 podkreśla Irzabek pisząc „niewykształcony, niedożywiony i schorowany przedsiębiorca jest mało produktywny” i dalej „bez dróg dojazdowych na rynek i lokalnego popytu nawet zdeterminowani mikroprzedsiębiorcy nie odniosą sukcesu.”;
- ✓ przedsięwzięcie, które stało się źródłem finansowania wiana, zamiast równouprawnienia kobiet i mężczyzn jak przedstawia Irzabek w tekście nr 3 „dzięki łatwo dostępnym mikropożyczkom, wszechmocne teściowe klasy średniej systematycznie wyciągają kasę ze swoich synowych. Aż do rozvodu, kiedy ofiara nie ma już czym płacić.”;
- ✓ przedsięwzięcie, które w pierwotnym zamyśle miało być non profit, tymczasem dla wielu instytucji stało się bardzo zyskowne. Pojawiają się głosy, jak w przytoczonym tekście nr 5, że „sektor, który miał pomagać najbiedniejszym, teraz ich niszczy”, m.in. za przyczyną komercyjnych instytucji, które namawiają do brania pożyczek bez względu na to czy ludzie ich potrzebują, czy też nie;
- ✓ zmiana struktury instytucji rynku mikropożyczek, jak wskazano w przytoczonym powyżej tekście nr 5 „w indyjskim rynku mikropożyczek coraz mniejszy udział mają organizacje pomocowe, a coraz więcej jest instytucji komercyjnych. Te często nie sprawdzają, na co pożyczają pieniądze. Podstawowe doradztwo finansowo-biznesowe, które miało być standardem przy udzielaniu kredytu przez organizacje charytatywne, zastąpiły nachalnym marketingiem. Nie mają też oporów przed stosowaniem bezwzględnych metod ściągania należności.”;
- ✓ w wielu miejscach na świecie idea, która została wypaczona, m.in. do biorących pożyczki kierowany jest komunikat: „Nic się nie martw, to bardzo łatwo spłacić” tak jak do kobiety, która chciała wykorzystać pieniądze na przetrwanie po długotrwałej suszy we wsi. Kobieta, której nie pytano o zarobki, a która następnie czuła się zmuszona by brać kolejne kredyty. Kobieta w przytoczonym powyżej teście nr 5 podsumowuje to następująco: „Wiem, że to błędne koło. Teraz mam prawie 2 tys. dolarów długu. Nie mam pojęcia, co będzie dalej.” A prasa międzynarodowa, jak m.in. „The Economist” doniosła końcem 2010 r. o „57 przypadkach samobójstw kobiet, które popadły w spiralę długów i zostały osaczone przez wierzycieli.”

ⁱ Informacje zawarte w niniejszym załączniku (w tym informacje dostępne za pośrednictwem portali internetowych, zostały zaktualizowane na styczeń 2011 r.