**Rola ESG w e-commerce. Odpowiedzialność społeczna i ciągłe podnoszenie standardów**

Jak wynika z raportu „Odpowiedzialny e-commerce”, ponad połowa kupujących online, wybierając sklep internetowy, bierze pod uwagę to, czy ma do czynienia z firmą odpowiedzialną społecznie. E-konsumenci chętniej też kupują w sposób „zielony” – dla 71% Polaków ma znaczenie, czy przesyłka, jaką otrzymują, jest zapakowana w sposób ekologiczny, a 49% dopłaciłoby za takie rozwiązanie. Dobre praktyki liderów rodzimego rynku e-commerce z zakresu ESG obejmują między innymi odpowiedzialną produkcję, troskę o czyste powietrze i środowisko naturalne, racjonalne używanie zasobów czy dbałość o wygląd miast.

E-commerce ma ogromną moc kształtowania rzeczywistości we wszystkich obszarach ESG (ang. environmental, social, governance). Firmy stają obecnie przed koniecznością jasnego określenia priorytetów etycznych w procesie budowania wartości ekonomicznej organizacji. Zyskują wówczas realny mandat do tego, aby brać odpowiedzialność za kształtowanie postaw konsumenckich, rozwijając produkty i usługi z myślą o potrzebach klientów, sukcesie swoich organizacji i zrównoważonym rozwoju.

**Inwestycje w innowacje**

Kluczowe wartości w kontekście ESG uwzględniają na przykład inwestycje w innowacje w zakresie ochrony środowiska naturalnego, dbałość o różnorodność i inkluzywność w miejscu pracy, współpracę z lokalnymi społecznościami na rzecz integracji i edukacji czy ciągłe podnoszenie standardów ładu korporacyjnego. Jednym z wiodących elementów strategii globalnych liderów e-commerce jest minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko. Dążenie do osiągnięcia zerowej emisji dwutlenku węgla w swojej działalności dla wszystkich sygnatariuszy Deklaracji Klimatycznej od lat jest codzienną praktyką.

Kolejnym aspektem społecznej odpowiedzialności biznesu są inwestycje w rozwiązania optymalizujące transport oraz opakowania, w celu redukcji śladu węglowego podczas realizacji zamówień. Od momentu, gdy klient zakupi towar, do chwili, gdy paczka dotrze do jego domu, proces dostawy musi być możliwie najbardziej zrównoważony. Dynamicznym krokiem naprzód jest elektryfikacja floty dostawczej, czyli elektryczne ciężarówki, skutery lub rowery.

**Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność**

Świadomość odpowiedzialności za środowisko wśród polskich konsumentów rośnie z roku na rok. W wyborze e-sklepu i produktów w nim sprzedawanych coraz większą rolę odgrywają czynniki związane z zasadami zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu. Coraz bardziej odpowiedzialne zakupy, to zrównoważony rozwój w e-commerce. Badanie „Odpowiedzialny e-commerce” wskazuje, że skutecznym sposobem na budowanie wizerunku odpowiedzialnej firmy jest też edukowanie konsumentów o swoich działaniach z zakresu zrównoważonego rozwoju. Polscy konsumenci są otwarci na pogłębianie wiedzy w tym obszarze, wyrażają także aprobatę dla wprowadzania różnych eko-rozwiązań, ale tylko jeśli będą one dostępne od razu podczas zakupów.

Do udziału w badaniu zostali również zaproszeni przedsiębiorcy. Zdecydowana większość z nich stwierdziła, że odnosi korzyści ze stosowania się do zasad zrównoważonego rozwoju i CSR. Przede wszystkim są to korzyści wizerunkowe – wskazało je 9 na 10 przedstawicieli firm z branży e-commerce, wobec 70% w roku ubiegłym – choć strategiczne i rozwojowe dla marki, a także ekonomiczne również otrzymały sporo wskazań – odpowiednio 77% i 65%.

Działania ESG nie tylko wpływają korzystnie na wizerunek firmy, ale również przynoszą realne korzyści biznesowe, wspierają zarządzanie ryzykiem i mogą prowadzić do osiągnięcia lepszych wyników finansowych. Firmy, które nie uwzględniają aspektów ESG w swojej strategii, mogą z kolei spotkać się z wyzwaniami rynkowymi i tracić konkurencyjność w coraz bardziej świadomym otoczeniu.

***Łukasz Łukasiewicz***

***Operations Manager***

***SwipBox Polska***