

Wędką zamiast ryby



Termin CSR (ang. Corporate Social Responsibility) jest w Polsce nadal słabo rozpoznawany, utożsamiany tylko z kilkoma narzędziami, np. sponsoringiem czy pomocą materialną. Tymczasem społeczna odpowiedzialność biznesu powinna być brana pod uwagę w planowaniu każdego elementu życia firmy – zatrudniania i zwalniania pracowników, kreacji nowych produktów i usług, w tworzeniu kampanii promocyjnych.

Wiedza teoretyczna poparta przykładami dobrych praktyk została przyjęta z wielkim zainteresowaniem w czasie dwóch kolejnych seminariów regionalnych, we Wrocławiu i Opolu, które odbyły się w ramach projektu ZP BCC „Firma Dobrze Widziana”, współfinansowanego ze środków UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Wiceprezes BCC Anna Potocka poprosiła przedsiębiorców o podzielenie się przepisami na społecznie odpowiedzialny biznes.

– Nasza motywacja do działań CSR wynika ze specyfiki produktów – leki wymagają zaufania ze strony klientów, pracowników, społeczeństwa – mówiła Jolanta Stańczak, wiceprezes PPF Hasco-Lek SA. – Prowadzimy fundację pomagającą dzieciom, którą założyli pracownicy firmy, dbamy o środowisko naturalne, promujemy zdrowy styl życia, np. sponsorując Maraton Wrocławski. Michał Łuczak, prezes zarządu Mirosław Wróbel sp. z o.o., powiedział, że działania CSR wynikają z chęci dbania o pozytywny wizerunek firmy, ale też budują zaangażowanie pracowników, co tworzy jej tożsamość – Chcemy być firmą, w której ludzie lubią pracować, prowadzimy działania komunikacji wewnętrznej, zachęcamy pracowników do budowania strategii firmy. Waldemar Kapler, wiceprezes CAMELA SA, podkreślał, że pracodawca kładzie szczególny nacisk na komunikację wewnętrzną, w której mieści się także stałe informowanie o stanie finansów firmy. Poza tym, CAMELA udziela się w społecznościach lokalnych, wspierając sport i szkolnictwo. – Działania CSR w naszym przypadku wynikają z filozofii firmy – będąc największym dystrybutorem farmaceutyków szpitalnych, jesteśmy związani z sektorem publicznym – mówił Tomisław Bensari, prezes zarządu PGF Urtica. – Działamy na dwóch płaszczyznach: wewnętrznie – inwestując w ludzi: w edukację, budowanie lojalności, zapewniając wysokie zarobki i atrakcyjne świadczenia; komunikację zewnętrzną opieramy na prowadzonej od 14 lat akcji Urtica Dzieciom, organizowanej na oddziałach onkologii i hemato-

W czasie seminariów odbyło się uroczyste wręczenie nominacji w konkursie „Firma Dobrze Widziana”.

W Opolu odebrali je: Góraźdze Cement SA, Nutricia Zakłady Produkcyjne, BIS Multiserwis, Schiedel i Cuprod. Dyplomy wręczyli członkowie Kapituły: Teresa Kudyba, prezes Rozgłośni Polskiego Radia w Opolu; Karol Cebula, senator Uniwersytetu Opolskiego i przedsiębiorca; kanclerz Łoży Opolskiej Lesław Adamczyk, dyrektor generalny Atmoterm SA.

We Wrocławiu nominowano: PGF Urtica sp. z o.o., PPF Hasco-Lek SA, CAMELA SA i Mirosław Wróbel sp. z o.o., KGHM Polska Miedz SA. Członkami Kapituły byli: Marek Woron, kanclerz Łoży Dolnośląskiej BCC, Rafał Jurkowlanec, wojewoda dolnośląski, Bogusław Fiedor, rektor Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Jerzy Sawka, redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” Oddział Wrocław. Zasady i procedura Konkursu na stronie www.csr.bcc.org.pl

logii dziecięcej w całej Polsce – prowadzimy m.in. projekt Słoneczna Galeria i konkursy plastyczne.

W firmie Nutricia tworzony jest wolontariat pracowniczy, pracownicy pomagają Domom Dziecka, Domom Matki i Dziecka, hospicjum. To sposób na jednoczenie załogi przez wspólne działania na rzecz potrzebujących. – Staramy się nie dawać ryby, tylko wędkę – mówiła Katarzyna Rudzińska z Nutricii. – Dzieci robią np. kartki świąteczne, a my je sprzedajemy w firmie. Krzysztof Kozłowski z CUPROD podkreślał, że ważne jest równe traktowanie pracowników i indywidualne rozwiązywanie ich problemów. Marian Siwon z BIS Multiserwis mówił, że jego firma założyła fundację oraz regionalną strukturę Lions Club, by pomagać osobom potrzebującym i instytucjom. W Góraźdze Cement SA dużą uwagę zwraca się na dobre relacje z lokalną społecznością: zaprasza mieszkańców na dni otwarte i rzetelnie informuje o działaniach. Firma jest znanym mecenasem kultury. Od lat finansuje badania paleontologiczne na terenie wykopaliska w Krasiejowie (dawna kopalnia wapienia Góraźdzy – obecnie jeden z największych Jura Parków w Europie). Dobre relacje z pracownikami, system szkoleń, dodatkowe ubezpieczenia i pomoc hospicjom, domom dziecka to działania prowadzone przez Schiedel.

Przedsiębiorcy wzięli też udział w pilotażowej ankiecie auto-ewaluacyjnej na temat CSR. Gorąco dyskutowano na temat dyskryminacji podczas zatrudniania. ←



↑ Panel we Wrocławiu



↑ Dyskusja o CSR w Opolu



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

