

Pozytywny wizerunek



Warto pokazywać przykłady społecznie odpowiedzialnych działań, bo to buduje pozytywny wizerunek biznesu. Trzeba poszerzać wiedzę na temat różnorodności CSR, wzmacniać firmy w realizacji działań na rzecz pracowników, społeczeństwa, relacji z partnerami biznesowymi i klientami, kłaść nacisk na politykę równego traktowania zawodowego kobiet i mężczyzn. Do takich wniosków doszli przedsiębiorcy zebrani na seminariach w Poznaniu i Lublinie, które odbyły się w ramach projektu ZP BCC „Firma Dobrze Widziana”, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Szczepan Gawłowski, prezes zarządu Kreisel Technika Budowlana sp. z o.o.: CSR, według zarządu, to m.in. taki sposób prowadzenia działalności gospodarczej, który łączy dążenie do zysku z troską, by był on udziałem nie tylko firmy, ale też jej pracowników i otoczenia. Od wielu lat integrujemy biznes ze społeczną odpowiedzialnością i jest to także metoda na poprawę wyników rynkowych i konkurencyjności oferty. Choć branża budowlana postrzegana jest jako typowo męska, Kreisel przeczy statystykom. Wysoki odsetek zatrudnionych, w dużej mierze na kierowniczych stanowiskach, stanowią kobiety. Kładziemy nacisk na indywidualne predyspozycje do pełnienia danej funkcji, a nie na płeć.

Maciej Owczarek, prezes zarządu ENEA SA: Traktujemy zaangażowanie społeczne jako jedną z podstawowych powinności wobec społeczeństwa. Konsekwentnie wdrażamy dobre praktyki CSR w kolejnych obszarach działania – to jeden z elementów tworzenia standardów ładu i utrwalania dobrych obyczajów korporacyjnych i skuteczny sposób na osiągnięcie celów biznesowych. CSR w Grupie ENEA obejmuje trzy kluczowe obszary: miejsce pracy, społeczność i środowisko naturalne. W ich ramach realizujemy trzy cele: zrównoważone zarządzanie kapitałem ludzkim, dialog z interesariuszami, w tym społecznością lokalną, oraz promowanie rozwiązań i zachowań prośrodowiskowych. Stworzona w 2010 r. strategia CSR łączy dotychczasowe kierunki zaangażowania społecznego z celami strategicznymi i pozwala działać na rzecz społeczności lokalnych, w których funkcjonujemy jako przedsiębiorstwo.

Joanna Karlik-Knocińska, wspólnik Firma Karlik sp.j.: CSR jest naturalną potrzebą wynikającą z wartości jakie cenią właściciele. Firma zajęła III miejsce w konkursie na Wielkopolskiego Lidera Społecznej Odpowiedzialności Biznesu '2009 w kategorii „Dbałość o warunki pracy pracowników”. W czasie niepewności spowodowanej światowym kryzysem gospodarczym opracowaliśmy projekt spotkań z pracownikami, by informować ich o sytuacji firmy. Przestrzegamy polityki równouprawnienia, przeciwdziałamy dyskryminacji, opracowaliśmy projekt Kodeksu Etycznego, angażując w jego tworzenie pracowników.

NOMINOWANI W KONKURSIE „FIRMA DOBRZE WIDZIANA”

Województwo wielkopolskie: Firma Karlik sp.j., Grupa Kapitałowa ENEA, Imperial Tobacco Polska SA, KREISEL Technika Budowlana sp. z o.o., Schattdecor sp. z o.o.

Województwo lubelskie: Zakład Mięsny „Wierzejki” J.M. Zdanowscy sp.j., MULTI FRIGO sp. z o.o., Łuksja sp. z o.o., Lubelski Węgiel Bogdanka SA, Zakłady Azotowe „Puławy” SA

Województwo podkarpackie: Centrum Medyczne MEDICOR, Centrum Medyczne w Łańcucie sp. z o.o., AUTOPART SA, Centurion-R, RPIS sp. z o.o.
Skład kapitału konkursowych, zasady i procedura Konkursu na stronie csr.bcc.org.pl



↑ Nominowani w Konkursie Firma Dobrze Widziana w Poznaniu



↑ Tomasz Zięba, rzecznik prasowy Lubelski Węgiel Bogdanka SA

Roland Auer, prezes Schattdecor sp. z o.o.: Przyszłość przedsiębiorstwa gwarantuje nie tylko stabilność finansowa, lecz przede wszystkim zbudowanie pozytywnego wizerunku firmy i solidnej marki. CSR rozumiemy nie tylko jako przestrzeganie norm etycznych w działalności firmy, ale jako kształtowanie przejrzystych relacji ze wszystkimi współpracującymi z nią partnerami – pracownikami, klientami, dostawcami, konkurencją i społecznością lokalną. Pracownicy to fundament naszego sukcesu i ambasadorzy przedsiębiorstwa. Wspieramy ich potencjał twórczy, szanujemy indywidualizm, jesteśmy otwarci na problemy. Klientom oferujemy jakość i serwis na światowym poziomie. Staramy się zakorzenić w społeczności lokalnej i pozyskać przychylność mieszkańców.

Agnieszka Świergiel, prezes zarządu, dyrektor generalny Imperial Tobacco Polska: CSR jest w Polsce wciąż mało popularny. Tym bardziej należy inwestować w działania CSR i propagować ich ideę. Stosując CSR i mówiąc o tym, chcemy uczyć, że jest on pożyteczny i godny naśladowania. Dla nas jest obywatelską powinnością. Korporacyjna odpowiedzialność w Imperial Tobacco Polska ma wiele wymiarów, dotyczy postawy wobec pracowników, interesariuszy, społeczności lokalnych i środowiska. Charakter branży sprawia, że przykładamy szczególną wagę do społecznego wymiaru naszej odpowiedzialności. Organizujemy wśród pracowników wolontariaty, akcje ekologiczne, itp. CSR bardzo nas integruje, a jednocześnie pozwala współdziałać na rzecz innych. ←



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

