

Przykłady praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu

I. obszar – rynek

Firma Progast Ltd. ze Słowacji działa w przemyśle przetwórstwa spożywczego – produkuje specjalne składniki dla zakładów mięsnych i pakujących mięso. Jej polityka polega na tym, że dobrze poinformowani partnerzy biznesowi mają większe możliwości rozwoju i wprowadzania nowych rozwiązań. Progast regularnie organizuje dla dostawców i klientów seminaria (3-4 razy w roku) dotyczące nowych rozwiązań w sektorze przetwórstwa spożywczego. Koszt takich seminariów nie podlega odpisom od podatku, a zatem wydatki są w całości ponoszone przez Progast. Natomiast pracownicy firmy biorą udział w różnych akcjach mających na celu uaktualnienie ich wiedzy i narzędzi dotyczących nowych technologii, nowych składników i produktów, standardów jakości oraz zarządzania. Następnie przekazują oni tę wiedzę swoim partnerom biznesowym. Dodatkowo firma organizuje dla swoich klientów wspólne wystawy i konkursy. Progast zarządza swoim łańcuchem dostaw poprzez system bonusów dla dostaw na czas (dostawcy) i płatności (klienci). Akceptuje ona tylko dostawców posiadających certyfikat ISO 9000, aby zapewnić najwyższe standardy jakości. Zaangażowanie się we wprowadzanie nowych rozwiązań i obsługę klientów jest widoczne także przez wprowadzanie nowych produktów, szczególnie na życzenie klientów, jako uzupełnienie standardowej oferty.

Źródło: Odpowiedzialny biznes. Zbiór przykładów dobrych praktyk wśród małych i średnich przedsiębiorstw z całej Europy, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/responsible_entrepreneurship/doc/resp_entrep_pl.pdf

Szwedzka firma rodzinna Viking Toys zajmuje się projektowaniem, produkcją oraz sprzedażą wysokiej jakości, bezpiecznych i trwałych plastikowych zabawek dla dzieci. Firma zatrudnia jedynie 5 pracowników, ale jej obroty w roku 2009 wyniosły 35 mln koron szwedzkich (ok. 15,5 mln złotych). W 2009 roku firma Viking Toys wyprodukowała ponad 5 milionów zabawek. W rozumieniu Viking Toys społeczna odpowiedzialność biznesu wyraża się poprzez:

- głęboką lojalność wobec klientów końcowych,
- uczciwą współpracę z dostawcami oraz partnerami, np. dystrybutorami czy sprzedawcami,
- dbałość o środowisko naturalne.

Firma Viking Toys dba o pracowników fabryki i angażuje się w działania, gwarantujące przestrzeganie zasad uczciwości i etyki w procesie produkcji. Przestrzega ustalonych stawek minimalnych i popiera wszelkie ulepszenia w miejscu pracy i w procesie produkcji. Raz do roku organizuje uroczyste spotkanie dla wszystkich pracowników. Posiada certyfikat wydawany w ramach procesu ICTI CARE (ICTI = „International Council of Toy Industries” czyli Międzynarodowa Rada Przemysłu Zabawkarskiego, która promuje międzynarodowe standardy bezpieczeństwa zabawek oraz odpowiedzialną postawę wobec reklamy i marketingu dziecięcego, CARE = Caring, Awareness, Responsible, Ethical czyli Troska, Świadomość, Odpowiedzialność, Etyka). Wielu dystrybutorów i sprzedawców, czyli „przyjaciół”, jak są nazywani w Viking Toys, współpracuje z firmą nieprzerwanie od ponad 30 lat, a rodzina ta stale się powiększa. Wspólnie tworzy to zespół, stanowiący podstawę dobrze funkcjonującego partnerstwa. Firma Viking Toys projektuje i produkuje zabawki, ale najważniejsze ogniwo stanowią dystrybutorzy i sprzedawcy, dzięki którym trafiają one na rynek.

Źródło: Polskie i Szwedzkie MSP wobec wyzwań CSR, http://www.responsibleme.eu/public/files/pl_respen.pdf

II. obszar – miejsce pracy

Mercatus to prywatna szwedzka firma zatrudniająca 17 pracowników. Jest dostawcą technologii oczyszczania i recyklingu skażonych płynów dla przemysłu, wodociągów i elektrowni ciepłych na skalę światową. Ambicją firmy jest osiągnięcie perfekcji w zakresie technologii i metod pracy przyjaznych dla środowiska. Główne działania firmy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu:

- zdecydowane zaangażowanie w walce z zanieczyszczeniem i degradacją środowiska,
- stworzenie jak najlepszych warunków pracy dla dobra zarówno pracowników, jak i firmy jako całości.

Organizacja firmy jest od zawsze oparta na zasobach ludzkich. Od samego początku firma Mercatus dążyła do stworzenia efektywnej struktury, bazującej na umiejętnościach pracowników. Podstawą pracy są kreatywność i kompetencje personelu, z powodzeniem łączącego w sobie zalety pracy zespołowej i niezależności indywidualnej. Rozwój zespołu, dyskusje o zdrowej organizacji funkcjonującej w środowisku pracy umożliwiającym ludziom podejmowanie odpowiedzialności, regularne spotkania dla omawiania celów, wizji i strategii, przeglądy personelu, rozwijanie kompetencji i dobrze rozbudowany intranet, to tylko niektóre z elementów, dzięki którym proces udoskonalania trwa w firmie Mercatus nieprzerwanie. Wysiłki te stanowią inwestycję, której codziennym owocem jest pełen entuzjazmu zespół i wysoka efektywność bez stresu. A pracownicy firmy są zawsze gotowi do podzielenia się swoimi doświadczeniami z innymi.

Źródło: Polskie i Szwedzkie MSP wobec wyzwań CSR, http://www.responsibleme.eu/public/files/pl_respen.pdf

Firma Meblo Jogi ze Słowenii produkująca łóżka i materace, ok. 70% produktów eksportuje na rynki Europy Środkowo-Wschodniej i inne rynki światowe. Firma uważa, że ochrona środowiska i dobre warunki pracy są obok bezpieczeństwa i jakości integralną częścią dobrej polityki przedsiębiorstwa. Meblo Jogi wytworzył stosunki partnerskie ze swoimi pracownikami i angażuje się w zapewnienie pracownikom satysfakcji z pracy. Do głównych celów firmy należy zapewnienie zdrowego i bezpiecznego środowiska pracy, jak również redukcja i eliminacja zagrożeń środowiskowych. Meblo Jogi inwestuje w kształcenie pracowników, gdyż uważa że jest to kluczowy element zwiększania ich motywacji i kreatywności. Firma wprowadziła 10-minutową „aktywną przerwę” dwa razy dziennie dla wszystkich pracowników oraz zorganizowała „dni z dala od pracy” (wycieczki, wędrowki lub narty) trzy razy do roku oraz wprowadziła program szkoleniowy z zakresu zdrowia i bezpieczeństwa dla wszystkich pracowników.

Źródło: Społeczna odpowiedzialność biznesu, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/campaign/documentation/download/cases_pl.pdf

III. obszar – społeczeństwo

GP Battery Poland jest producentem baterii, akumulatorów i ładowarek. Akcja „Daj sercu energię GP” prowadzona była przez firmę GP Battery wspólnie z siecią Media. Jej celem jest wsparcie dziecięcych oddziałów kardiologicznych - każdy kto w czasie jej trwania zakupił produkty GP Batteries w sieci Media Markt, przyczynił się do zwiększenia liczby baterii przekazanych na rzecz dziecięcych oddziałów kardiologicznych. Przekazane baterie zapewniły pracę m.in. aparatom holterowskim, które umożliwiają ocenę pracy serca dziecka podczas codziennej aktywności. Akcja została przyjęta przez klientów z wielkim entuzjazmem. Dzięki wsparciu, jakiego udzielili możliwe było przekazanie blisko 100 tysięcy baterii, by pomóc małym pacjentom ze szpitali w całej Polsce. Rok wcześniej analogiczna akcja prowadzona była pod hasłem „Energia dla życia. Baterie dla szpitali”. Przez prawie półtora roku obdarowano 39 szpitali w całej Polsce przekazując kilkadziesiąt tysięcy baterii i

akumulatorów, kilkaset ładowarek PowerBank oraz wartościowy sprzęt medyczny: elektrokardiograf, pompy infuzyjne, przewody do holterów, rejestratory holtera i pulsoksymetry.

Źródło: Raport dobrych praktyk CSR, http://raportyspoleczne.pl/raporty/dokument_20101118095058_640.pdf

IV. obszar – środowisko naturalne

Firma Adler Polska jest producentem elementów dla branży motoryzacyjnej. Przedsiębiorstwo funkcjonuje w oparciu o zintegrowany system zarządzania jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem pracy (ISO 14001 i ISO 18001). Podczas wykonanych w firmie pomiarów stwierdzono duże zużycie wody wykorzystywanej do chłodzenia w procesie termoformowania elementów z tworzyw sztucznych (około 0,36 m³ w ciągu godziny). Urządzenie pracowało w sposób ciągły, tak więc w ciągu doby zużywano 9,25 m³ wody. Roczny koszt chłodzenia formy w układzie otwartym wody generował koszty wielkości około 26 400 zł. Na podstawie wykonanych bilansów i uwarunkowań techniczno-eksploatacyjnych, podjęto decyzję o zastąpieniu otwartego układu chłodzenia, układem zamkniętym z zastosowaniem wytwornicy wody lodowej. Takie rozwiązanie pozwoliło uzyskać oszczędności finansowe w wysokości ponad 19 tys. zł w skali roku. Zainwestowane w modernizację pieniądze (9 600 zł) zwróciły się po 6 miesiącach. Efekt środowiskowy: zmniejszenie zużycia wody o 99%, zmniejszenie ilości ścieków o 99%. Efekt ekonomiczny: wyeliminowanie zużycia wody. Oszczędność w skali roku to 19 722 zł.

Źródło: 10 lat czystego biznesu w Polsce. Konkurencyjni dzięki ekologii, http://czystybiznes.pl/media/filemanager/publikacje/folder_cb.pdf