



Dobry kierunek

Podlaskie przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie

Spoleczna odpowiedzialność biznesu (z ang. CSR – Corporate Social Responsibility) polega na takim rozwoju działalności, by nie tylko nie szkodzić otoczeniu, lecz mu pomagać. I to się opłaca. Wszystkim. Dowody znajdujemy także wśród firm w województwie podlaskim.

Samochody trują. Wiadomo. Zwłaszcza te starsze. Powszechnie uznaje się, że największym zagrożeniem dla środowiska ze strony transportu samochodowego są spaliny. O ile w pojazdach nowych producenci zmuszeni są do spełnienia surowych norm bezpieczeństwa, o tyle wraz z upływem czasu i przejechanych kilometrów powstające w komorze silnika i innych podzespołach osady doprowadzają do niszczenia podzespołów i wielokrotnego przekraczania norm w wydobywających się spalinach. Wielu kierowców, mając nawet świadomość tego problemu, nie decyduje się na naprawy auta ze względu na wysokie koszty z tym związane. W dalszym ciągu poruszają się po drogach zatruwając środowisko.

Jest na to sposób

Rozwiązaniem tego problemu jest zastosowanie nowatorskiej metody czyszczenia układu wtryskowego silnika bez konieczności jego demontażu. Zakup stosownego urządzenia i zestawu do czyszczenia układu paliwowego – to tylko jedna z kilku inwestycji, jakich dokonała firma AutoSerwis Piotr Makowski. Środki na nią zdobyła dzięki udziałowi w projekcie „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Jest on realizowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy.

– Ten projekt bardzo pomógł w poprawieniu konkurencyjności naszej firmy. Możliwość ograniczenia negatywnego oddziaływania samochodów na środowisko naturalne sprawiła, że zwiększyła się sprzedaż naszych usług, które przyniosły w około pół roku przychód rzędu 20 000 zł – ocenia Piotr Makowski, właściciel serwisu.

Na koszty funkcjonowania AutoSerwis wpływają przede wszystkim: zużycie paliwa do ogrzewania warsztatu, zużycie wody do czyszczenia aut i konserwacji

podwozia oraz emisja spalin we wnętrzu zakładu. Dążąc do zmniejszenia wydatków i ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko naturalne, firma kupiła nagrzewnicę olejową, która może być zasilana tanim olejem mineralnym (biopaliwa). Poprzednio straty ciepła były na tyle duże, że mimo pracy pieca z pełną mocą, pracownicy odczuwali zimno. W styczniu bieżącego roku serwis odnotował o połowę mniejsze zużycie paliwa do ogrzewania w porównaniu z rokiem ubiegłym. Dzięki kupionej myjce parowej przygotowanie auta do konserwacji wymaga teraz zużycia średnio 3 litrów wody na jeden samochód, podczas gdy wcześniej było to ok. 150–200 litrów. Różnica jest kolosalna! Dodatkowo, mycie parowe znacząco skróciło czas pracy.

Mądra filozofia

Zakład Produkcyjny Herman Ewelina Gotowicka, produkujący w sposób tradycyjny wyroby garmażeryjne gotowe do spożycia, wykorzystuje produkty świeże i dobrej jakości, pochodzące od lokalnych dostawców. To forma wsparcia lokalnej przedsiębiorczości i lokalnego rynku pracy. Przedsiębiorstwo, korzystając z funduszy szwajcarskich, polepszyło warunki pracy. Pojawiło się nowe wyposażenie zakładu, poprawiła ergonomia stanowisk pracy. Opracowano też politykę środowiskową, która zwiększa wiedzę i zaangażowanie pracowników oraz dostawców, świadomych tego, że działają zgodnie z regułami firmy społecznie odpowiedzialnej. Dzięki selektywnej zbiórce bardziej racjonalna jest także gospodarka odpadami, zredukowano wytwarzanie odpadów niebezpiecznych oraz zmniejszono ryzyko zanieczyszczenia wód gruntowych. Spadło też zużycie energii i gazu.

Spoleczna odpowiedzialność biznesu, jak widać na przykładzie podlaskich przedsiębiorstw, wcale nie musi oznaczać wyłącznie działań filantropijnych czy komunikacyjnych. To filozofia prowadzenia działalności nastawiona na korzyści zarówno dla właścicieli, jak i dla otoczenia. Znakomicie wpisuje się przy tym w dzisiejsze trendy, polegające na poszukiwaniu bezpiecznych dla nas i środowiska produktów. Świadomość i oczekiwania konsumentów rosną, również poczucie odpowiedzialności za świat. W wielu przypadkach to przecież klienci wpływają na decyzję firm o zainteresowaniu się społeczną odpowiedzialnością biznesu.

Opisane przedsięwzięcia były realizowane w ramach projektu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości pn. „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Projekt jest finansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej. Więcej informacji na temat działań CSR prowadzonych przez PARP znajduje się na stronie internetowej <http://csr.parp.gov.pl>