



Spółeczna

odpowiedzialność OSK

Postępująca globalizacja, ostra walka o klienta doprowadzają przedsiębiorstwa do różnych działań, często nieetycznych, czasem określanych chwytem poniżej pasa, które z założenia mają osłabić, a nawet zniszczyć konkurencję.



Paweł Żuraw

Szczególnie widoczne jest to w przypadku dużych korporacji, które wykorzystują swoją potęgę do zachowań antyspołecznych, w tym także do angażowania się w praktyki monopolistyczne. Troska o środowisko naturalne, o dobre relacje społeczne czy nawet o los tych, którzy są zbyt słabi, aby brać udział w rywalizacji o istniejące miejsca pracy, pozostaje często poza zakresem zainteresowań menedżerów. To wszystko przyczyniło się i nadal przyczynia do powstania myśli, nurtu, koncepcji określonej mianem społecznej odpowiedzialności biznesu, po angielsku Corporate Social Responsibility, w skrócie CSR. Słowo „corporate” oznacza korporację, koncern. Źródłowa interpretacja tego pojęcia pokazuje, że społeczna odpowiedzialność biznesu dotyczy głównie dużych przedsiębiorstw. Jednak we współczesnej rzeczywistości gospodarczej nie można tego już tak oceniać i przypisywać CSR-u wyłącznie dużym podmiotom. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest doskonałą przeciwwagą dla hołdowanej na wielu uniwersytetach i w praktyce gospodarczej zasady, według której jedynym celem każdego przedsiębiorstwa powinna być maksymalizacja zysku. Każdy logicznie postępujący przedsiębiorca potwierdzi, że maksymalizacja zysku jest rzeczą najważniejszą. Ale czy faktycznie jest to jedyne słuszne stanowisko? Owszem, każdy ma prawo w prowadzeniu działalności gospo-

darczej ustalać sobie takie cele, jakie chce i jakie uważa za słuszne. Nie można jednak w takim myśleniu być indywidualistą i egoistą. Prowadząc ośrodek szkolenia kierowców należy pamiętać, że nie pracujemy wyłącznie dla siebie. W końcu tworzymy konkretne dobro w postaci wychowywania kolejnych kierowców.

Społeczną odpowiedzialność biznesu trudno jest określić mianem kolejnej koncepcji zarządzania. Korzenie tego podejścia można znaleźć już na kartach najstarszej księgi, jaką jest Biblia, gdzie jest mowa o świadczeniach bogatych na rzecz biednych i potrzebujących (zasada dobroczynności) oraz o konieczności używania swojego majątku w sposób odpowiedzialny (zasada powierniczości).

■ Pozytywne działania

Początki odpowiedzialnego biznesu są związane z filantropią ostatnich lat XIX w. (oczywiście niech Czytelnik nie zrozumie, że działalność OSK powinna być filantropią). Ówczesny rozwój przemysłu, a tym samym rozwój przedsiębiorstw przyczyniły się do powstania idei, która głosiła, iż przedsiębiorcy muszą być odpowiedzialni za swoje działania przed społeczeństwem. Od lat 50. XX w. coraz więcej zaczęto mówić o powiązaniach między działalnością biznesową a jej konsekwencjami odczuwanymi przez społeczeństwo. Pomimo podnoszenia tych kwestii wciąż zapomina się, że koncentracja na osiągniętych zyskach musi być uzupełniana przestrzeganiem prawa, etycznym postępowaniem oraz wspieraniem tych wszystkich, którzy znajdują się w kręgu oddziaływania organizacji.

Społeczna odpowiedzialność biznesu włączana jest w nurt dyskusji dotyczącej etycznych

aspektów gospodarowania. W latach 60. i 70. podejmowano rozważania nad etycznym wymiarem biznesu, których rezultatem były podstawy do powstania wielu narzędzi współczesnego zarządzania, m.in. audytu społecznego, a w dalszej kolejności nowych koncepcji i metod zarządzania uwzględniających zrównoważony rozwój i korporacyjną odpowiedzialność.

Społeczną odpowiedzialność biznesu można określić jako podejście nastawione na trwałe sukces danej organizacji, osiągany dzięki dobrowolnemu zaangażowaniu w poszukiwanie rozwiązań korzystnych dla wszystkich współpracujących lub zależnych od siebie podmiotów. Społeczna odpowiedzialność biznesu pozwala kształtować świadomość, że firmy, obok odpowiedzialności ekonomicznej i prawnej, ponoszą również odpowiedzialność przed społeczeństwem. Oczywiście ważne jest, żeby korzyści społeczne i przedsiębiorstw były osiągnięte z zachowaniem harmonii.

Podstawą budowania strategii przedsiębiorstwa jest dialog z otoczeniem, którego efektem powinna być promocja pozytywnych praktyk na rzecz środowiska i społeczeństwa. Kolejnym założeniem omawianej koncepcji jest zwrócenie uwagi na kapitał ludzki i społeczny. Inwestycje w zasoby ludzkie nie powinny być traktowane jako koszty. Może zabrzmieć to dość dziwnie, ale na przedsiębiorstwach w ramach idei CSR powinna spoczywać odpowiedzialność za podtrzymywanie atrakcyjności pracowników na rynku pracy oraz za rozmiary sfery wykluczenia społecznego na danym rynku lokalnym. Firma zarządzana odpowiedzialnie jednocześnie wchodzi w sieć istniejących powiązań oraz inicjuje nowe relacje pomiędzy interesariuszami, współpracując jednocześnie kapitał społeczny. Kryte-

uciu zarówno wynikiem moralnego i społecznego zobowiązania, jak i dobrowolnego zaangażowania się w rozwiązywanie problemów społecznych.

Warto podkreślić, że przedsiębiorstwa mają dużą swobodę w angażowaniu się w odpowiedzialność społeczną. Nie występują tutaj żadne zobowiązania prawno-ustawowe. Najczęściej wykorzystywanymi w strategii CSR-u narzędziami są:

- kampanie społeczne
- marketing społecznie zaangażowany
- programy etyczne dla pracowników
- etykiety zawierające dodatkowe informacje ekologiczne
- inwestycje uwzględniające długotrwały wzrost wartości firmy.

Efektom podjęcia wyzwań wynikających ze społecznej odpowiedzialności jest tworzenie raportów społecznych, które często zamieszczane są w internecie. W raporcie najczęściej zamieszcza się: strategię firmy, jej politykę społeczną oraz wyniki działań podejmowanych wobec interesariuszy. Wśród pozytywnych aspektów CSR można wymienić:

- kształtowanie pozytywnego wizerunku wśród pracowników, którzy widząc zainteresowanie pracodawcy problemami społecznymi, są dodatkowo zmotywowani w sposób pozafinansowy; podkreślimy, że dobra firma zdobywa uznanie pracowników oraz zyskuje ich lojalność i akceptację dla podejmowanych działań
- zwiększenie rynkowej wartości niematerialnych aktywów firmy, w tym szczególnie jej marki, oraz poprawę reputacji
- wzrost zaufania klientów i wymienionych wcześniej interesariuszy
- poprawę wizerunku w oczach potencjalnych inwestorów (firma, która ma dobre relacje z otoczeniem, zyskuje opinię bardziej wiarygodnej finansowo i społecznie)
- poprawę relacji z najbliższym otoczeniem (władze lokalne, społeczeństwo).

Powyższe atuty odpowiedzialnego biznesu prowadzą do wzrostu konkurencyjności. Należy jednak pamiętać, że społeczna odpowiedzialność biznesu nie może się ograniczać jedynie do sfery deklaratywnej. Nie można czegoś obiecywać, a następnie tego nie realizować. Wszelkie działania zmierzające do kreowania pozytywnego wizerunku, które nie mają odzwierciedlenia w rzeczywistej aktywności, prowadzą do dewaluacji idei CSR, a jednocześnie utraty wiarygodności w oczach społeczeństwa. Odpowiedzialny biznes jest czymś więcej niż strategia komunikowania się firmy z otoczeniem, określana mianem PR-u (public relations). Dlatego chcąc używać nowoczesnych metod, trendów i koncepcji zarządzania warto dokładnie zapoznać się z ich istotą, aby nie zepsuć czegoś, co z założenia może być dobre i pozwoli nam uzyskać przewagę konkurencyjną. ■

rium odpowiedzialności powinno towarzyszyć nie tylko dużym przedsiębiorstwom, lecz także małym i średnim firmom oraz organizacjom funkcjonującym w sektorze publicznym. Przy tej okazji używa się często terminu odpowiedzialna przedsiębiorczość.

■ Nie tylko zysk

Biorąc pod uwagę chociażby specyfikę funkcjonowania OSK można powiedzieć, że u podstaw społecznej odpowiedzialności biznesu istnieje zależność pomiędzy przedsiębiorstwem a innymi podmiotami wpływającymi na jego działalność. Wymienić tutaj można przede wszystkim klientów zainteresowanych korzystaniem z naszych dóbr i usług, które powinny być wysokiej jakości i (w mniemaniu klientów) mieć niską cenę. Do tej grupy interesariuszy zaliczymy również pracowników, którym powinno zależeć na utrzymaniu miejsc pracy, wysokiego poziomu zarobków, samorealizacji i karierze. Innym podmiotem są dostawcy zainteresowani trwałą współpracą i terminowym regulowaniem zobowiązań, a także instytucje finansowe, wierzyteli zainteresowani zwrotem pożyczonego kapitału, czy państwo zainteresowane wpływami do budżetu określonych sum pieniężnych z tytułu podatków.

Kierując się ideą społecznej odpowiedzialności biznesu przedsiębiorstwo, które osiąga zysk, musi działać w granicach prawa. Jeżeli podmiot respektuje prawo, istnieje duże prawdopodobieństwo, że będzie stosował się do zasad etycznych. Zwieńczeniem omawianego podejścia jest filantropia, która przejawia się w przeznaczaniu części środków finansowych i czasu pracowników na cele społeczne. Filantropia jest w tym

Właściciel OSK zatrzymany za gwałt

Policjanci aresztowali 56-letniego mieszkańca Skarżyska-Kamiennej podejrzanego o zgwałcenie 23-letniej kobiety. Mężczyźnie grozi do dwunastu lat więzienia. Do zdarzenia doszło na początku maja. Właśnie wtedy dyżurny komendy w Skarżysku-Kamiennej otrzymał informację o zgwałceniu pracownicy jednej ze skarżyskich szkół nauki jazdy. Sprawcą miał być 56-letni właściciel firmy. Jak ustaliła policja, mężczyzna po zdarzeniu wyjechał z miasta, jednak został przez funkcjonariuszy odnaleziony w jednym z radomskich mieszkań. Podejrzan trafił do policyjnej celi. Już w sobotę Sąd Rejonowy w Skarżysku-Kamiennej zastosował wobec 56-letniego mężczyzny trzymiesięczny areszt. Jednocześnie policja apeluje do mieszkańców powiatu skarżyskiego, głównie kursantek, które miały styczność z mężczyzną i mogły paść jego ofiarą, o zgłaszanie się do skarżyskiej komendy lub prokuratury.

„Nie zdam? Wysadzę was w powietrze!”

Takie słowa skierowała do wicedyrektora lubelskiego WORD-u kursantka, która chciała zdać prawo jazdy kategorii A i B. Stało się to w lipcu ubiegłego roku, jednak dopiero w maju br. kobieta stanęła przed sądem – donosi „Gazeta Wyborcza Lublin”. Groźby 32-letnia bezrobotna nauczycielka wypowiedziała zaraz po obłaniu egzaminu na motocykl. – Wulgarnymi słowami zwzywała egzaminatora, po czym przysłała do mnie na skargę. Krzyczała: „rozp...!ję was, wysadzę w powietrze, jak nie zdam” – relacjonuje „Gazecie Wyborczej” Adam Banaszkiewicz, wicedyrektor WORD Lublin. Kobięcie pozwolono podejść do drugiego egzaminu, ale go nie zdała. Wicedyrektor lubelskiego ośrodka napisał z zająścia służbową notatkę i przekazał ją policji. Skończyło się na tym, że prokuratura oskarżyła kobietę o to, że groźbą podłożenia bomby wywierała wpływ na WORD, domagając się pozytywnej oceny. Ona zaś nie chciała przyznać się do winy i poddać karze, dlatego jej sprawą niedawno musiał zająć się sąd. Za ten czyn może jej grozić do trzech lat więzienia – czytamy w „Gazecie Wyborczej Lublin”. Okolicznością łagodzącą może być to, że pewnego dnia 32-letnia kobieta przysłała do gabinetu dyrektora i go za swoje wcześniejsze słowa przeprosiła. red