

Przemysł

społecznie
odpowiedzialny

Wiek XIX był wiekiem przemysłu, wiek XX wiekiem nauki i komputera, wiek XXI – zdaniem ekspertów – będzie wiekiem włączenia do działalności biznesu potrzeb społeczności i szacunku dla środowiska naturalnego – to zdanie zainspirowało mnie do przemyśleń na temat działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu firm sektora przemysłowego w Polsce.

„Rozwój zrównoważony”, „biznes odpowiedzialny” to sformułowania coraz częściej powtarzane, gdy mówimy o strategiach rozwoju przedsiębiorstw. Stają się one tym ważniejsze, gdy z założeń „na papierze” przyjmują formę rzeczywistości i przekładają się na faktyczny system zarządzania i współpracę z szeroko rozumianym otoczeniem. Klienci, społeczności lokalne, ochrona środowiska zaczynają zajmować ważne miejsce w priorytetach firmy.

Odpowiedzialnie znaczy strategicznie

W Polsce CSR (Corporate Social Responsibility) to pojęcie wciąż nowe, często błędnie kojarzone ze sponsoringiem lub filantropią. Czym wobec tego jest owa „społeczna odpowiedzialność biznesu”? To koncepcja, dzięki której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z różnymi grupami interesariuszy. Bycie odpowiedzialnym nie oznacza jedynie spełniania wszystkich wymogów formalnych i prawnych, ale oprócz tego zwiększone inwestycje w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska i relacje z interesariuszami, czyli dobrowolne zaangażowanie. Społeczna odpowiedzialność jest procesem, w ramach którego przedsiębiorstwa zarządzają swoimi relacjami z różnorodnymi grupami otoczenia, które mogą mieć faktyczny wpływ na ich powodzenie w działalności gospodarczej. Zatem należy to traktować jako inwestycję a nie koszt, podobnie jak w przypadku zarządzania jakością. (definicja: www.fob.org.pl).

Przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie działają w kilku najważniejszych obszarach: społeczeństwo – ekologia – zasoby własne – uczestnicy rynku. Warto pamiętać, że CSR nie jest narzędziem sprzedaży. Z jednej strony wspiera PR w budowaniu wizerunku, z drugiej zaś – wynika z przyjętej strategii. Jest więc wsparciem marketingowym.

Ważne, by działania były dobrze przemyślane, zgodne z filozofią firmy, zaplanowane i obliczone na przyszłość. Jednorazowe akcje, „ślepe” rozdawnictwo pieniędzy, niczego pozytywnego przedsiębiorstwu nie przyniosą. I nie należy zapominać o transparentności przedsięwzięć CSR, a także o dobrej komunikacji – w myśl biblijnej zasady „o dobrych uczynkach i ich rozgłaszaniu nie zapominaj”.

W swojej praktyce spotkałam się z przedsiębiorstwami, które – owszem – wspierają szeroko rozumianych potrzebujących: szkoły, młodzież, sport, własnych pracowników w trudnych sytuacjach losowych, parafie itp., ale ich działania są doraźne, często nieprzemysłowe i z punktu widzenia firmy nieefektywne. Mało tego – niechętnie firmy te mówią o swojej działalności, a wręcz ukrywają ją jako coś wstydliwego. W takich przypadkach to nie jest ani CSR, ani filantropia, ani sponsoring.

Przemysł a ekologia

Przedsiębiorstwa przemysłowe w Polsce coraz chętniej, świadomiej i odpowiedzialniej myślą o działaniach proekologicznych. Zapoczątkowały je międzynarodowe korporacje

i firmy z kapitałem zagranicznym, przenosząc wzorce z krajów wysokorozwiniętych do oddziałów w Polsce. Firmy przemysłowe: górnicze, hutnicze, budowlane, paliwowe zobligowane są dodatkowo obwarowaniami prawnymi. Zmiany szeregu ustaw w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych oraz pakiet ustaw o ochronie środowiska przyjęty do 2005 roku nakreśliły zadania i priorytety w tej dziedzinie. Zaczęto mówić o „zrównoważonym rozwoju”.

Idea powyższa została na szczelbu międzynarodowym zdefiniowana po raz pierwszy w 1987 roku w raporcie „Nasza wspólna przyszłość”, opracowanym przez Światową Komisję Środowiska i Rozwoju ONZ. **Zrównoważony rozwój (sustainable development)** jest to proces mający na celu zaspokojenie aspiracji rozwojowych obecnych pokoleń bez uszczerbku dla realizacji aspiracji rozwojowych pokoleń przyszłych.

Dziś szereg firm prowadzi swoją działalność w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju myśląc o przyszłych pokoleniach, środowisku naturalnym, racjonalnym wyko-

rzystaniu zasobów naturalnych i własnych. Myślą, jak prowadzić swój biznes tak, by nie zostawiać po sobie zgłiszczy dla zysku za wszelką cenę.

Firma **Tarmac Kruszywa** deklaruje działania dla zminimalizowania wpływu na środowisko poprzez opracowaną i wdrożoną specjalnie „Politykę środowiskową” i działania wykraczające poza

wymogi prawne. Firma podejmuje zadania związane z rozwojem bioróżnorodności, tworzy zbiorniki wodne i siedliska ptaków. Skuteczność zarządzania środowiskowego wg ISO 14001:2004 potwierdzona jest certyfikatem. Tarmac zwraca uwagę na minimalizację zapylenia (modernizacja urządzeń, zraszanie), racjonalną gospodarkę odpadami, częściowe ich wykorzystanie do ponownego zagospodarowania we własnym zakresie (np. do prac zimnych przy rekultywacji terenów).

W przypadku kopalni surowców mineralnych pojawia się często problem terenów poeksploatacyjnych. W wyniku wydobycia powstają wyrobiska górnicze o znacznych głębokościach. A przecież surowce mineralne są niezbędne do wytwarzania 80-90 procent przedmiotów materialnych niezbędnych w codziennym życiu. Trudno nie zgodzić się z tezą, że podczas eksploatacji odkrywkowej działalność kopalni oceniana jest negatywnie dla środowiska. Inaczej jednak podchodzi się do tego problemu po zakończonym wydobyciu. Wszystko zależy od odpowiedzialności samej firmy za ochronę środowiska już na etapie planowania prac i po ich zakończeniu. Istotną sprawą jest zaangażowanie w rekultywację terenów pokopalnianych i nadania im nowej formy: stworzenia miejsc rekreacyjnych, kąpielisk wodnych, lasów.

Firma Consultingowa Braun& Partners Polska i PKPP Lewiatan przeprowadziły badanie działań CSR pod względem przejrzystości. W badaniu uczestniczyło 39 przedsiębiorstw. Najbardziej wiarygodny CSR mają firmy sektora paliwowego (48%), zaraz potem handlowe, chemiczne, spożywcze. Na 5. miejscu są budowlane (37%), na 8. – górnicze (23%), na 10. – transportowe (20%) i 11. – energetyczne (17%).

Doskonałym przykładem współdziałania górnictwa z gospodarowaniem środowiskiem naturalnym jest eksploatacja złoża piasku wydumowego Nieświń I przez **Kieleckie Kopalnie Surowców Mineralnych**. Kopalnia położona jest w urokliwym miejscu, w środku lasów w województwie świętokrzyskim. Teren ten porośnięty jest rzadkim lasem o przewadze sosnowej. Eksploatacja złoża prowadzona jest w porozumieniu ze służą leśną. Usunięcie istniejącego drzewostanu i wyrobienie piasku stwarza sprzyjające warunki dla ponownego zalesiania w bardziej dogodnych warunkach glebowo-wodnych. Chodzi tu o mniejsze zapiaszczenie gleby i bliższy dostęp do zwierciadła wód podziemnych. Nawet na pierwszy rzut oka widać, że nowy las jest bardziej zielony. Pierwsze złożo eksploatacyjne – Nieświń – zostało zamknięte i przeprowadzono tam na dużą skalę działania rekultywacyjne. Teren zalesiono i oddano gospodarzom. W zrehabilitowanych gruntach istnieje stosunkowo bogate życie biologiczne. Zaznacza się wyraźna przewaga gatunków leśnych nad nieleśnymi, sukcesywnie pojawiają się grzyby i bakterie, co świadczy o przemianach ekosystemu leśnego. Nowe nasadzenia bardzo dobrze przyjęły się na tym terenie.

Wysokie standardy ochrony środowiska to priorytet w **Dyckerhoff Polska** (Cementownia Nowiny k/Kielc). Modernizacja zakładu od 1996 roku i doprowadzenie go do standardów unijnych pochłonęły 665 mln zł, w tym ponad 100 mln przeznaczono na rozwiązania służące ochronie środowiska. Dziś cementownia w Nowinach jest jedną z najnowocześniejszych w Europie. Wiosną tego roku zamontowano filtr workowy na drugiej linii produkcji klinkieru, na piecu obrotowym. Zastąpiono dotychczasowy elektrofiltr. To znacząca jakościowa zmiana w przypadku cementowni – emisja pyłu i innych szkodliwych czynników do atmosfery zmniejszyła się kilkudziesięciokrotnie. Przed modernizacją notowano zapylenie poniżej 30 mg/Nm³, a w obecnie, po pomiarach, jest to 0,5 mg/Nm³. Tą inwestycją Dyckerhoff Pol-

ska można uznać za standard światowy. – *Zrealizowaliśmy ją, by ponieść standardy, choć poprzednie rozwiązanie było zgodne z prawem i nie przekraczały dopuszczalnych norm* – mówi Krzysztof Kocik, prezes Dyckerhoff Polska. – *Zależy nam jednak na tym, by zrobić wszystko co możliwe, by zmniejszyć uciążliwość zakładu dla środowiska i lokalnej społeczności. Nie będziemy nikogo przekonywać, że przemysł jest przyjazny, ale można i trzeba minimalizować jego uciążliwość*. Firma Dyckerhoff realizuje to strategicznie. Wspólnie z ZPW Trzuskawica Dyckerhoff Polska uruchomił stację monitorowania emisji, czyli tego, co unosi się w powietrzu. Po-

miary są zaskakujące – największe wartości wskazują zimą, kiedy zakład pracuje „na pół gwizdka”. Zdaniem ekspertów oznacza to, że najczęściej zanieczyszczeń emitują komin-y gospodarstw domowych z okolicznych wsi.

Nowiny współdziałają także z instytucjami, które pracują nad zmniejszeniem uciążliwości strzelania w kopalni i nad redukcją drgań. Ich siła jest monitorowana i analizowana na bieżąco. Roboty strzałowe prowadzi jedna z najlepszych firm na świecie, a strzelanie odbywa się średnio 2 razy w tygodniu.

Warto dodać, że przed modernizacją zakładu kopalnia pracowała 7 dni w tygodniu, a na etacie zatrudniony był szklarz, który naprawiał szyby w okolicy stłuczone podczas robót strzałowych.

Chronić środowisko można nie tylko poprzez inwestycje proekologiczne. Coraz częściej elementem CSR staje się oszczędna i racjonalna polityka biurowa. Projekty typu „ekobiuro” oszczędzają wodę, energię i papier w biurach. A zaczyna się od wyrobienia prostych nawyków – dwustronnym drukowaniu dokumentów, dokumentacji elektronicznej, czy wyłączania sprzętu biurowego: komputerów, drukarek, niepozostawianiu ładowarek telefonicznych włączonych do kontaktu po odpięciu telefonu. Nie tylko ogranicza to wpływ na środowisko, ale także wprowadza w firmie oszczędności.

Badania pokazują, że klienci są coraz bardziej świadomi ekologicznie i coraz bardziej wymagający pod tym kątem. Ale – co jest bardzo dobrą wiadomością dla przedsiębiorstw – nagradzają tych zaangażowanych i inwestujących w rozwiązania na rzecz ochrony środowiska.

Bezpieczeństwo jest najważniejsze

W ramach strategii odpowiedzialnego biznesu szereg przedsięwzięć kierowanych jest do pracowników. Nie można bowiem skutecznie budować wizerunku firmy bez komunikacji wewnętrznej, a więc dwukierunkowej informacji i edukacji. Na nic dbałość o środowisko naturalne, gdy firma nie troszczy się o własnych ludzi.

Tarmac Kruszywa podkreśla, jak ważny dla firmy jest człowiek: zarówno pracownik, wykonawca, jak i klient. Ich zdrowie i bezpieczeństwo mają najwyższą wartość. Dlatego powstała strategia „Jeden wypadek to o jeden za dużo”. Przedsięwzięcie bazuje na trzech kluczowych zasadach: podejście „zero wypadków” – wszystkim urazom i chorobom można zapobiec, żadnych powtórek – podejmowane są wszelkie możliwe kroki, by wyciągnąć wnioski i nie było ponownego wypadku, oraz standardy – wspólne proste, ostateczne standardy i zasady BHP są konsekwentnie stosowane.

W trosce o bezpieczeństwo pracy stworzono „Złote Zasady”, które w prosty sposób określają, jak należy postępować, by unikać sytuacji niebezpiecznych i wypadków. Wszystkie oddziały grupy Tarmac Kruszywa zobowiązane są do ścisłego ich przestrzegania tak, aby zapewnić bezpieczeństwo pracownikom, klientom i podwykonawcom oraz innym osobom przebywającym na terenie zakładów. „Złote Zasady Bezpieczeństwa” zostały opracowane po przeanalizowaniu ciężkich i śmiertelnych wypadków, które zdarzyły się w firmie. Ponad 80% z nich zdarzyło się z powodu zagrożeń, o których mowa w dokumencie.

Podobny program realizuje od 6 lat **Lafarge**. Nazwano go „near miss” – „prawie wypadek”. Polega on na analizie niebezpiecznych sytuacji, które się wydarzyły i mogły spowodować wpadek. „Near miss” to zdarzenie losowe, w którym uniknięto wypadku tylko dzięki szczęśliwemu zbiegowi okoliczności, ale zaistnienie wypadku było bardzo duże.

Z końcem czerwca tego roku uruchomiono pierwszy polski indeks firm odpowiedzialnych, którego celem jest promowanie najlepszych praktyk CSR w Polsce. Badaniem zostaną objęte spółki notowane na Głównym Rynku GPW, z wyłączeniem spółek zagranicznych. Efektem projektu będzie pierwszy w Polsce giełdowy indeks spółek odpowiedzialnych społecznie – RESPECT Index. Indeks służyć będzie ocenie koniunktury wśród firm uznanych za spółki o najwyższych standardach korporacyjnych. Publikacja indeksu na GPW rozpocznie się jesienią 2009 roku.

Potencjalna ofiara nie odniosła obrażeń, lecz doświadczyła lęku i stresu tej sytuacji.

Lafarge uważa, że dzięki analizie takich zdarzeń i stosowaniu odpowiednich procedur można wyeliminować wszystkie sytuacje, które kiedykolwiek mogły przerodzić się w prawdziwy wypadek. System działa, o czym świadczy zmniejszenie liczby niebezpiecznych zdarzeń o podobnym, powtarzalnym charakterze.

Zaangażowani lokalnie

Istotnym partnerem w działaniach CSR są społeczności lokalne. Żadna firma nie egzystuje w oderwaniu od uwarunkowań lokalnych. Często jest jednym z niewielu pracodawców w gminie czy w powiecie, co daje jej z pozoru uprzywilejowaną pozycję. Wchodzi jednak w różne interakcje z mieszkańcami. Niezależnie od siły swej pozycji w tych kontaktach powinna brać pod uwagę opinie i potrzeby tych społeczności.

Na filozofię **Dyckerhoff Polska** składa się przekonanie o konieczności dobrosąsiedzkich stosunków z mieszkańcami gminy Sitkówka Nowiny i innych gmin sąsiadujących. – *Realizując tą zasadę staramy się być otwarci, prowadzić dialog z mieszkańcami, wspierać szkoły i parafię rzeczowo lub niewielkimi kwotami pieniężnymi* – mówi Adam Dec, kierownik HR w Dyckerhoff Polska. – *Zawsze jednak widzimy pozytywne efekty naszego zaangażowania.*

Firma przekazała gminie działkę we wsi Kowala pod budowę boiska. Cement i beton z zakładu w Nowinach zasilą budowę nowego kościoła, 30 ton kamienia z kopalni nieodpłatnie otrzymała gmina na utwardzenie boiska dla klubu sportowego Ikar. Beton z Dyckerhoffa wykorzystany jest do

budowy domu dla kieleckich pięcioraczków. Przedsiębiorstwo dofinansowało także budowę drogi powiatowej do Bolechowic (obecnie jest remontowana). Ponadto wspiera szkoły i parafię: ufundowała stroje sportowe, dofinansowała wycieczkę dzieci, była sponsorem nagród w parafialnym konkursie. Na pomoc może liczyć także ochotnicza straż pożarna. Poza tym zarząd firmy regularnie (przynajmniej raz na kwartał) spotyka się z władzami samorządowymi celem bieżącego omawiania problemów lokalnych.

Ten system „małych kroków” zdaje egzamin. Dyckerhoff Polska postrzegany jest w środowisku lokalnym jako partner godny zaufania. Partnerstwo to procentuje i nawet w trudnych sytuacjach pomaga w dialogu i osiągnięciu porozumienia.

Podobną zasadę wyznaje **KGHM Ecoren** – firma, która z zasady nie angażuje się w wielkie kampanie i imprezy. Wspiera za to lokalną młodzież w ich ambicjach sportowych. Od trzech lat w wakacje organizuje turniej piłki nożnej amatorskich drużyn Ecoren CUP. Dzięki opiece i wsparciu lokalna drużyna piłkarska dziewcząt Ecoren Ziemia Lubiąska startuje z powodzeniem w ligowych rozgrywkach. Dwie dotychczasowe edycje turnieju to 99 drużyn i 796 zawodników. Mecze rozgrywane są w Lubiniu, Głogowie, Polkowicach i Legnicy.

Długofalowe korzyści

Wśród zalet działań CSR można wymienić:

- budowanie pozytywnego wizerunku firmy,
- uwiarygodnienie misji firmy w oczach klientów,
- pozyskanie bądź utrwalenie zaufania i obecnych i potencjalnych klientów,

Reklama



Nasza specjalność:

- kompletne zakłady przerobcze kruszyw
- przenośniki taśmowe
- konstrukcje stalowe
- odwadniacze
- kosze zasypowe
- obróbka mechaniczna
- regeneracja części kruszarek



Budkrusz Sp. z o.o.
87-700 Aleksandrów Kujawski, ul. Narutowicza 16
tel/fax: 0-54 282 45 99, 0-54 282 42 21
e-mail: biuro@budkrusz.pl
www.budkrusz.pl



- pozyskanie przychylności społeczności lokalnej,
- zwiększenie zainteresowania inwestorów.

Zaangażowanie w CSR przyczynia się także do poprawy wewnętrznej sytuacji w firmie. W wyniku wdrożenia programów CSR następuje wzrost zadowolenia i satysfakcji pracowników oraz ich identyfikacji z firmą czy lojalności. Co więcej, zaangażowanie w działalność CSR – poprzez działalność edukacyjną, aktywizację społeczności lokalnych, propagowanie dobrych wzorców – często prowadzi do rozwiązania, chociażby częściowego, istniejących problemów społecznych. I nawet jeśli główną motywacją do wdrażania projektów CSR jest poprawa wizerunku firmy, to cenne przedsięwzięcie. Nie ulega wątpliwości, że rzetelne CSR potęgują efekty public relations przedsiębiorstwa i umacniają jego wizerunek.

W ubiegłym roku społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR Corporate Social Responsibility) stała się nawet obszarem polityki państwa w kilku krajach europejskich i na świecie. Rządy wielu państw doceniły znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu. Toczy się dyskusja na temat nowej roli

biznesu w społeczeństwie. W lipcu ubiegłego roku opublikowany został Komunikat Komisji Do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów dotyczący **planu działania na rzecz zrównoważonej konsumpcji i produkcji oraz zrównoważonej polityki przemysłowej**.

A już w 2006 roku Komisja wydała komunikat w sprawie uczynienia Europy liderem w zakresie odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw.

Czy w czasach kryzysu, w których głównym problemem firm staje się utrzymanie płynności finansowej, walka o utrzymanie pozycji rynkowej i dotychczasowych klientów, powyższe działania mają sens? Tak i to znacznie większy niż nam się wydaje. Działania z obszaru odpowiedzialnego biznesu są obliczone na efekty długofalowe, często przyszłościowe. Nigdy nie jest za późno na wdrażanie idei odpowiedzialnego biznesu, podnoszenie kultury organizacyjnej

firm, poziomu świadomości ekologicznej czy wysokiej jakości komunikacji z otoczeniem. Jest tylko jeden warunek – promowane hasła, filozofie, projekty nie mogą być efektem chytrze wykorzystanej „mody na CSR”. Muszą mieć odzwierciedlenie w przekonaniach i w czynach. Muszą być... prawdziwe. ■

”

Szereg firm prowadzi swoją działalność w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju myśląc o przyszłych pokoleniach, środowisku, racjonalnym wykorzystaniu zasobów naturalnych i własnych

Reklama



10 – 12 września 2009

Expo Silesia, Sosnowiec

INFRA-Meeting

Targi Maszyn Budowlanych,
Urządzeń i Technologii
dla Infrastruktury

Nowe inwestycje w drogownictwie

partner instytucjonalny



patronat merytoryczny



patronat honorowy



partner medialny



patronat medialny



kontakt

Michał Poniatowski – dyrektor projektu
tel. 032 788 75 43; fax 032 788 75 03
kom. 0 510 031 669
inframeeting@exposilesia.pl

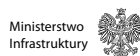
ExpoBeton

Targi Technologii,
Produkcji i Wykorzystania Betonu

Technologie Urządzenia Surowce

CONCRETna Promocja ważna do 31 maja

patronat honorowy



patronat merytoryczny



partner medialny



patronat medialny



tereny targowe

Expo Silesia – Kolporter Expo
ul. Braci Mieroszewskich 124, Sosnowiec
www.exposilesia.pl

exposilesia

kontakt

Aneta Sygut – koordynator projektu
tel. +48 41 367 86 55; fax +48 41 367 86 56
expobeton@exposilesia.pl

www.expobeton.pl

www.inframeeting.pl