



# NOWE IDEE

odpowiedzialni w biznesie

## Ryba, wędka i partnerstwo

Niewiaryczna, niepełnowartościowa, szkodliwa, prawnie, ekologicznie, zdrowotnie, ekonomicznie, społecznie, obywatelsko – czy biznes powinien podejmować działania na rzecz walki z tymi problemami społecznymi? Jeśli tak, to w jakiej formie? Patrząc na działania innych, finansując je czy bezpośrednio włączając się w realizację projektów lub projektując własne? Filantropia w oddziale od innych form społecznego zaangażowania przedsiębiorstwa charakteryzuje się brakiem władzy organizacyjnej w rozwiązywaniu problemów społecznych. Ogranicza się do wsparcia finansowego, głównie sportu i kultury. Jak wynika z badania „Menedżerowie SOC”, nadal straszy się sędzią, w której firmie najłatwiej wypracować tempo rozwoju korporacyjnej odpowiedzialności biznesu w Polsce, a podejmowane działania koncentrują się właśnie w obszarze filantropii.

Często rozwiązywany problem społeczny nie jest powiązany z obszarem działalności przedsiębiorstwa udzielającego pomocy, ale tylko o nim komunikował. Jednak jeśli dalsze filantropijne są prowadzone regularnie w odniesieniu do konkretnego podmiotu lub grupy podmiotów, mogą wówczas stanowić oparcie dla decydujących o ich postawach. Filantropia zwykle związana jest z celami ogólnospołecznymi. Powodowana jest notywnymi skłonnościami bez świadomości społecznych. Niezależnie czy działalność filantropijna prowadzona jest za pośrednictwem organizacji społecznej, czy przedsiębiorstwo decyduje się na – często krótkotrwałą – formę bezpośrednią (czyli tworzenie własnej fundacji), konieczna jest transparentność działań. Warto mieć świadomość, że aż 73% Polaków jest zdania, że są daleki biznesu na najłatwiejsze w swojej dobroczynności są często wyrażane i nie dają im na rzeczywiste działania społeczne. Tak wynika ze wspomnianego badania „Odpowiedzialny biznes” – firmy doradczą On Board PR i PDS CGA przeprowadzonego w 2008 roku.

Polakom społeczeństwo uważa, że głównym motorem włączania się w działalność charytatywną jest chęć pomocy bliźniemu. Informowanie o realizacji czynnych przedsięwzięć wymaga więc wyzucia i umiejętności doboru nazywanych i wywołania interakcji. Warto zwrócić uwagę na fakt, że wśród Polaków z najwyższymi wykształceniem odsetek osób podejmujących powagę promocyjną nad rzeczywistymi działaniami sięga 82%. Z drugiej strony istnieje wiele ciekawych i pozytywnych inicjatyw, które w ogóle nie są nagłaśniane.

Z głównego badania wynika również, że odsetek 92% Polaków firmy mogłyby robić dużo więcej w obszarze działalności społecznej. Praktycznie to jest właściwie niezależnie od wykształcenia czy poziomu dochodów. Choć większość społeczeństwa uważa dobroczynność biznesu jako podejmowaną tylko dla marketingu, istnieje grupa, która powołanie takich działań od siebie jako wyjątkowo obowiązkowe. Szczególną formą działalności charytatywnej jest tworzenie fundacji korporacyjnych. Wyniki pierwszego badania tych podmiotów opublikowano w 2008 roku Forum Zaradców. Natomiast w 2010 roku zespół z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (w składzie: prof. dr hab. Robert Karasowski, Magdalena Jóbek, Maria Karwach) przeprowadził badanie w sąsiedztwie organizacji polityki publicznego w Polsce. Analizowano informacje publikowane w latach sprawozdań oraz na stronach internetowych organizacji. Niewielka część organizacji polityki

publicznego (32%) podejmuje współpracę z innymi podmiotami. Najczęściej są to jednostki samorządu terytorialnego (43% spośród podejmujących współpracę), które decydują lub wspierają zadania publiczne oraz przekazują środki na jego realizację lub społeczno-dobroczynną. Jednostki samorządu terytorialnego obowiązkowo przyjmują program współpracy (uczny lub wielebny), a następnie stają sprawcami w z jego realizacji. Współpraca z przedstawicielami pozostałych sektorów może okazać się dla organizacji pozarządowej (w tym organizacji polityki publicznej – OPP) nieocenionym źródłem wiedzy i umiejętności czy chociażby dostępnymi kanałami komunikacji i wykorzystanych zasobów.

Taką wartością, poza niespotykaną częścią wspólnego przedsięwzięcia, może być również partnerstwo biznesu. Spółki organizacji podejmujących współpracę z innymi podmiotami 31% współpracuje z jednym przedsiębiorstwem, 26% z kilkoma. Jeśli zaś chodzi o fundacje korporacyjne, dominuje współdziałanie z wieloma przedsiębiorstwami, szczególnie z udziałem z jednostkami samorządu terytorialnego. Jeśli podmioty reprezentujące sektor publiczny, prywatny i organizacje pozarządowe realizują wspólne przedsięwzięcia, należy do czynienia z partnerstwem międzysektorowym. Umowa o podobnym partnerstwie w przedsiębiorstwach o charakterze publicznym, sprzyjającemu do zrównoważonego rozwoju społecznego i budowy społeczeństwa obywatelskiego.

Rozwój wzmocnienia wizerunku zastrzeżenie instytucji reprezentujących poszczególne sektory oraz świadomości współodpowiedzialności za jakość życia. Partnerstwo jest formą zakładającą korzyści dla wszystkich zaangażowanych w nie stron. Przedsiębiorstwa zobowiązują się realizować cele własne i odpowiadać na problemy społeczne, gwarantując akceptację społeczniczo lokalnej dla swoich działań biznesowych.

Partnerstwo prowadzi do wypracowania skutecznego mechanizmu porozumienia między przedstawicielami różnych sektorów. Wzrost liczby partnerstw realizowanych w Polsce w ostatnich latach związany jest z partnerstwami projektowymi (wspólne przedsięwzięcia dofinansowane z funduszy Unii Europejskiej). Projektem takiego przedsięwzięcia jest projekt „CSR – planowanie transferu wiedzy i innowacji w spółkach przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie”. Utworzył go Mikołaj Kopernik realizuje go wspólnie z przedsiębiorstwami z województwa kujawsko-pomorskiego: Apator S.A., SODA Polska DECH Sp. z o.o., Miejskie Przedsiębiorstwo Oczyszczania Sp. z o.o. w Toruniu. Projekt skierowany jest do pracowników przedsiębiorstw z województwa kujawsko-pomorskiego oraz pracowników naukowych i naukowców-doktorantów z województwa kujawsko-pomorskiego. Celem szkoleń, stały i warsztatów będzie budowa modelu współpracy uczelnia z biznesem.

Rozwój nauki w wielu obszarach nie byłby bowiem możliwy bez zaangażowania i organizacji gospodarczych. Mimo to nie do wyrażenia w ramach wspólnych projektów badawczych, umożliwiało zastosowanie teoretycznych opracowań dzięki współpracy przedsiębiorstw na etapie eksperymentów, wdrożeń lub w roli ekspertów uczestniczących w poszczególnych etapach badań. Takie zaangażowanie obejmuje więc po stronie przedsiębiorstw władz finansową, kadrą lub organizacyjną.

Magdalena Jóbek

### Odpowiedzialni

Kajawsko-Pomorski Związek Pracodawców i Przedsiębiorców w partnerstwie z Toruńską Agencją Rozwoju Regionalnego realizuje projekt „Odpowiedzialni – nowe idee dla biznesu”. Jest to projekt promocyjny – informacyjny dotyczący idei społecznej odpowiedzialności biznesu i flexicurity w regionie kujawsko-pomorskim. Inicjatywą jest realizowana w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Działanie 6.1.3 Wzrostowi lokalnego partnerstwa na rzecz adaptacyjności.

CSR (Corporate Social Responsibility) czyli społeczna odpowiedzialność biznesu to podjęcie długoterminowe, oparte na zasadach dialogu społecznego i poszukiwaniu rozwiązań korzystnych tak dla przedsiębiorstwa, jak i jego całego otoczenia. O koncepcję zgodnie z którą przedsiębiorcy dobroczynnie planują swój rozwój z szerszymi interesami społecznymi i ochrony środowiska, a także relacji z różnymi grupami interesariuszy.

Flexicurity to idea, która łączy ze sobą większą elastyczność form pracy z jednoczesnym zapewnieniem bezpieczeństwa zatrudnienia i jest kolejnym wyznacznikiem stojącym przed gospodarką. Zakłada płynne zmiany w życiu zawodowym człowieka (zmiana pracy, awans, rozwój) możliwe dzięki elastycznej i gwarantującej w ogólnym ujęciu uczucie się, godność pracy zawodowej z byciem przywiązanym, dostępną do pomocy w przypadku straty pracy. Projekt zakłada szeroki kampanijny promocyjny-informacyjny w zakresie CSR i flexicurity. Głównym działaniem projektu jest realizacja programu telewizyjnego, którego emisję rozpoczęła się w TVP Bydgoszcz w styczniu 2011 r. Jego odbiór dotyczy następujących zagadnień: fair trade (sprawiedliwy handel), innowacje ekologiczne, stylis przedsiębiorstwa, wolontariat pracowniczy, partnerstwo międzysektorowe i dialog społeczny, inwestycje społeczne, relacje z pracownikami, działania filantropijne, dialog z interesariuszami zaangażowanymi, gospodarka zasobami zgodnie z ideą słów obywatelskiego rozwoju, odpowiedzialność w relacjach dobiegających zaangażowanie przedsiębiorstw w rozwój osiedli. Równocześnie do przekazu telewizyjnego realizowana jest tu kampanijna prasowa oraz w przekazaniu publicznej najpopularniejszych miast regionu (Bydgoszcz i Włocławek) przytaczając. Projekt zakończy happy ending, czyli wydarzenie symboliczne dyskutujące w społeczeństwie regionu kujawsko-pomorskiego o ideach CSR i flexicurity.

Monika Wysocka

### Odpowiedzialni – nowe idee dla biznesu

Artykuł powstał w ramach projektu promującego idee społecznej odpowiedzialności biznesu i flexicurity w województwie kujawsko-pomorskim. Projekt „Odpowiedzialni – nowe idee dla biznesu” to wspólna inicjatywa Kujawsko-Pomorskiego Związku Pracodawców i Przedsiębiorców oraz Toruńskiej Agencji Rozwoju Regionalnego SA.

www.noweidee.eu



KAPITAŁ LUDZKI  
NAKŁADOWA STRATEGIA WSPÓLNOŚCI



Kujawsko-Pomorski Związek  
Pracodawców i Przedsiębiorców



Toruńska Agencja  
Rozwoju Regionalnego S.A.

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPÓLNOŚCI

