

asBIZNESU

Angażuj się!



TEMAT NUMERU:
Zaangażowanie
społeczne biznesu

PRAWO W PRAKTYCE:
Mobbing w pracy

WARTO WIEDZIEĆ:
Fundacja korporacyjna
– dla kogo?

Inspirujemy przedsiębiorców

- Tworzymy platformę wymiany doświadczeń w zakresie społecznej odpowiedzialności

- Inicjujemy partnerską współpracę firm z organizacjami pozarządowymi

- Oferujemy fachowe wsparcie – szkoleniowe i doradcze przy planowaniu działań CSR

- Organizujemy wolontariat pracowniczy

Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

ul. Pl. J. Metziga 26/6
64-100 LESZNO
Tel./Fax 65 520 78 86

ul. F. Ratajczaka 26/6/96
61-815 POZNAŃ
Tel./Fax 61 851 91 34

e-mail: pisop@pisop.org.pl


**CENTRUM
PISOP**

Angażuj się!



67 procent Polaków nie włącza się w żadną formę aktywności, bo nikt ich o to nie poprosił! Czy jednak powinniśmy czekać, aż nas ktoś poprosi? O tym, że opłaca się firmie podjąć wyzwanie zaangażowania społecznego, udowadnia Marta Szymborska (**Zaangażowanie społeczne firmy jako element przewagi konkurencyjnej**) za pomocą praktycznych przykładów, przekonując, że podjęcie działań w tym obszarze może budować jej wartość. Osobiście wierzę, że zaangażowanie społeczne najlepiej wychodzi z udziałem organizacji pozarządowej czy szerzej, podmiotów ekonomii społecznej (**Ekonomia społeczna = zysk, Współpracuj z PES**) przy czym można nawiązać współpracę z coraz prężniej działającymi już stowarzyszeniami lub fundacjami (**O organizacjach pozarządowych słów kilka**) bądź też powołać swoją fundację (**A może powołać fundację...**).

W tym nurcie, jak zwykle, staramy się zainspirować naszych Czytelników sprawdzonymi praktykami. Tym razem w dużej mierze są one oparte na współpracy międzysektorowej, tak bardzo ostatnio modnej.

Zachęcam także do zapoznania się z refleksjami Krzysztofa Kaczmarza z Fundacji Kronenberga na temat odpowiedzialności w sektorze finansowym i nowoczesnej filantropii. A ponieważ odpowiedzialność to także budowanie przyjaznego środowiska pracy, polecam uporządkowanie sobie wiedzy na temat mobbingu w Dziale Prawnym.

Liczę, że również pozostałe artykuły przyniosą nie tylko garść praktycznych refleksji, ale także pozwolą na chwilę wytchnienia w codziennej walce o przetrwanie.

Ewa Gałka

Redaktor naczelna

Dystrybucja Asa została wsparta przez Wielkopolską Izbę Przemysłowo-Handlową



WIELKOPOLSKA IZBA
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA

Spis treści:

- 3 Wstęp
- 4 Fotorelacja: **Współpracuj z PES**
- 7 Badania: **O organizacjach pozarządowych słów kilka**
- 10 **Temat numeru: Zaangażowanie społeczne**
- 13 Plus Minus
- 14 Trendy: **Klikamypomagamy.pl**
- 16 Dobra praktyka: **Poznań Business Run**
- 18 Wywiad: **Krzysztof Kaczmar z Fundacji Kronenberga**
- 21 Felieton: **Zacznij od wnętrza organizacji**
- 22 Warto wiedzieć: **Ekonomia społeczna = zysk**
- 24 Warto wiedzieć: **Fundacje korporacyjne**
- 26 Trendy: **Centrum Edukacji Heweliusz**
- 28 Prawo w praktyce: **Mobbing w pracy**
- 30 Podróże po Wielkopolsce: **Industrialne atrakcje turystyczne**

asBIZNESU od 2011 roku

Wydawca: Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

Adres redakcji:

ul. Ratajczaka 26/6/96, 61-815 Poznań
tel./faks 61 851 91 34 | e-mail: pisop@pisop.org.pl
NIP: 697-20-53-010 | Regon: 411184520

Redaktor naczelna: Ewa Gałka

Redaktor prowadząca: Agata Robińska, agata.robinska@asbiznesu.pl

Redakcja merytoryczna: Justyna Schaefer-Kurkowiak, Dorota Surma

Redakcja techniczna: Weronika Bota, Anna Lewandowska

Korekta językowa: Maria Gałka | **Projekt makiety i skład:** ePic, Marcin Jaroszewski

Projekt okładki: ePic, Marcin Jaroszewski

Druk: Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK | **Nakład:** 6500 egz.

Magazyn wraz z portalem www.asbiznesu.pl stanowią kompleksowe źródła inspiracji i wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu.

Magazyn As Biznesu w ramach społecznie odpowiedzialnych działań wydawcy drukowany jest w przedsiębiorstwie społecznym – Zakład Aktywizacji Zawodowej PROMYK w Żerkowie.

Redakcja Magazynu zaprasza do przesyłania swoich opinii, refleksji czy informacji prasowych wszystkich, którzy chcą podzielić się społecznie odpowiedzialną wiedzą i doświadczeniem: redakcja@asbiznesu.pl

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów, nie odpowiada za treść zamieszczanych reklam i ogłoszeń.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Człowiek - najlepsza inwestycja

Współpracuj z PES

Podmiot ekonomii społecznej (PES) jako partner biznesowy to szansa na pozytywne oddziaływanie na społeczności lokalne, wzmocnienie wizerunku. PES na różne sposoby przekonują zleceniodawców do siebie, udoskonalając i nieustannie poszerzając swoją ofertę. Prywatni przedsiębiorcy oraz instytucje publiczne z uwagą przyglądają się ich działaniom i coraz częściej nawiązują współpracę, z korzyścią dla obu stron. ■

Weronika Bota

Centrum PISOP



Spółdzielnia Socjalna „Zielona Kłoda”

Rydzyna

W ofercie „Zielonej Kłody” znajduje się m.in. świadczenie usług porządkowych. Specjalistyczny sprzęt pozwala w sposób profesjonalny wykonywać zadania związane z zakładaniem i pielęgnacją terenów zielonych. Spółdzielnia od maja 2015 r. poszerzyła swoją działalność, otwierając wypożyczalnię sprzętu wodnego nad zalewem w Rydzynie.



Spółdzielnia Socjalna „Vita”

Leszno

Spółdzielnia prowadzi punkt gastronomiczny, dziennie przygotowuje około 200 dwudaniowych obiadów, które można nabyć za niewielką cenę. Część posiłków dowożona jest do leszczyńskich szkół. Oferta obejmuje obsługę imprez okolicznościowych i przygotowanie cateringu na zamówienie. Spółdzielnia od 2 lat wspiera przygotowanie miejskiej Wigilii dla samotnych.





Dobra Spółdzielnia Socjalna

Poznań

Spółdzielnia prowadzi Dobrą Kawiarnię w Poznaniu, gdzie zatrudnienie znajdują osoby z niepełnosprawnością intelektualną. Środki na działalność zdobyła m.in. dzięki wsparciu darczyńców na portalu polakpotrafi.pl oraz Ośrodka Wsparcia Ekonomii Społecznej. Lokal świadczy też usługi cateringowe.



Spółdzielnia Socjalna „Strefa Czasu”

Leszno

Założycielki „Strefy Czasu” postawiły sobie za cel stworzenie miejsca, gdzie swobodnie będą czuli się nie tylko dzieci, ale i rodzice. W przytulnym lokalu odbywają się przyjęcia urodzinowe, baliki dla dzieci, cykliczne zajęcia ruchowe, muzyczne i plastyczne, a dla rodziców szkolenia i warsztaty tj. m.in. instruktaż masażu niemowląt.



Stowarzyszenie Ziółwieś Pępowo

Pępowo

Stowarzyszenie prowadzi wioskę tematyczną. Wśród oferty znajdują się m.in. wykłady z ziołolecznictwa, warsztaty produkcji naturalnych kosmetyków na bazie ziół czy warsztaty rękodzielnicze. Na zamówienie wykonywane są ziołowe upominki w postaci np. mydełek.



Spółdzielnia Socjalna „Równe Szanse”

Gajewo k. Czarnkowa

Stowarzyszenie zajmuje się produkcją i sprzedażą wyrobów ceramicznych: figurek ozdobnych, świeczników, świnek skarbonek. Wszystkie wykonywane są od podstaw. Produkty trafiają do przedszkoli, szkół, osób prywatnych i firm zainteresowanych tego typu wytworami.



Kościańska Operatywna Spółdzielnia Socjalna „KOSS”

Kościan

KOSS realizuje m.in. zadania związane z pielęgnacją i utrzymaniem terenów zielonych na kościańskich osiedlach. Od ponad roku współpracuje w tym zakresie z Kościańską Spółdzielnią Mieszkaniową. Pracownicy dbają również o miejsca użyteczności publicznej tj. przystanki, parki czy place zabaw. Odbiorcami usług są prywatne firmy oraz jednostki administracji publicznej.



0 NGO słów kilka

Organizacje pozarządowe funkcjonują w wielu obszarach życia codziennego, jednak nie każdy zdaje sobie sprawę z ich zakresu i zasięgu działania oraz korzyści wynikających ze współpracy. Odpowiadamy na podstawie badań.

Organizacje pozarządowe, czyli NGO (z ang. non-governmental organisation) skupiają swoją działalność na rzecz wspólnego, publicznego dobra. Stanowią swego rodzaju łącznik między państwem a obywatelem. Na stałe już wpisały się w nasz krajobraz. W ciągu ostatnich kilku lat można zauważyć tendencję wzrostową zarejestrowanych NGO zarówno w skali województwa wielkopolskiego, jak i całego kraju.

Co prawda liczba organizacji pozarządowych odbiega od tych

zarejestrowanych w województwie mazowieckim (21 123 NGO), ale plasuje Wielkopolskę w czołówce 5 województw przekraczających 10 tys. zarejestrowanych organizacji. Rok 2013 był dla Wielkopolski owocny w szczególności w liczbie nowopowstałych podmiotów. Na 8816 organizacji pozarządowych, (poza Ochotniczymi Strażami Pożarnymi), widniejących w rejestrze REGON, aż 505 stanowią powstałe w tym roku fundacje i stowarzyszenia. Zdecydowana większość z nich to stowarzyszenia. Jednak

proporcja ta może się w przyszłości zmienić, ponieważ liczba nowopowstałych fundacji dynamicznie rośnie.

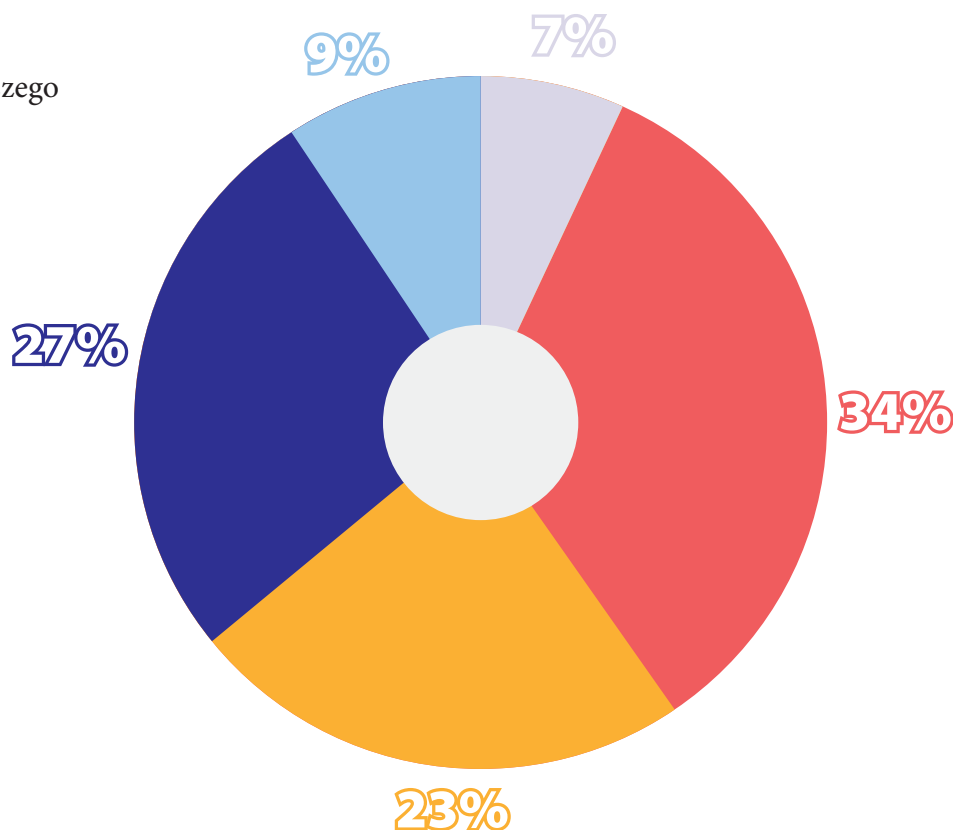
Anna Lewandowska

Centrum PISOP



Schemat 1. Zarejestrowane organizacje pozarządowe
Źródło: Główny Urząd Statystyczny

- organizacje ograniczające zasięg działania do najbliższego sąsiedztwa
- organizacje działające na poziomie gmin i powiatów
- organizacje działające na poziomie województw i regionów
- organizacje prowadzące działania na terenie całego kraju
- organizacje rozszerzające swój zasięg działania na inne kraje



Schemat 2. Zasięg działania organizacji pozarządowych
Źródło: Zaangażowanie społeczne Polek i Polaków, raport z badania w 2013 r., Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2014 r.

Co robią?

W marcu 2014 r. GUS przedstawił wyniki badań nad NGO, pokazując m.in. specyfikę ich działania

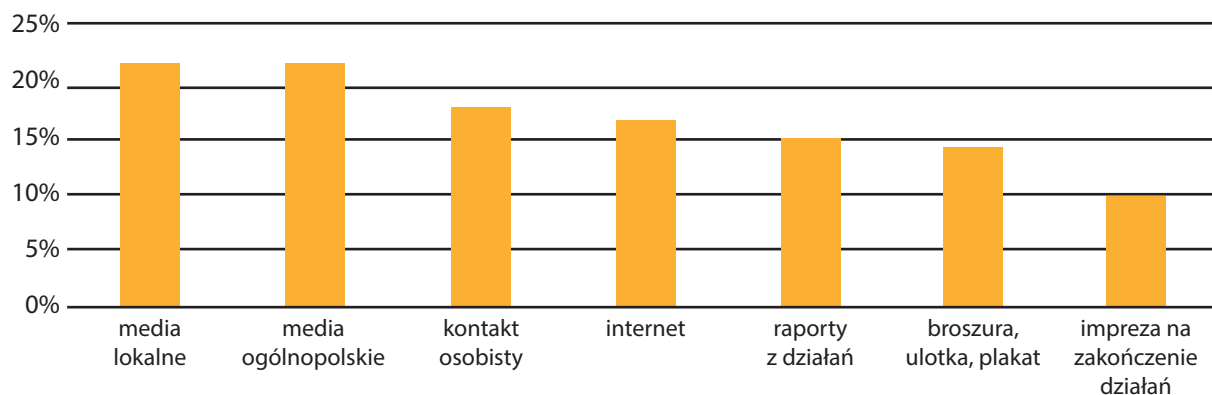
rozwój lokalny, łowiectwo, ochrona środowiska, wsparcie trzeciego sektora, prawo i jego ochrona, rynek pracy, działalność międzyna-

ści lokalnej, wdrażanie innowacji, rozwiązywanie problemów społecznych, dbanie o prawa mniejszości, włączanie do życia społecznego marginalizowanych grup, wspieranie chorych i niepełnosprawnych, działania proekologiczne, integracja społeczna – to tylko część z korzyści, jakie przynosi funkcjonowanie organizacji pozarządowych. Warto więc być na bieżąco, orientować się w kierunkach ich aktywności i podejmować z nimi współpracę. Z takimi partnerami działania firm stają się w większym stopniu wiarygodne i bardziej skuteczne. Wiele można powiedzieć także o korzyściach nawiązania współpracy z sektorem pozarządowym przez organizacje biznesowe. Nie

Widoczność efektów działań NGO jest jednym z czynników budujących jego wiarygodność.

oraz główne dziedziny działalności statutowej. Wachlarz dziedzin jest bogaty: sport, turystyka, rekreacja i hobby – to najczęstsze pola działalności, kolejne – ratownictwo, kultura i sztuka, edukacja i wychowanie, pomoc społeczna i humanitarna, sprawy zawodowe, pracownicze, ochrona zdrowia,

rodowa. Skala działań organizacji pozarządowych nie zamyka się tylko na lokalnych i regionalnych działaniach, według badań Stowarzyszenia Klon/Jawor 9% organizacji w Polsce prowadzi działalność na skalę międzynarodową. Aktywizacja i rozwój społeczno-



Schemat 3. Forma komunikacji o działaniach organizacji pozarządowych
Źródło: Wizerunek organizacji pozarządowych, raport z badania, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2015 r.

należy zapominać, że korzyści są obustronne. Społeczeństwo docenia innowacyjne i kreatywne podejście do rozwiązywania

tym samym wzmacniając swój wizerunek.

Widoczność efektów działań NGO jest też jednym z czynników budujących jego wiarygodność. Według raportu dotyczącego wizerunku organizacji pozarządowych, ten ostatni czynnik został wskazany jako najbardziej skłaniający do wspierania organi-

zacji pozarządowych przez Polaków, kolejne to cel działania oraz znajomość osób zaangażowanych w NGO. Nie da się ukryć, że najbardziej uwiarygodniającą rolę pełnią cały czas media. Ostatnie badania wskazują, że organizacje coraz bardziej zdają sobie z tego sprawę. W 2012 r. w stosunku do lat wcześniejszych odnotowano procentowy wzrost organizacji, które deklarowały kontakt z mediami. Otwartość na różne

kanały komunikacji jest w stanie pomóc w budowie wizerunku. Dzięki temu społeczność może lepiej poznać działania, o których nie raz nie zdaje sobie nawet sprawy. Może tym samym dowiedzieć się także o tych aktywnościach, które są prowadzone we współpracy np. z partnerem biznesowym. Zasięg działania, szeroki zakres obszarów aktywności, zwiększająca się świadomość społeczeństwa dotycząca korzyści płynących z inicjatyw podejmowanych przez NGO jak również rosnąca z roku na rok liczba nowopowstałych podmiotów trzeciego sektora oraz jego dojrzałość i świadomość – to wszystko prezentuje organizacje pozarządowe jako coraz silniejszego i aktywnego gracza na rynku oraz zachęca do nawiązania współpracy kolejne firmy. ■

Przedsiębiorcy dzięki wiedzy od NGO łatwiej rozwijają produkty.

problemów przez NGO. Na tej płaszczyźnie zarówno sektor pozarządowy, jak i firmy mogą się od siebie wiele nauczyć, a tym samym zwiększyć prawdopodobieństwo powodzenia podejmowanych zadań. Przedsiębiorcy przede wszystkim zyskują łatwiejszy dostęp do lokalnej społeczności, a dzięki wiedzy pozyskanej od NGO, dotyczącej problemów społecznych, będzie im łatwiej nawiązać kontakt i rozwijać produkty,

Gdzie szukać informacji?

Wielkopolskie organizacje pozarządowe wykorzystują różnorodne środki przekazu, aby dotrzeć do świadomości Wielkopolan. Serwis www.wielkopolskie.ngo.pl to jedna z możliwości pozyskania informacji na temat działalności lokalnych NGO: to przede wszystkim baza organizacji pozarządowych, ale również wiadomości z realizowanych inicjatyw, fotorelacje, kalendarz wielkopolskich wydarzeń, oferty dla wolontariuszy. Dużo informacji mieści się również w zakładce „pozarządowy Poznań” na stronie www.poznan.pl. Warto tu zaglądać, by być na bieżąco z wydarzeniami na rzecz III sektora w sercu Wielkopolski. Podobne funkcje spełnia serwis www.wielkopolskiewici.pl.

Zaangażowanie społeczne firmy jako element przewagi konkurencyjnej

Milton Freedman uważał, że przedsiębiorstwo tak długo może prowadzić swoją działalność, jak długo społeczeństwo uważa, że jest mu ona potrzebna.¹ Zaangażowanie społeczne producenta może być obecnie czynnikiem decydującym o wyborze towaru. Coraz bardziej świadomi klienci głosują w sklepie portfelami.

Co się kryje za zaangażowaniem społecznym?

Zaangażowanie społeczne zdaje się najwdzięczniejszym elementem działań CSR. Potwierdza to również Raport Odpowiedzialny

instytucjonalne wzmocnienie społeczności, jej grup i forów zbiorowych, programów kulturalnych, społecznych i środowiskowych oraz sieci lokalnych obejmujących wielorakie instytucje.” Z inne-



Marta Szymborska

Kierownik ds. PR i CSR
Raben Management
Services

Zaangażowanie społeczne wymaga strategicznego podejścia i dialogu.

Biznes w Polsce, do którego najczęściej, bo aż 187 praktyk zgłoszonych w 2014 roku należało właśnie do tego obszaru. Zakres zaangażowania społecznego jest niezwykle szeroki. Norma ISO 26 000:2012 podaje, iż „kwestie związane z rozwojem społeczności lokalnej, w które organizacja może wnieść swój wkład, obejmują tworzenie miejsc pracy poprzez rozszerzenie i dywersyfikację działalności gospodarczej oraz poprzez rozwój technologiczny. Organizacja może również wnieść swój wkład na drodze inwestycji społecznych w tworzenie bogactwa i dochodu poprzez: lokalne inicjatywy rozwoju ekonomicznego, szerzenie edukacji i programów rozwijania kompetencji, promowanie i ochronę kultury i sztuki oraz dostarczanie i/lub upowszechnianie usług zdrowotnych dla społeczności. Rozwój społeczności może obejmować

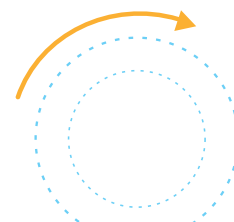
go punktu widzenia zaangażowanie społeczne definiuje Małgorzata

Greszta z SGS, wskazując, że to „takie działania, które z jednej strony przyczyniają się do rozwiązania określonego problemu społecznego, który firma w konsultacji z otoczeniem uznaje za istotny, z drugiej

Kategoria:	liczba projektów
Aktywność fizyczna	2
Bezpieczeństwo na drodze	6
Dobry sąsiad	2
Działania charytatywno-filantropijne	78
Edukacja dorosłych	13
Edukacja dzieci i młodzieży	26
Kampania społeczna	4
Kultura i sztuka	4
Marketing zaangażowany społecznie	2
Profilaktyka zdrowotna	9
Rozwój przedsiębiorczości	6
Tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	25
Wsparcie organizacji pozarządowych	6
Współpraca z uczelniami	4
Razem	187

Schemat 3. Praktyki firm z kategorii „Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej”
Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2014. Dobre praktyki”

¹ S. Zapata, M. Kazimierzczak, „Ryzyko, ciągłość biznesu, odpowiedzialność społeczna. Nowoczesne koncepcje zarządzania”, s. 170.



natomiast przynoszą jej określone korzyści biznesowe. Takie podejście wymaga powiązania zaangażowania społecznego ze strategią rozwoju firmy i zdefiniowania konkretnych celów podejmowanych programów, a następnie znalezienia wskaźników, które pozwolą zmierzyć stopień realizacji celów.² Bez względu na różnice pojęciowe prawdopodobnie wszyscy możemy się zgodzić, że celem działań z tego zakresu jest budowanie wzajemnie

portowej w ramach zaangażowania społecznego prowadzą edukację w zakresie bezpieczeństwa drogowego. Grupa Raben podejmuje takie działania za sprawą kampanii społecznej „Transport jest potrzebny”, która z jednej strony uświadamia wagę przewozów zarówno dla gospodarki, jak również dla każdego z nas, z drugiej promuje bezpieczeństwo drogowe za sprawą warsztatów skierowanych do przedшкоłaków i uczniów szkół podstawowych. Ta inicjatywa pokazuje, że skala zaangażowania może być bardzo duża – w 2014 roku firma

wykorzystując element grywalizacji³ poprzez wprowadzenie systemu głosowania on-line na najlepsze projekty.

► Projekty edukacyjne i kulturalne

W zaangażowanie społeczne wpisują się również różnorodne projekty edukacyjne skierowane do dzieci, młodzieży i dorosłych. Warto wspomnieć chociażby korzyści płynące z prowadzenia Pracowni Orange, które „walczą” z wykluczeniem cyfrowym w małych miejscowościach. Przykładem praktyki z dziedziny edukacji z sektora MŚP może być kampania edukacyjno-informacyjna „Bezpieczna praca w wakacje”, która została stworzona wokół fikcyjnego ogłoszenia o pracę. Wszystkie 378 osób, które odpowiedziały na ogłoszenie znamionujące nieuczciwego pracodawcę, otrzymały od Grupy ATERIMA

Zaangażowanie społeczne stanowi istotny czynnik integracji pracowników wokół wspólnych wartości i celów.

korzystnych relacji z otoczeniem społecznym. Z pewnością możemy także powiedzieć, że w związku ze wzrostem świadomości społecznej można się spodziewać w Polsce rozwoju CSR w tym kierunku.

Jak firmy angażują się społecznie?

Analiza raportów społecznych oraz wspomnianego Raportu Odpowiedzialny Biznes w Polsce, wydawanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, pod kątem zaangażowania społecznego prowadzi do prostego wniosku – zaangażowanie społeczne zawiera wiele różnych praktyk, często związanych (i bardzo dobrze) z działalnością firmy.

► Kampanie społeczne

Przykładowo przedsiębiorstwa z branży samochodowej i trans-

przeszkoliła ponad 8000 najmłodszych pasażerów i użytkowników dróg z zakresu bezpieczeństwa drogowego. Warto wspomnieć także kampanie społeczne, z których słyną najbardziej koncerny farmaceutyczne upowszechniające wiedzę na temat chorób i diagnostyki. Sporym echem odbiła się także kampania „Nigdy nie jeżdżę po alkoholu”, współorganizowana przez Kompanię Piwowarską.

► Inicjatywy sąsiedzkie

Kolejnym sprawdzonym obszarem są „akcje sąsiedzkie”, polegające na dialogu ze społecznością lokalną. Najbardziej rozpoznawanymi przykładami zdają się być programy Podwórko Nivea oraz „Tu mieszkam, tu zmieniam” organizowane przez BZ WBK. Inicjatywy angażują lokalną społeczność do zmiany otaczającej ich rzeczywistości,

² http://www.doradztwocsr.pl/pdf/LBG_Casebook.pdf

³ Wśród trendów opisanych w publikacji 5 CSR Trends on the Radar for 2014 wymieniana jest grywalizacja, która wykorzystuje techniki znane np. z gier fabularnych i komputerowych, do modyfikowania zachowań ludzi w sytuacjach niebędących grami, w celu zwiększenia zaangażowania ludzi. Technika bazuje na przyjemności, jaka płynie z pokonywania kolejnych osiągalnych wyzwań, rywalizacji, współpracy.

przewodnik „Nie bądź ofiarą” (podpowiada on, jakie elementy ogłoszenia powinny wzbudzić czujność osoby poszukującej zarobku za granicą) oraz poradnik „Bezpieczna praca za granicą”. Za pośrednictwem mediów wiedza o bezpiecznej pracy za granicą dotarła do blisko 2,5 mln osób. Więcej informacji o bezpiecznej pracy znaleźć można na stronie dedykowanej akcji: www.bezpieczny-wyjazd.eu.

Także wspieranie kultury i sztuki może być przejawem zaangażowania społecznego. Nie opisane w Raporcie Odpowiedzialny Biznes w Polsce, a zdecydowanie tego godne, są w tym aspekcie działania fundacji VOX artis, której celem jest promocja polskiej sztuki współczesnej. Fundacja współpracuje organizacyjnie i logistycznie z Wielkopolskim Towarzystwem Zachęty Sztuk Pięknych w projekcie „Poznań miasto sztuki”, w ramach którego w ważnych punktach miasta prezentowane są obiekty sztuki współczesnej m.in.: rzeźba Stela Heinza Macka przy alejach Marcinkowskiego.

► Marketing zaangażowany

Trend angażujący konsumentów - buy-one-give-one (kup jeden, daj jeden) nie jest jeszcze tak widoczny na naszym rynku, jak np. w USA. Marketing zaangażowany wciąż się jeszcze u nas rozwija, aczkolwiek jest bardzo popularny za granicą. Decydując się na produkt czy usługę producent lub usługodawca przekazuje, w naszym imieniu, taki sam produkt potrzebującym. Trend zainicjowała firma Toms. Wspomniane przedsiębiorstwo rozdało ponad 10 milionów par butów. Wystarczyło jedynie kupić ich produkt, by firma w imieniu kupującego przekazała podobny produkt potrzebującym. W tym kontekście zakupoholizm może mieć pozytywne efekty.

Znaczny procent wszystkich praktyk z tego obszaru wciąż stanowią inicjatywy o charakterze charytatywno-filantropijnym. Duży odsetek dotyczy także działań



wolontariatu pracowniczego, w ramach którego osoby zatrudnione w firmie zmieniają lokalną rzeczywistość. Pełna identyfikacja potrzeb interesariuszy, zebranie postulatów, oczekiwań i pomysłów działa na korzyść obu stron. Przedstawicielom społeczności umożliwia bowiem realizację lokalnych potrzeb, firmie pozwala lepiej zarządzać potencjalnym kryzysem, wynikającym z ewentualnego niezdiagnozowanego niezadowolenia „sąsiadów” ze sposobu prowadzenia działalności.

Jak budować zaangażowanie społeczne?

Zaangażowanie społeczne wymaga strategicznego podejścia i dialogu. W pierwszej kolejności należy zapytać interesariuszy, jakiego wsparcia oczekują. Realizacja powinna być połączona z ewaluacją oraz z komunikacją z interesariuszami w celu

i związane z nimi emisje oraz koszty.

Istnieje kilka modeli badania wpływu. Coraz częściej jednak mówi się o badaniu zmiany, jaką podjęte działania wywołały. W raportach społecznych coraz rzadziej pisze się o ilości zaangażowanych wolontariuszy lub godzinach przeznaczonych na realizację jakiegoś działania, coraz częściej pojawia się zmiana, jaką te działania i godziny przyniosły. Najbardziej popularnym modelem pomiaru wpływu działań społecznych jest Model London Benchmarking Group (LBG), opisywany w numerze 10 „Asa Biznesu”.

Podsumowanie

Zaangażowanie społeczne stanowi istotny czynnik integracji pracowników wokół wspólnych wartości i celów. Pozwala również na promocję marki na lokalnym rynku, a także może pomóc zapobiegać kryzysom wizerunkowym. Jest aktualnie must have działań społecznie odpowiedzialnych, o czym świad-

Im więcej osób zostanie zaangażowanych w proces po obu stronach, tym lepiej.

powiadomienia ich o przebiegu prac. Im więcej osób zostanie zaangażowanych w proces po obu stronach, tym lepiej. Każdy ambasador działań przyczynia się przecież do popularyzacji idei.

Istotne jest również prowadzenie pomiaru efektów działań związanych z zaangażowaniem społecznym. Aspekt ten wydaje się być trudniejszy niż w pozostałych elementach strategii CSR, np. wpływu na środowisko naturalne, bowiem w tym przypadku wystarczy sprawdzić zużycie gazu, prądu lub wody

czą zarówno raporty społeczne, jak i zewnętrzne publikacje. Wagę tych działań potwierdza również dotychczas jedyny niezależny Ranking Odpowiedzialnych Firm. Tegoroczna edycja udowodniła, że cechą najbardziej wyróżniającą liderów wobec całej grupy uwzględnionych firm jest właśnie podejście do zaangażowania społecznego. Dlatego wciąż jeszcze podjęcie działań w tym obszarze może stanowić o przewadze konkurencyjnej. Im szybciej, tym lepiej... ■



PLUS

Zaangażowanie nas inspiruje

Zaangażowanie społeczne powinno być istotnym elementem działań każdej firmy, ponieważ przynosi konkretne korzyści zarówno dla organizacji, jak i wspieranej społeczności. Signal Group traktuje działania z zakresu CSR jako inwestycję, a nie koszt. Włączenie się w obszar Corporate Social Responsibility, jakim jest zaangażowanie społeczne, wspiera lokalną społeczność oraz integruje zespół, co przekłada się na współpracę w organizacji oraz poza nią. Poprzez różnorodne akcje umacnia się także zaangażowanie i lojalność pracowników.

Budowa relacji z lokalną społecznością wpływa na trwały i zrównoważony rozwój każdej organizacji.

chęć włączenia się wspartych podmiotów w pomoc kolejnym interesariuszom – tworzymy tym samym łącznik pomiędzy różnymi grupami ludzi potrzebującymi wsparcia. Zawsze staramy się dawać „wędkę, a nie rybę”. Pragniemy ich wesprzeć w ten sposób, by promowane przez nas inicjatywy wpływały na rozwój społeczności, nie były tylko „jednorazowym prezentem”.

Dla Signal Group kluczowym obszarem są nowoczesne technologie. Pomagając, zbieramy doświadczenia wynikające z zaangażowania społecznego – to z kolei inspiruje pracowników do tworzenia innowacyjnych rozwiązań, które napędzają biznes i pomagają naszym klientom budować przewagę konkurencyjną. Jesteśmy przekonani, że budowa relacji z lokalną społecznością wpływa na trwały i zrównoważony rozwój każdej organizacji. ■

Zaangażowanie społeczne ma sens, jeśli pomaga się strategicznie, długofalowo. Pomoc, którą oferujemy jest cykliczna i trafia do osób z lokalnej społeczności, które faktycznie potrzebują konkretnego wsparcia. W zamian otrzymujemy

Aneta Golicka

Dyrektor Departamentu Operacyjnego Signal Group



MINUS

Złe zaangażowanie społeczne?

Cieszy mnie coraz większe zaangażowanie społeczne firm, jestem też gorącym zwolennikiem CSR i wszystkich jego przejawów. Czasem jednak działania te wymagają namysłu.

Niedawno byłem świadkiem sytuacji, kiedy pewna firma koniecznie chciała ufundować obiady dla potrzebujących, najlepiej dzieci. Tymczasem akurat ten problem lokalny samorząd rozwiązał w 100%, natomiast inne propozycje i możliwości nie spotkały się z zainteresowaniem biznesu. Komentarz zaprzyjaźnionego kierownika ośrodka pomocy społecznej nie wymaga objaśnień: *Wszyscy chcą pomóc dzieciom. Tymczasem my mamy z roku na rok coraz więcej potrzebujących osób starszych. Starość jednak nie jest ładna...* Warto przy tym pamiętać, że doraźna pomoc materialna bywa demotywuująca i rozleniwiająca. Utrwała bowiem schemat, że ktoś w końcu zawsze pomoże, więc po co się starać.

Zatem ważne jest zaangażowanie społeczne, ale zaangażowanie powinno być dopasowane ściśle do lokalnej społeczności. Nietrudno dowiedzieć się, jakie są deficyty – zna je pomoc społeczna, znają organizacje pozarządowe czy

Zaangażowanie społeczne firm powinno być przemyślane i adekwatne do rzeczywistych potrzeb lokalnej społeczności.

ośrodki wsparcia ekonomii społecznej. Najcenniejsze jednak jest zaangażowanie biznesu w lokalne partnerstwo rozwojowe. Wiele społeczności lokalnych bezskutecznie puka do drzwi biznesu, nie tylko

lokalnego. I często nie oczekują pieniędzy. Coraz liczniejsze są przykłady niezwykle efektywnego wsparcia merytorycznego: dla przedsięwzięć społecznych biznesowy coach czy mentor okazuje się bezcenny zwłaszcza w czasie, gdy jak grzyby po deszczu powstają na przykład spółdzielnie socjalne.

Zaangażowanie społeczne firm i CSR oczywiście są ważne, ale powinno być przemyślane, mądrze skierowane na zewnątrz i wypracowane od wewnątrz, ważne dla każdego członka zespołu, adekwatne do rzeczywistych potrzeb lokalnej społeczności. ■

Tomasz Mika

Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej Fundacji im. Królowej Polski św. Jadwigi

Klikaj i spełniaj marzenia ...

Klikając, spełniaj marzenia dzieci, twoich sąsiadów, twoje i nie tylko!
Taka idea przyświeca nowoutworzonemu portalowi Klikamypomagamy.pl!

Pracując na co dzień z mieszkańcami miast, wsi, stowarzyszeniami, obserwujemy znaczący wzrost aktywności obywatelskiej. Ludzie sami zauważają coraz więcej otaczających ich problemów, potrafią się bardzo szybko zgromadzić i podjąć działania zaradcze – mówi Anna Jądrzyk, współtwórczyni portalu z Centrum PISOP. Polskie społeczeństwo dojrzewa, bierzemy na siebie dużą odpowiedzialność, ale też rośnie nasza siła i wpływ na otoczenie – kontynuuje Jądrzyk. Chęć działania, bezinteresownej pomocy innym nie mogły pozostać na dłużej w próżni. Pojawił się popyt, musiała pojawić się i podaż. Dlatego też zrodził się pomysł na utworzenie portalu Klikamypomagamy.pl. Zgłoszony może zostać tu każdy pomysł, który jest prze-

klikać może każdy, ale faktyczna pomoc dla zgłoszonych projektów płynie z firm, które zdecydują się dofinansować najciekawsze i najpotrzebniejsze pomysły. To firma decyduje, ile środków finansowych i na jaki rodzaj inicjatyw chciałaby przeznaczyć, a ludzie głosują. Proponujemy ciekawe rozwiązanie techniczne. Polega ono nam tym, że ludzie klikają a każdy klik zawsze odslania logotyp firmy, która sfinansuje inicjatywę, jeżeli tylko ta zbierze określoną ilość klików – podkreśla Jądrzyk.

Firmy prześcigają się w pomysłach na pozyskanie klientów. To odbiorcy ich usług decydują w znaczącej mierze o rozwoju przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa muszą być zatem otwarte, słuchać potrzeb, a poprzez



Dorota Surma

Centrum PISOP
Portal
Klikamypomagamy.pl

Klikamypomagamy.pl nie jest pierwszym takim portalem. Od lat obserwować można rosnące zainteresowanie konkursem Fundacji BZ WBK „Tu mieszkam, tu zmieniam”. Bank dofinansowuje realizację najlepszych 300 pomysłów na poprawę jakości życia w gminie, powiecie lub mieście. Łączna wartość przeznaczonych na dofinansowanie środków wynosi 1,5 mln zł. Na każdą edycję spływa ponad 3000 wniosków! Zainteresowanie jest zatem ogromne.

To firma decyduje, ile środków finansowych i na jaki rodzaj inicjatyw chciałaby przeznaczyć, a ludzie głosują.

jawem właśnie aktywności dzieci, rodziców, mieszkańców osiedla, seniorów czy każdej innej grupy. Portal zbiera pomysły na działania, które pomagają rozwiązać lokalne problemy. Problemy, które dotyczą danej grupy tu i teraz. Nieważne, czy jest to niepomalowana ławka przed blokiem, zanieczyszczone środowisko, czy bezdomne koty. Każda osoba odwiedzająca portal może zapoznać się z opisami i kliknąć, udzielając poparcia wybranej inicjatywie.

bezpośrednią pomoc stawać się częścią lokalnych społeczności. Takie działania pomagają im bez wątpienia realizować cele biznesowe. Sposób prowadzenia biznesu znacząco się zmienia. Zgodnie z raportem Forum Odpowiedzialnego Biznesu pn. „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2014. Dobre praktyki” obszarem rokrocznie zdecydowanie dominującym pod względem zgłaszanych działań CSR jest właśnie zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej.

„To dla mnie ważne” zmienić życie dzieci w swojej okolicy! Takie hasło przyświeca konkursowi Fundacji AVIVA. Tutaj pula grantów do rozdysponowania wynosi 200 tys. zł. Firma ubezpieczeniowa skupia się na działaniach wspierających rodziców w wychowaniu małych dzieci. W 2015 roku zgłoszono tu ponad 350 inicjatyw ludzi, w okolicy których brakuje np. placu zabaw, świetlicy środowiskowej lub miejsca, gdzie dzieci mogą rozwijać swoją sportową pasję.

Portal Klikamypomagamy.pl nie jest dedykowany jednej firmie. Nazywamy go społecznym spinaczem, gdyż łączy przedsiębiorców, którzy

chcą wesprzeć lokalne społeczności – zaznacza Jądrzyk. Firma może zaangażować środki jednorazowo lub cyklicznie w zależności od potrzeb, korzystając z rozwiązań technicznych i marki samego portalu. Zespół portalu podczas indywidualnych spotkań z zainteresowanymi firmami weryfikuje oczekiwania i przygotowuje ofertę

Klikamypomagamy.pl zajmą się organizacją pomocy.

Duży wpływ na powstawanie takich portali ma rozwój crowdfundingu – tzw. finansowania społecznościowego. Coraz więcej projektów w Polsce jest finansowanych przez osoby fizyczne. Miesięcznie na portalach internetowych typu Po-

czy sportu. Z takiego wsparcia korzystał w trakcie przygotowań do Igrzysk Olimpijskich w Soczi nawet Zbigniew Bródka, mistrz olimpijski w łyżwiarstwie szybkim.

Portal Klikamypomagamy.pl oparty jest co prawda na idei crowdfundingu, ale nazwałabym go jednak finansowaniem inicjatyw przez społecznie odpowiedzialny biznes – mówi Jądrzyk. Portal wyróżnia różnorodność. Łączenie różnych firm z potrzebami społeczności lokalnych, osób z różnych miejsc, z różnych dziedzin życia. Zaangażowanie kilku firm pozwoli na prowadzenie akcji przez cały rok, co da dodatkowe korzyści budowania wizerunku społecznie odpowiedzialnych. Firma, uczestnicząc w codziennym życiu klientów, buduje ich zaufanie i długofalową współpracę. ■

Portal Klikamypomagamy.pl odpowiada za wszystkie formalności i procedury przekazania środków.

szytą na miarę. Portal odpowiada za wszystkie formalności i procedury przekazania środków. Oferta jest kompleksowa i obejmuje cały proces - od naboru, poprzez głosowanie, aż po przedstawienie firmie sprawozdania z wykonania zadania. Każdy może zgłosić inicjatywę za pośrednictwem portalu, jednak zgłoszenia przechodzą proces pierwszej weryfikacji, tak by na głosowanie klikerów trafiły te naprawdę wartościowe i ważne z punktu widzenia potrzeb sponsora. Ostateczna decyzja należy do klikających.

Portal proponuje włączenie się firm nie tylko finansowo, ale też osobowo. Katalog inicjatyw społecznych umieszczonych na portalu będzie bardzo szeroki, dlatego firmy zainteresowane wolontariatem pracowniczym będą mogły włączać się w dowolne projekty. Wystarczy zgłosić chęć zaangażowania, a już pracownicy

lakpotrafi.pl, Siepomaga.pl dokonywanych jest ponad 50 tysięcy wpłat na kwotę przekraczającą 0,5 mln zł!

Manager Polaktrafi.pl zauważa, że dzięki crowdfundingowi szansę na realizację ma wiele inicjatyw, które inaczej nie otrzymałyby niezbędnych środków. Dotyczy to filmu, muzyki



Jak biegać i współpracować?

Czołowe firmy jednoczą się w działaniach na rzecz jednej szczytnej idei, współpracując z przedstawicielami Urzędu Miasta, Policji, Straży Miejskiej, środowiska akademickiego. Jaki jest tego skutek? Bardzo dobry!

Z roku na rok biznesowy bieg charytatywny Poland Business Run organizowany jest na coraz większą skalę, a podopieczni Fundacji Poza Horyzonty Jaśka Meli, dla których zbierane są środki z opłat startowych, mogą być zadowoleni. Jaki jest prze-

pełnieniu zobowiązań sponsorskich i przelaniu pieniędzy na konto. Ale nie w przypadku tego biegu! Tutaj niezwykle istotną sprawą jest zaangażowanie przedstawicieli firm w organizację wydarzenia. *Ludzie pracujący na co dzień w księgowości czy*

Agata Robińska

Redaktor prowadząca
As Biznesu

Bieg to świetny sposób na zachęcenie pracowników do aktywnego trybu życia, integrację zespołu, zdrową rywalizację oraz współpracę członków tej samej organizacji.

pis na sukces? Przyjrzyjmy się poznańskiej edycji biegu, który odbył się w centrum Poznania już po raz trzeci i przyciągnął 3 tysiące biegaczy z licznych firm i instytucji w Wielkopolsce. Biegają wszyscy – od przedstawicieli biznesu po urzędników, przedstawicieli lokalnych mediów czy polityków. To świetny sposób na zachęcanie pracowników do aktywnego i zdrowego trybu życia, integrację zespołu, zdrową rywalizację oraz współpracę członków tej samej organizacji, działu w ramach sztafety.

Zaangażowani pracownicy są podstawą

Dzięki sponsoringowi takich firm, jak Aquanet, Man Accounting Center, Franklin Templeton Investments, Volkswagen Group Poland, Pepco, Allegro czy Kompania Piwowarska możliwe jest pokrycie niemałych kosztów zorganizowania biegu w centrum Poznania. Zazwyczaj przy podobnych imprezach zaangażowanie firm kończyło się na wy-

IT poznańskich firm wchodzi w rolę pracowników agencji eventowych czy klubów sportowych – mówi Krzysztof Wojciechowski z działu księgowości IT Mars Financial Services, który od samego początku pełni funkcję project managera Poznań Business Run. Projekt dobrowolnie wspierają zarówno przedstawiciele szczebla zarządzającego, jak i poszczególni pracownicy – wszyscy na równych

zasadach. Wspólnie podzielili między sobą zadania na kilka obszarów, jak: trasa, wydarzenie, sponsorzy, promocja, uczestnicy i wolontariusze. Swoją pracę wykonują po godzinach, w ramach wolontariatu. *A im bliżej biegu, tym zadań jest coraz więcej, chociaż dzięki nabytemu przez te lata doświadczeniu, większość zadań zajmuje mniej czasu – mówi Malwina Dąbrowska z Franklin Templeton Investments. W trakcie biegu pracownicy wielu firm mogą zaangażować się w ramach wolontariatu pracowniczego do jego obsługi. Wrześniowy bieg wsparło 150 pracowników poznańskich firm, którzy pakowali pakiety startowe, rozdawali medale i wodę, pilnowali porządku na starcie czy odpowiadali za strefę malucha. Miałam wyjątkową okazję*

obdarowywania zawodników medalami. Wszyscy biegacze byli bardzo sympatyczni, dostałam mnóstwo uścisków i buziaków – mówi Katarzyna Misiak – wolontariuszka-pracownica laboratorium Kompanii Piwo-



Biegną wszyscy - przedstawiciele biznesu, mediów urzędnicy, czy lokalni politycy.

Rozwój Poland Business Run



	2012: Kraków Business Run	2013: Kraków Business Run Poznań Business Run Katowice Business Run	2014: Poland Business Run in Kraków Poznań Katowice Warszawa Łódź	2015: Poland Business Run in Kraków Poznań Katowice Warszawa Łódź Wrocław
#Biegaczy	1,025	4,555	9,955	13,635
Zebrań kwoty	40.000 PLN	400.000 PLN	750.000 PLN	ponad 1.000.000 PLN

Źródło: Poznań Business Run

warskiej. Doświadczenia w organizacji biegu przekładają się na rozwój kompetencji zawodowych. *Zmienił się mój warsztat pracy, bo będąc częścią projektu, współpracowałem z dyrektorami, managerami, pracownikami innych firm czy urzędnikami. Każdy ma swoje doświadczenia i styl. Pracuję wydajniej, lepiej zarządzam swoim czasem, szybciej określam priorytety, wykonując zadania w mojej pracy* – podkreśla Wojciechowski.

Sam biznes nie da rady

Zorganizowanie wydarzenia wyłącznie przez prywatne firmy byłoby trudne, stąd współpraca z Miastem Poznań, które jako jedno z pierwszych w Polsce zdecydowało się wesprzeć ideę. Wsparcie polega m.in. na koordynacji i organizacji spotkań ze służbami miejskimi i mundurowymi, pomocy w kontaktach z władzami Poznania czy udostępnianiu przestrzeni dla organizacji wydarzenia.

Poland Business Run

Poland Business Run to charytatywny bieg biznesowy w formie sztafety, którego celem jest pomoc podopiecznym Fundacji „Jaśka Meli Poza Horyzonty”, m.in. na zakup protez.

Na działania Fundacji przeznaczany jest dochód z opłat wpisowych biegu oraz akcji „Pomagam bardziej”. Wszystkie koszty związane z organizacją biegu pokrywają sponsorzy. Wartością dodaną biegu jest promowanie zdrowego stylu życia oraz integracja środowiska przedsiębiorców. Po raz pierwszy bieg odbył się w roku 2012 w Krakowie z inicjatywy UBS i hotelu Radisson Blue i z roku na rok ma coraz większy zasięg i zwolenników. 6 września 2015 r. bieg odbył się już w 6 polskich miastach i udało się zebrać kwotę ponad 1.000.000 zł.

Miasto pomaga nie tylko od strony organizacyjnej i merytorycznej, ale także wystawia swoje drużyny. Owoce współpracy jest zorganizowanie imprezy w samym sercu miasta, przed Zamkiem. Magdalenę Pospiech z Biura Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta, która wchodzi w skład zespołu współpracowników, cieszy fakt, że wszystkie strony zaangażowane w organizację wydarzenia pracują nad tym, aby trasa biegu była jak najbardziej atrakcyjna dla uczestników. Podkreśla, że ważne



Fundacja Jaśka Meli dzięki biegowi jest w stanie wesprzeć coraz więcej swoich podopiecznych.

jest, aby zapewnić bezpieczeństwo startującym, którzy biegają ulicami miasta. *Miastu zależy na wzmacnianiu współpracy z przedsiębiorcami, dlatego staramy się odpowiadać na ich potrzeby i wspierać wspólne inicjatywy* – puentuje Pospiech. Idea otrzymała też wsparcie Uniwersytetu Ekonomicznego, którego przedstawiciele pomagają m.in. opracować trasę biegu.

Bez kompromisów

Oprócz wspólnych doświadczeń są też spore wyzwania. Nieraz organizatorzy spotykali się z problemem, jak pozyskać wystarczającą kwotę od sponsorów na organizację biegu. W takich chwilach przychodzą do głowy myśli, *a gdyby tak 20% wpłat z opłat startowych przeznaczyć na organizację, ale na myślach się kończy.*

Dotychczas udało się uregulować zobowiązania bez sięgania po choćby złotówkę z wpłat uczestników. Część usług i materiałów pozyskiwana jest barterem, a koszty organizacyjne są niskie – większość pracy wykonywana jest społecznie. Ponadto organizatorzy mają coraz lepsze rozeznanie rynku, a dzięki rozszerzeniu imprezy na inne miasta – dużą siłę. Wiele wskazuje na to, że siła negocjacyjna będzie w przyszłym roku jeszcze większa. Podobnie jak liczba zaangażowanych partnerów, wolontariuszy, uczestników biegu oraz pula zebranych środków, co przekłada się na szeroki uśmiech na twarzach beneficjentów akcji. ■

Odpowiedzialność społeczna sektora finansowego to nie jest plaster na ranę

Przyszłość CSR nie jest związana z działalnością filantropijną, a raczej ze strategicznym inwestowaniem w celu uzyskania oczekiwanej zmiany społecznej – uważa Krzysztof Kaczmar, prezes Zarządu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy.



Krzysztof Kaczmar

Prezes Zarządu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy.
Pierwszy Prezes Zarządu Forum Darczyńców w Polsce.

Fot. Fundacja Kronenberga

Bartłomiej Sroczyński

Ekspert
Centrum PISOP

finansowym, doprowadziliśmy do sytuacji, w której Policja, wyposażona w stosowne narzędzia na terenie całego kraju, podczas przeprowadzanych interwencji identyfikuje również sytuacje przemocy ekonomicznej.

Kreując wizerunek banku, koncentrujcie swoje działania na relatywnie wąskich obszarach oddziaływania...

Gdy tworzyliśmy fundację – nie było wzorców w Polsce. Wszystko tworzyliśmy sami od podstaw i popełniliśmy klasyczny grzech pierworodny... Wymyśliliśmy sobie aż 9 obszarów programowych! Po pierwszych latach tak szerokiego działania zdaliśmy sobie sprawę, że nie jesteśmy w stanie skutecznie funkcjonować w takiej skali. Ostatecznie zakres naszych aktywności został zredukowany do trzech obszarów, i to takich, które bardzo

Chcę rozmawiać o społecznej odpowiedzialności, tymczasem Fundacja Kronenberga, którą Pan reprezentuje mówi raczej o „nowoczesnej filantropii”. To świadomy zabieg?

Termin ten oczywiście użyty został celowo. W naturalny sposób ma nawiązywać do założyciela banku – Leopolda Kronenberga. Jednocześnie przymiotnik „nowoczesna” ma podkreślać, że nie jest to filantropia tamtych czasów, filantropia bogatej instytucji rozdającej pieniądze ubogim. Nasza strategia koncentruje się na inwestowaniu w projekty, których długofalowym celem są zmiany systemowe.

Podkreśla Pan termin „zmiany

systemowe” – w jaki sposób można je zdefiniować?

Zmiany tego typu to podstawa naszej działalności. Staramy się, aby nasze aktywności nie były jednorazowymi interwencjami, nie pozostawiającymi śladu po sobie, ale aby zmianom ulegały mechanizmy, nawet w skali mikro. Przykładem może być nasz projekt mający na celu przeciwdziałanie przemocy ekonomicznej. Wraz z partnerem – Fundacją Centrum Praw Kobiet, przy relatywnie niewielkim zaangażowaniu

Kluczową odpowiedzialnością społeczną instytucji finansowych jest odpowiedzialność za produkt.

precyzyjnie odpowiadają naszej funkcji budowania wizerunku banku tj. edukacja finansowa i przedsiębiorczość, wolontariat pracowniczy oraz

ochrona polskiego dziedzictwa kulturowego.

Ochrona dziedzictwa kulturowego może się wydawać nieco oderwana od kreowania wizerunku Banku.

Wybór tego właśnie obszaru wynikał z bardzo poważnej analizy tego, jakiego rodzaju instytucją jest nasz bank - z jednej strony to jedyny bank w Polsce, działający nieprzerwanie od 1870 r., z drugiej będący częścią globalnej grupy Citi. Z tej perspektywy jest postrzegany jako bardzo profesjonalny, przeznaczony dla ludzi bogatszych, z ambicjami, nowoczesnych, podróżujących, żyjących aktywnie. Jednocześnie przez ten profesjonalizm nieco oddalony emocjonalnie - to nie jest nasz stary, dobrze znany bank sąsiadki z sąsiedztwa. Z tej perspektywy pragnęliśmy podkreślić łączność z tymi aspektami funkcjonowania kulturowego, które dla nas - Polaków są ważne, jak dziedzictwo kulturowe. Ma to oczywiście związek z naszą niełatwą historią, próbami wyrugowania naszego języka i kultury a ostatecznie wielkimi stratami wojennymi naszego materialnego zasobu kulturowego.

Czy globalny kryzys finansowy, którego źródeł należy poszukiwać w nieodpowiedzialności i dążeniu do maksymalizacji zysku przez globalne korporacje finansowe, miał jakikolwiek wpływ na korektę bądź redefinicję znaczenia odpowiedzialności społecznej sektora finansowego?

Największy wpływ na systemy bankowe po kryzysie odcisnęły zacieśniające się regulacje nadzorów finansowych poszczególnych krajów. Banki zrozumiały również, iż kluczową odpowiedzialnością społeczną instytucji finansowych jest odpowiedzialność za produkt.

Odpowiedzialność społeczna sektora finansowego nie mogła przerodzić się w „plaster na ranę” spowodowaną przez nieodpowiedzialność tegoż sektora. Krótkookresowe działania nie mogły przynieść pozytywnych rezultatów, stąd wzrost znaczenia działań strategicznych.

W wyniku kryzysu sektor finansowy bardzo ucierpiał wizerunkowo, dodatkowo na to nakłada się rosnąca

konkurencja ze strony instytucji pozafinansowych stopniowo przejmujących funkcje sektora finansowego (np. wymiana walut, przelewy, pożyczki społecznościowe itp.).

Potencjalną przewagą konkurencyjną sektora finansowego jest klasycznie rozumiana wiarygodność i zaufanie. Ażeby to zaufanie odbudować, niezbędny jest bardzo silny, widoczny i strategicznie zaplanowany element zaangażowania społecznego w strategiach biznesowych instytucji finansowych. Stąd rosnąca w sektorze rola CSR.

Przechodząc na krajowe podwórko - czy kontrowersje związane z masowym udzielaniem kredytów we frankach, silnie uderzające w wiarygodność banków, nie powinny skierować działań sektora w stronę szerokiej edukacji ekonomicznej społeczeństwa? Czy mogłby być to obszar działań z zakresu odpowiedzialności społecznej łączący zasoby i potencjał całego sektora finansowego?

Niestety, od wielu lat, realną co do skali działań palmę pierwszeństwa dzierży nasza fundacja. I wcale mnie to nie cieszy.

Szerokim echem w mediach społecznościowych odbiła się dyskusja na temat odpowiedzialności sektora finansowego za poziom wiedzy finansowej społeczeństwa. Uczestnicy wskazywali wagę tej wiedzy dla dokonywania przez klientów świadomych i bezpiecznych wyborów produktów, ale jednocześnie mówili: *To nie nasz problem!* odpowiedzialnością obarczając Narodowy Bank Polski, Komisja Nadzoru Finansowego, Związek Banków Polskich, Ministerstwo Edukacji Narodowej jako instytucje, które powinny zmierzyć się z zagadnieniem... Z nieznanym mi powodów w tym samym czasie fundacje korporacyjne sektora finansowego realizowały programy wspierania chorych dzieci. Nie neguję oczywiście wagi społecznego problemu jako takiego, ale czy jest to odpowiedzialnością banków? Nie.

Moim zdaniem jest to objaw braku strategicznego myślenia i pójścia na skróty w konstruowaniu programu społecznego zaangażowania.

bank Citi Handlowy znany jest z prowadzonego programu wolontariatu pracowniczego, o którym pisaliśmy również na naszych łamach. Realizowany przez Was program wolontariatu otrzymał wiele prestiżowych nagród. Czym wyróżniają się podejmowane przez Was działania?

Za wolontariat pracowniczy wzięliśmy się poważnie 10 lat temu i po wielu niepowodzeniach udało się zbudować największy tego typu program w Polsce. Po prostu potrafilismy wyciągać konstruktywne wnioski z naszych porażek.

Podstawowy wniosek był jeden - aby wolontariat pracowniczy okazał się sukcesem, należy do niego podejść na poważnie i bardzo profesjonalnie. Ten program, na etapie jego budowania, okazał się najtrudniejszym ze wszystkich przez nas realizowanych działań. Na początku podchodziliśmy do zagadnienia zadaniowo - sami tworzyliśmy projekty i zachęcaliśmy do zaangażowania się poszczególnych pracowników. Skuteczność była umiarkowana, w kilku przypadkach wręcz zerowa. Zdarzało się również, że po prostu brakowało nam wyobraźni. Raz zaproponowaliśmy naszym wolontariuszom wizytę na oddziale szpi-

Aby wolontariat pracowniczy okazał się sukcesem, należy do niego podejść na poważnie i bardzo profesjonalnie.

talnym dla dzieci terminalnie chorych. Takie doświadczenie jest w stanie złać każdego, kto nie jest odpowiednio przygotowany psychicznie. Zorientowaliśmy się również, że najgorszym przewinieniem wobec osób pragnących poświęcić swój prywatny czas jest niedopilnowanie organizacji takiego przedsięwzięcia i skierowanie ich w miejsce, gdzie nie będą mogli efektywnie pracować. Rodzi to zrozumi-

frustrację, a wszechobecna komunikacja w ramach firmy dodatkowo zwielokrotni negatywne postrzeżenie całego programu.

Pragnęliśmy również zachęcać potencjalnych wolontariuszy poprzez ideę informowania ich bezpośrednich przełożonych o zaangażowaniu społecznym pracownika po godzinach

i włączali się w działania. Na przykład ustalenie nieoficjalnymi kanałami, gdzie dana osoba kończyła liceum, zaproszenie nauczyciela sprzed 20 lat i wyciągnięcie członka zarządu z biura na lekcję edukacji finansowej w tym liceum. Emocje to najlepszy katalizator działań. Z czasem pojawiała się bardzo skuteczna i pomocna pozytyw-

Prowadząc działalność biznesową, narażamy się na wpadki wizerunkowe. Znacznie łatwiej jest fundacji zbudować wizerunek godnej zaufania i uczciwej instytucji niż firmie.

pracy. Wydawało nam się to ciekawym pomysłem. Wszyscy wolontariusze odpowiedzieli: *Nie, to jest moja prywatna sprawa.*

Po serii niepowodzeń postanowiliśmy zatrzymać się z działaniami doraźnymi i stworzyć kompleksowy program, który miałby zawierać elementy wsparcia dla potencjalnych wolontariuszy, ułatwienia kontaktu, przekazywania informacji zwrotnej. Przede wszystkim chcieliśmy wzbudzić u naszych pracowników poczucie sensowności ich działań.

Od czego rozpoczęliście tworzenie kompleksowego programu wolontariatu?

Wśród wszystkich pracowników przeprowadziliśmy ankietę badającą ich preferencje: w co chcą się angażować, jak chcą się angażować itp. Dopiero później przystąpiliśmy do budowy całego systemu informatycznego, który byłby łącznikiem pomiędzy „popytem” i „podażą”.

Czy istotne jest zaangażowanie kadry managerskiej?

Praca nad managerami, poczynając od zarządu banku, była jednym z kluczowych elementów. Musieli dać przykład, że jest to bardzo ważny obszar naszej aktywności. Oczywiście nie było to proste, bo były to osoby ekstremalnie zajęte. Musieliśmy opracować indywidualne metody, nawet emocjonalne szantaże, które spowodowały, że odkładali inne ważne sprawy

na presja ze strony pozostałych członków zarządu, tych już zaangażowanych w projekty wolontariackie...

Czy pojawiały się jeszcze jakieś wyzwania?

Wyzwania można podzielić na trudne i kluczowe. Trudne to oczywiście uzyskanie zaangażowania zarządu - z powodów obiektywnych, takich jak brak czasu. Ale kluczowe okazało się zejście z komunikatem do średniego szczebla zarządzania, bo to on potrafi zablokować inicjatywy społeczne, przedkładając sporządzenie przez pracownika kolejnej przysłowiowej tabelki w arkuszu nad jego udział w projekcie wolontariackim. Managerów średniego szczebla udało się ostatecznie przekonać również dzięki przykładowi, jaki dawał zarząd. Nie można zapomnieć o kluczowym elemencie, jakim jest komunikacja wewnętrzna. Za każdym razem, na każdym etapie aktywność wolontariacka musi być sfilmowana, sfotografowana i przekazana do mediów wewnętrznych jako pozytywny przykład.

Po dziesięciu latach mogę stwierdzić, że wolontariat pracowniczy stanowi element DNA tej firmy. Na podstawie przeprowadzonych badań zauważamy, że dla około 90% pracowników program wolontariatu pracowniczego jest istotnym elementem budowania związku z firmą.

Na zakończenie pytanie bardzo ogólne. Jak Pana zdaniem wygląda CSR

w praktyce w wydaniu polskim w porównaniu z trendami globalnymi? Czy osiągnęliśmy już poziom europejski?

Nie, bardzo dużo nam jeszcze brakuje. Z jednej strony można się przyrzyć bliskiemu mi środowisku fundacji korporacyjnych, których według moich szacunków funkcjonuje około stu. Z tego fundacji, które są instytucjami, realnie funkcjonującymi jest poniżej dziesięciu. Poprzez pojęcie „realności” rozumiem podmioty posiadające własny, znaczący budżet, specjalistyczny zespół pracowniczy, jak również autonomiczną zdolność do kreowania strategii i wdrażania jej w życie. Z innej perspektywy mam wielu znajomych, którzy bądź prowadzą własne biznesy, bądź takich którzy pracują w dużych firmach odpowiadając za całe linie biznesowe. Wszyscy mówią, że CSR im się nie opłaca bo ostateczny odbiorca ich produktów jest na to obojętny. A więc problem z dojrzałością naszego CSR jest bardziej złożony i nie sprowadza się jedynie do słabości merytorycznej działań biznesu - ale również do niedojrzałości nas jako konsumentów „głosujących portfelami”.

Jaka jest zatem oczekiwana przez Pana przyszłość społecznej odpowiedzialności biznesu?

Kluczową sprawą dla przedsiębiorcy angażującego się w odpowiedzialność społeczną jest pozbycie się przekonania, że jest ona niezbędna, aby czynić dobro. Dobro można czynić bez strategii, CSR czy fundacji. Ale jeżeli przedsiębiorca chce uzyskać narzędzie, które będzie źródłem miękkiej siły, będzie mu dawać wpływ społeczny - wówczas niezbędna okazuje się strategia oraz zinstytucjonalizowanie działań.

Prowadząc działalność biznesową, narażamy się na wpadki wizerunkowe - jest to po prostu pochodna statystyki i skali prowadzonego biznesu. Z tej perspektywy znacznie łatwiej jest fundacji zbudować wizerunek godnej zaufania i uczciwej instytucji niż firmie - jej fundatorów.

Przyszłość odpowiedzialności społecznej biznesu nie jest związana z działalnością filantropijną, a raczej ze strategicznym inwestowaniem społecznym. ■

Zacznijmy od wnętrza organizacji

Czy załoga pracuje w przekonaniu, że tak naprawdę w firmie wszystko jest zorganizowane poprawnie i pora wyjść na zewnątrz? A może warto zastanowić się, czy wszystkie wewnętrzne mechanizmy działają jak należy?

Skromność jest cnotą, niestety coraz rzadziej cenioną. Dziś cnotą bywa umiejętność parcia do przodu, tupet zastępujący dobre wychowanie, a żądanie od losu sukcesu jest oczywistym oczekiwaniem nagrody choćby tylko za to, że jestem. Jakby w poprzek takiego nurtu pojawia się CSR, nakłaniając do zatrzymania się, chwili zadumy, rozejrzenia się dookoła i zastanowienia, co ja mogę zrobić dla innych? Natychmiast na myśl przychodzą działania na rzecz lokalnej społeczności lub tych, którzy

ważnej. Gdy kogoś zapytać, usłyszymy, że wszystko jest w najlepszym porządku, ale tylko niektóre odpowiedzi będą w głosie nieść pewność, że faktycznie tak jest. Z doświadczenia mogę powiedzieć, że pracownicy pytani dla przykładu przez Inspekcję Pracy o czas szkoleń, potrafią wykazywać zdenerwowanie, błędząc oczami w poszukiwaniu pomocy w odpowiedzi na pytanie: „A ile powinny trwać?” Przyznać należy, że jest to problem od wielu lat. Pytanie: Dlaczego? Każdy z pracodawców wie, że



Władysław Krzak

Prezes Zarządu
4HS sp. z o.o.

Jak można oderwać ludzi od pracy na 8h? Przecież to wielka dezorganizacja życia w firmie, ile spraw będzie przesuniętych w czasie, a ile niezakończonych.

z różnych powodów za taką pomoc będą wdzięczni. Każda inicjatywa jest cenna, bo każde, nawet najlepiej zorganizowane Państwo jest instytucją ułomną i nie naprawi wszystkich błędów, niedostatków. Ale myśląc o innych, nie zaniedbajmy własnego podwórka. CSR to wola kierownictwa firmy, aczkolwiek bez zaangażowania pracowników realizacja tej idei będzie utrudniona.

Miejsce pracy ma swoje uwarunkowania związane na przykład z bezpieczeństwem. Oczywiście nie wszystkich dotyczą kamizelki czy kaski, ale każdego dotyczy jeden z elementów systemu bezpieczeństwa pracy w firmie, a mianowicie: szkolenia. Wiele firm nie postrzega problemu szkoleń bhp jako kwestii

odpowiada za swoich pracowników, że ma obowiązek zapewnić bezpieczne warunki pracy poprzez określone sprzęty, szkolenia itp. Jednak to właśnie szkolenia, nie wiedzieć czemu, są największym problemem. Skupmy się jedynie na okresowym szkoleniu na przykład dla pracowników administracyjno – biurowych. Raz na 6 lat – 8 h lekcyjnych. Niestety, te kilka godzin często urasta do rangi katastrofy. Jak można oderwać ludzi od pracy na 8h? Przecież to wielka dezorganizacja życia w firmie, ile spraw będzie przesuniętych w czasie, a ile niezakończonych. To oczywiście nieprawda, ale szefowie często mają z tym problem. Rozwiązaniem są „szybkie” szkolenia. Wszyscy umawiają się, że trwało 8h, a w rzeczywistości trwa-

ło godzinę lub dwie albo obywaymy się zaświadczeniem, wystawionym „w dobrej wierze”. Jest zaświadczenie, więc można by powiedzieć, że teoretycznie wszystko jest w porządku: pracownicy podpisali się na liście, a to oznacza, że szkolenie się odbyło. Tego, że to nie jest w porządku, tłumaczyć nie trzeba.

Gdy chcemy się chwalić naszą działalnością CSR, ale we własnym domu nie jesteśmy w porządku w stosunku do zespołu, to mamy wyraźny zgrzyt. Jestem przekonany, że szef to czuje, pracownicy też, bo co by nie mówić o ich niechęci do szkolenia, to jednak poczucie, że na mnie zaoszczędzono, robiąc coś „na skróty”, nie jest miłe. Komu to ma służyć? O kwestii odpowiedzialności karnej z Art. 271 KK, i możliwych konsekwencjach poświęcenia nieprawdy zarówno dla sprzedającego jak i dla kupującego szkolenie, nie piszę. Warto się jednak zastanowić, czy wdrażanie idei CSR wewnątrz naszej organizacji nie powinno być dla nas większym priorytetem niż działanie na zewnątrz, przynajmniej w początkowej fazie, aby nasz personel nie miał dysonansu pomiędzy tym co słyszy, tym co widzi i czego sam doznaje. ■

Ekonomia społeczna = zysk

Coraz więcej punktów styku znajduje się pomiędzy sferami funkcjonowania przedsiębiorstw i ekonomii społecznej. Odnalezienie się w tej sytuacji może oznaczać wykorzystanie szansy rynkowej.

Ekonomia społeczna to, zgodnie z zapisami Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej, sfera aktywności obywatelskiej, w której poprzez działalność ekonomiczną i działalność pożytku publicznego realizuje się cele służące: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych marginalizacją społeczną, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej (na rzecz

bezrobotnych, płacenie podatków PIT z tytułu pracy. Można nawet zaangażowanie w wyrównywanie szans przeliczyć na konkretne wartości dla kraju, jak zrobiła to Christine Lagarde, szefowa Międzynarodowego Funduszu Walutowego. Według jej obliczeń, jeżeli uda się podnieść ubogim i klasie średniej przychody o 1 punkt procentowy, to spowoduje to wzrost PKB o 0,38 punktu procentowego

Ewa Gałka

Redaktor naczelna,
As Biznesu

około 20 milionów osób. Stanowi to około 10% całkowitego zatrudnienia w Unii Europejskiej. Przykładowo w Hiszpanii sektor ekonomii społecznej jest odpowiedzialny za wytwarzanie 10% krajowego PKB.

Ekonomia społeczna to sfera aktywności obywatelskiej, w której poprzez działalność ekonomiczną i działalność pożytku publicznego realizuje się cele służące: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych marginalizacją społeczną.

interesu ogólnego) oraz rozwojowi lokalnemu. W praktyce jest to więc kompleksowa praca z osobami długotrwale bezrobotnymi, po pobycie w zakładach karnych i zakładach opiekuńczych, niepełnosprawnymi, czyli praca z osobami, które na rynku pracy mają ograniczone szanse. Problem niebagatelny, bo liczba osób zagrożonych ubóstwem lub wykluczeniem społecznym wynosi w Polsce ponad 9 milionów. Osoby te są powoli wprowadzane nie tylko w system pracy zawodowej, ale także są aktywizowane społecznie w grupach wsparcia, lokalnych stowarzyszeniach i inicjatywach kulturalno-sportowych. Działalność ta ma wpływ na poczucie zaufania społecznego, bezpieczeństwo i rozwój wspólnoty lokalnej, ma również uzasadnienie związane z określonymi kosztami i przychodami np. ograniczenie zasiłków dla osób

w ciągu kolejnych pięciu lat. Taki sam wzrost przychodów najbogatszych przekłada się na wzrost PKB tylko o 0,08 punktu procentowego. Temat wydaje się ciekawy, tylko co ma wspólnego z firmami?

Rynek, na którym działają przedsiębiorstwa staje się miejscem funkcjonowania podmiotów ekonomii społecznej. Mogą one stać się partnerem, podwykonawcą lub konkurencją firmy. Część z nich prowadzi działalność integracyjną i aktywizacyjną, ale z roku na rok coraz więcej powstaje tzw. przedsiębiorstw społecznych. Warto wspomnieć, że w krajach tzw. „starej” Unii Europejskiej gospodarka społeczna stanowi około 10% aktywności gospodarczej, która jest wynikiem działania na rynku ponad 2 milionów przedsiębiorstw społecznych, zatrudniających łącznie

We Francji generuje on ponad 10% zatrudnienia i 8% wartości płac. W Polsce trend się dopiero rozwija, jednak stabilnie i w sposób stały. Obecnie w naszym kraju ekonomia społeczna odpowiada za wytwarzanie ok. 1,6% produktu krajowego brutto i ok. 3% zatrudnienia. Choć jest to „raczkujący” potencjalny partner, warto już teraz zaangażować się we współpracę. Na czym jednak polega funkcjonowanie tego typu firm – przedsiębiorstw społecznych?

Przedsiębiorstwa społeczne są kluczowymi podmiotami funkcjonującymi w sferze ekonomii społecznej. Prowadzą działalność gospodarczą, jednak zysku nie rozdzielają pomiędzy udziałowców, ale przeznaczają go na wzmocnienie potencjału przedsiębiorstwa, reintegrację zawodową i społeczną lub

działalność pożytku publicznego w swoim otoczeniu. Zarządzanie mają zorganizowane na zasadach demokratycznych lub co najmniej konsultacyjno-doradczych z udziałem pracowników i innych interesariuszy, zaś wynagrodzenia kadry zarządzającej są ograniczone limitami. Jeśli chodzi o formy prawne, najczęściej funkcjonują one jako stowarzyszenia lub fundacje z działalnością gospodarczą, spółdzielnie

organizacji, zatrudnieniu pracowników z grupy zagrożonej wykluczeniem społecznym (poprzedzone przygotowaniem ich do nowej roli społeczno-zawodowej), zorganizowanie prawno-organizacyjno-finansowe, zarządzanie, funkcjonowanie na rynku, w tym dotacje na miejsca pracy i dotacje inwestycyjne. Większość tych usług świadczą akredytowane Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej. Skalę przed-

niami części składek na PFRON. Przedsiębiorstwa społeczne potrafią realizować nisko seryjne zamówienia, dzięki czemu firma może zyskać unikatowość np. przy realizacji zakupów okolicznościowych. Mogą być stałym zaopatrzeniowcem, świadczyć określone usługi biurowe, wynajmować pracowników, a także świadczyć dowolny outsourcing. Zapewnione wsparcie z funduszy publicznych pozwala im przeszkolić pracowników oraz zakupić nowoczesny sprzęt i środki transportu, dzięki czemu przedsiębiorstwa społeczne realizują zadania zgodnie z umowami, na czas i wysokiej jakości. W przypadku zainteresowania współpracą, warto już podczas tworzenia przedsiębiorstwa społecznego współdziałać z Ośrodkiem Wsparcia Ekonomii Społecznej. Zarówno profil powoływanej organizacji, jak i jej wyposażenie może być przygotowane w pełni pod współpracę z danym przedsiębiorstwem. Dzięki temu firma może zyskać szytego na miarę podwykonawcę. Dlaczego warto włączyć się w ekonomię społeczną?

Średni dochód najbogatszych 10% w krajach OECD jest około dziewięć razy większy niż 10% najbiedniejszych osób. Najmniejsze różnice dochodów są w Szwecji i Danii, gdzie najbogatsi obywatele zarabiają około pięć razy tyle, co najbiedniejsi. Największe różnice dochodów między dolnym i górnym decylem społeczeństwa są w Chile i Meksyku, gdzie przekraczają one 25-krotność. Również Polska znajduje się w czołówce krajów o największym rozwarstwieniu społecznym, ponieważ średnie dochody najbogatszych Polaków są około 13,5 razy wyższe niż dochody najuboższych obywateli naszego kraju. Każda osoba to potencjalny klient firmy. Włączenie każdej kolejnej osoby, to przyszły zysk, nie wspominając o wpisywaniu się tego typu aktywności w społeczną odpowiedzialność biznesu w pełnym tego słowa znaczeniu! ■

Z funduszy publicznych na lata 2015-2022 przewidziano prawie miliard euro na rozwój ekonomii społecznej.

socjalne a także coraz częściej spółki non-profit. W praktyce przedsiębiorstwa społeczne prowadzą szkoły i inne placówki edukacyjne, kawiarnie i restauracje (często slow food), dbają o zieleń miejską lub zapewniają rekreację. Zakres działania nie jest jednak w żaden sposób limitowany – podmioty tego typu mogą dostarczać wszelkich produktów i usług zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności. Przedsiębiorstwa społeczne osiągają przychody zarówno w sektorze B2C, jak i B2B, w tym startując w przetargach jednostek publicznych. Warto wspomnieć, że Prawo zamówień Publicznych przyznaje tym podmiotom preferencje w postaci tzw. klauzul społecznych. Na ile może to być jednak rzetelny partner firmy?

Współpraca z przedsiębiorstwem społecznym nie musi oznaczać dużego ryzyka. W zasadzie ryzyko może być mniejsze niż przy współpracy z innymi firmami. Przedsiębiorstwo społeczne bowiem przez państwo ma zapewniony kompleksowy system wsparcia merytorycznego i finansowego, czegoś na kształt miksu ośrodków wsparcia przedsiębiorczości, punktów krajowego systemu usług i funduszy pożyczkowo-poręczeniowych. Obejmuje on pomoc w rejestracji

sięwzięcia i spodziewany rozwój potwierdzają środki unijne zaplanowane na ten cel. W sumie przewidziano bowiem prawie miliard euro na rozwój ekonomii społecznej w latach 2015-2022. W puli tej znajdują się środki centralne, ponad 711,4 mln euro w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER), za który odpowiada Departament Europejskiego Funduszu Społecznego w Ministerstwie Infrastruktury i Rozwoju, niewiele mniej jest dostępnych środków regionalnie – w Wielkopolsce założono na ten cel ponad 197,4 mln euro (Oś Priorytetowa Włączenie Społeczne, Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny, WRPO 2014+. Dodatkowo ekonomię społeczną wspierają finansowo także m.in. rządowe programy, jak Program Fundusz Inicjatyw Obywatelskich (FIO). Jakie są możliwości współpracy firmy z przedsiębiorstwem społecznym?

Dziedzin współpracy przedsiębiorstw i przedsiębiorstw społecznych jest wiele. Przedsiębiorstwo społeczne może realizować na rzecz przedsiębiorstwa produkcję, przygotowywać półprodukty, pełnić dowolną rolę w łańcuchu dostaw, zapewniając oprócz jakości i terminowości często także korzyści finansowe związane ze zwolnie-

A może powołać fundację...

Często gdy firma posiada ugruntowaną pozycję na rynku, zaczyna myśleć także o szerszym wdrażaniu innych celów, także celów społecznych. I tu często pojawia się dylemat, jak skutecznie realizować takie działania. Jedną z możliwości jest założenie fundacji.

Dla kogo?

Fundacje działające przy firmach zwykle się nazywają fundacjami korporacyjnymi, bo zakładane są najczęściej przez międzynarodowe korporacje, takie jak TVN, Citi Handlowy czy Orange. Są jednak przykłady fundacji założonych

organizacyjnym społeczności lokalnych. Następnym krokiem może być właśnie utworzenie fundacji. Należy jednak pamiętać, że fundacja może działać skutecznie pod warunkiem, że posiada własny budżet (od kilkuset tysięcy do kilkunastu milionów), z którego

finansowej i oferowanie stypendiów naukowych. Fundacja posiada też własną osobowość prawną,

Tekst:

Justyna Marach

Centrum PISOP

Współpraca:

Piotr Kotlarek

Centrum PISOP

Fundacja może działać skutecznie pod warunkiem, że posiada własny budżet.

przez duże rodzime firmy np. Fundacja Rodziny Duda im. Maksymiliana Duda, założona przez znany polski koncern działający na rynku mięsnym.

Dzieje się tak dlatego, gdyż w dużych firmach i koncernach istnieje najczęściej dział, którego głównym celem są działania społeczne, polegające w dużej mierze na wsparciu finansowym, rzeczowym i

finansuje wybrane przez siebie inicjatywy. Fundacja Orange zorganizowała np. ostatnio oryginalną akcję silent disco podczas Orange Warsaw Festiwal, gdzie każda minuta tańca na parkiecie ze słuchawkami wspierała dzieci z wadą słuchu. Jednym z celów fundacji założonej przez rodzinną firmę Duda jest wspieranie uzdolnionej młodzieży w trudnej sytuacji

a co za tym idzie – własny zarząd. To od fundatora zależy, kto będzie w nim zasiadał. Dobrze jest, jeśli ktoś z zarządu głównego zasiada w zarządzie firmy – zarząd wie na bieżąco, co się dzieje w fundacji, a zarząd fundacji ma stały bezpośredni kontakt do zarządu głównego, co usprawnia proces decyzyjny i skuteczność działań. Większa liczba członków zarządu firmy w zarządzie fundacji nie ma jednak większego sensu, ponieważ po to powołuje się fundację, by osoby w nią zaangażowane mogły się skupić przede wszystkim na realizacji jej statutu i odciążyć firmę.

Jak finansować?

Fundacje korporacyjne w głównej mierze utrzymują się ze środków przekazywanych przez firmę, ale forma fundacji pozwala pozyskiwać środki także z innych źródeł. Źródłem takim jest dla przykładu jeden procent podatku dochodowego od osób fizycznych, który co roku podatnik może przekazać wybranej organizacji pożytku publicznego np. fundacji. Fundacja TVN „nie jesteś sam” otrzymała w zeszłym roku z tego źródła ponad 3,5 mln zł, Fundacja Polsat prawie półtora miliona złotych. Kwoty te nie dziwią, jeśli weźmiemy pod uwagę łatwiejszy dostęp



Fot. Fundacja Rodziny Duda im. Maksymiliana Duda

W ramach dziesiątej edycji programu stypendialnego Fundacji Rodziny Duda im. Maksymiliana Duda, przeznaczyla 600 tysięcy złotych na rozwój utalentowanej młodzieży w trudnej sytuacji materialnej.



Podczas charytatywnego silent disco na Orange Warsaw Festiwal w ciągu 3 dni Fundacja Orange zebrała kwotę 44 934 zł na rehabilitację dzieci z wadą słuchu.

Fot. Strona Fundacji Orange

do prowadzenia przez te organizacje kampanii medialnych. Pozostałe fundacje najczęściej nie mogą liczyć na tak wysokie wpływy. Oprócz mechanizmu jednego procenta fundacje korporacyjne mogą zbierać środki z innych źródeł, z których korzystają pozostałe organizacje pozarządowe: darowizny, dotacje, zbiórki publiczne. Należy jednak pamiętać, tak jak jednak napisano wcześniej, że głównym źródłem finansowania działalności fundacji korporacyjnych są środki przekazywane przez firmę.

Jak założyć?

Założenie fundacji przez firmę nie jest rzeczą trudną. Zasady są dołącznie takie same jak w przypadku tworzenia pozostałych fundacji. Jej założycielem jest fundator lub fundatorzy. Może nim być osoba fizyczna lub osoba prawna, co ma miejsce w przypadku fundacji korporacyjnych. Podstawą działalności fundacji jest majątek, dlatego fundator/fundatorzy muszą określić jego wysokość na etapie zakładania (tzw. majątek założycielski).

W polskim prawodawstwie nie jest określony minimalny poziom tego majątku. Sprawa wygląda jednak inaczej, jeśli fundacja chce prowadzić działalność gospodarczą (a organizacje pozarządowe mają taką możliwość). Wtedy to na tę działalność należy przeznaczyć

Fundacja nie jest warunkiem prowadzenia działań społecznie odpowiedzialnych, ale jedną z dróg.

minimum 1 tys. zł. Założono jednak, że działalność gospodarcza fundacji może być jedynie działalnością pomocniczą względem działalności statutowej (niekomercyjnej), zatem w tym przypadku fundatorzy muszą przeznaczyć nie mniej niż 1 tys. zł na działalność statutową (plus wspomniane środki na działalność gospodarczą).

Jak zorganizować fundację?

Podstawą działalności fundacji jest statut. Obowiązek jego sporządzenia spoczywa na fundatorze. To w nim określone są cele fundacji

(np. wsparcie społeczności lokalnych, edukacja dzieci i młodzieży) oraz formy realizacji tych celów (np. finansowanie stypendiów dla najzdolniejszej młodzieży, organizowanie konkursów grantowych). Ponadto w statucie zawarte są informacje na temat struktury fundacji, np. ilu jest członków zarządu, w jaki sposób są wybierani, czy istnieją inne organy wewnętrzne (np. kontroli wewnętrznej). Statut, lub jego skrócona forma, jest zazwyczaj dostępny na stronach internetowych. Fundację powołuje się poprzez akt notarialny oraz zarejestrowanie jej w Krajowym Rejestrze Sądowym. Jeżeli wniosek nie zawiera błędów, a statut nie zawiera nieścisłości, proces ten powinien zamknąć się w przeciągu miesiąca.

W czym firmie może pomóc powołanie fundacji?

Oczywiście w realizacji celów społecznych. Firmy coraz częściej dostrzegają potrzebę budowania re-

lacji z otoczeniem, co wiąże się z ociepleniem ich wizerunku, a to pomaga w realizacji celów marketingowych i ekonomicznych. Fundacja w przypadku dużych firm pomaga realizować te założenia, a przy okazji pozwala uporządkować strukturę wewnętrzną firmy (firma – cele ekonomiczne, fundacja – cele społeczne). Zaletą jest możliwość pozyskiwania dodatkowych środków dla realizacji celów fundacji. Fundacja nie jest warunkiem prowadzenia działań społecznie odpowiedzialnych, ale jedną z dróg. Wszystkie wymogi i zasady funkcjonowania fundacji, które należy spełnić, sprawiają, że założenie fundacji i jej działalność wiąże się z określonymi kosztami, na które mogą sobie pozwolić najczęściej tylko duże firmy. ■

Współpraca fundacji korporacyjnych

Wiele fundacji korporacyjnych ściśle ze sobą współpracuje w ramach utworzonego przez siebie Forum Darczyńców. Forum skupia obecnie 26 organizacji finansujących inicjatywy społeczne, liczba ta stale się powiększa.

Stawiamy na edukację

Zmieniające się trendy na rynku pracy wymuszają zmiany w kierunkach kształcenia. Szkoły i inne placówki edukacyjne do swojej oferty zaczynają wprowadzać innowacyjne specjalizacje, które w przyszłości mają zagwarantować zatrudnienie.

Dostosowanie oferty edukacyjnej do zapotrzebowania rynku pracy leży zarówno w interesie przyszłych pracowników, jak i przedsiębiorców. Młodzi, wchodzący na rynek pracy chcą zdobywać wiedzę i umiejętności, które zapewnią im

mających na celu uruchomienie w ramach Zespołu Szkół Staszica w Pile Technikum Wiertniczego. Takie działania wymagają jednak sporych nakładów organizacyjnych i finansowych. Niekiedy firmie łatwiej jest przyłączyć się do



Justyna Schaefer-Kurkowiak

Centrum PISOP

Centrum Edukacji Heweliusz powstało, aby badać predyspozycje zawodowe oraz rozwijać talenty młodzieży w kierunku przyszłej kariery zawodowej.

dobry zawód. Firmom z kolei zależy na pozyskiwaniu pracowników, którzy po ukończeniu odpowiednich szkół i kursów posiadają już odpowiednie umiejętności, z pasją podchodzą do swojej profesji. W znacznym stopniu motywuje to przedsiębiorców do włączania się w różnego rodzaju przedsięwzięcia edukacyjne. Takie praktyki są już bardzo popularne w Wielkiej Brytanii. Angielscy przedsiębiorcy nierzadko decydują się na finansowanie danego kierunku kształcenia, wspierając tym samym edukację swoich przyszłych pracowników. Podobne działania podejmowane są także w Polsce. Jako przykład można to wskazać laureata I edycji Plebiscytu Asy Odpowiedzialnego Biznesu – firmę Poszukiwania Nafty i Gazu NAFTA Sp. z o.o. Dynamiczny rozwój Polskiego Górnictwa Naftowego pobudził zapotrzebowanie na rynku pracy na wykwalifikowanych wiertników. Skłoniło to Zarząd PNiG NAFTA do działań

istniejącej już inicjatywy. Ciekawą propozycją dla przedsiębiorstw, chcących wspierać określone kierunki kształcenia, ma Centrum Edukacji Heweliusz.

Centrum Edukacji Heweliusz powstało, aby badać predyspozycje zawodowe oraz rozwijać talenty młodzieży – uczniów szkół ponadgimnazjalnych w kierunku przyszłej kariery zawodowej. W jego ramach organizowane są kursy z pięciu specjalizacji: architekt, biotechnolog, ekonomista, logistyk, programista. *Wybór tych specjalizacji nie jest przypadkowy. Odpowiada obecnym trendom na rynku. Ma ułatwić młodym ludziom zdobycie pracy w przyszłości* – mówi Dagmara Kistela z Centrum Edukacji Heweliusz. Zajęcia w ramach każdej specjalizacji poprzedzone są spotkaniem z doradcą zawodowym oraz warsztatami z zakresu przedsiębiorczości. *Zależy nam, aby każdy z naszych kursantów znał swoje mocne i słabe strony, umiał się zaprezentować.*

Wiedział, jak działa rynek i jak należy się po nim poruszać – dodaje Kistela. Centrum Edukacji Heweliusz stawia na testowanie danych specjalizacji, stąd też prowadzone tam kursy mają mieć charakter praktyczny, opierać się na ćwiczeniach i doświadczeniach. Podczas zajęć np. z biotechnologii kursanci przeprowadzać będą różnorodne doświadczenia, badać m.in. mikroorganizmy. Kurs z programowania natomiast bazować będzie na oprogramowaniu Arduino, co pozwoli m.in. na przeprowadzenie symulacji sygnalizacji świetlnej na skrzyżowaniu – mówi Kistela. Łącznie na jeden kurs składa się dziesięć zajęć prowadzonych przez specjalistów i praktyków w danej dziedzinie. W ich realizację włączeni zostali współpracujący z Centrum nauczyciele-praktycy posiadający odpowiednio wysokie kompetencje, poszukujący nowych doświadczeń oraz sposobów pracy z młodymi ludźmi.

Wiosną odbyły się pierwsze zajęcia testujące dane specjalizacje. Późną jesienią natomiast mają rozpocząć się wszystkie kursy organizowane w dwóch lokalizacjach: w Poznaniu i Lesznie. *Do udziału w jesiennej edycji zapraszamy przedsiębiorców. Firmy mogą zostać patronem*

danej specjalizacji – dodaje Kistela. Współpraca z przedsiębiorcami ma przynieść obopólne korzyści. Z jednej strony ma ułatwić kursantom wybór danego zawodu. Pokazać, jak dana specjalizacja „wygląda” w praktyce, z czym tak naprawdę wiąże się praca np. architekta czy logistyka. Taka wiedza lepiej pozwoli zweryfikować wyobrażenia o danym zawodzie i podjąć właściwą decyzję. Przedsiębiorstwa, które przystąpią do współpracy w ramach Centrum, będą mogły z kolei wziąć udział w wybranych zajęciach, zapro-

sić kursantów do swojej siedziby. *Tym samym będą miały możliwość zaprezentowania działań firmy szerszemu gronu odbiorców, budo-*

nich dla firmy informacji” – podsumowuje Kistela.

Pomysł na utworzenie Centrum Edukacji Heweliusz zrodził

Do udziału w jesiennej edycji zapraszamy przedsiębiorców. Firmy mogą zostać patronem danej specjalizacji.

wania wizerunku dobrego pracodawcy. Centrum będzie także dobrą okazją do kształtowania relacji z młodym pokoleniem, badania jego potrzeb i pozyskiwania waż-

się w ramach działań Ośrodka Wsparcia Ekonomii Społecznej przy Centrum PISOP. Inicjatywa ta rozwijana jest w ramach przedsiębiorczości społecznej tj. działalności gospodarczej Stowarzyszenia. Oznacza to, że wszystkie zyski osiągnięte dzięki działaniu Centrum przekazywane są na cele statutowe organizacji. Z czasem Centrum Edukacji Heweliusz ma przyjąć formę franczyzy społecznej. Efekty tych poczynań będziemy śledzić na łamach „Asa Biznesu” na bieżąco. ■

O Janie Heweliuszu słów kilka

Inspiracją dla powstania Centrum była postać Jana Heweliusza, który już od najmłodszych lat fascynował się nauką. Po studiach przejął zarządzanie rodzinnym browarem, był radnym, zajmującym się sądownictwem oraz opieką zdrowotną. Realizując się na wielu polach, nigdy nie zrezygnował ze swojej prawdziwej pasji – astronomii. Między innymi to spod jego rąk wyszedł katalog gwiazd i komet.

Heweliusz

CENTRUM EDUKACJI

www.heweliusz.eu

Mobbing, czyli czego nie wolno pracodawcy

Drogi pracodawco! Czy możesz z czystym sumieniem powiedzieć o sobie, że nie stosujesz mobbingu? Albo że nie stosują go wobec siebie Twoi podwładni – kierownicy, managerowie, dyrektorzy czy szeregowi pracownicy? A czy z czystym sumieniem możesz wyrazić przekonanie, że dokładnie wiesz, co oznacza termin „mobbing” i czym się to zjawisko przejawia?

Jeżeli udzielenie jednoznacznej i stanowczej odpowiedzi twierdzącej na powyższe pytania sprawiło Ci problem lub wywołało wątpliwości – warto, abys pochylił się nieco na niniejszym artykule.

Nie każdy „mobbing” jest mobbingiem.

Mobbingiem zwykło się ostatnio określać niesłusznie wszystkie marginalne bądź incydentalne zdarzenia o charakterze negatywnym, a związane z relacją pracownik-pracodawca. Warto jednak zgłębić to zagadnienie nieco bardziej, albowiem w sytuacjach, gdy do faktycznego mobbingu dochodzi, traci na tym tak pracodawca, jak i pracownik. Pracodawca – ponieważ wydajność pracownika spada, a firma zostaje narażona na roszczenia odszkodowawcze; pracownik – ponieważ odbija się to na jego zdrowiu, entuzjazmie do pracy i relacjach społecznych – zarówno zawodowych, jak i rodzinnych.

Sam temat mobbingu jest zagadnieniem z pogranicza psychologii i prawa, zidentyfikowanym relatywnie niedawno, tj. na początku lat 80-tych ubiegłego stulecia. W 1984 r. H. Leymann – jeden z pionierów badań na tym problemem – zdefiniował mobbing w miejscu pracy jako psychologiczny terror, na który składa się systematyczny wrogi i nieetyczny sposób komunika-

nia się przez jedną lub kilka osób skierowany przeciwko jednostce. W efekcie osoba atakowana traci wiarę w możliwość obrony i uzyskania pomocy. Legalna (czyli uregulowana w przepisach prawa) definicja mobbingu została zawarta w art. 943 § 2 Kodeksu pracy, który wyjaśnia, iż za mobbing uznajemy działania lub zachowania dotyczące pracownika lub skierowane przeciwko pracownikowi, polegające na uporczywym i długotrwałym nękaniu lub zastraszaniu pracownika, wywołujące u niego zaniżoną ocenę przydatności zawodowej, powodujące lub mające na celu poniżenie lub ośmieszenie pracownika,



Krzysztof Zieliński

Radca prawny, partner
Rosicki Purski i Wspólnicy
Ecdf Kancelaria
Radców Prawnych sp. k.

Wystąpienie opisanych powyżej elementów musi nastąpić łącznie, aby można było mówić o mobbingu. Dlatego też mobbing często mylony jest z jednostkowymi aktami przemocy, ubliżaniem, konfliktem z przełożonym czy niesatysfakcjonującą oceną pracy danego pracownika. Nie każde też działanie pracodawcy, wywołujące u pracownika

Pracodawca ma obowiązek przeciwdziałać mobbingowi.

izolowanie go lub wyeliminowanie z zespołu współpracowników. Powyższy opis tego zjawiska składa się zatem z następujących elementów:

1. działania skierowanego wobec pracownika,
2. uporczywego i długotrwałego nękania lub zastraszania,
3. skutku w postaci zaniżonej oceny przydatności zawodowej, powodujące lub mające na celu poniżenie lub ośmieszenie pracownika, izolowanie go lub wyeliminowanie z zespołu współpracowników.

stres, należy łączyć z mobbingiem. Dla przykładu wskazać bowiem można chociażby rutynowe działania kontrolne czy okresowe oceny pracownika, które z pewnością wywołują u niego większy lub mniejszy wzrost napięcia, jednakże nie mogą być utożsamiane z łamaniem prawa, jeżeli działaniom tym nie towarzyszą np. szykany czy zastraszanie. Skoro już natomiast jesteśmy przy łamaniu prawa, to należy wreszcie stwierdzić rzecz oczywistą, acz najważniejszą – mobbing jest zakazany przez prawo. Co więcej, pracodawca ma obowiązek przeciwdziałać

mobbingowi, a zatem podejmować aktywne działania, które będą zapobiegały bądź też ograniczały to zjawisko. Zmieniennym przy tym jest, że pracodawca za zaniechania w tym zakresie ponosić będzie odpowiedzialność, jeżeli nie będzie on w stanie wykazać, że podjął środki, aby zjawisku takiemu przeciwdziałać. Dlatego też tak istotnym jest uczulanie w tej materii swoich pracowników, w tym w szczególności kadry średniego i wyższego szczebla, poprzez organizację odpowiednich szkoleń czy też przesyłanie informacji pocztą firmową. Dobrym sposobem są też cykliczne komunikaty przekazywane w przyjęty w danym zakładzie pracy sposób komunikacji (np. poprzez wywieszanie na ogólnodostępnej tablicy) czy też zapewnienie pracownikom możliwości anonimowego poinformowania bezpośrednio pracodawcy o dostrzeżonych zachowaniach, które w ich ocenie stanowią przejaw mobbingu.

Zachowania mobbingowe – rachunek sumienia

Prawo nie przewiduje katalogu enumeratywnie wymienionych zachowań, które uznawane są za mobbing. Każdy pracodawca, kierownik, dyrektor czy pracownik powinien jednak sobie zdawać sprawę z tego, że wymienione przykładowo poniżej zachowania mogą stanowić zakazane przez prawo praktyki godzące w dobra pracownika, a poniższa lista traktowana może być jako swoisty rachunek sumienia pozwalający zweryfikować, czy w jakimś aspekcie nie została – nawet przypadkowo bądź nieumyślnie – przekroczona granica mobbingu. Co do zasady zatem za mobbing uznajemy:

- werbalne lub pisemne groźenie,
- nieustanne – dokonywane nawet po godzinach pracy – przesyłanie napastliwych bądź zbędnych informacji lub poleceń przez telefon lub e-mail,
- ograniczanie możliwości wypowiadania się,

- permanentne przerywanie wypowiedzi,
- reagowanie na uwagi krzykiem lub głośnym wymyśleniem i pomstowaniem,
- poniżające i upokarzające gesty, spojrzenia czy też stosowanie takowej mimiki,
- celowe pomijanie ofiary w prowadzonych rozmowach,

Nie każde działanie pracodawcy, wywołujące u pracownika stres, należy łączyć z mobbingiem.

- oddzielenie miejsca pracy od innych stanowisk,
- ignorowanie danej osoby;
- oczernianie danej osoby w oczach innych pracowników;
- nieprawdziwe podważanie stopnia zaangażowania w pracę,
- inicjowanie sporów na niwie światopoglądowej;
- ośmieszanie,
- nieuzasadnione racjonalnymi przesłankami kierowanie na badanie psychiatryczne,
- uczynienie z niepełnosprawności czy kalectwa danej osoby przedmiotu żartów,
- parodiowanie danej osoby,
- zmuszanie do wykonywania prac niepotrzebnych, niezgodnych z posiadanymi kompetencjami, opisem stanowiska pracy czy też naruszających godność osobistą,
- otwarte kwestionowanie podejmowanych decyzji,
- używanie w stosunku do danej osoby przezwisk,
- przekazywanie zadań do wykonania wykraczających ponad możliwości i kompetencje danej osoby w celu jej zdyskredytowania,
- korzystanie z przewidzianych w Kodeksie pracy narzędzi prawnych, np. wypowiedzenia zmieniającego czy czasowego przesunięcia do innych zajęć, jeśli są one pretekstem do szykanowania pracownika.

Konsekwencje

Pracodawca, w którego zakładzie pracy dochodzi do mobbingu naraża się na szereg sankcji ze strony pracownika. Należą do nich przede wszystkim:

1. zadośćuczynienie za doznaną krzywdę, jeżeli mobbing wywołał u pracownika rozstrój zdrowia;

2. odszkodowanie (w wysokości nie mniejszej niż minimalne wynagrodzenie za pracę), jeżeli pracownik z powodu mobbingu rozwiązał z pracodawcą umowę o pracę;
3. odszkodowanie na podstawie kodeksu cywilnego za naruszenie dóbr osobistych i ewentualnie związanych z tym kosztów leczenia, konieczności zmiany pracy (przekwalifikowania) lub utraconych zysków wskutek zmian zdrowotnych zmniejszających możliwości zarobkowania.

Z mniej dostrzegalnych, aczkolwiek jak najbardziej wymiernych skutków, wskazać natomiast należy fakt, iż temat mobbingu dość szybko roznosi się po portalach społecznościowych i jest często podchwytywany przez media, co może prowadzić do omijania firmy nim dotkniętej przez co zdolniejszych pracowników, szukających przyjaznego środowiska pracy. To natomiast w konsekwencji prowadzić może w dłuższej perspektywie do problemów z konkurencyjnością i dalszym rozwojem przedsiębiorstwa. ■

Podstawa prawna:

Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (tj. z dnia 17 września 2014 r., Dz. U. z 2014 r. poz. 1502)

Industrialne atrakcje turystyczne

Konferencja w kopalni? Tysiące ludzi zwiedzających dawne fabryki, hale, kopalnie. Turystyka wkracza z impetem do miejsc, które jeszcze kilkanaście lat temu w ogóle nie kojarzyły nam się ze sposobem na spędzanie wolnego czasu. W Wielkopolsce powstał właśnie pierwszy Szlak Architektury Przemysłowej.

Zaczęło się od loftów

Najpierw przestrzenie industrialne stały się alternatywą dla mieszkań i domów. Odnawiana z mozołem przestrzeń zdewastowanych budynków zamieniała się w wielkie i wysokie mieszkania. Te z kolei stały się

modne i zaczęły przyciągać swoją oryginalnością tych, których było na nie stać: lekarzy, adwokatów, artystów, architektów. W loftach zachowywano oryginalne formy, często dbając o takie szczegóły, jak stare fabryczne lampy, maszyny, okna, itp.



Jan Mazurczak

Prezes Zarządu
Poznańskiej Lokalnej
Organizacji Turystycznej



Fot: J. Pindych/poznan.travel



Fot: J. Pindych/poznan.travel

Luboński Szlak Architektury Przemysłowej

Z czasem przestrzenie te zaczęły tworzyć tętniące życiem kompleksy. Obok loftów pojawiły się sklepy, restauracje, hotele, centra konferencyjne czy muzea. W Poznaniu taki scenariusz wydarzył się przy ulicy Ułańskiej, gdzie w dawnych koszarach wojskowych powstały najbardziej ekskluzywne mieszkania, pięciogwiazdkowy hotel, sklepy i restauracje z najwyższej półki. Tak wygląda też m.in. Stara Przędzalnia w Żyrardowie.

Znakomite przestrzenie eventowe

Przestrzenie industrialne to nie tylko lofy. W Poznaniu jedną z największych atrakcji turystycznych uznano Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu Stary Browar. To dziś nie tylko obsypana nagrodami galeria handlowa (m.in. prestiżowa nagroda International Council of Shopping Centers

Przestrzenie industrialne to nie tylko lofy.

dla najlepszego centrum handlowego na świecie w 2006 i 2008 r.), ale i kompleksowy produkt turystyczny z galeriami, szlakiem turystycznym

i hotelem (certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej na najlepszy produkt turystyczny w 2011 r.).

W Katowicach otwarto w czerwcu 2015 r. imponujące Muzeum Śląskie na terenie dawnej kopalni. Tworzy ono dziś jeden kompleks z centrum konferencyjnym i Spodkiem, gdzie pod jednym dachem może się spotkać dziś 20 tys. ludzi. Inny przykład to kopalnia Wieliczka odkrywana na nowo przez przemysł spotkań dzięki salom położonym 125 metrów pod ziemią, w których naraz bawić się może nawet kilkaset osób.

W Poznaniu coraz popularniejsza pod tym względem jest Concordia Design, zlokalizowana w dawnej drukarni. Zabytkowe przestrzenie wykorzystano w aranżacji kilkunastu sal konferencyjnych, restauracji i ... nowoczesnej drukarni. Z kolei na terenie starej rzeźni działa dziś tłumnie odwiedzany targ staroci, znakomicie wkomponowujący się w stare przestrzenie.

Dawne budynki industrialne stają się dziś atrakcjami turystycznymi pełną gębą. Wykorzystała to na przykład Śląska Organizacja Turystyczna i stworzyła bijący rekordy popularności Szlak Zabytków Techniki. W oparciu o niego raz w roku Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego organizuje wielkie święto miłośników architektury przemysłowej – Industriadę. W 2015 r. oznaczało to jednocześnie ok. 300 imprez i 42 przemysłowe zabytki do zwiedzania.

Lubońskie fabryki

Ten potencjał wykorzystano także w innych miastach Wielkopolski. We wrześniu w wyniku współpracy Miasta Luboń z Poznańską Lokalną Organizacją Turystyczną otwarto Lu-



Fot. J. Pindych/poznan.travel

Luboński Szlak Architektury Przemysłowej

Dawne budynki industrialne, opuszczone i wzgardzane jeszcze kilkanaście lat temu stają się dziś atrakcjami turystycznymi pełną gębą.

boński Szlak Architektury Przemysłowej. Na trasie znalazły się obiekty związane z ponad stuletnim okresem

funkcjonowania lubońskich fabryk. Szczególną perełką jest pochodząca z 1907 roku monumentalna hala magazynowa, zaprojektowana przez Hansa Poelziga, twórcy słynnej Wieży Górnośląskiej, która stała w miej-

scu obecnej iglicy na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Halę już dziś odwiedzają studenci ar-

chitektury z całej Polski. Oprócz niej można zobaczyć dawną fabrykę drożdży, nawiązującą swą architekturą do średniowiecznych zamków, a także czerpiące w swej stylistyce z secesji zakłady przetworów ziemniaczanych. Na szlaku znalazły się również miejsca związane z codziennym życiem Lubonia: zabytkowa szkoła, dworzec i osiedla robotnicze oraz Park Siewcy z charakterystycznym pomnikiem. Taka propozycja spodobała się od razu. Wycieczki Lubońskim Szlakiem Architektury Przemysłowej organizowane są raz w miesiącu. Pierwsza z nich sprzedawała się w dwie godziny po ogłoszeniu terminu. ■

W TYCH MIEJSCACH ZNAJDĄ PAŃSTWO MAGAZYN

asBIZNESU

OPINIOTWÓRCZY KWARTALNIK O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI



WIELKOPOLSKA IZBA
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA



WORLD TRADE CENTER®
POZNAŃ



POZnań*
convention bureau



Pracodawcy RP
WIELKOPOLSKA



Wyższa Szkoła
Nauk Humanistycznych
i Dziennikarstwa
By HUMAN TOUCH

elsa
The European Law Students' Association

CITY PARK
HOTEL & RESIDENCE
★★★★★



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



ITP NICKELTECHNOLOGY
PARK POZNAŃ



Rosicki Purski
Wspólnicy Ecdf
KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH



WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA
w Poznaniu



WYŻSZA SZKOŁA
LOGISTYKI



Sheraton
Poznań
HOTEL



rehasport
clinic



SIGNAL
GROUP



POLAND
IAESTE

ILONNHOTEL
POZNAŃ

Szukaj inspiracji
i dobrych praktyk
na www.asbiznesu.pl
Odwiedź nas na Facebooku

