

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI

Jednym z celów projektu „Promocja standardów społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwach” jest podnoszenie świadomości społecznej, zarówno w grupie pracowników jak i pracodawców w zakresie prawidłowo rozumianej idei społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

Jeszcze raz, co to jest CSR?

W toczącej się światowej debacie na temat społecznej odpowiedzialności biznesu podkreśla się, iż należy rozumieć ją jako strategię rozwoju przedsiębiorstwa pozwalającą na realizację biznesowych celów firmy, przy jednoczesnym uwzględnieniu wyzwań o charakterze społecznym i środowiskowym oraz ekologicznym.

Przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne nie tylko spełnia wymogi prawne ale także podejmuje dobrowolne działania, będące częścią strategii firmy, które w efekcie pozwalają na wprowadzanie stałych, pozytywnych zmian

w szeroko rozumianym otoczeniu firmy.

Działania te mają na celu poprawę relacji z pracownikami, klientami, dostawcami, społecznościami lokalnymi i wszystkimi innymi interesariuszami danego przedsiębiorstwa, umożliwiającą rozwój społeczny zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z projektem normy ISO 26000 społeczna odpowiedzialność biznesu obejmuje obszary: ład korporacyjny, prawa człowieka, stosunki, pracy, ochrona środowiska naturalnego, praktyki rynkowe, relacje z konsumentami, zaangażowanie społeczne.

CSR jako moda?

Niezależnie od tego w jaki konkretnie sposób definiowane są poszczególne obszary, kluczowym jest rozumienie, że strategia CSR nie może być ograniczona jedynie do wybranych obszarów funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Takie pojmowanie jest wypaczeniem całej idei, niesłusznym jej ograniczeniem i nie może być akceptowane. Także Europejska Konfederacja Związków Zawodowych zdecydowanie sprzeciwia się wybiórczemu traktowaniu idei CSR, przejawiającemu się często w wybieraniu przez przedsiębiorstwa tylko pojedynczych, wygodnych dla nich działań zaledwie w jednym z obszarów i na tej podstawie samodzielne deklarowanie, iż dane przedsiębiorstwo jest społecznie odpowiedzialne lub realizuje strategię społecznej odpowiedzialności. O ile przedsiębiorstwo nie uwzględnia aspektów społecznej odpowiedzialności we

wszystkich obszarach swojego funkcjonowania o tyle nie może być mowy ani o strategii CSR ani o tym, że zasługuje ono na miano społecznie odpowiedzialnego. Ponadto sam już pomysł, iż można samemu nadać sobie „odznaczenie” społecznej jakości jest już nadużyciem, zakrawającym na ironię. Zdecydowanie potrzebne jest ustalenie kryteriów, które powinny być spełnione aby przedsiębiorstwa (a także inne organizacje) mogły legitymować się znakiem społecznej jakości.

Tymczasem w naszym kraju, gdzie idea CSR dopiero niedawno zaistniała w świadomości nieco szerszej grupy społecznej, pojęcie to jest nadal słabo znane, bardzo często rozumiane w sposób niewłaściwy i ograniczony, najczęściej postrzegane jako kolejne, modne narzędzie PR, służące wybielaniu wizerunku firmy, ewentualnie ogranicza się jej znaczenie do działalności charytatywnej i/lub ochrony środowiska naturalnego.

CSR w praktyce

CSR budzi czasem negatywne skojarzenia, jakoby miało dotyczyć działań, mających na celu wyłącznie kreowanie pozytywnego wizerunku firmy.

Niektóre firmy realizują założenia koncepcji CSR nie mając świadomości, że to robią, inne zaś podejmują działania społecznie odpowiedzialne, jednakże często robią to

wyrywkowo, chaotycznie. Z opublikowanych dotychczas badań i raportów wynika, że najbardziej zaawansowane działania CSR prowadzone są przez duże organizacje. Mniejsze firmy napotykają bowiem znacznie więcej trudności w implementacji i realizacji działań CSR m.in. z powodu bardzo ograniczonego dostępu informacji na temat CSR. Istotna jest tutaj pomoc organizacji udzielających takiego wsparcia, jak również współpraca z organizacjami pozarządowymi.



Przykładem bardzo ograniczonego (błédnego) pojmowania społecznej odpowiedzialności jest doskonale znana IKEA. W Polsce IKEA zachowuje się skrajnie nieodpowiedzialnie, starając się odsunąć od siebie problem, z którym powinna aktywnie walczyć w myśl własnych zasad zawartych w obowiązującym całą korporację kodeksie IWAY Standard.



IKEA wspiera najgorszych

IKEA twierdzi, iż to że pracownicy ochrony zatrudnieni przez firmę Solid Security przy ochronie sklepów i klientów IKEA, nie mają funduszu socjalnego, ponieważ ich pracodawca nie chce i nie zamierza go tworzyć, w żaden sposób nie dotyczy IKEA.

Dlatego IKEA nie będzie w tej sprawie wpływać na Solid Security. Tym bardziej nie ma żadnej możliwości interwencji w przypadku firmy Solid Security, gdyż kodeks IWAY i zawarte w nim zapisy na temat standardów pracy w firmach współpracujących z IKEA dotyczą jedynie dostawców a nie jej usługodawców, a takim właśnie jest Solid Security. Cóż za wybiórczość! Czy należy rozumieć że IKEA uznaje, że faktycznie pracownicy firm produkuj-

cych dla Ikea meble czy też żywność muszą mieć zapewnione godne warunki pracy ale już pracownicy firm chroniący majątek IKEA i zapewniający bezpieczeństwo klientom sklepów na godne warunki pracy nie zasługują? Niestety IKEA, kiedy dowiedziała się od przedstawicieli NSZZ „S” o problemie z jakim borykają się pracownicy firmy Solid, zamiast podjąć choćby symboliczną interwencję w obronie standardów pracy, udostępniła temu usługodawcy swoje pomieszczenia, do których przedstawiciel pracodawcy zapraszał swoich pracowników z ochrony danego obiektu i „zachęcał” do podpisywania oświadczenia, iż są oni zadowoleni z warunków pracy w firmie Solid Security i nie popierają akcji NSZZ „S”. W całym cywilizowanym świecie nazwano by to skandalem, tymczasem IKEA twierdzi, iż nie ma żadnych podstaw aby wątpić w wiarygodność takiego oświadczenia.

Czy IKEA jest OK?

Akcja poparcia dla wysiłków pracowników firmy Solid Security, zrzeszonych w NSZZ „Solidarność”, na rzecz poprawy warunków pracy obejmuje coraz więcej krajów. Dzięki poparciu międzynarodowego ruchu związkowego w 12 krajach przed sklepami IKEA związkowcy rozdawali ulotki informujące o sytuacji pracowników ochrony IKEA w Polsce. Podobne akcje odbyły się również w Polsce. To wyraz solidarności z pracownikami ochrony IKEA prowadzącymi akcję "Czy IKEA jest OK". Akcja ta jest próbą skłonienia IKEA do spełnienia obietnic i rzeczywistego zainteresowania się warunkami pracy w firmach, z którymi współpracuje, zamiast tylko pozorowania społecznej odpowiedzialności i tolerowania warunków pracy stworzonych przez firmę Solid Security.

We wszystkich 12 krajach protestujący domagali się, aby IKEA w Polsce przestrzegała tych samych standardów, jakich przestrzega w innych krajach. W Holandii kierownictwo lokalnej IKEA oświadczyło, że nie utożsamia się z działaniami IKEA w Polsce. Ulotki rozdawano również w Łodzi, Katowicach, Poznaniu, Gdańsku, Wrocławiu i Warszawie. Gdy po południu przed marketem w Katowicach pojawili się związkowcy, natychmiast pojawili się przed-



stawiciele Solid Security. Próbowali oni przekonywać, że akcja jest nielegalna. Zaangażowanie nie kończyło się jedynie na uniemożliwieniu wejścia związkowcom do środka sklepu. Kiedy zobaczyli, że klienci z zainteresowaniem czytają ulotki, zaczęli je niektórym osobom najwyraźniej wyrzucać.

Akcji CzyIKEAjestOK towarzyszy ożywiona dyskusja zarówno na portalu społecznościowym Facebook oraz w serwisie mikroblogowym Twitter, a także na stronie internetowej akcji www.czyikeajestok.pl, gdzie można zamieścić swój komentarz oraz zagłosować.

IKEA - umywamy ręce

Firmy takie jak IKEA szczytują się fantastyczną atmosferą w pracy i niezwykłym podejściem do pracownika. Jednak w obliczu prawdziwego, trudnego problemu, poproszone o zainteresowanie się sprawą, wolą umyć ręce od kłopotu. Pracownicy ochrony zarabiają niewiele, a firma Solid Security, największa firma ochrony w Polsce, zlikwidowała fundusz socjalny, dzięki któremu mogli oni liczyć na pomoc w przypadku choroby czy nieszczęśliwego wypadku. Brak zainteresowania ze strony IKEA osobami pracującymi w jej murach powoduje, że takie firmy jak Solid Security mogą czuć się bezkarne. IKEA wbrew swojemu wizerunkowi firmy wrażliwej na niesprawiedliwość i wyzysk w rzeczywistości zachowuje się zupełnie odwrotnie. Działania

podjęte a raczej niepodjęte przez IKEA całkowicie zaskoczyły NSZZ „S”. Pracownicy ochrony w Polsce, w tym także pracownicy Solid Security zarabiają średnio niecałe 6 zł za godzinę i aby zapewnić minimalny poziom życia swoim rodzinom zmuszeni są pracować po kilkaset godzin miesięcznie – przeważnie ok. 300, nierzadko po 450-500. Co oczywiste w tej sytuacji praktycznie nie ma ich w domu – nie są w stanie śledzić postępu swoich dzieci w szkołach, nie mają czasu i/lub pieniędzy aby wybrać się z nimi do kina czy zoo, nie mogą cieszyć się tzw. życiem rodzinnym. Cierpią i oni, i ich rodziny. Szkoda, że IKEA prowadząc akcję „1 EURO TO MAJĄTEK” nie pomyślała wcale o tym, co mogłoby przywrócić uśmiech dzieciom pracowników ochrony, ochraniających sklepy i klientów IKEA.