

*Marta Kawa
Maria Grzybek
Uniwersytet Rzeszowski*

Uwarunkowania rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwach spółdzielczych

Determinants of developing corporate social responsibility in cooperative enterprises

Spoleczna odpowiedzialność biznesu to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie w swoich działaniach uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami. W artykule przedstawiono korzyści wynikające ze stosowania CSR w przedsiębiorstwie, na przykładzie spółdzielni, które działając zgodnie z zasadami spółdzielczymi w znacznym stopniu realizują zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Wdrażanie systemu CSR przynosi nie tylko korzyści ekonomiczne, ale również korzyści dla pracowników, środowiska, otoczenia społecznego oraz przyczynia się do budowania przewagi konkurencyjnej.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, spółdzielnia

Wprowadzenie

W XXI wieku wśród przedsiębiorstw można zaobserwować rosnące zainteresowanie zagadnieniami z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* - CSR). Coraz częściej w organizacjach podejmuje się działania zmierzające do tego, aby dbałość o interesy ekonomiczne powiązana była z dbałością o przestrzeganie etycznych zasad odpowiedzialności względem społeczeństwa i środowiska naturalnego. Społeczna odpowiedzialność biznesu to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie w swoich działaniach uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami.

Spółdzielnie jako podmioty gospodarki społecznej pełnią ważne funkcje społeczno-gospodarcze. Utrzymują one znaczną liczbę miejsc pracy etatowej – przeciętnie ponad dwukrotnie więcej niż porównywalne podmioty z innych sektorów gospodarki do wytwarzania analogicznej wartości dóbr lub usług. Sektor spółdzielczy w znacznie większym stopniu niż inne sektory gospodarki

narodowej zatrudnia też osoby mające obniżone szanse na rynku pracy: osoby niepełnosprawne, kobiety, osoby starsze, osoby o najniższych szansach na rynku pracy ze względu na niskie wykształcenie. Spółdzielnie odgrywają znaczącą rolę w społecznościach lokalnych. W zakresie działań na rzecz spójności społecznej, spółdzielnie angażują się w organizowanie praktyk zawodowych, w szkolenia i inne działania wspomagające uzyskanie zatrudnienia oraz prowadzenie działań wspierających osoby dotknięte wykluczeniem społecznym¹.

Organizacje spółdzielcze na świecie zrzeszają ponad miliard osób, w tym ponad 9 milionów w Argentynie, 180 milionów w Chinach, 236 milionów w Indiach. W spółdzielniach zrzeszonych jest 30% społeczeństwa norweskiego i kanadyjskiego². Potencjał ekonomiczny spółdzielczości w Europie jest ogromny. Według analizy szacunkowej, dokonanej przez Co-operatives Europe, w Europie funkcjonuje 267 tys. spółdzielni, z czego 246 tys. w krajach Unii Europejskiej. Zrzeszają one 163 mln członków, w tym 145 mln w krajach UE. Spółdzielnie te zatrudniają 5,4 mln pracowników, w tym 4,7 mln w UE³. W Polsce istnieje około 9 tys. przedsiębiorstw spółdzielczych, które zrzeszają ponad 8 mln. członków i zatrudniają ok. 400 tys. pracowników⁴.

W artykule przedstawiono korzyści wynikające ze stosowania CSR w przedsiębiorstwie, na przykładzie spółdzielni, które działając zgodnie z zasadami spółdzielczymi w znacznym stopniu realizują aspekty społecznej odpowiedzialności biznesu. Na podstawie udostępnionych materiałów przedstawiono Gminną Spółdzielnię „Samopomoc Chłopska” w Narolu, która prowadzi działalność skoncentrowaną na zaspakajaniu potrzeb członków, klientów, społeczności lokalnej oraz partnerów biznesowych. Pomimo kryzysu gospodarczego, spółdzielnia dzięki współpracy zarządu z jednostkami samorządowymi oraz społecznością lokalną mogła na nowo opracować strategię działania dostosowaną do realiów rynkowych i potrzeb klientów. Kluczową rolę w polepszeniu sytuacji firmy odegrały relacje z partnerami biznesowymi oraz lojalni klienci. Spółdzielnia prowadzi działania w ramach CSR. Swoją społeczną odpowiedzialność sprowadza do obszaru ekonomicznego, ekologicznego oraz etycznego.

Pojęcie i rola CSR we współczesnych realiach rynkowych

CSR można zdefiniować jako pojęcie, za pomocą którego przedsiębiorstwa integrują społeczne i środowiskowe aspekty w swojej codziennej działalności

¹S. Nałęcz., J. Konieczna-Sałamatin: Polska spółdzielczość na progu XXI wieku. Zasoby oraz wybrane funkcje społeczno-ekonomiczne, Spółdzielczy Kwartalnik Naukowy, nr 1, Wydawnictwo Spółdzielcze, Warszawa 2008, s. 10-11

² Statystyki Międzynarodowego Związku Spółdzielczego, WWW.ica.coop.

³J. Krupa: Spółdzielczość w Unii Europejskiej, Handel Wewnętrzny, nr 4-5, Warszawa 2007, s.87.

⁴ Raport o spółdzielczości polskiej, Krajowa Rada Spółdzielcza, Warszawa 2010, s.8.

oraz we wzajemnych stosunkach z interesariuszami na zasadzie dobrowolności”⁵. Według G. Bartkowiak „społeczna odpowiedzialność biznesu jest działaniem prospołecznym, nastawionym na podejmowanie lub wspieranie ważnych społecznie inicjatyw”⁶.

Istnieją trzy obszary odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw: ekonomiczny, ekologiczny, etyczny. Poruszając się w tych obszarach można wymienić szereg działań, jakie stosują przedsiębiorstwa w Polsce w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu. W kategorii ekonomicznej mieszczą się działania przedsiębiorstwa polegające na przestrzeganiu prawa w planowaniu konkurencyjności oraz prowadzeniu firmy, a co się z tym wiąże do wykorzystania zasobów w sposób mądry, bez zbędnego marnotrawstwa⁷. Przy zastosowaniu działań ekonomicznych w ramach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wzrasta rola czynników pozafinansowych, które mogą posłużyć do oceny działalności przedsiębiorstw. Ważnym elementem jest też ochrona przed brakiem poszanowania praw własności, czy też utrudnienie monopolizacji rynku⁸. Ważną rolę pełni aspekt ekologiczny, dotyczący przestrzegania przepisów, obowiązujących norm oraz minimalizacji szkód środowiskowych w działaniach gospodarczych firm. Kategoria ta wiąże się z rosnącą świadomością przedsiębiorstw dotyczącą ochrony oraz poszanowania środowiska przyrodniczego. Ma to również związek z ochroną życia osób pracujących przy produkcji, która może mieć szkodliwy wpływ na ich zdrowie⁹. Aspekt etyczny odwołuje się głównie do reguł postępowania, których zobowiązani są przestrzegać członkowie korporacji, przy prowadzeniu działalności. Etyka biznesu wiąże się nie tylko z wewnętrzną sprawnością firmy, ale też z efektywnością zewnętrzną związaną z pozyskiwaniem klientów i partnerów, którzy widząc rzetelność firm są w stanie z nimi współpracować, a także w nie inwestować¹⁰.

Z badań dotyczących stanu wdrażania społecznej odpowiedzialności biznesu przeprowadzonych w 2011 roku, na zlecenie PARP, wynika, że pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu zna 31% przedstawicieli firm działających w Polsce. Spośród 7 obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu definiowanych przez normę ISO 26000, przedstawiciele firm za szczególnie ważne dla rozwoju organizacji uznają relacje z konsumentami

⁵ M. Żemigala: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji. Wyd. Oficyna Wolters Kluwer. Warszawa 2007, s.100.

⁶ G. Bartkowiak: Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym. Wydawnictwo Difin. Warszawa 2011, s.20.

⁷B. Gajdzik, W. Ociecek: Społeczna Odpowiedzialność Przedsiębiorstw Produkcyjnych, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010, s. 11.

⁸ A. Paliwoda-Matiolańska: Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2009, s.20.

⁹ W. Pańków, B. Rok. M. Strumińska-Kutra. J. Woźniczko: Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2010, s. 306

¹⁰W. Gasparski: Wykłady z etyki biznesu. Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2007, s. 25.

(74%) i pracownikami (72%). Dla niemal 2/3 firm ważna dla rozwoju jest również organizacja pracy w firmie, a dla ponad połowy uczciwe praktyki rynkowe. Zdecydowanie rzadziej za ważne dla rozwoju firmy uważane są obszary: przestrzegania praw człowieka (20%), ochrony środowiska naturalnego (20%), a najrzadziej wskazuje się obszar zaangażowania społecznego (11%)¹¹.

Biznes społecznie odpowiedzialny jest nową ideą, która ma na celu zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego oraz poprawy stanu środowiska. Stosowanie CSR przynosi firmie wiele korzyści, które przyczyniają się do wzrostu zainteresowania inwestorów, zwiększenia lojalności klientów oraz partnerów biznesowych, czy też, poprawy relacji ze społecznością i władzami lokalnymi. Podstawowym elementem koncepcji CSR jest przekonanie, że stosowanie jej zasad przyczynia się do wzrostu wartości firmy.

Podstawowe wartości i zasady spółdzielcze

Prawo spółdzielcze definiuje spółdzielnię jako dobrowolne zrzeczenie nieograniczonej liczby osób, o zmiennym składzie osobowym i zmiennym funduszu udziałowym, które w interesie swoich członków prowadzi wspólną działalność gospodarczą. Może również prowadzić działalność społeczną i oświatowo-kulturalną na rzecz swoich członków i ich środowiska¹². Spółdzielnie swoją działalność opierają na wartościach takich jak: samoopowiedzialność, demokracja, równość, sprawiedliwość i solidarność. W spółdzielniach ważna jest uczciwość, otwartość, odpowiedzialność społeczna oraz troska o innych. Zasady spółdzielcze są wytycznymi, przy pomocy, których spółdzielnie wprowadzają swoje wartości do praktyki.

Pierwsza zasada dotyczy dobrowolnego i otwartego członkostwa co oznacza, że spółdzielnie są organizacjami dobrowolnymi, otwartymi dla wszystkich osób, które są zdolne do korzystania z ich usług oraz gotowe są ponosić związaną z członkostwem odpowiedzialność, bez jakiegokolwiek dyskryminacji z powodu płci, społecznej, rasowej, politycznej czy religijnej.

Druga zasada demokratycznej kontroli członkowskiej wskazuje, że spółdzielnie są demokratycznymi organizacjami kontrolowanymi przez swoich członków, którzy aktywnie uczestniczą w określaniu swojej polityki i podejmowaniu decyzji. Mężczyźni i kobiety pełniący funkcje przedstawicielskie z wyboru są odpowiedzialni wobec członków. W spółdzielniach szczebla

¹¹ Raport. Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznes. PARP, Warszawa 2011, s.4.

¹² Art. 1 Ustawy z dn. 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze, tekst jednolity Dz. U. z 2003 r. nr 188, poz. 1848 z późn. zm.

podstawowego członkowie mają równe prawa głosu (jeden członek – jeden głos)¹³.

Trzecia zasada określająca ekonomiczne uczestnictwo członków powoduje, że członkowie równomiernie składają się na majątek spółdzielni i demokratycznie go kontrolują. Co najmniej część majątku jest niepodzielna i stanowi własność spółdzielni. Zazwyczaj członkowie nie otrzymują lub otrzymują bardzo małą dywidendę od swoich udziałów, stanowiących warunek ich członkostwa.

Czwarta zasada dotyczy samorządności i niezależność co oznacza, że spółdzielnie są samorządnymi, samopomocowymi organizacjami zarządzanymi przez swoich członków. W przypadku zawierania umów z innymi jednostkami organizacyjnymi, włączając w to rządy, lub gdy zwiększają swój kapitał, korzystając z zewnętrznych źródeł, czynią to w taki sposób, by zapewnić demokratyczne zarządzanie przez członków i utrzymać swoją spółdzielczą niezależność.

Piąta zasada to kształcenie, szkolenie i informowanie wskazuje, że spółdzielnie zapewniają możliwość kształcenia i szkolenia swoim członkom, przedstawicielom wybranym do organów spółdzielni, personelowi kierowniczemu po to, aby przyczyniali się oni w bardziej efektywny sposób do rozwoju spółdzielni. Spółdzielnie informują społeczeństwo, a w szczególności młodzież i osoby kształtujące opinię publiczną o celach spółdzielczości i korzyściach wynikających z tej działalności.

Szоста zasada współpracy pomiędzy spółdzielniami wpływa na to, że spółdzielnie starają się służyć swoim członkom w sposób najbardziej efektywny oraz wzmacniać ruch spółdzielczy poprzez współpracę w ramach struktur lokalnych, krajowych, regionalnych i międzynarodowych. W kontekście korzyści rozwoju tej współpracy nie można zapomnieć o możliwości ograniczania konkurencji między spółdzielniami, a jednocześnie konieczności wzmacniania obrony przed różnorodnymi praktykami monopolistycznymi innych podmiotów, w tym także ponadnarodowych korporacji.

Siódma zasada troski o społeczności lokalne powoduje, że spółdzielnie pracują dla zapewnienia trwałego rozwoju społeczności lokalnych, realizując politykę zatwierdzoną przez swoich członków. Bez troski o lokalne problemy, spółdzielnia działałaby przeciw sobie, nie miałaby warunków dalszego rozwoju (brak dopływu nowych członków, brak nowych klientów itd.). Zasada lokalności oznacza, więc powiązanie spółdzielni z miejscowymi, samorządowymi potrzebami i lokalnymi warunkami¹⁴.

Spółdzielnie należą do podmiotów prowadzących działalność społeczno-gospodarczą o szczególnym charakterze. Zachowanie w trakcie działalności

¹³ Kodeks dobrych praktyk spółdzielczych, Krajowa Rada Spółdzielcza, Warszawa 2008, s. 4.

¹⁴ Kodeks dobrych praktyk spółdzielczych, Krajowa Rada Spółdzielcza, Warszawa 2008, s. 6.

wysokich norm moralnych i etycznych ma ogromne znaczenie. Spółdzielnie pracują dla zapewnienia trwałego rozwoju społeczności lokalnych, realizując politykę zatwierdzoną przez swoich członków. Spółdzielczość ze swoimi ideałami i wartościami oraz zasadami nastawionymi na zaspokojenie potrzeb swoich członków i rozwiązywanie problemów społecznych realizuje w znacznej mierze aspekty CSR. Kryzys finansowy, który ostatnio dotknął gospodarki światowej i narodowe dobitnie wskazuje, że nie sprawdza się teoria dążenia do maksymalizacji zysku bez liczenia się z konsekwencjami społecznymi i ekonomicznymi.

Rodzaj prowadzonych działań w ramach CSR w Gminnej Spółdzielni „Samopomoc Chłopska” w Narolu

Życie gospodarcze nie może opierać się jedynie na regulacjach narzucanych przez rynek. Przedsiębiorstwa kierujące swoje działania jedynie na osiągnięcie zysku, narażone są na pewne negatywne skutki uboczne. Do bardzo popularnych problemów związanych z brakiem społecznej odpowiedzialności biznesu należą: niszczenie środowiska, zagrożenia skażeniami, monopolizacja rynku, nadmierna konsumpcja, nieuczciwa konkurencja. Gminna Spółdzielnia „SCH” w Narolu funkcjonuje od 1936 roku i prowadzi działalność produkcyjno-handlową. Firma posiada 17 placówek detalicznych, prowadzących handel na terenie gminy Narol. Są to głównie sklepy spożywczo-przemysłowe. Spółdzielnia handluje też artykułami żelaznymi, do produkcji rolnej, artykułami gospodarstwa domowego i elektrycznymi oraz posiada sklep z artykułami obuwniczo - odzieżowymi.

Spółdzielnia od 2000 roku znacznie zwiększyła działania związane z zastosowaniem CSR. Bardzo istotne dla Spółdzielni od początku jej istnienia było rzetelne wywiązywanie się z zobowiązań finansowych, co budowało pozytywny i pełen zaufania wizerunek przedsiębiorstwa w opinii klientów. Od początku swojej działalności firma zakładała, że najważniejsze dla niej jest dbanie o swoich członków, którzy jednocześnie byli klientami Spółdzielni. Założenie takie zawarte było w statucie Spółdzielni. Ostatnia dekada XX wieku to również okres, w którym Spółdzielnia musiała zacząć stosować strategię, która pozwoliłaby jej zwiększyć liczbę klientów. Od początku XXI wieku Spółdzielnia zwróciła uwagę na działania w dziedzinie przestrzegania praw człowieka, które okazały się pomocne w kształtowaniu pozytywnej opinii wśród konsumentów, dostawców czy też interesariuszy.

Spółdzielnia zaangażowała się w ochronę środowiska. Nowe regulacje prawne dotyczące zanieczyszczeń środowiska oraz limitów emisji CO₂ do atmosfery stanowiły początek przekształceń zakładów produkcyjnych związanych z zachowaniem norm ustanowionych przez państwo, a w późniejszych latach też przez Unię Europejską. Działania zrodziły wśród

zarządu oraz pracowników Spółdzielni większą świadomość dotyczącą istoty prowadzenia działalności proekologicznej. Stało się to nie tylko obowiązkiem, ale też zaletą firmy, która w opinii grup z nią współpracujących stawała się biznesem odpowiedzialnym za swoją działalność nie tylko w stosunku do społeczeństwa, ale też do środowiska. Spółdzielnia nie stosuje jednak CSR w celu doskonalenia zarządzania, czy też rozwoju inwestycji w firmie. GS w Narolu w swojej działalności od początku jej istnienia starała się rzetelnie wywiązywać z zobowiązań finansowych, zwłaszcza wobec swoich partnerów biznesowych.

Istotną kwestią jest obszar ekologiczny. Działania te są związane z rosnącą świadomością przedsiębiorców w ramach ochrony środowiska, dostosowywania produkcji do norm ekologicznych oraz ochrony życia, a także zdrowia pracowników. Ochrona środowiska staje się ważnym czynnikiem w działalności firmy. Jest obecna w technologii produkcji, marketingu, zaopatrzeniu, a nawet w serwisie posprzedażowym. Pracownicy firmy widzą korelację występującą między działaniami proekologicznymi, a jakością ich życia oraz ich rodzin¹⁵. Gminna Spółdzielnia w Narolu od początku XXI wieku dostosowuje swoje działania w firmie do norm prawnych dotyczących ochrony środowiska. Wśród zarządu oraz pracowników znacznie wzrosła świadomość proekologiczna. Świadczą o tym działania dotyczące oszczędzania energii, segregacji odpadów czy dostosowywaniu produkcji do norm europejskich. Działania w ramach ochrony środowiska w Spółdzielni nie były jeszcze na tyle rozwinięte jak w niektórych przedsiębiorstwach zagranicznych, jednak z czasem nabierały kluczowego znaczenia w prowadzeniu działalności gospodarczej GS w Narolu.

Obszar etyczny odnosi się do reguł postępowania związanych z funkcjonowaniem biznesu. Dotyczy zasad, których powinny przestrzegać firmy w prowadzeniu w pełni odpowiedzialnej działalności. Spółdzielnie w Polsce już od 13 lat zaangażowane są w program „Fair Play”, organizowany przez Krajową Izbę Gospodarczą. „Przedsiębiorstwa Fair Play” prowadząc działalność gospodarczą dobrowolnie troszczą się jednocześnie o społeczność lokalną oraz środowisko naturalne. Firmy te pozytywnie reagują na oczekiwania i potrzeby swojego otoczenia, budują z nim trwałe i klarowne relacje. „Przedsiębiorstwa Fair Play” to firmy społecznie odpowiedzialne, które mają świadomość, że ich partnerzy biznesowi wymagają coraz lepszej jakości produktów i usług, a społeczność lokalna oczekuje od nich działania uwzględniającego lokalne potrzeby oraz dobro środowiska naturalnego. „Przedsiębiorstwa Fair Play” stają się nie tylko biznesem społecznie odpowiedzialnym, ale też dobrym przykładem dla innych przedsiębiorców, mobilizując ich do podobnych działań¹⁶. Etyczne

¹⁵W. Pańków, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko: Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa, 2010, s. 306.

¹⁶Wrażliwi na lokalne społeczności. Kurier Spółdzielczy. 2011, nr 1(2022), s.1-2.

działanie, a więc uczciwość wobec partnerów biznesowych, załogi, budżetu państwa, przyczynia się do polepszenia wizerunku firm oraz zwiększenia ich konkurencyjności w stosunku do innych przedsiębiorstw nie zaangażowanych w idee CSR.

GS”SCh” w Narolu dbała o dobre relacje ze społecznością lokalną angażując się w różne programy społecznościowe. Wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej skłoniło Spółdzielnię do działania skoncentrowanego nie tylko na osiągnięciu zysku, ale również przyczyniło się do inwestycji w zasoby ludzkie, ochronę środowiska czy do dbania o relacje z interesariuszami. Podejście w pełni odpowiedzialne do biznesu skutkuje wieloma korzyściami, które mają wpływ na dalsze funkcjonowanie firmy.

Korzyści wynikające ze stosowania CSR dla Spółdzielni

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw prowadzi do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego. Staje się tak poprzez współpracę z pracownikami, ich rodzinami, otoczeniem zewnętrznym, społeczeństwem oraz społecznością lokalną. Działania te mają prowadzić do poprawy jakości życia wszystkich grup zaangażowanych w ten rozwój¹⁷.

Spółdzielnia poprzez zastosowanie systemu CSR uzyskała wiele korzyści ekonomicznych, ekologicznych oraz społecznych. Na korzyści ekonomiczne składa się m.in. poprawa reputacji i wizerunku firmy. Osiąganie wymienionych korzyści wymaga przede wszystkim śledzenia reakcji indywidualnych klientów i całego społeczeństwa. Korzyści ekonomiczne uzyskane przez badaną Spółdzielnię ze stosowania CSR to: poprawa reputacji i wizerunku firmy, większa szansa na umacnianie pozycji rynkowej firmy, lepszy dostęp do mediów, zwiększenie zainteresowania klientów firmą. Korzyści ekologiczne to wzrost świadomości ekologicznej, wzrost orientacji na ekorozwój, większe przestrzeganie przepisów prawa ekologicznego. Natomiast korzyści społeczne wpływają na rozwój społeczności lokalnej, większe przestrzeganie praw człowieka, zwiększenie nacisku na ochronę danych osobowych i prywatności obywateli, klientów oraz dostawców.

Spółdzielnia od początku swojej działalności zwracała szczególną uwagę na potrzeby członków, którzy byli również jej klientami oraz na wymagania swoich partnerów biznesowych. Przedsiębiorstwo posiada również opracowany plan marketingowy dotyczący przede wszystkim działań związanych z pozyskiwaniem jak największej liczby klientów. Stosując się do zaleceń zrównoważonego rozwoju Spółdzielnia znacznie poprawiła wizerunek w opinii otoczenia. Większe zaangażowanie w działania społeczne organizowane na

¹⁷ B. Gajdzik, W. Ociecek: Społeczna Odpowiedzialność Przedsiębiorstw Produkcyjnych, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010, 18.

terenie gminy Narol, takie jak: sponsorowanie Memoriału im. Władysława Korzeniowskiego, czy też Rajdu Rowerowego im. Kazimierza Patałucha, organizowanych każdego roku od początku pierwszej dekady XXI wieku, umożliwiło Spółdzielni lepszy dostęp do mediów oraz promocję swojej działalności. Tym samym, dzięki tym czynnościom Organizacja zwiększyła swoje szanse na zainteresowanie klientów Firmą. Kampanie społeczno-promocyjne oraz różnego rodzaju sponsoring przyczyniły się do zbudowania wizerunku Firmy wrażliwej na potrzeby społeczeństwa lokalnego, jak również doprowadziły do wzrostu lojalności klientów.

Szczególnym, tzw. milczącym interesariuszem przedsiębiorstw jest środowisko naturalne. Wobec niego przedsiębiorstwo zobowiązane jest do przestrzegania prawa, ponoszenia odpowiedzialności za zachowanie środowiska w dobrym stanie dla przyszłych pokoleń, działań związanych z wprowadzeniem ekologicznych rozwiązań do technologii, produktów oraz opakowań czy też do utylizacji odpadów¹⁸. Wzrost świadomości ekologicznej uzyskanej dzięki CSR sprawił, że Spółdzielnia przywiązuje większą wagę do przestrzegania norm środowiskowych, zwłaszcza w dziedzinie produkcji. Przedsiębiorstwo starało się zapobiegać powstawaniu negatywnych skutków działalności na środowisko. Pod koniec lat 90. XX wieku sklepy detaliczne GS wprowadziły oświetlenie energooszczędne oraz ogrzewanie odpowiednio dostosowane do obiektów. Dodatkowo przestrzeń wokół sklepów została w pełni zagospodarowana. W ofertach placówek detalicznych znajdowały się towary w opakowaniach pochodzących z recyklingu, w obrębie obiektów Firmy była też możliwość pozostawienia zużytych baterii w pojemnikach przeznaczonych do tego celu. W sklepach były oferowane ekologiczne torby do pakowania dostępne dla każdego klienta. Dzięki takim działaniom wzrosła świadomość nie tylko pracowników Firmy, ale też członków, klientów oraz społeczności lokalnej. Stosowanie odpowiedzialnej polityki proekologicznej polepszyło kontakty z różnymi organami, a zwłaszcza z partnerami w biznesie.

Do korzyści społecznych uzyskanych dzięki działaniom społecznej odpowiedzialności należą m.in. rozwój społeczności lokalnej. Firma bierze udział w różnych przedsięwzięciach organizowanych przez gminę Narol oraz lokalny Zespół Szkół. Zarząd i pracownicy Spółdzielni posiadają również pełną świadomość w dziedzinie przestrzegania praw człowieka, a co się z tym wiąże prowadzą przejrzystą i otwartą politykę w tym obszarze. Już od początku swojego istnienia prawa członków-klientów oraz osób współpracujących z firmą były doskonale znane i przestrzegane. W całej historii działalności Spółdzielni nie było przypadków nadużyć w stosunku do pracowników czy też partnerów biznesowych. Dzięki temu Spółdzielnia cieszy się dobrą reputacją i uznaniem

¹⁸ A. Czubała: Formy współpracy przedsiębiorstw i organizacji non-profit w realizacji CS., Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 41, ser. 558. Szczecin 2009, s. 434.

wśród interesariuszy z nią współpracujących. W pierwszej dekadzie XXI wieku firma zwiększyła nacisk na ochronę danych osobowych i prywatność obywateli, klientów oraz dostawców firmy. Działania te przyczyniły się do wzrostu zaufania partnerów biznesowych wobec Spółdzielni oraz wzmocniły jej pozycję wobec firm konkurencyjnych na rynku lokalnym.

Podsumowanie

Wdrażanie systemu CSR ma swoje przesłanki oraz zasady, których powinno przestrzegać przedsiębiorstwo podczas wprowadzania społecznej odpowiedzialności biznesu. Właściwe podejście do CSR może przyczynić się do uzyskania przez firmę wielu potencjalnych korzyści. Gminna Spółdzielnia w Narolu jest przykładem firmy działającej według zasad biznesu społecznie odpowiedzialnego. Firma opierając się na założeniach wynikających ze stosowania CSR nie koncentrowała się jedynie na osiągnięciu większego zysku, ale przede wszystkim na ukształtowaniu długofalowych, opartych na zaufaniu, relacji z interesariuszami zewnętrznymi. Poza tym wdrażanie tego systemu przyczyniło się do zbudowania przewagi konkurencyjnej. Ukształtowanie pozytywnego wizerunku firmy poprzez różnego rodzaju działania społeczne i ekologiczne oraz wysokie standardy etyczne kultury organizacyjnej wzmocniły wizerunek firmy wśród interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, jak również przyczyniły się do wzrostu poziomu satysfakcji pracowników, ich lojalności i motywacji. Osiągnięcie wymienionych korzyści było efektem przestrzegania przez Spółdzielnię zasad CSR.

Literatura:

1. Art. 1 Ustawy z dn. 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze, tekst jednolity Dz. U. z 2003 r. nr 188, poz. 1848 z późn. zm.
2. Bartkowiak G.: Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym. Wydawnictwo Difin. Warszawa 2011
3. Czubała A.: Formy współpracy przedsiębiorstw i organizacji non-profit w realizacji CS., Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 41, ser. 558. Szczecin 2009
4. Gajdzik B. Ociecek W.: Społeczna Odpowiedzialność Przedsiębiorstw Produkcyjnych, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010
5. Gasparski W.: Wykłady z etyki biznesu. Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2007
6. Kodeks dobrych praktyk spółdzielczych, Krajowa Rada Spółdzielcza, Warszawa 2008
7. Krupa J.: Spółdzielczość w Unii Europejskiej, Handel Wewnętrzny, nr 4-5, Warszawa 2007
8. Nałęcz S., Konieczna-Sałamatyn J.: Polska spółdzielczość na progu XXI wieku. Zasoby oraz wybrane funkcje społeczno-ekonomiczne, Spółdzielczy Kwartalnik Naukowy, nr 1, Wydawnictwo Spółdzielcze, Warszawa 2008

9. Paliwoda-Matiolańska A.: Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. Wyd. C.H. Beck, Warszawa.2009.
10. Pańków W. Rok B. Strumińska-Kutra M. Woźniczko J.: Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa, 2010.
11. Raport o spółdzielczości polskiej, Krajowa Rada Spółdzielcza, Warszawa 2010
12. Raport. Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznes. PARP, Warszawa 2011
13. Wrażliwi na lokalne społeczności. Kurier Spółdzielczy. 2011, nr 1(2022), s.1-2.
14. Żemigala M.: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji. Wyd. Oficyna Wolters Kluwer. Warszawa, 2007.

Summary:

Corporate social responsibility is a management strategy, according to which enterprises freely, in their actions, include social interests, environmental aspects or relations with various groups of interested parties, employees, in particular. The article presents the benefits from using CSR in an enterprise on the basis of a cooperatives which acting pursuant to cooperative principles, to a significant extent, implement the principles of corporate social responsibility. Implementation of the CSR system brings not only economic benefits but also benefits for employees, natural environment, social environment and contributes to creating a competitive advantage.

Key words: corporate social responsibility, cooperatives

Informacja o autorach:

dr inż. Marta Kawa,

dr hab. Maria Grzybek, prof. UR

Katedra Marketingu i Przedsiębiorczości

Uniwersytet Rzeszowski Wydział Ekonomii

e-mail: marka@univ.rzeszow.pl