

WZROST ZNACZENIA WARTOŚCI FIRM I ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ W BIZNESIE

W ciągu ostatnich lat nastąpiła istotna zmiana w postrzeganiu roli firm w społeczeństwie. Firmy coraz częściej zmieniają podejście i oceniają swój sukces nie tylko przez pryzmat wyników finansowych, ale także zwracają uwagę na kształtowanie swojego wizerunku oraz na sposób, w jaki wpisują się w szerszy kontekst społeczny.



MONIKA PETRUKANEC
kierownik działu HR, DTA

CSR, czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, to podejście i trend, który zakłada, że przedsiębiorstwa powinny podejmować działania przynoszące korzyści nie tylko im samym, ale także ich interesariuszom i całemu społeczeństwu. Dla wielu firm odpowiedzialność społeczna przestała być dodatkiem, a stała się integralną częścią strategii biznesowej. Dlaczego się tak dzieje? Zaczęto dostrzegać, że dobre praktyki CSR nie tylko pomagają potrzebującym, ale także mogą prowadzić do wzrostu, lojalności klientów i budują wizerunek firmy. Prowadzą także do zwiększenia zaangażowania pracowników, a także przyciągają pracowników, którzy podzielają takie same wartości i doceniają działania firmy zaangażowanej społecznie.

Coraz częściej firmy, włączając pracowników w swoje prospołeczne działania, pozwalają im również wpływać na to, jak wy-

gląda kultura organizacyjna i jakie wartości przyświecają firmie i jej pracownikom w działaniu.

Wartości firmy jako fundament działania

Wartości firm – będące zestawem zasad, którymi chcą kierować się w działaniach – odgrywają dziś niezwykle istotną rolę w budowaniu tożsamości oraz definiowaniu kultury organizacji. W dobie mediów społecznościowych i transparentności klienci łatwo rozpoznają, czy wartości deklarowane przez firmę są zgodne z jej praktyką. Organizacje, które faktycznie realizują swoje wartości, zyskują

na wiarygodności i budują zaufanie w ujęciu długofalowym.

Nam zależy, aby do obszaru zaangażowania społecznego podchodzić całościowo. W ostatnim czasie w naszej organizacji odświeżyliśmy Kodeks Etyki i zawarliśmy w nim m.in. zbiór wartości, który przyświeca firmie w jej codziennym działaniu. Zanim to jednak nastąpiło, poprosiliśmy naszych pracowników o zabranie głosu w tej sprawie. Obok takich wartości, jak profesjonalizm, współpraca, rozwój czy bezpieczeństwo, pojawiła się również odpowiedzialność. Oczywiście interpretacja tutaj może być dość szeroka, ale my wieramy w niej m.in. odpowiedzialność społeczną w naszych działaniach i jest to głos zarówno zarządzających, jak i pracowników, czyli całości firmy, bo jako całość angażujemy się w tematy społeczne.

Włączenie pracowników w pomoc społeczną

Zaangażowanie pracowników w akcje społeczne przynosi korzy-

ści nie tylko beneficjentom tych działań, ale także samej organizacji. Akcje, które angażują pracowników w pomoc potrzebującym, mogą być przykładem wspólnej troski i współdziałania, co przekłada się na lepsze relacje w miejscu pracy. W ten sposób organizacje tworzą przestrzeń, w której empatia i wzajemne wsparcie stają się integralną częścią kultury firmy. To podejście wspiera rozwój osobisty i zawodowy pracowników, budując więź i poczucie przynależności.

Sezonowe inicjatywy i budowanie społeczności

Okres świąteczny jest momentem, kiedy firmy często intensyfikują swoje działania na rzecz innych i podobnie jest u nas. Co roku prowadzimy wśród pracowników zbiórki na rzecz ośrodków, osób czy schronisk dla zwierząt, które potrzebują pomocy. Nasi pracownicy już po raz kolejny stają się też świętymi Mikołajami, pomagając dzieciom z lokalnych

ośrodków. Z entuzjazmem przyjmują listy od dzieci, a następnie przygotowują i dostarczają prezenty zgodnie z ich marzeniami. Ta akcja nie tylko sprawia radość obdarowywanym, ale także buduje ducha zespołu i wzmacnia więzi między pracownikami, co przekłada się na pozytywne efekty w codziennym funkcjonowaniu firmy. Wszystkie zbiórki są oczywiście wspierane finansowo przez naszą organizację.

Podsumowanie

To tylko kilka naszych przykładów na to, jak firmy mogą łączyć wartości i zaangażowanie firmy społecznie z celami biznesowymi. Pomaganie innym, angażowanie pracowników w akcje społeczne, wspieranie kultury, sportu oraz zdrowia, to nie tylko działania na rzecz potrzebujących. To również inwestycja w kulturę organizacyjną firmy, która przyciąga pracowników o podobnych wartościach i umacnia pozycję firm na rynku. Kluczowe jest, aby firmy podejmowały autentyczne działania i integrowały wartości w swoje codzienne praktyki. To podejście nie tylko buduje lepszy świat, ale także pozwala firmom osiągać długoterminowy sukces w zmieniającym się środowisku rynkowym.

Patrząc w przyszłość, możemy spodziewać się dalszego wzrostu roli wartości i odpowiedzialności społecznej. Zmieniające się regulacje prawne, jak również presja społeczna, będą wymuszały na firmach jeszcze większe zaangażowanie w zrównoważone praktyki. Młode pokolenia, które wkraczają na rynek pracy i stają się głównymi konsumentami, przykładają dużą wagę do etycznego postępowania firm.

