

Rozmowa z dr Mieczysławem Bąkiem, przewodniczącym Komisji Ogólnopolskiej Programu „Przedsiębiorstwo Fair Play” oraz prezesem zarządu Fundacji „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym”, działającej przy Krajowej Izbie Gospodarczej.



Jaka idea przyświeca programowi „Przedsiębiorstwo Fair Play”?

Ideą programu jest zachęcenie wszystkich firm w Polsce do zachowań etycznych i wprowadzenia stosownych zmian nie tylko w wewnętrznej organizacji pracy, ale także w kształtowaniu pozytywnych relacji ze społecznością lokalną oraz dbałości o środowisko naturalne. Poprzez program promujemy etykę w działalności gospodarczej, poprawiamy wizerunek polskich przedsiębiorstw oraz wspieramy ich rozwój.

Jakie warunki musi spełnić firma, by móc wziąć w nim udział? Do kiedy może zgłosić swój udział?

Do programu mogą się zgłaszać wszystkie firmy, działające, zarejestrowane i posiadające siedzibę w Polsce, prowadzące swoją działalność co najmniej przez cały rok kalendarzowy poprzedzający daną edycję. Na zgłoszenia czekamy do 31 maja. Przedsiębiorstwo przystępujące do naszego programu musi przede wszystkim postępować rzetelnie i uczciwie wobec różnych grup interesariuszy, takich jak klienci, pracownicy, kontrahenci, skarb państwa, a nawet konkurencja. Zwracamy również uwagę na to, czy firma wykracza poza standardową działalność przedsiębiorstwa. Wyróżniamy te podmioty, które prowadzą działalność charytatywną i prospołeczną oraz współpracują z jednostkami odpowiedzialnymi za edukację, kulturę czy ochronę środowiska naturalnego. Na szczęście społeczna odpowiedzialność biznesu jest coraz bardziej popularna wśród polskich przedsiębiorstw i zazwyczaj spotykamy niezwykle zaangażowane firmy, które dbają o swoje relacje ze społecznością lokalną, angażując się w jej inicjatywy.

To już 20. edycja programu. Co zmieniło się w funkcjonowaniu polskich firm przez ten czas?

Z radością stwierdzam, że przede wszystkim zmieniło się postrzeganie etyki w biznesie i społecznej odpowiedzialności. Gdy rozpoczynaliśmy pierwszą edycję programu, brakowało wśród przedsiębiorców świadomości jak ważne są inicjatywy, podejmowane na rzecz społeczności lokalnych. Dziś CSR staje się jednym ze stałych elementów strategii firm. W tworzenie koncepcji społecznie odpowiedzialnych inicjatyw osobiście angażują się właściciele i zarządy przedsiębiorstw, dlatego podejmowane działania wynikają z wartości wyznawanych przez najważniejsze osoby w firmie i są często zbieżne z ich zainteresowaniami czy hobby. Na pierwsze miejsce wybijają się: pomoc potrzebującym, warsztaty dla dzieci, sport i ekologia.

Kim są laureaci programu? Co ich charakteryzuje, w jaki sposób są wyłaniani?

Laureaci wyłaniani są w wyniku dwuetapowego procesu weryfikacji. W I etapie weryfikowane są informacje zawarte w ankietach, w których przedsiębiorcy szczegółowo przedstawiają swoją działalność, odpowiadając na szereg pytań dotyczących m.in. relacji z klientami, kontrahentami, pracownikami i społecznością lokalną. W II etapie odpowiednio przygotowani audytorzy przeprowadzają audyty certyfikacyjne we wszystkich firmach, które uzyskały minimum 70 na 100 możliwych punktów w I etapie. Dodatkowym elementem weryfikacji jest badanie klientów i kontrahentów firm oraz tak zwana weryfikacja społeczno-środowiskowa, realizowana dzięki komisjom regionalnym i mediom. Wynik obu etapów decyduje o rekomendacji przedsiębiorstwa do tytułu i certyfikatu „Przedsiębiorstwo Fair Play”. Dzięki tak szczegółowej weryfikacji mamy pewność, że laureaci programu to stabilne firmy, prowadzące swoją działalność zgodnie z najwyższymi standardami etyki handlowej i pracowniczej. To podmioty umiające dostosowywać się do wymogów stale zmieniającego się rynku. „Przedsiębiorstwa Fair Play” dbają o jakość biznesu i przywiązują dużą wagę do terminowości, przejrzystych umów, wysokiej jakości, dobrej atmosfery, a także bezpiecznych warunków pracy. To wyjątkowe firmy, które swoją pozycję na rynku budują uczciwie, z zachowaniem należytej troski o pracowników, kontrahentów, społeczność lokalną czy środowisko naturalne. Laureaci naszego programu pokazują swoją pracą, że prowadzenie firmy w sposób uczciwy opłaca się w dłuższej perspektywie, zarówno w aspekcie gospodarczym, jak i społecznym.

Pańskim zdaniem możemy być optymistami jeśli chodzi o rozwój naszych firm?

Polskie firmy wielokrotnie udowadniały, że potrafią funkcjonować nawet w trudnych warunkach i dostosować się do zmian na rynku, co pozwala na optymizm również w 2017 r. Należy jednak zauważyć, że przedsiębiorstwa ciągle otrzymują sprzeczne sygnały ze

strony władz publicznych. Z jednej strony mamy „Konstytucję dla biznesu”, domniemanie uczciwości przedsiębiorców, rozstrzyganie wątpliwości prawnych na korzyść przedsiębiorców, przyjazną interpretację regulacji, obietnice pisania prawa prostym językiem czy propozycje zmniejszenia obciążeń ZUS dla małych firm. Z drugiej zaś rosnące obciążenia administracyjne i koszty prowadzenia działalności, związane np. z wprowadzeniem jednolitego pliku kontrolnego, odwróconym VATem w budownictwie i zagrożoną płynnością podwykonawców czy rozszerzonym zakresem wydłużania terminu zwrotu VAT. Taka sytuacja rodzi niepewność i przedsiębiorcy w 2016 r. wstrzymali procesy inwestycyjne. Z badań przeprowadzonych przez Krajową Izbę Gospodarczą w marcu 2017 r. wynika, że blisko 60 proc. inwestujących przedsiębiorców miało niższe wydatki w 2016 r. niż w roku poprzednim. Wśród przyczyn mniejszego zainteresowania firm inwestycjami wymieniano m.in. niepewność co do przyszłości (66 proc.). Przedsiębiorców zniechęcały też „bardziej dotkliwe kary za błędy”, „odstępstwa od reguł w procesach inwestycyjnych” oraz „nieprzyjazna polityka podatkowa wobec małych i średnich firm”. Mamy jednak nadzieję, że w bieżącym roku inwestycje przedsiębiorstw znacząco wzrosną.

Coraz więcej mówi się o znaczeniu firm rodzinnych na polskim rynku. Jak Pan ocenia ich kondycję? Jak często bywają one laureatami programu?

Bardzo wiele firm rodzinnych bierze udział w programie „Przedsiębiorstwo Fair Play”. Stanowią one trzon naszych laureatów i przeważają zarówno wśród firm nominowanych do statuetki, jak i tych, które otrzymują nagrodę główną. Przeprowadzony pod koniec roku 2016 barometr firm rodzinnych pokazuje, że 56 procent tych przedsiębiorstw pozytywnie ocenia swoją sytuację gospodarczą. 42 procent firm rodzinnych zwiększyło swoje przychody w ostatnim roku. Jednak, mimo poprawy sytuacji, również ta grupa firm dostrzega rosnące ryzyko, związane z sytuacją polityczną i narastającym konfliktem w kraju. Niepewny klimat polityczny jest największym wyzwaniem dla wszystkich firm w

Europie.

Jak wypada innowacyjność polskich przedsiębiorstw w kontekście innych europejskich krajów?

Biorąc pod uwagę odsetek polskich firm, prowadzących działalność innowacyjną, ocena ta nie wypada dla nas korzystnie. Wśród krajów Europy znajdujemy się w grupie tzw „słabych innowatorów”, z udziałem firm innowacyjnych oscylujących na poziomie 30%, razem z Rumunią, Bułgarią i Łotwą. W dalszym ciągu współpraca z instytucjami badawczymi jest uważana przez polskie przedsiębiorstwa za ciężar, a nie element wysokiej kultury biznesowej. Nauka jest uważana za niepraktyczną, ale z drugiej strony biznes nie komunikuje jakie ma konkretne oczekiwania wobec niej. Ponadto przedsiębiorstwa nie są nastawione na dzielenie się korzyściami z wdrożeń, co powoduje emigrację pomysłów, patentów i wynalazków zagranicę. Podjęte od 2015 roku działania, mające na celu zaktywizowanie powstawania start-upów, ujęte całościowo w Strategii na rzecz odpowiedzialnego rozwoju, przynoszą stopniowo efekty, wywołując jednak skutki odmienne od oczekiwanych. Zdecydowana większość start-upów, które są w stanie opatentować wynalazki, zbudować prototyp, przetestować jego wykorzystanie, komercjalizuje efekty wynalazku zagranicą.

Z czego zatem, pańskim zdaniem, możemy być dumni, patrząc na rodzime firmy?

Wiele firm rodzinnych osiągnęło światowy poziom, zwłaszcza w naszych specjalnościach, takich jak np. przemysł meblarski, produkcja podzespołów motoryzacyjnych, produkcja autobusów czy przemysł spożywczy. Możemy być dumni zarówno z ich produktów i marki, którą wypracowały, jak też z ich działań na rzecz środowisk lokalnych. Wiele takich przykładów znajdujemy wśród firm biorących udział w programie „Przedsiębiorstwo Fair Play”. Chociażby firma Tarczyński Spółka Akcyjna, która już od 18 lat co roku uzyskuje

certyfiakat „Przedsiębiorstwo Fair Play”, jest w Polsce powszechnie znana z produkcji kabanosów, a 28 lat temu założyło ją małżeństwo. Innym przykładem jest Novol sp. z o.o. – jedna z najlepszych i najdynamiczniej rozwijających się polskich firm, zajmująca się produkcją materiałów dla lakiernictwa samochodowego. Przedsiębiorstwo corocznie wspiera rajdy samochodowe Mistrzostw Polski, lokalne szkoły czy fundacje. Warto także wspomnieć o rodzinnej firmie „GABI – PLAST”, która powstała w 1983 roku jako mały, jednoosobowy zakład, a dziś dysponuje już własną narzędziownią do projektowania oraz wykonywania nowych form do produkcji blistrów, zaspokajając najbardziej wyszukane pomysły i potrzeby w zakresie opakowań przeźroczystych. To zaledwie kilka przykładów. Nasze przedsiębiorstwa naprawdę mają się czym pochwalić. Zachęcam do poznania wszystkich Laureatów programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”, można ich znaleźć na naszej stronie: www.przedsiębiorstwo.fairplay.pl.

Dr Bąk współpracuje z KIG od 1992 r. w zakresie rzecznictwa interesów przedsiębiorców prywatnych oraz monitorowania ich sytuacji. Kierował m.in. badaniami w zakresie MSP - dostępu do źródeł finansowania, kultury prawnej, etyki biznesu, ubezpieczeń społecznych, fuzji i przejęć firm, funkcjonowania organizacji przedsiębiorców i organizacji pozarządowych, korupcji, Internetu oraz funkcjonowania regulacji prawnych.