

Povzetek projektne naloge

NAČRT UVAJANJA DRUŽBENE ODGOVORNOSTI V PODJETJE PETOVIA AVTO PTUJ d. d.

petoviaavto

Osnovni podatki o podjetju

Naziv podjetja	Petovia avto Ptuj, d.d.
Osnovna dejavnost	vzdrževanje in popravila motornih vozil, prodaja vozil in nadomestnih delov
Panoga	trgovina in storitve
Naslov podjetja	Ormoška cesta 23, 2250 Ptuj
Kraj / regija delovanja	Ptuj, Maribor, Podravje
Število zaposlenih na dan 1.1. 2007	115

Posnetek stanja pred pričetkom priprave načrta uvajanja družbene odgovornosti

V Petovia avtu se zavedajo, da je družbena odgovornost povezana s poštenim in korektnim odnosom do zaposlenih, kupcev, dobaviteljev, skrbim odnosom do okolja ter vlaganjem v lokalno okolje. Podjetje hote ali nehotе v določenih primerih že ravna družbeno odgovorno.

Zunanji dejavniki, ki vzpodbujajo podjetje k uvajanju in sistematičnemu pristopu k družbeni odgovornosti so: 1. sodelovanje s podjetjem Renault Nissan Slovenija in Citroën Slovenija, Petovia avto kot koncesionar mora skrbeti za postavljene standarde in kodekse omenjenih podjetij; 2. zakon za varovanje okolja, ravnanje z odpadki (odpadna olja, akumulatorji in ostali odpadki, ki jih ločuje); 3. sistem kakovosti ISO 9001; 4. vladne institucije in 5. kakovost storitev in proizvodov. Notranji dejavniki: 1. zaposleni – pomanjkanje dobrega strokovnega kadra na tržišču in 2. lastniki – dolgoročen razvoj podjetja.

Poslanstvo, vizija in strategija podjetja prispevajo k transparentnemu sodelovanju s kupci, ob tem je temeljna skrb kakovost izdelkov in storitev. V podjetju so zaposleni seznanjeni z vrednotami podjetja, vizijo in poslanstvom, vodstvu je pomembno, da zaposleni vedo, »kam so namenjeni«.

Na področju družbene odgovornosti do zaposlenih podjetje skrbi za: zdravstveno varstvo vseh zaposlenih, izobraževanja, prijetno delovno okolje, socialno varnost, trajno zaposlitev, vlaganje v ljudi, koriščenje letnega dopusta, izmensko delo, letni regres, piknike – druženja.

Z lokalno skupnostjo podjetje primarno sodeluje v obliki sponzorstev in donacij raznih športnih aktivnosti (Kolesarski klub Perutnina Ptuj, roketni klub Mercator – Tensor, nogometni klub Drava, Karting dirke in manjše lokalne zadeve).

Na področju okolja, podjetje že več let skrbi za »pametno« ravnanje z odpadki (ločevanje ob izvoru nastanka), recikliranje, merjenje in zmanjševanje hrupa, praha in smrada in z uporabo okolju prijaznih materialov.

V osrčju vodenja Petovia avta je in ostaja kupec, podjetje za kupce skrbi tako, da ima velik poudarek kakovost storitev in proizvodov, informiranje strank, izpolnjevanje servisnih obveznosti, merjenje zadovoljstva, konkurenčne cene, uspešno reševanje reklamacij, prijetno druženje – pikniki. Dobavitelji so zelo pomemben člen v poslovanju, saj je Petovia avto koncesionar dveh svetovno znanih znamk Renalut in Citroën. Podjetje skrbi za skupen nastop na tržišču, transparentno poslovanje, prenos znanja in podatkov ter še posebno politiko dobaviteljev.

Ob vsem tem ima podjetje že več let certifikat ISO 9001:2000.

Predstavitve načrta uvajanja družbene odgovornosti

Za pripravo dobrega načrta uvajanja družbene odgovornosti je pomembno dobro poznavanje podjetja in njegovega delovanja. Ključno za podjetje je poznavanje svojih deležnikov, kajti zaradi njih obstaja in zaradi njih se lahko razvija. Poznavanje svojih deležnikov in zadovoljevanje njihovih potreb in želja, omogoča podjetju zeleno pozicioniranje v okolju in dolgoročno rast podjetja.

Pomembni deležniki Petovia avta in s tem ključna področja družbene odgovornosti so zaposleni, kupci, dobavitelji, lastniki in delničarji, naravno okolje, lokalna javnost ter vladne institucije.

Petovia avto bo svojo družbeno odgovornost aktivno gradilo na štirih stebrih: zaposleni, kupci, naravno okolje in lokalna javnost. Vsekakor ne bo zanemarilo odnosa do dobaviteljev, lastnikov in delničarjev ter vladnih institucij.

Zaposleni so največje bogastvo podjetja, so tisti, ki gradijo posel in ustvarjajo menjave s kupci, dobavitelji, naravnim okoljem in lokalno javnostjo. In zato najlažje in najučinkoviteje odražajo družbeni odnos podjetja. 1. september, proaktivno notranje komuniciranje, letni razgovori, javne pohvale, izbor zaposlenega leta so aktivnosti, ki jih bo podjetje izvajalo. Ključni cilji pri vzpostavljanju družbene odgovornosti do zaposlenih so: vzpodbuditev motiviranosti zaposlenih, ustvarjanje harmonije med poslovnim in privatnim življenjem, inovativno sodelovanje s kupci in dobavitelji, ohranitev dobrega kadra ter povečanje pripadnosti podjetju. Posredno takšen odnos prispeva tudi k enovitem nastopanju napram konkurenci.

Kupci omogočajo obstoj podjetja, ter s tem predstavljajo doprinos k podjetju. Podjetje bo gradilo dolgoročen in stabilen odnos do kupcev: s konkurenčnimi cenami, korektnimi odnosi, vestnim reševanjem garancij in servisov, obveščanjem kupcev, otroški kotiček, skrb za kakovost storitev in izdelkov ter dogodki. Ključni cilj uvajanja družbene odgovornosti na tem področju je zadovoljen kupec, ki se vedno znova vrača v podjetje. Kakovost storitev in materialov se bo ohranjalo na najvišji možni meri.

Dobavitelji so zelo pomemben segment družbene odgovornosti, saj predstavljajo vstopno znanje in materiale. V Petovia avtu so se odločili, da bodo združili moči – znanje in izkušnje kupcev, dobaviteljev in zaposlenih v podjetju. Na ta način bodo omogočili interdisciplinarno sodelovanje pri reševanju problemov kupcev, dobaviteljev in podjetja.

Podjetje bo skrbelo, da bo svojim naslednikom omogočilo takšno naravno okolje kot ga imamo vsaj sedaj. Zavedajo se, da je pomembno, da vzgajajo in vodijo vse svoje deležnike v »zdravem« duhu do naravnega okolja. Velik poudarek tej odgovornosti je zato, ker v podjetju nastaja veliko nevarnih odpadkov (baterije, barve, laki, olja, železo). Podjetje bo že v fazi nastanka odpadkov poskrbelo za pravilno ločevanje in deponiranje. Podjetje bo vpeljalo tudi okoljsko poročilo, kar pomeni, da bo imelo merljive karakteristike, katere bo lahko primerjalo v različnih časovnih obdobjih. Drug pomemben trenutek je zniževanje stroškov pri porabi električne in toplotne energije. Tudi akcija zbiranja odpadnih baterij in akumulatorjev bo prispelvala k boljšemu okolju.

Lokalna javnost je bila deležna zmeraj manjše pozornosti v podjetju, čas je, da podjetje naredi nekaj za lokalno javnost. Pomembno je, da podjetje zaposluje ljudi iz lokalnega okolja, da sodeluje pri izobraževanju dijakov (potencialnih zaposlenih), in da doprinese k dvigu kulture vožnje in varnosti udeležencev v prometu s projektoma »mladi in kolo« ter »varna vožnja & varno mesto. Petovia avto bo nadgradila tudi večanje natalitete s projektom »najštevilčnejša družina v lokalnem okolju«. Na ta način bo podjetje pridobilo pozicijo, da bo ustvarjalo javno mnenje in pozitiven image.

Podjetje mora za izvedbo aktivnosti družbene odgovornosti najprej določiti skrbnika družbene odgovornosti in vzpostaviti tim za družbeno odgovornost. Skrbnik družbene odgovornosti bo koordiniral delo z vodjem marketinga, prodaje, nabave, servisne službe, prodaje vozil in direktorjem podjetja. Na ta način se družbena odgovornost prične odvijati znotraj zaposlenih. Vsak posameznik ima nalogo spremljanja aktivnosti družbene odgovornosti, iskanja novih priložnosti za družbeno odgovornost, nenehne izboljšave, spremljanje deležnikov, pridobivanje povratnih informacij ter pomembno je lastno ravnanje v duhu družbene odgovornosti.

Pričakovani rezultati in učinki načrtovanih aktivnosti družbene odgovornosti so: povečanje pripadnosti zaposlenih podjetju, ohranitev dobrega kadra in ustvarjanje lastnega kadra, večje zadovoljstvo zaposlenih, povečanje lojalnosti kupcev, prijazno podjetje do mladih družin, dolgoročno sodelovanje s ključnimi dobavitelji, doprinos k naravnemu okolju in ohranjanje naravnega okolja, dvig kulture ter varnosti voznikov in udeležencev v prometu, transparentno poslovanje, nenehen razvoj podjetja. Družbena odgovornost bo podjetju prinesla prepoznavnost v lokalnem okolju in pozicionirala podjetje kot družbeno odgovorno podjetje. S pomočjo predlaganih aktivnosti se bo vzpostavil dialog z deležniki podjetja. Povratne informacije s strani deležnikov bodo podjetju v veliko pomoč pri doseganju zelenih ciljev, vizije in poslanstva.

Pri uvajanju družbene odgovornosti je ključno transparentno komuniciranje z deležniki podjetja o ključnih področjih družbene odgovornosti, ciljih, prioritetah in dosežkih.

V podjetju se mora najprej vzpostaviti proaktivno interno komuniciranje. Zaposleni morajo biti prvi obveščeni o družbenih aktivnostih podjetja. Podjetje bo uvedlo interni časopis, intranet, obkrožnice

in oglasne deske. Z ostalimi deležniki bo podjetje svojo družbeno odgovornost komuniciralo s pomočjo elementov celostne grafične podobe in instrumentov komuniciranja. Komuniciralo bo s pridobljenimi certifikati in oznakami. Z orodji tržnega komuniciranja (oglaševanje, PR, internet, dogodki) bo komuniciralo z lokalno javnostjo, kupci in dobavitelji. Poslovna poročila za razkritje ekonomskih, okoljskih in družbenih vplivov podjetja, bodo osnova za komuniciranje z lastniki in delničarji. Tradicionalna filantropija in razna sponzorstva bodo še zmeraj ostala oblika komuniciranja družbene odgovornosti. Vsi načini komuniciranja morajo vsebovati verodostojne in relevantne informacije za deležnike.

Morebitna tveganja s katerimi se lahko podjetje sreča so začetne investicije (strošek) v aktivnosti družbene odgovornosti; vzpostavitev tima, ki bo načrtoval, izvajal in preverjal družbeno odgovornost; zavrnitev lokalne javnosti – nepravilni izbor aktivnosti in sprememba vrednot deležnikov. Podjetje bo tveganje zmanjšalo, v kolikor bo imelo jasno vizijo, poslanstvo in cilje, ob tem pa je pomembna stabilna drža vodstva do družbene odgovornosti.

Načrtovan pristop k družbeni odgovornosti je osnova za zagotavljanje učinkovitosti družbene odgovornosti. Direktor Petovia avta se zaveda družbene odgovornosti, zato je tudi sodeloval pri načrtovanju družbene odgovornosti.

Zaključek

Družbena odgovornost je permanentno delo in ne »ad-hoc« odločitve, vodstvo podjetja Petovia avta mora vsaj enkrat letno preveriti svoje deležnike, cilje in učinke družbene odgovornosti. Morebitne negativne vplive na deležnike mora podjetje sproti ugotavljati in jih odpravljati.

Z družbeno odgovornim ravnanjem bo Petovia avto omogočil nenehen razvoj zaposlenih, kupcev, dobaviteljev, lokalnega in naravnega okolja ter samega podjetja. Družbena odgovornost v Petovia avtu je zelo dobrodošla, saj predstavlja nov val energije v delovanju podjetja. Podjetje bo na ta način zasledovalo višje cilje, kot le ustvarjanje dobička. In v kolikor bo transparentno poročalo o družbeni odgovornosti, bo na dolgi rok ustvarjalo renome družbeno odgovornega podjetja.

Petovia avto si je zadalo cilj, za obdobje 10 let, biti med vodilnimi v družbeno odgovornem ravnanju v svoji branži, v Sloveniji. Podjetje želi na dolgi rok pridobiti certifikate »Družini prijazno podjetje«, ISO 14001, sistem varnosti in zdravja pri delu OHSAS 18001 in zasnovati poročila o družbeni odgovornosti.

Odgovornost za uvajanje družbene odgovornosti bo v podjetju Petovia avto prevzelo vodstvo podjetja. Vodstvo mora zasnovati strategijo uvajanja družbene odgovornosti in ob tem določiti merljive cilje uvajanja družbene odgovornosti. S tem, ko bodo umestili osebo za kakovost in družbeno odgovornost, bodo že naredili prvi korak k procesu družbene odgovornosti. Naslednji korak je vzpostavitev tima zaposlenih, kateri bodo aktivno delali na področju družbene odgovornosti.

Potencialne ovire pri uvajanju družbene odgovornosti so lahko nesprijemanje aktivnosti družbene odgovornosti pri zaposlenih in lokalni javnosti. V izogib temu mora podjetje spremljati in »meriti« družbeno odgovornost. Le na ta način bo seznanjeno kaj je pomembno za deležnike, kaj čutijo in kakšne probleme imajo.

Petovia avto si je zadalo enostavno filozofijo, ki bo razumljiva vsem zaposlenim, odnos do deležnikov mora biti »win – win« odnos. Vsi deležniki pridobijo z odnosom do podjetja in obratno. Zaposleni zrcalijo družbeni odnos podjetja. Podjetje želi vzgajati ljudi, tako, da se zavedajo, da se družbena odgovornost prične pri vsakem posamezniku. Vsak posameznik mora imeti zdrav odnos do sebe in svojega naravnega, družbenega ter socialnega okolja.

Lenart, september 2007

Adriana Čeh