

certyfikaty firmowe



Największa korzyść dla każdej firmy

Już od wielu lat wzrasta zainteresowanie polskich przedsiębiorców działaniami proekologicznymi. Wynika to z mnóstwa przesłanek, które można zgrupować w trzech obszarach: etyki i wymagań społecznych, prawa oraz ekonomii.

Tadeusz Leszczyński – Pierwszy obszar to działania wywodzące się ze świadomości i potrzeby ochrony środowiska. Już nie tylko organizacje ekologiczne domagają się poszanowania przyrody, ale czynią to także organizacje samorządowe, okoliczna ludność czy społeczeństwo – bezpośrednio lub poprzez media. Drugi obszar to bardzo szczegółowe przepisy prawne, regulujące obowiązki i uprawnienia do korzystania ze środowiska. Szczególnie rozbudowane i ciągle aktualizowane przepisy ochrony środowiska powstały po wejściu Polski do UE. Nad ich realizacją czuwają organy państwowe z Państwową Inspekcją Ochrony Środowiska na czele.

Czające się niebezpieczeństwa
Niewłaściwie ocenione ryzyko wystąpienia awarii środowi-

skowej oraz niezastosowanie środków zapobiegających takiej awarii może doprowadzić do szkód, których naprawienie nie będzie możliwe przy wykorzystaniu dostępnych środków finansowych. Wynikiem awarii będzie nie tylko zniszczenie środowiska, ale też przedsiębiorstwo straci środki finansowe na prowadzenie działalności, ponieważ zostanie zmuszone do przeznaczenia ich na naprawę poczynionych szkód w środowisku. To może nawet doprowadzić do likwidacji przedsiębiorstwa. Ale nie tylko awarie środowiska naturalnego mogą być przyczyną tak tragicznych scenariuszy. Utrata marki firmy na skutek ujawnienia „niechlubnych” poczynań, kary nakładane przez PIOS na przedsiębiorców czy niezadowolone lokalnych społeczności – wywołane nieposzanowaniem przez przedsiębiorstwo zasad i prawa ochrony środowiska – mogą skutecznie uniemożliwić rozwój firmy lub

nawet zahamować go na dłuższy czas.

Obowiązujące normy
Już od wielu lat istnieją normy regulujące zarządzanie środowiskowe. Są to normy ISO serii 14 000, które, wykorzystując nowoczesne metody zarządzania, czynią najbardziej efektywnym zarządzanie wszystkimi aspektami środowiskowymi w dowolnym przedsiębiorstwie. Jedynym warunkiem jest chęć dostosowania organizacji firmy do wymogów norm i początkowe zainwestowanie w zmianę organizacji zarządzania oraz poniesienie kosztów opracowania, wdrożenia i certyfikacji systemu. Zwrot poniesionych nakładów następuje stosunkowo szybko, gdyż poprawa zarządzania firmą występuje nie tylko w zarządzaniu środowiskowym, ale i w innych obszarach. Wzrasta również prestiż firmy, przedsiębiorstwo jest bardziej życzliwie oceniane przez zewnętrzne środowisko społeczne oraz poprawiają się relacje wewnętrzne.

Krok naprzód
Wszystko to wpływa na zainteresowanie polskich przedsiębiorstw uzyskaniem certyfikatu zgodności z normą

środowiskową ISO 14 000. Świadectwo ułatwia również kontakty z innymi firmami – już posiadającymi certyfikat – gdyż w wielu przypadkach nie trzeba przedstawiać dodatkowych dokumentów i wymaganych oświadczeń o stosowaniu rozwiązań proekologicznych, a wystarczy okazać jeden certyfikat ISO. Innym powodem zainteresowania polskich przedsiębiorstw certyfikatem środowiskowym jest fakt, że stosunkowo duża liczba firm w Polsce posiada już certyfikowane systemy zarządzania jakością. W takich przypadkach stosunkowo łatwo jest uczynić następny krok – wykorzystując elementy istniejącego systemu zarządzania jakością, wdrożyć system zarządzania środowiskowego w ramach zintegrowanego systemu zarządzania. Podkreślić należy, że uzyskanie certyfikatu zgodności na wdrożony system zarządzania środowiskowego staje się zażyciem podstawą do dalszego rozwoju systemów zarządzania w przedsiębiorstwie. I jest to chyba największa korzyść dla każdej firmy.

Autor jest szefem bezpieczeństwa produkcji i ekologii Schenker Sp. z o.o.

Wysoko postawiona poprzeczka

Przedsiębiorcy w różny sposób postrzegają certyfikaty. Dla większości jest to znak jakości i dbałości o wizerunek firmy. W świadomości polskiego konsumenta bądź osoby decyzyjnej w firmie certyfikaty zaczynają odgrywać ważną rolę jako czynnik przyczyniający się do decyzji o zakupie czy nawiązaniu współpracy. Marka certyfikatu kształtuje się przez lata, a te, które funkcjonują na rynku najdłużej, są powszechnie rozpoznawane.

Kamil Kwiecień – Obecnie firmy mogą uzyskać certyfikaty w następujących kategoriach: certyfikaty jakości, bezpieczeństwa (np. ISO 9001, HACCP), certyfikaty potwierdzające wiarygodność (np. Uczciwa Firma, Rzetelna Firma, Solidna Firma), certyfikaty produktów – krajowe (oznaczenie PN), europejskie (oznaczenie EN), międzynarodowe (oznaczenie ISO) i inne.

Najlepiej rozpoznawanymi certyfikatami są te z grupy ISO. Firmy, które je stosują, muszą się liczyć co prawda ze sporymi kosztami wdrożenia i utrzymania normy, jednak jest to rekompensowane przez korzyści płynące z posiadania tego typu certyfikatu.

Możemy do nich zaliczyć: zwiększenie wiarygodności firmy, prestiż wynikający z posiadania uznanego certyfikatu, atut w negocjacjach, gdzie podstawą jest zaufanie, poprawa wizerunku przedsiębiorstwa w oczach klientów, a także możliwość otrzymania feedbacku w sytuacjach, gdy wizerunek firmy jest zagrożony.

Znaczenie certyfikatu

Druga kategoria świadectw – certyfikaty potwierdzające wiarygodność to w dużej mierze znak jakości i prestiżu. Są dobrze rozpoznawane zarówno przez konsumentów, jak i przez osoby decyzyjne w firmach – ich posiadanie staje się znaczącym atutem. Trzecia kategoria – certyfikaty produktów – bardzo potrzebna, jednakże słabo kojarzona, zwłaszcza wśród konsumentów. Dotyczy to głównie certyfikatów produktów krajowych (oznaczenie PN) i europejskich (oznaczenie EN). Certyfikaty międzynarodowe, opatrzone oznaczeniem ISO, są dużo lepiej rozpoznawane. W określonych branżach stosowane są certyfikaty, które mimo niewielkiego znaczenia dla konsumentów mają duże znaczenie np. w procesie poszukiwania partnera biznesowego. Do takich certyfikatów należą np. Microsoft Certified Partner lub Google Certified Partner.

Dobry wizerunek musi być poparty działaniami

Obowiązki, które wynikają z posiadania certyfikatu to przede wszystkim zwiększony nacisk na utrzymanie dobrych stosunków ze środowiskiem firmy – jej kontrahentami, klientami, lokalną społecznością oraz pracownikami. W przypadku wystąpienia problemów na tym polu, które mogą wynikać z różnych przyczyn i okoliczności, firmy muszą się liczyć z możliwością utraty certyfikatu.

Dzięki certyfikatом firmy są w stanie poprawić swój wizerunek na rynku. Ważne są pod tym względem dwa aspekty – wizerunku i odpowiedzialności. Certyfikat sam w sobie nie zmienia o 180 stopni opinii klientów. Wraz ze zmianą wizerunku muszą również nastąpić zmiany w samej firmie, aby wizerunek był poparty np. lepszymi produktami, obsługą klienta, relacjami na linii pracodawca – pracownicy. Certyfikat na pewno ułatwi ten proces, gdyż firma, przechodząc certyfikację, sama wystawia się na próbę. Uzyskawszy certyfikat, firma na własne życzenie ma wysoko ustawioną poprzeczkę, z własnej inicjatywy stara się też sprostać wymaganiom i utrzymać poziom.

Autor jest właścicielem Uczciwa-Firma.org