

Janusz KARWOT
Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Rybniku
karwotj@interia.pl

ZRÓWNOWAŻONY DOSTĘP DO USŁUG W INNOWACYJNYM PRZEDSIĘBIORSTWIE WODNO-KANALIZACYJNYM

Streszczenie. Zrównoważony rozwój to istotne podporządkowanie potrzeb i aspiracji społeczeństwa możliwościom, jakie daje środowisko naturalne otaczające człowieka. Model przedsiębiorstwa innowacyjnego i zarazem społecznie odpowiedzialnego jest odpowiedzią na wyzwania stawiane przez otoczenie, zapewniającą zrównoważony dostęp do usług. Działania zgodne z założeniami CSR zwiększają szanse przedsiębiorstwa na osiągnięcie równowagi między interesami i potrzebami różnych grup interesariuszy. Czynnikiem ułatwiającym proces integracji jest rozwój nowoczesnych technologii informatyczno-komunikacyjnych, dzięki którym ów proces integracji ma szanse zaistnieć.

Słowa kluczowe: innowacyjne przedsiębiorstwo, zrównoważone przedsiębiorstwo, usługi wodno-kanalizacyjne, wodomat.

SUSTAINABLE ACCESS TO SERVICES IN AN INNOVATIVE WATER AND SEWAGE COMPANY

Abstract. Sustainable development is a significant subordination of the needs and aspirations of society to the opportunities afforded by the environment surrounding human beings. The innovative and socially responsible enterprise model is a response to the challenges posed by the environment, providing the sustainable access to service. CSR activities enhance the company's chances of reaching a balance between the interests and needs of different stakeholder groups. Factor in facilitating the process of integration is the development of modern information and communication technologies, which makes this integration process possible.

Keywords: innovative company, sustainable enterprise, water and sewage services, „wodomat” machine

1. Wprowadzenie

Innowacyjne przedsiębiorstwo definiowane jest jako podmiot, który w określonym czasie może wykazać się wdrożeniem innowacji, czyli nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu. Jednym z głównych celów innowacyjnych rozwiązań w biznesie jest – poza zwiększaniem konkurencyjności – poprawa jakości życia społeczeństwa, co jest jednym z priorytetów zrównoważonego rozwoju. Jednak zrównoważony rozwój to także podporządkowanie potrzeb i aspiracji społeczeństwa oraz jego poszczególnych jednostek możliwościom, jakie daje środowisko naturalne i jego zasoby. Jest to więc jednocześnie nadanie postępowi cywilizacyjnemu kierunku proekologicznego, który jest warunkiem trwałego zachowania walorów i zasobów środowiska dla teraźniejszej i przyszłych generacji. Tak rozumiane innowacyjne przedsiębiorstwo można usytuować w szerszych ramach zrównoważonego przedsiębiorstwa, definiowanego jako „typ organizacji biznesowej, kierującej się w swoich działaniach zasadą odpowiedzialności, ostrożności, profilaktyki, prewencji i optymalizacji w trzech wymiarach: społecznym, ekologicznym i ekonomicznym”¹. W zakresie gospodarki wodnej koncepcja zrównoważonego rozwoju wyróżnia trzy główne cele kierunkowe:

- a) zaspokojenie uzasadnionych potrzeb wodnych ludności i gospodarki z poszanowaniem zasad użytkowania wód,
- b) osiągnięcie i utrzymanie dobrego stanu wód, a w szczególności ekosystemów wodnych i od wód zależnych,
- c) zwiększenie skuteczności ochrony przed powodzią i skutkami suszy².

Ponadto trzeba mieć na względzie, że istotnym warunkiem osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju w sferze regionalnego ekosystemu jest endogeniczna zdolność do kreowania innowacji, a w szczególności ekoinnowacji rozumianych jako proekologiczne nowości w technologii, organizacji, zarządzaniu, promocji, edukacji ekologicznej oraz planowaniu przestrzennym, które zmniejszają lub zapobiegają negatywnemu oddziaływaniu regionalnych podmiotów na środowisko naturalne³.

Model przedsiębiorstwa innowacyjnego i zarazem społecznie odpowiedzialnego jest, jak się wydaje, jedynie słuszną odpowiedzią na wyzwania stawiane przez otoczenie. Przedsiębiorstwa wprowadzając działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu do swojej strategii zarządzania doskonalą się, odpowiadając na wzrastające oczekiwania strony społecznej. Działania zgodne z założeniami CSR zwiększają szanse przedsiębiorstwa na osiągnięcie równowagi między interesami i potrzebami różnych grup interesariuszy, nie

¹ Kuzior A.: Zrównoważone przedsiębiorstwo, [w:] Globalne konteksty poszanowania praw i wolności człowieka. Idee i rzeczywistość. Zabrze 2013, s. 15.

² Rak J., Pietrucha K.: Wpływ gospodarki wodno-ściekowej na ocenę atrakcyjności turystycznej gminy. „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich”, nr 6, 2009, s. 8.

³ Strahl D.: Innowacyjność europejskiej przestrzeni regionalnej a dynamika rozwoju gospodarczego. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2010, s. 37.

zawężając działalności firmy wyłącznie do maksymalizacji zysku. Dzięki realizacji zasad odpowiedzialnego biznesu łatwiej o poprawę wizerunku wśród odbiorców usług, jak i partnerów biznesowych oraz pracowników.

W literaturze przedmiotu nie ma jednej uniwersalnej definicji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Przyjmując negatywne konotacje społeczną odpowiedzialność rozumie się jako obowiązek „nie szkodzić”. Obowiązek ten polega na: 1) ustaleniu, jakie negatywne efekty zewnętrzne mogą powstać w wyniku określonego działania, 2) określeniu, jakie warunki muszą być spełnione, aby szkody nie wystąpiły, 3) unikaniu skutków działań firmy szkodliwych dla osób trzecich, 4) powetowaniu lub usunięciu negatywnych skutków zewnętrznych, za które firma przyjmuje pełną odpowiedzialność przed społeczeństwem...⁴. CSR jest także rozumiane jako styl i strategia zarządzania oparta na wielowymiarowych relacjach, w tym relacjach z klientem, dla których kluczowe jest stwierdzenie, że jest to sposób tworzenia wspólnych zysków⁵.

W definicji Komisji Europejskiej z 2001 roku społeczna odpowiedzialność biznesu określona została jako koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają kwestie społeczne i ekologiczne w swojej działalności operacyjnej oraz w kontaktach z interesariuszami⁶. Z kolei w Raporcie Banku Światowego społeczna odpowiedzialność biznesu zdefiniowano jako zobowiązanie biznesu do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju z udziałem pracowników, ich rodzin, lokalnych społeczności oraz całego społeczeństwa, w celu poprawy jakości życia, co przyniesie pozytywne skutki zarówno biznesowi, jak i społecznemu rozwojowi⁷. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu akcentuje dobrowolny⁸ charakter podejmowanych działań, generujących efekty społeczne, ekologiczne i ekonomiczne⁹. Jej celem jest poszukiwanie najkorzystniejszych rozwiązań dla wszystkich interesariuszy. Od umiejętności zbudowania prawidłowych relacji z różnymi grupami interesariuszy zależy bowiem wysokość osiągniętych zysków, wizerunek, lojalność

⁴ Holmes R.L.: *The Concept of Corporate Responsibility*. „Ethical Theory and Business”. Englewood Cliffs, 1979

⁵ Dymowski J., Szymańska M.: CSR, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu. Raport specjalny. „Magazyn Brief”, 01.02.2009, s. 58 [za:] Kroik J., Bachorski-Rudnicki M.: *Przedsiębiorstwo, jako obiekt społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)*. „Problemy Jakości”, nr 3, 2011, s. 4.

⁶ Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, COM 366. Brussels 2001.

⁷ What Does Business Think about Corporate Social Responsibility. Part II. Comparison of Attitudes and Practices in Hungary, Poland and Slovakia. Raport Banku Światowego, 2005.

⁸ Zemigala M.: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji*. Oficyna a Wolters Kluwer Business, Kraków 2007, s. 100; CSR określana jest w literaturze jako działanie „za pomocą którego przedsiębiorstwa integrują społeczne i środowiskowe aspekty w swojej codziennej działalności oraz we wzajemnych stosunkach z interesariuszami na zasadzie dobrowolności.

⁹ Trzeba tutaj jednak zaznaczyć, że Dyrektywa 2014/95/UE Parlamentu Europejskiego i Rady Europy z dnia 22 października 2014 r. nakłada już jednak na niektóre duże podmioty (powyżej 500 pracowników w roku obrotowym) pewne obowiązki związane z raportowaniem, dotyczącym m.in. kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, w tym poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, zatem nie można mówić o pełnej dobrowolności działań w tym zakresie; por. Kuzior A., Karwot J.: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – teoria, instytucjonalizacja, praktyka*. „Etyka Biznesu i Zrównoważony Rozwój. Interdyscyplinarne studia teoretyczno-empiryczne”, nr 4, 2016, s. 33.

oraz poziom zaufania społeczności lokalnej, klientów wobec przedsiębiorstwa. Wszystko to przesądza o jego pozycji na rynku.

Celem niniejszej publikacji jest skupienie się właśnie na działaniach skierowanych do społeczności lokalnej, mających znaczenie integracyjne. W wyniku tych działań możliwa staje się dwustronna komunikacja pozwalająca na informowanie o wzajemnych potrzebach i organizowanych przedsięwzięciach. Bez wątpienia czynnikiem ułatwiającym proces integracji jest rozwój nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT z całą gamą narzędzi informatycznych i złożonych systemów IT), dzięki którym ów proces integracji ma szansę zaistnieć.

Wzrost ogólnej świadomości dotyczącej istoty potrzeb człowieka jako jednostki doprowadził do przeobrażeń społecznych i podniesienia standardu życia. W ostatnich latach jesteśmy świadkami szybkiego rozwoju i tworzenia instrumentów stwarzających warunki łatwego dostępu do różnego typu usług zaspokajających potrzeby i wpływających na podniesienie jakości życia.

2. Rozpoznawanie potrzeb „społeczeństwa informacyjnego”

W dobie „społeczeństwa informacyjnego” Internet, techniki cyfrowe stają się katalizatorem oraz jednym z najważniejszych aspektów życia i pracy. Szybki postęp cywilizacyjny, nagromadzenie olbrzymich zasobów informacji oraz gwałtowny rozwój środków komunikowania to zjawiska charakteryzujące przemiany kilku ostatnich dekad. Naukowcy opisujący zachodzące zmiany wprowadzili do słownika naukowego szereg pojęć mających charakteryzować nowy typ społeczeństwa. Do tych najbardziej znanych i popularnych określeń należą: społeczeństwo informacyjne, społeczeństwo wiedzy, społeczeństwo technologiczne czy społeczeństwo postindustrialne. Natychmiastowy niemal dostęp do licznych źródeł informacji o usługach zmienił charakter relacji z klientami również w branży usług komunalnych, a szczególnie wodociągowych. W tej sytuacji przedsiębiorstwa, chcąc nadążyć za zmieniającym się rynkiem, oczekiwaniami i trendami konsumenckimi, coraz chętniej sięgają po rozwiązania informatyczne, które pozwalają im skutecznie korzystać z posiadanych dużych zasobów danych. Sprawna i wielokanałowa komunikacja między przedsiębiorstwem a klientami to istotny czynnik kształtujący jakość świadczonych przez firmę usług. Wraz z postępującą cyfryzacją regionu i stopniowym rozwojem kompetencji w tym zakresie w różnych grupach wiekowych w społeczeństwie polskim¹⁰, staje się możliwe przeniesienie tradycyjnych interakcji do przestrzeni wirtualnej. Internet pozwala bowiem na rozwinięcie kierunków komunikowania z jednokierunkowego na

¹⁰ Batorski D.: Polacy wobec technologii cyfrowych. Uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania, [w:] Czapiński J., Panek T. (red.): Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków. Warszawa 2014.

interaktywny, zgodny z logiką sieci Web 2.0. Poprawa komunikacji jest procesem zakładającym aktywność zarówno nadawcy komunikatu, jak i odbiorcy. Diagnozując możliwości rozszerzenia komunikowania z klientami w oparciu o Internet, niezbędne jest określenie poziomu ich zainteresowania komunikacją za pośrednictwem dostępnej strony internetowej przedsiębiorstwa. Szybkość obiegu informacji, natychmiastowa łączność, aktywność całodobowa umożliwiające komunikowanie się w dowolnej chwili i w dowolnym miejscu powoduje, że rozwiązania te stają się teraz najbardziej popularne. Korzystanie z takiej platformy kontaktów oznacza jednak konieczność nieustannego uczenia się i doskonalenia nie tylko przez przedsiębiorstwo i jego pracowników, ale i usługobiorcę. Komentatorzy i badacze nowych zjawisk uważają, iż o rozwoju społeczeństwa informacyjnego, na pewnym jego etapie, zdecydowanie bardziej istotne będą czynniki społeczne (ludzkie), niż techniczne, gdyż na nic zda się dostęp do wszelkich nowości technicznych i technologicznych w sytuacji, gdy użytkownik nie będzie w stanie się nimi posługiwać. Dopiero bowiem połączenie technologii właśnie z aspektem ludzkim, pozwala na konkluzję, iż wyłania się nowe społeczeństwo informacyjne, w którym usługi dostarczane przez technologie informacyjne i komunikacyjne wspierają wszelkie ludzkie działania i przynoszą korzyści.¹¹ Przedsiębiorstwa zaś, chcąc korzystać z nowatorskich rozwiązań, powinny mieć świadomość, iż konieczne staje się przemodelowanie ich wewnętrznej struktury organizacyjnej. Implementowanie nowych rozwiązań na ich własnych zasobach powoduje, że zachodzi konieczność dostosowania, a wręcz dokonania zmiany kultury organizacyjnej firmy tak, aby zachodziła właściwa interakcja z interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi.

3. Innowacyjność przedsiębiorstwa zapewniająca zrównoważony dostęp do usług

Głównymi determinantami powstawania innowacji w sektorze usług są przede wszystkim potrzeby zgłaszane przez klientów oraz pojawianie się na rynku nowych technologii, dla których można znaleźć różnorodne zastosowanie. Wysoka jakość usług pozwala organizacji na pozytywne wyróżnienie się, osiągnięcie przewagi, podwyższenie wydajności, podwyższenie stopnia satysfakcji klientów i ich lojalności w stosunku do organizacji, obniżony stopień rotacji wśród pracowników oraz obniżenie kosztów operacyjnych, jak również wyższą zyskowność oraz w określonej perspektywie czasowej większy udział w rynku¹².

¹¹ Lubacz J., Galar R.: Infrastruktura informacyjna i okolice, [w:] Lubacz J. (red.): W drodze do społeczeństwa informacyjnego. Warszawa 1999, s. 55.

¹² Kostera M., Śliwa M.: Zarządzanie w XXI wieku. Jakość, twórczość, kultura. Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 141-144.

Jedną z firm, która w sposób ciągły prowadzi proces zarządzania zmianą oraz wprowadza innowacyjne rozwiązania dostosowując się do zmieniającego się otoczenia jest PWiK Sp. z o.o. w Rybniku. Firma jest równocześnie partnerem sektora naukowego skąd dobre praktyki badawcze mają swoje zastosowanie w sektorze komunalnym – wodociągowych. W ostatnich latach PWiK Sp. z o.o. w Rybniku wdrożyła szereg rozwiązań ułatwiających dostęp do usług dla wszystkich swoich klientów przez całą dobę. Wdrożone przez PWiK Rybnik Internetowe Biuro Obsługi Klienta eBOK umożliwiło realizację wielu zdalnych usług w tym zdalną obsługę klientów i centralizację tego procesu. Aplikacja e-bok, funkcjonująca w przedsiębiorstwie, umożliwia wszystkim interesariuszom zdalny dostęp do swoich indywidualnych zasobów informacyjnych przez 24 godziny na dobę, tj.:

- monitorowanie rozliczeń za świadczone usługi (e-faktury, kontrola salda należności, zestawienie płatności),
- analizę zużycia wody w zadanym dowolnym okresie rozliczeniowym,
- dostęp do danych o umowie o zaopatrzenie w wodę i odprowadzanie ścieków,
- dokonywanie wszelkich zgłoszeń w zakresie świadczonych usług,
- zgłaszanie niedogodności w zakresie świadczonych usług.

Wybrane funkcjonalności uruchomiono poprzez zintegrowanie aplikacji e-BOK z systemem billingowym o nazwie EGERIA, który pozwala na bieżąco monitorować stan zobowiązań, co ma znaczenie dla płynności finansowej firmy.

Platforma e-BOK przynosi obopólne korzyści:

- dla interesariusza – dostęp do informacji o swoim punkcie rozliczeniowym, szybki kontakt i możliwość interakcji z przedsiębiorstwem, możliwość wyboru spośród dowolnych alternatywnych kanałów komunikacji,
- dla PWiK Rybnik – wprowadzenie kanału komunikacji z klientem przy jednoczesnej optymalizacji kosztów obsługi.

Aby cały ten proces mógł być realizowany z korzyścią dla wszystkich stron konieczna jest wszechstronna edukacja. Główną ideą, jaka przyświeca usługodawcy w zakresie edukacji klienta jest założenie, że jeżeli klienci mają otrzymać korzyści, muszą wiedzieć, jak z nich korzystać w sposób płynny. Narzędziem do osiągnięcia tego celu mogą być: artykuły informacyjne w prasie, ulotki oraz szkolenia, w tym e-szkolenia. Nie ulega wątpliwości, że wysiłek poniesiony w toku procesu ciągłego „uczenia” interesariuszy, jak i „uczenia się” ich potrzeb przez przedsiębiorstwo wpłynie w przyszłości na wzrost satysfakcji klienta i budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa, w tym jego społecznej odpowiedzialności przy realizacji tego typu biznesu. PWiK Rybnik, odbierając sygnały interesariuszy dotyczące jakości swoich usług dowiadyuje się, kim jest interesariusz, co myśli i czuje, co go niepokoi, a co przynosi mu satysfakcję. Współcześni klienci (nie tylko młodzi) oczekują od każdej organizacji zdecydowanie szerszego wykorzystania technologii i świadczenia innowacyjnych usług. Zgromadzone informacje pozwalają na ciągłe doskonalenie i dalszy

rozwój, aby zaspokoić oczekiwania interesariuszy. Jest to zadanie szczególnie trudne z uwagi na działalność w obszarze usług komunalnych o powszechnej dostępności, usług skierowanych do ogółu społeczeństwa, a nie tylko do określonej dedykowanej grupy klientów, których cechą powinna być ciągłość i niezawodność. Również narzędzia edukacyjne powinny być dostosowane do potrzeb i możliwości wszystkich klientów. W oparciu o realizowane dotychczas działania edukacyjne najbardziej efektywny wydaje się być bezpośredni kontakt klienta z konsultantem, który daje możliwość wszechstronnego zapoznania interesariusza z możliwościami funkcjonalności platformy internetowo-cyfrowej.

Poniżej przedstawiono zrzut ekranu platformy e-bok z profilem zużycia wody.



Rys. 1. Przykładowy widok platformy eBOK
Źródło: <http://www.pwik-rybnik.pl/e-bok.html>.

Oprócz wdrożenia e-BOK, Spółka wprowadziła takie udogodnienia, jak: e-faktura, Invoobill, usługi SMS-info, elektroniczny telefoniczny system obsługi klienta zapewniający:

- całodobowy dostęp do informacji o usługach,
- zgłaszanie reklamacji lub awarii.

Tworząc ofertę swoich usług ułatwiających komunikowanie się z przedsiębiorstwem PWiK bierze również pod uwagę potrzeby osób niepełnosprawnych. Problematyka osób niepełnosprawnych stała się przedmiotem dużego zainteresowania w krajach członkowskich Unii Europejskiej. W grudniu 1996 roku członkowie Unii Europejskiej ustanowili **Strategię wyrównywania szans dla osób niepełnosprawnych**. Rezolucja zainicjowała stworzenie

procedur oraz polityki wobec osób niepełnosprawnych, które za główny cel stawiają sobie realizację programów propagujących dostosowanie otoczenia oraz dostęp do informacji i środków komunikowania się. Współpraca Komisji Europejskiej z krajami członkowskimi w promowaniu uczestnictwa osób niepełnosprawnych w życiu społecznym i propagowaniu tej tematyki we wszystkich unijnych inicjatywach zaowocowały szeregiem ustaw i dyrektyw, m.in. wprowadzenie oznaczeń i udogodnień dla osób niewidomych i niedowidzących, wymóg montowania podnośników lub wybudowania podjazdów dla osób poruszających się na wózku inwalidzkim. To ostatnie rozwiązanie z powodzeniem funkcjonuje na potrzeby działającego w Spółce Biura Obsługi Klienta. W roku 2017 PWiK Rybnik zmodyfikowało również swoją stronę internetową przystosowując ją do potrzeb osób niedowidzących lub słabo widzących w standardzie WCAG 2.0.

4. Społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwo współpracuje z klientem

Inteligentne przedsiębiorstwo (zrównoważone przedsiębiorstwo), podobnie jak inteligentne miasto (zrównoważone miasto), z jednej strony racjonalnie wykorzystuje zdobycze naukowo-technologiczne i zarządza wiedzą w organizacji, a z drugiej dba o sferę społeczną i ekologiczną, czyli wpisuje się w założenia zrównoważonego rozwoju. Integralną składową zrównoważonego rozwoju jest społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw.

W dobie społeczeństwa informacyjnego coraz częściej udaje się wpływać na kształtowanie postaw społecznych ludzi, którzy kierując się dobrem własnym, czyli dbałością o wysoki poziom życia rozumieją, że nie da się go osiągnąć bez dbałości o środowisko zewnętrzne. Komunikowanie CSR przyczynia się do kształtowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa wśród społeczności lokalnej i często przedsiębiorstwa działają z takich właśnie pobudek. Jednak we właściwie rozumianej Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw intencje wynikają nie z chęci zdobycia przewagi konkurencyjnej na rynku i przyciągnięcia jak największej ilości klientów, ale wynikają ze zobowiązań moralnych przedsiębiorstwa osadzonego w społeczności lokalnej i będącego częścią tej społeczności. Warto przyjrzeć się inicjatywom edukacyjnym kierowanym do społeczności lokalnej przygotowanym w ostatnich latach przez PWiK Rybnik, które zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu za główny cel stawia sobie ochronę środowiska, prowadzenie dialogu z interesariuszami oraz czytelną komunikację. Działalność przedsiębiorstwa wodociągowo-kanalizacyjnego to nie tylko zaopatrywanie w wodę i odbiór ścieków. Dla PWiK Rybnik odpowiedzialny społecznie biznes to także działania prospołeczne, świadomie i konsekwentnie prowadzone w zakresie innowacyjnej eko-edukacji. Jednym z głównych celów realizowanych przez PWiK Rybnik inwestycji jest minimalizowanie niekorzystnego wpływu na środowisko gospodarki ściekowej. Od 2012 roku Spółka produkuje tzw. „zieloną



Rys. 4. Instalacja produkcji OZE na terenie Oczyszczalni Ścieków PWiK Rybnik
Źródło: www.pwik-rybniki.pl.

Wiedzę młodego pokolenia na temat problematyki oczyszczania ścieków pozwalają również zgłębiać warsztaty prowadzone we współpracy ze studentami – członkami Studenckiego Koła Wydziału Biotechnologii Politechniki Śląskiej w Gliwicach. Jednym z szeregu działań eko-edukacyjnych przedsiębiorstwa są realizowane konkursy dla dzieci i młodzieży (plastyczne, fotograficzne), dzięki którym możliwe jest bliższe poznanie profilu działalności PWiK Rybnik.



Rys. 5. Plakaty reklamujące konkursy eko-edukacyjne dla dzieci młodzieży
Źródło www.pwik-rybniki.pl.

Od roku 2015 Spółka realizuje kampanię informacyjną zachęcającą do picia wody z kranu, skutecznie łamiąc stereotypy o złej jakości wody z kranu. Obecne w przestrzeni miejskiej billboardy przekonują, że: „Jest kran – jest fun!” (hasło reklamowe stworzył laureat konkursu na kampanię reklamową rybnickich wodociągów – uczeń jednego z gimnazjów rybnickich).



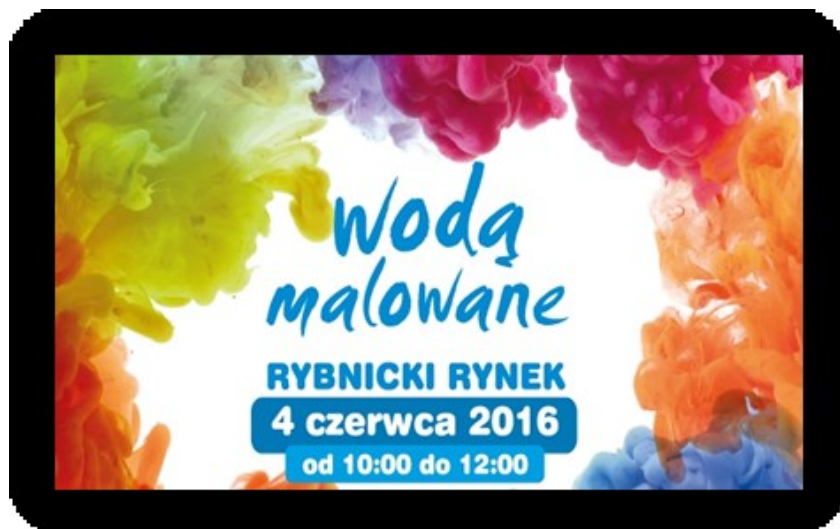
Rys. 6. Billboard wielkoformatowy zachęcający do picia wody z kranu
Źródło: www.pwik-rybnik.pl.

Dostępne w śródmieściu i w szkołach poidelka, a w szczególności Wodomat (pierwsze tego typu w Polsce urządzenie do przygotowywania napojów na bazie rybnickiej wody pozyskiwanej z ujęcia na ul. Tęczowej) „uczą” wszystkie pokolenia nowych, proekologicznych nawyków.



Rys. 7. Wodomat zlokalizowany w Śródmieściu Rybnik
Źródło: PWiK Rybnik.

W 2017 roku Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Rybniku w ramach działań CSR podjęło próbę połączenia świata przemysłu i sztuki w ramach realizacji bezprecedensowego przedsięwzięcia, tj. spektaklu ulicznego dla mieszkańców pod tytułem „Wodą malowane”. Impreza artystyczna została przygotowana wspólnie z młodymi aktorami teatrów miejskich Rybnika, a jej celem było pokazanie zalet picia wody z kranu.



Rys. 8. Plakat i zdjęcie dotyczące widowiska artystyczno-edukacyjnego „Wodą Malowane”. Czerwiec/Wrzesień 2016 (Źródło: www.pwik-rybnik.pl).

Rybnickie wodociągi nie zapominają również o najmłodszych odbiorcach swoich usług, tj. o przedszkolakach i uczniach pierwszych klas szkół podstawowych, z którymi spotykają się zawsze w październiku z okazji Światowego Dnia Mycia Rąk pracownicy Laboratorium Wody i Ścieków, ucząc maluchy podstawowych zasad higieny, które pozwalają uniknąć chorób zakaźnych.



Rys. 10. Plakat reklamujący Światowy Dzień Mycia Rąk w przedszkolach i szkołach podstawowych (Źródło: www.pwik-rybnik.pl).

PWiK Rybnik prowadzi permanentny dialog z mieszkańcami na temat swojej działalności – planowanych i realizowanych inwestycji, informacji na temat procedur obsługi klienta podczas cyklicznych spotkań w poszczególnych dzielnicach Miasta.

5. Podsumowanie

Powyższe działania PWiK Sp. z o.o. w Rybniku dowodzą, iż Spółka oprócz realizacji podstawowej misji, jaką jest nieprzerwana dostawa wysokiej jakości wody i odprowadzania ścieków, wykazuje aktywność również w innych obszarach – między innymi w zakresie edukacji mieszkańców oraz minimalizowania negatywnego wpływu działalności przedsiębiorstwa na środowisko – starając się w ten sposób aktywnie uczestniczyć w przestrzeni publicznej i nawiązywać pozytywne relacje ze społecznością lokalną Rybnika oraz okolicznych gmin, nie pozostając obojętnym na potrzeby również osób niepełnosprawnych, ułatwiając im dostęp do swoich usług i informacji poprzez elektroniczne Biuro Obsługi Klienta oraz serwis internetowy.

Bibliografia

1. Batorski D.: Polacy wobec technologii cyfrowych. Uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania, [w:] Czapiński J., Panek T. (red.): *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa 2014.
2. Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, COM 366. Brussels 2001.
3. Holmes R.L.: *The Concept of Corporate Responsibility. "Ethical Theory and Business"*. Englewood Cliffs, 1979.
4. Kostera M., Śliwa M.: *Zarządzanie w XXI wieku. Jakość, twórczość, kultura*. Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
5. Kroik J., Bachorski-Rudnicki M.: *Przedsiębiorstwo jako obiekt społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)*. „Problemy Jakości”, nr 3, 2011.
6. Kuzior A.: *Zrównoważone przedsiębiorstwo*, [w:] *Globalne konteksty poszanowania praw i wolności człowieka. Idee i rzeczywistość*. Zabrze 2013.
7. Kuzior A., Karwot J.: *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – teoria, instytucjonalizacja, praktyka*. „Etyka Biznesu i Zrównoważony Rozwój. Interdyscyplinarne studia teoretyczno-empiryczne”, nr 4, 2016.

8. Lubacz J., Galar R.: Infrastruktura informacyjna i okolice, [w:] Lubacz J. (red.): W drodze do społeczeństwa informacyjnego. Warszawa 1999.
9. Rak J., Pietrucha K.: Wpływ gospodarki wodno-ściekowej na ocenę atrakcyjności turystycznej gminy. „Infrastruktura i ekologia terenów wiejskich”, nr 6, 2009.
10. Strahl D.: Innowacyjność europejskiej przestrzeni regionalnej a dynamika rozwoju gospodarczego. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2010.
11. What Does Business Think about Corporate Social Responsibility. Part II. Comparison of Attitudes and Practices in Hungary, Poland and Slovakia. Raport Banku Światowego 2005.
12. Zemigala M.: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Budowanie zdrowej, efektywnej organizacji. Oficyna a Wolters Kluwer Business, Kraków 2007.