

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Over MVO is al veel gezegd en geschreven. Is het een loze kreet, een hype of een noodzaak? Eerlijk gezegd, alle drie zijn waar.

Alvorens antwoord te geven op deze vraag, is het goed MVO eerst maar weer eens te positioneren: MVO is een wijze van besturen en uitvoeren, waarbij de bedrijfsvoering als geheel in kwaliteit verbetert, doordat de organisatie zich inspant enerzijds misstanden en onwettig handelen te voorkomen en te bestrijden en anderzijds haar processen samen met haar stakeholders continu te verbeteren. Stakeholders, als klanten, leveranciers, de maatschappij of de medewerkers, hebben invloed op de verbetering van organisatieprocessen op een wijze, die voordelen biedt aan henzelf én de bedrijfsvoering. MVO werkt dus in het belang van de onderneming én de omgeving. MVO is niet alleen maar milieuvriendelijk handelen, zoals vaak wordt geroepen.

De maatschappij en de medewerkers zijn dus ook belanghebbenden (zie INK-model). Bedrijven investeren mede op basis van de aanbevelingen van de commissie Tabaksblat in het voorkomen van ongewenste excessen. Deze moeten vermeden worden vanwege het negatieve effect op de maatschappij als stakeholder. Denk aan topsalarissen en milieurampen met tankers. Dat beïnvloedt het imago, het milieu, de beurskoersen en de instelling van medewerkers.

Ook het MKB-bedrijf heeft haar rol in de maatschappij en moet rekening houden met haar stakeholders als de woonomgeving, lokale overheden en medewerkers. Door bijvoorbeeld een goed milieubeleid te voeren kan het vergunningenproces soepel en snel verlopen, door goed management te voeren worden medewerkers gratis vertegenwoordigers op verjaardagen en in het verenigingsleven. Het is een open deur, maar goed gemotiveerde medewerkers zijn en blijven de belangrijkste motor in de organisatie.

Bedrijven hebben vaak ook vestigingen in landen, waar de normen, waarden en wetgeving heel anders zijn. Dat is geen reden, om niet volgens MVO-principes te blijven werken, maar de verwachtingen en het ontwikkeltraject moeten wel reëel zijn. Anders wordt MVO een loze kreet. Zeker als we bedenken, dat we in een land leven dat zelf in een identiteitscrisis lijkt te verkeren ten aanzien van de eigen normen en waarden.

Op dit moment heeft MVO alle aandacht in de media. In dat opzicht is het nu natuurlijk ook beetje een hype. Ondanks alle maatregelen en richtlijnen van Tabaksblat en de wetgever, zal ook in gezonde organisaties altijd wel iets onverwachts gebeuren. We moeten niet al te emotioneel en tendentius reageren, want dat gaat op den duur juist weer averechts werken. MVO moet wel de kans krijgen goed wortel te schieten en dat lukt pas als de organisatie er kwalitatief voordeel van ondervindt.

Door mondiale invloeden, als internet, internationale wetgeving, snelheid van reizen, media, et cetera, is de wereld een stuk transparanter geworden. We weten morgen welke misstanden in Irak hebben plaatsgevonden of welke ondernemerskansen er in China zijn. Met andere woorden, MVO is nieuw en gekoppeld aan ontwikkelingen, technieken zo u wilt, van de huidige samenleving. Daarmee is MVO wel degelijk een noodzaak geworden. Ook voor het MKB.

Probeer echter wel met beide benen op de grond te blijven staan. Redeneer vanuit uw eigen processen. Wat staat dichtbij? Geld overmaken naar een goed doel is vaak alleen politiek wenselijk gedrag, voldoen aan wet- en regelgeving is gewoon een verplichting en het sponsoren van de lokale voetbalvereniging is reclame. Dat is allemaal geen MVO. Denk aan combinaties als veiliger werken en toch een hogere productiviteit bereiken,

strengere milieueisen, die leiden tot andere marktkansen. Dit zijn slechts voorbeelden. Iedereen moet zijn eigen weg zoeken. Men moet MVO tussen de oren krijgen met als doel een efficiëntere en effectievere organisatie.

Uiteindelijk is MVO gewoon een kwaliteitsprincipe, dat stelt dat een mentaliteit moet ontstaan om continu te werken aan verbetering van de bedrijfsvoering samen met alle stakeholders in de keten en in lijn met de organisatievisie.

Met vriendelijke groeten,

Patagonia
Voor rendementsverbetering en kwaliteitsmanagement.

Contactgegevens

Bezoekadres:
Baanhoek 184
3361 GN Sliedrecht

Telefoon : 078-6209935
Fax : 078-6209936
E-mail : info@patagonia-bv.com
Skype : Patagonia-Jeroen
Website : www.patagonia-bv.com

Postadres:
Patagonia Consultants B.V.
Boshoek 7
3332 KA Zwijndrecht