



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

*CSR – CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*



# **Badanie zostało zrealizowane w ramach projektu *Partnerstwo w realizacji projektów szansą rozwoju sektora MSP***

**Projekt realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.**

**Priorytet II – Rozwój zasobów ludzkich i potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw oraz poprawa stanu zdrowia osób pracujących.**

**Działanie 2.1. Rozwój kadr nowoczesnej gospodarki.**

**Poddziałanie 2.1.2. Partnerstwo dla zwiększenia adaptacyjności.**

# Plan prezentacji

---

1. Koncepcja metodologiczna badania.
2. Zastosowane techniki badawcze.
3. Próba, miejsce oraz czas realizacji badania.
4. Znajomość pojęcia CSR oraz sposoby jego definiowania.
5. Znajomość międzynarodowych standardów regulujących działania w zakresie CSR.
6. Stosowanie międzynarodowych standardów regulujących działania w zakresie CSR.
7. Realizacja działań wchodzących w zakres CSR.

# Plan prezentacji

---

- 8.** Osoby odpowiedzialne za realizację działań wchodzących w zakres CSR.
- 9.** CSR dla MSP – korzyści czy straty?
- 10.** CSR dla otoczenia biznesowego firmy – korzyści czy straty?
- 11.** CSR dla otoczenia lokalnego i społecznego firmy – korzyści czy straty?
- 12.** Czynniki zachęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP.
- 13.** Czynniki zniechęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP.
- 14.** Wnioski końcowe.

# Koncepcja metodologiczna badania

---

## I. CEL GŁÓWNY. Postrzeganie i definiowanie CSR przez przedsiębiorców

- Zakres wiedzy na temat CSR (sposoby definiowania).
- Obszary działań, jakie zdaniem przedsiębiorców wchodzą w zakres CSR.
- Postrzeganie CSR w kategoriach korzyści lub strat dla firmy.

# Koncepcja metodologiczna badania

## II. CEL GŁÓWNY. Stopień i sposoby wdrażania CSR w sektorze MSP

- W jakich obszarach i jakie działania wdrażane są w sektorze MSP?
- Podejmowane działania a strategia firmy.
- Znane i wdrażane międzynarodowe normy regulujące działania z zakresu CSR.
- Upowszechnianie CSR w sektorze MSP.

# Zastosowane techniki badawcze

---

- **Badanie ilościowe:**
  - wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo (CATI – *Computer Assisted Telephone Interview*).
- **Badanie jakościowe:**
  - zogniskowany wywiad grupowy (FGI – *Focus Group Interview*).

# Próba, miejsca oraz czas realizacji badania

---

- **Badanie ilościowe:**
  - 1280 przedsiębiorców z województw:  
mazowieckiego, łódzkiego, podlaskiego oraz lubelskiego.
- **Badanie jakościowe:**
  - 8 zogniskowanych wywiadów grupowych  
(po 2 w województwach: mazowieckim, łódzkim, podlaskim  
oraz lubelskim).



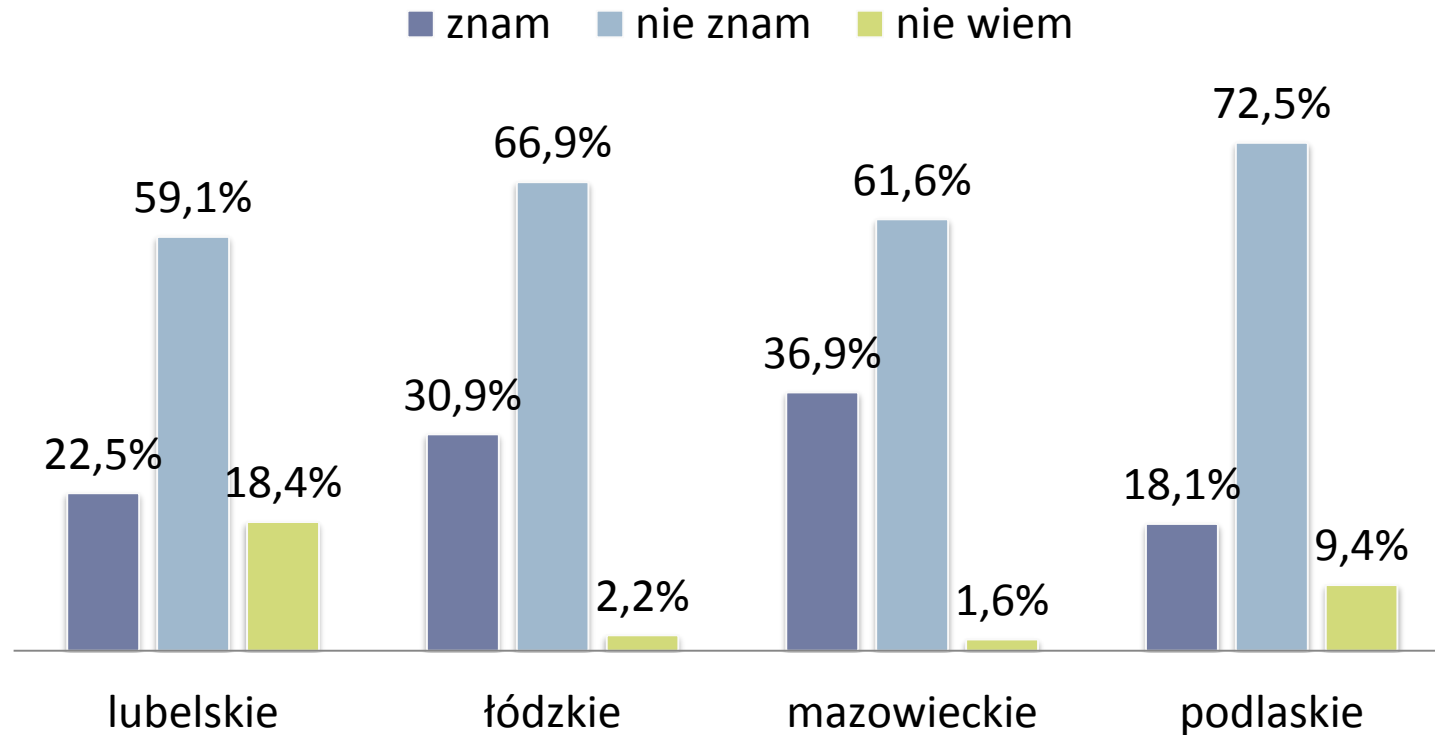
# Próba, miejsca oraz czas realizacji badania

---

- **Badanie ilościowe:**
  - od 28 września 2012 roku do 19 października 2012 roku.
- **Badanie jakościowe:**
  - województwo mazowieckie: 2 października 2012 roku,
  - województwo łódzkie: 12 października 2012 roku,
  - województwo podlaskie: 10 października 2012 roku,
  - województwo lubelskie: 4 października 2012 roku.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# Znajomość pojęcia CSR oraz sposoby jego definiowania



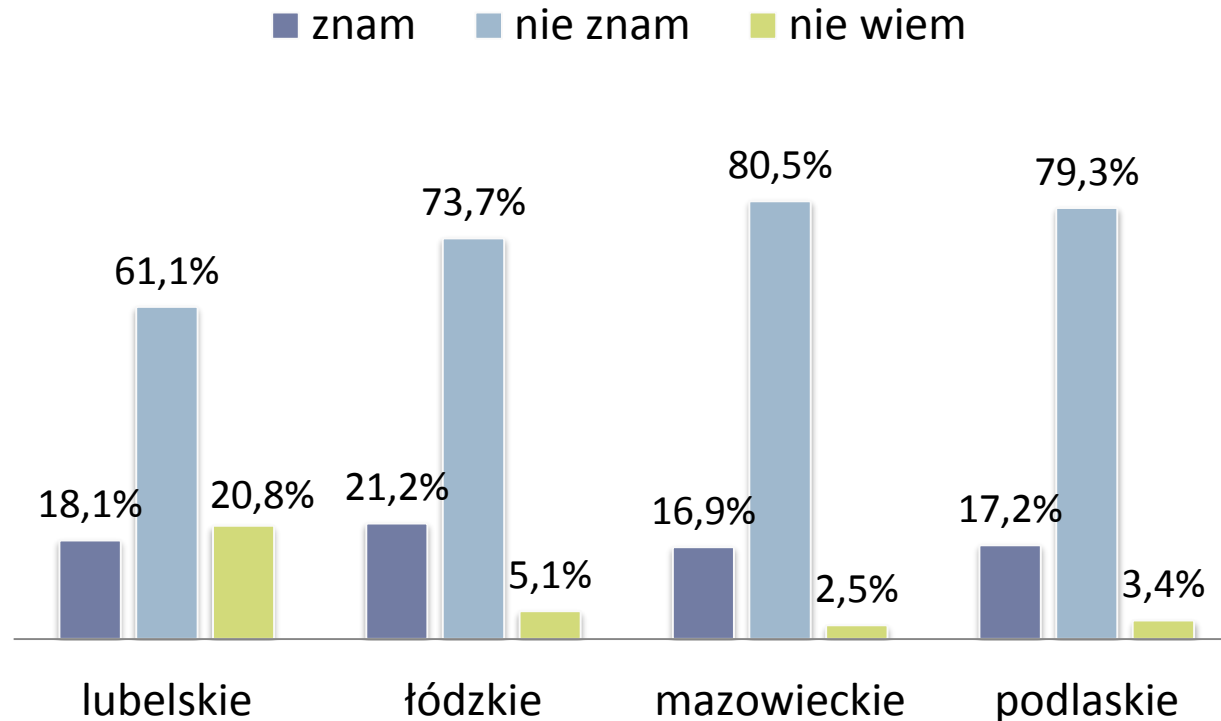
# Znajomość pojęcia CSR oraz sposoby jego definiowania

## Najczęstsze skojarzenia badanych przedsiębiorców związane z CSR:

- przestrzeganie zasad i kodeksów;
- odpowiedzialność za pracowników;
- właściwe traktowanie pracowników;
- wywiązywanie się pracodawcy z obowiązków;
- uczciwość i rzetelność;
- etyczne postępowanie;
- dbanie o interesy grup, które są w jakikolwiek sposób podatne na konsekwencje działalności firmy;
- ochrona środowiska naturalnego.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

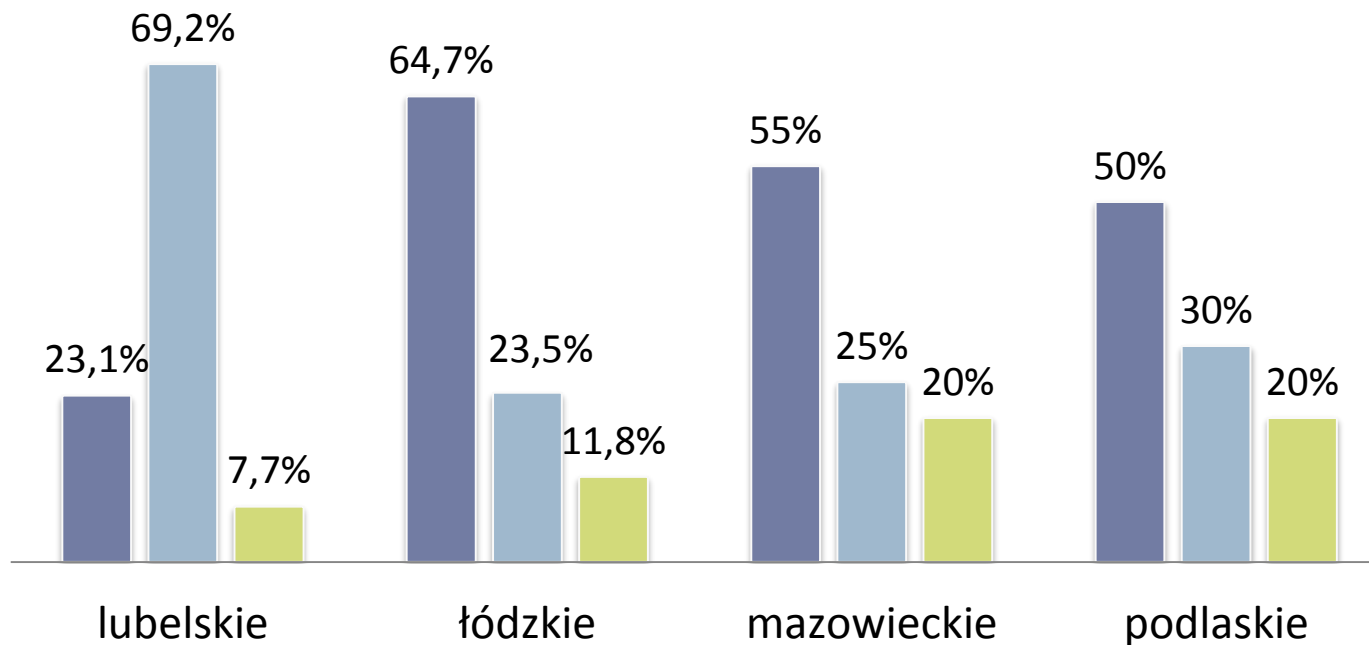
# Znajomość międzynarodowych standardów regulujących działania w zakresie CSR



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

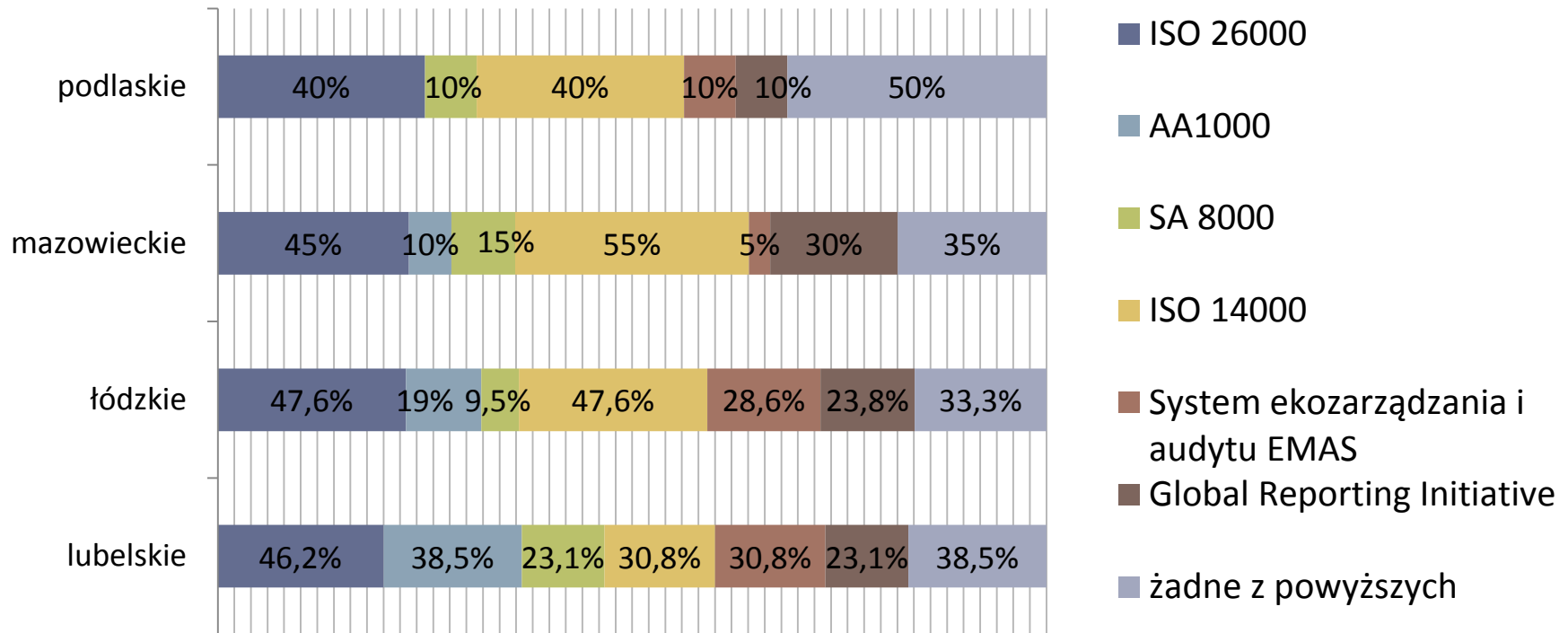
# Stosowanie międzynarodowych standardów regulujących działania w zakresie CSR

■ są realizowane    ■ nie są realizowane    ■ nie wiem

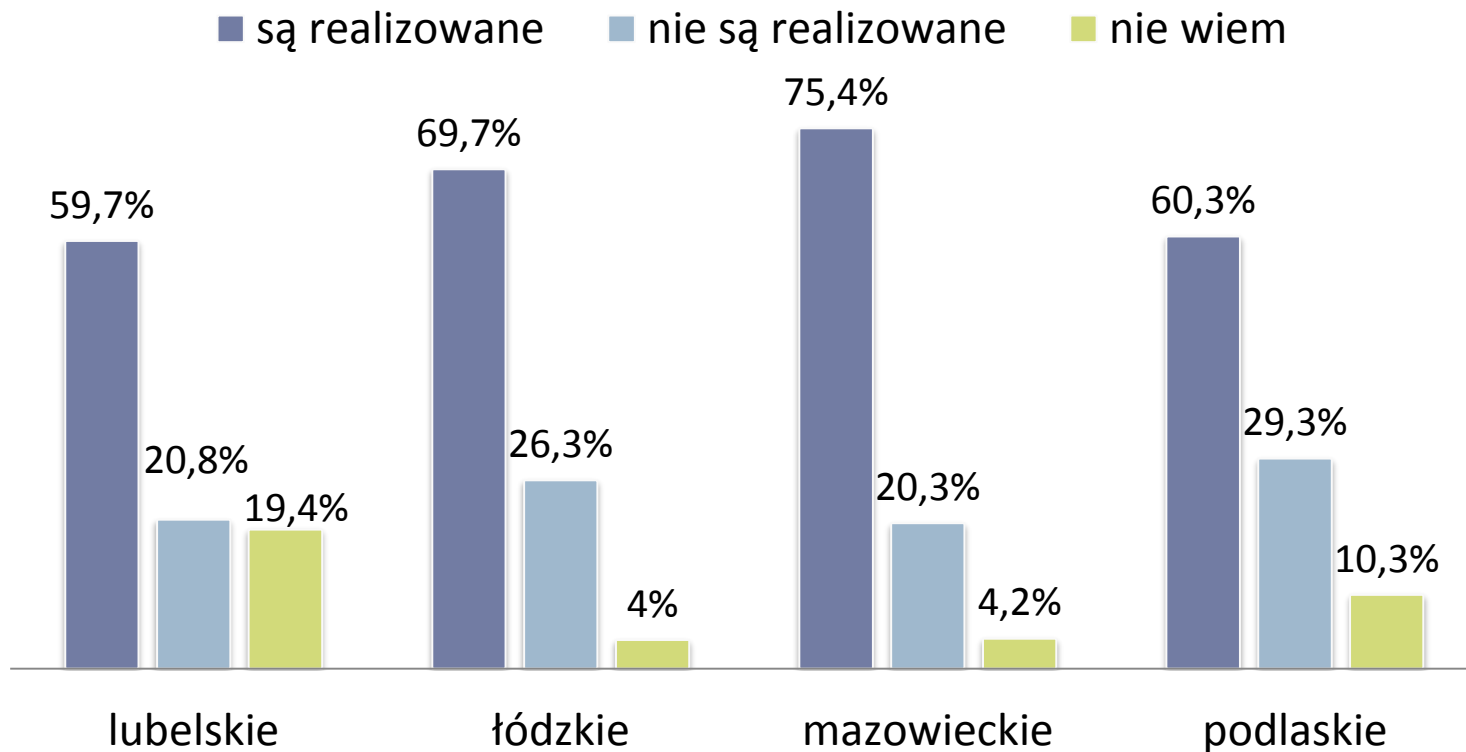


Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# Stosowanie międzynarodowych standardów regulujących działania w zakresie CSR



# Realizacja działań wchodzących w zakres CSR



# Realizacja działań wchodzących w zakres CSR

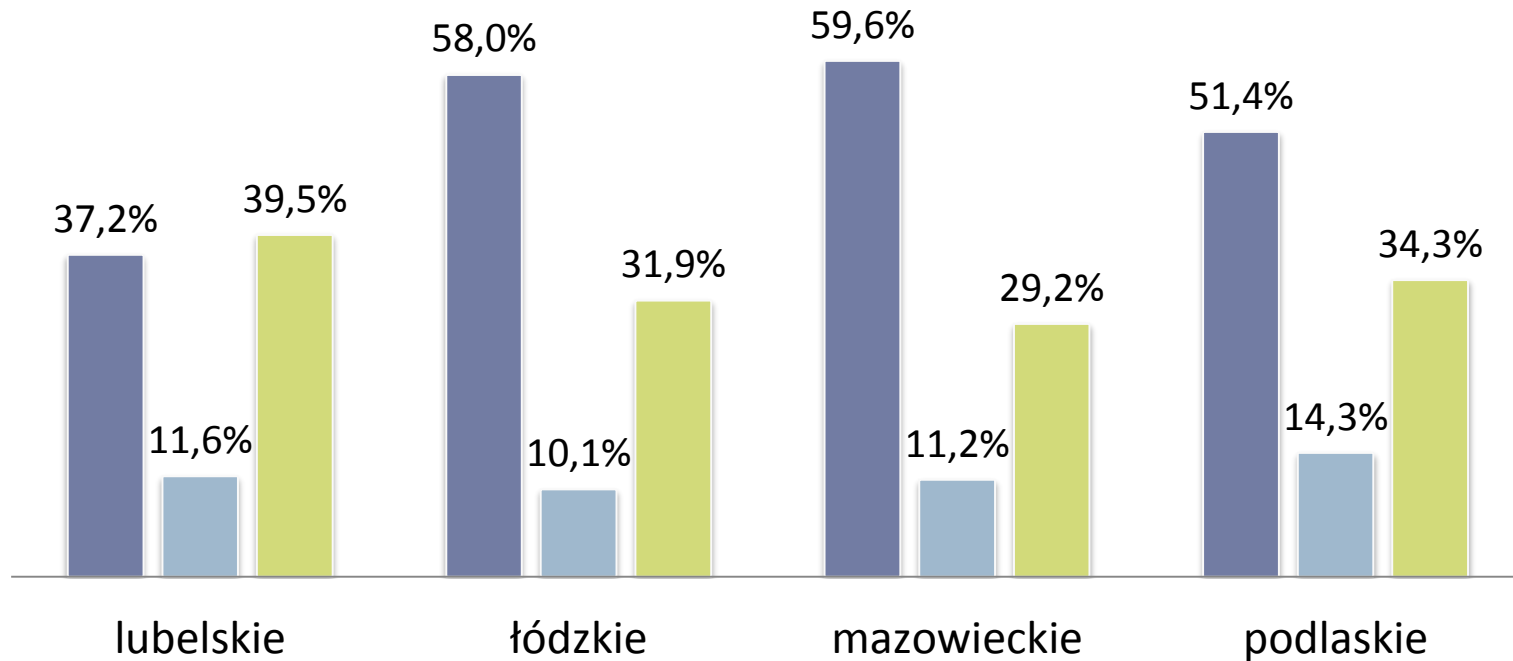
## Obszary, w obrębie których podejmowane są działania:

- **relacje z pracownikami** – awanse, premie, równe traktowanie, szkolenia, przejrzysta komunikacja, przestrzeganie Kodeksu pracy;
- **relacje z klientami** – dbanie o klienta;
- **działalność społeczna** – zbiórki pieniędzy, przekazywanie 1% podatku fundacjom i organizacjom;
- **uczciwe zasady rynkowe** – uczciwa konkurencja, przejrzyste umowy, przestrzeganie terminów, negocjowanie cen;
- **ochrona środowiska** – sortowanie i utylizacja odpadów, energooszczędne maszyny i żarówki, maksymalne zużycie określonych materiałów.



# Realizacja działań wchodzących w zakres CSR

■ stale    ■ cyklicznie    ■ nieregularnie



# Realizacja działań wchodzących w zakres CSR

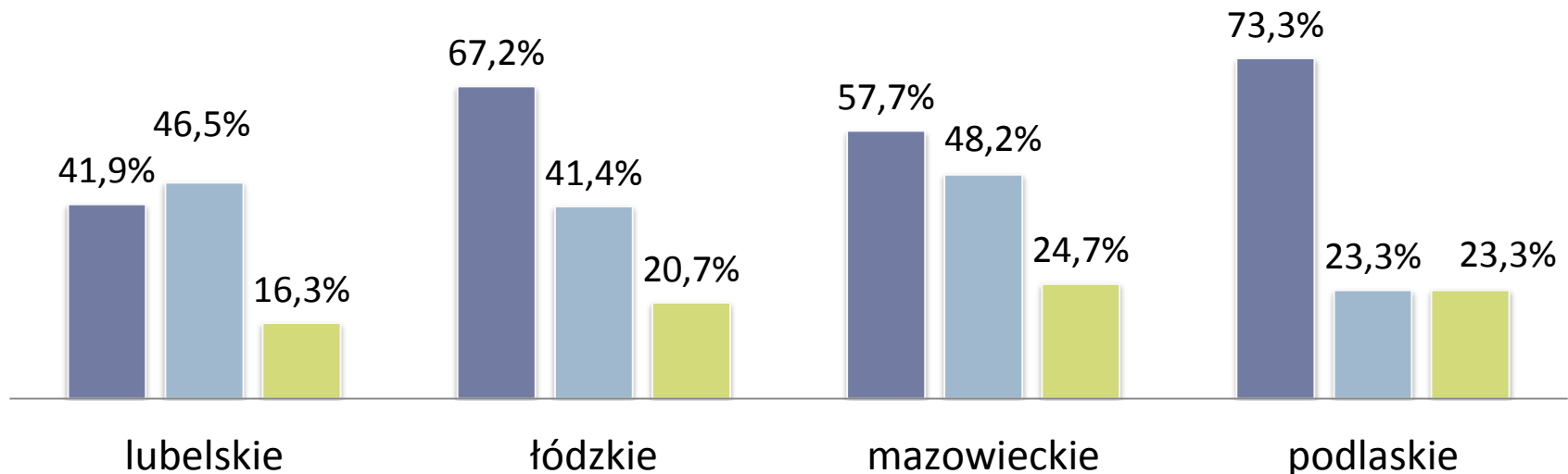
## Charakter działań realizowanych przez przedsiębiorców sektora MSP:

- działania podejmowane intuicyjnie, bez świadomości wpisywania się w szerszą koncepcję lub strategię;
- traktowanie podejmowanych działań jako nieodzownych dla sprawnego funkcjonowania firmy;
- realizacja działań ma najczęściej charakter stały;
- brak wiedzy, jakie działania może podejmować małe przedsiębiorstwo w niektórych obszarach.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

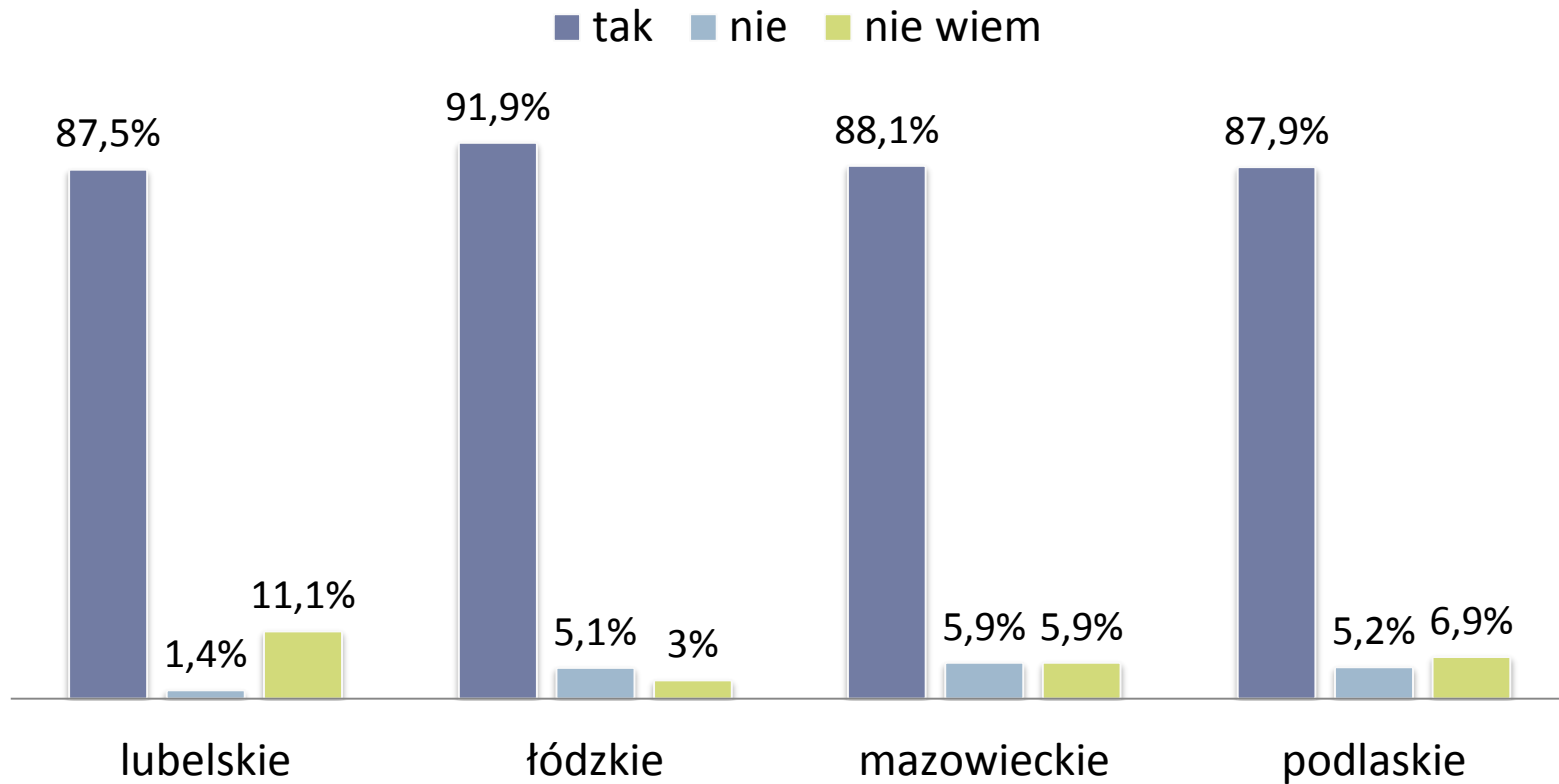
# Osoby odpowiedzialne za realizację działań wchodzących w zakres CSR

■ właściciel firmy ■ zarząd firmy ■ kierownicy lub managerowie wszystkich działów



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# CSR dla MSP – korzyści czy straty?



# CSR dla MSP – korzyści czy straty?

| <b>Korzyści wynikające z wdrażania CSR</b>                                                 | <b>Straty wynikające z wdrażania CSR</b>                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>budowanie wizerunku rzetelnej, odpowiedzialnej firmy</b>                                | <b>powolny i długofalowy charakter wszystkich korzyści</b> |
| <b>zdobywanie zaufania klientów, pracowników i partnerów biznesowych</b>                   | <b>brak wymiernych (materialnych) korzyści</b>             |
| <b>prestż firmy jako zaangażowanej w interesy innych grup</b>                              | <b>wysokie nakłady finansowe</b>                           |
| <b>większa wiarygodność i konkurencyjność na rynku</b>                                     |                                                            |
| <b>wyższa jakość usług, lojalność klientów</b>                                             |                                                            |
| <b>komfort pracy pracowników, przekładający się na efektywność i przywiązanie do firmy</b> |                                                            |
| <b>promocja przedsiębiorstwa w mediach</b>                                                 |                                                            |

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# CSR dla otoczenia biznesowego firmy – korzyści czy straty?

| <b>Korzyści dla otoczenia biznesowego</b>                     | <b>Straty dla otoczenia biznesowego</b>                                                      |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>wiarygodny i odpowiedzialny partner biznesowy</b>          | <b>koszty i wysiłek niezbędne do przekształcenia funkcjonowania poszczególnych elementów</b> |
| <b>wyższy standard funkcjonowania</b>                         |                                                                                              |
| <b>prestż firm jako zaangażowanych w interesy innych grup</b> |                                                                                              |
| <b>poprawa sytuacji na rynku pracy</b>                        |                                                                                              |
| <b>zaufanie pomiędzy podmiotami biznesowymi</b>               |                                                                                              |
| <b>uczciwa, zdrowa konkurencja</b>                            |                                                                                              |

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# CSR dla otoczenia lokalnego i społecznego firmy – korzyści czy straty?

| Korzyści dla otoczenia lokalnego i społecznego | Straty dla otoczenia lokalnego i społecznego     |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| nowe miejsca pracy                             | brak strat dla otoczenia lokalnego i społecznego |
| rozwój infrastruktury                          |                                                  |
| uzyskanie rzetelnego usługodawcy               |                                                  |
| poprawa warunków bytowych                      |                                                  |
| inwestycje lokalne                             |                                                  |
| poprawa stanu środowiska naturalnego           |                                                  |

# Czynniki zachęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP

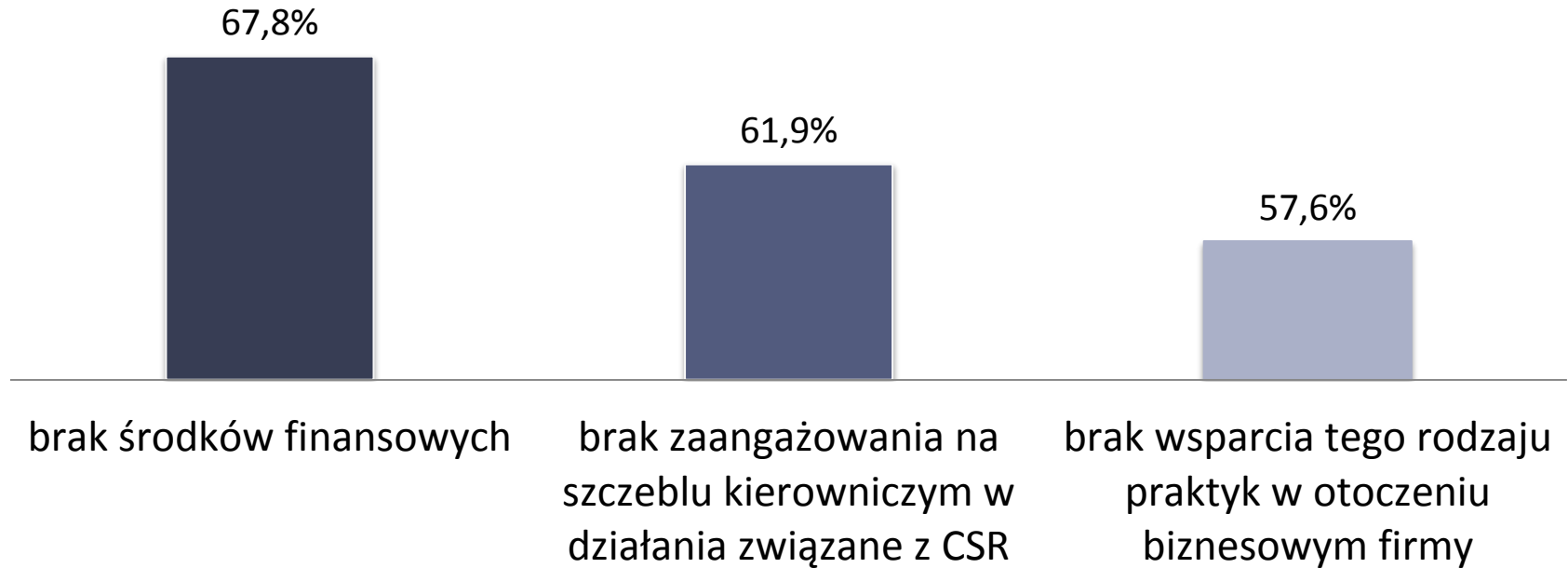
- **Rozpowszechnienie koncepcji** – promowanie w mediach, reklamowanie idei.
- **Prowadzenie szkoleń z zakresu CSR** – czym jest, jakie są główne założenia, jak sektor MSP może wdrażać działania i jakie może osiągnąć korzyści.
- **Zniesienie skomplikowanych wymogów biurokratycznych.**
- **Propagowanie treści prospołecznych i proekologicznych w społeczeństwie** – spowoduje to otwarcie się na nowe wartości.



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# Czynniki zniechęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP

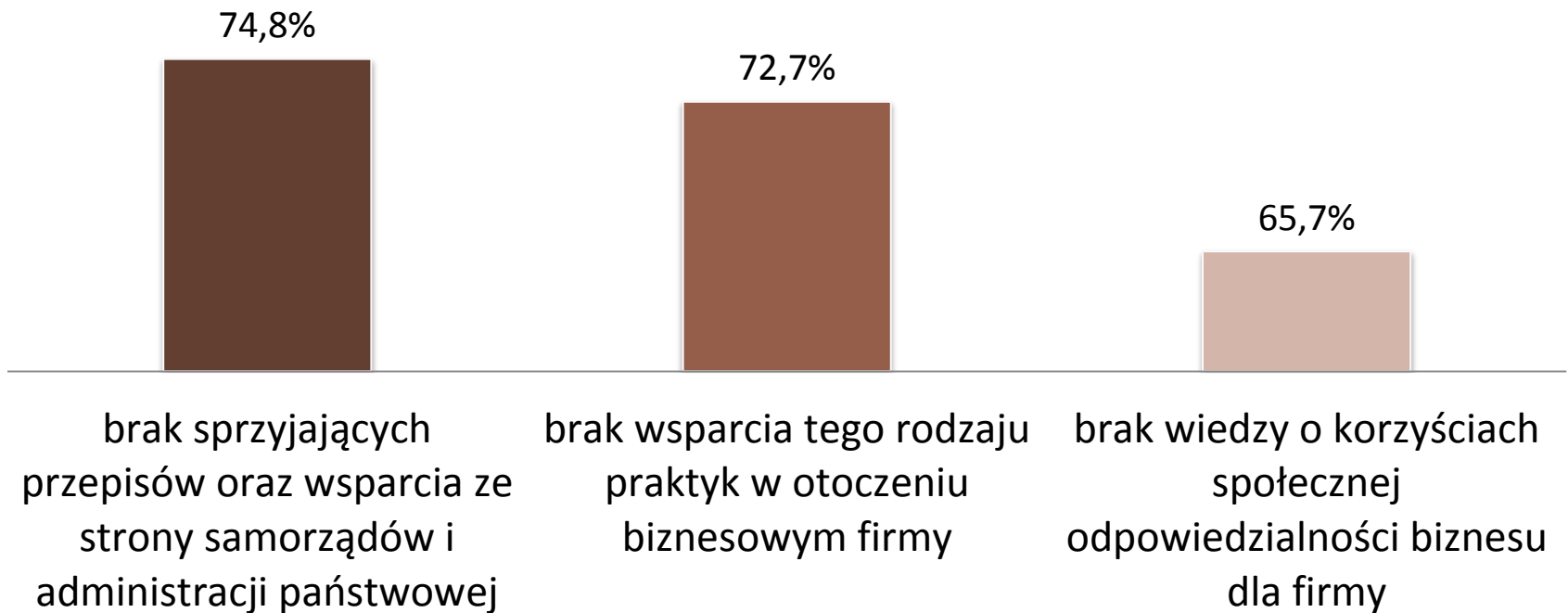
## Województwo mazowieckie



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# Czynniki zniechęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP

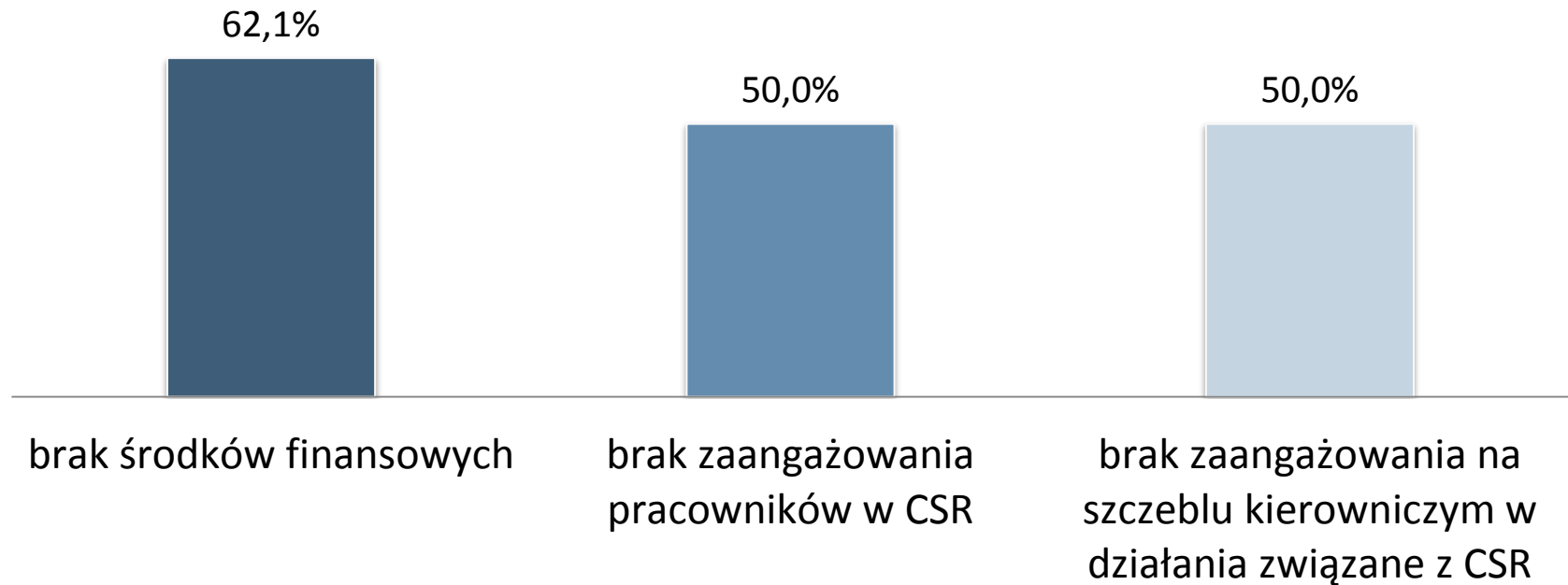
## Województwo łódzkie



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# Czynniki zniechęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP

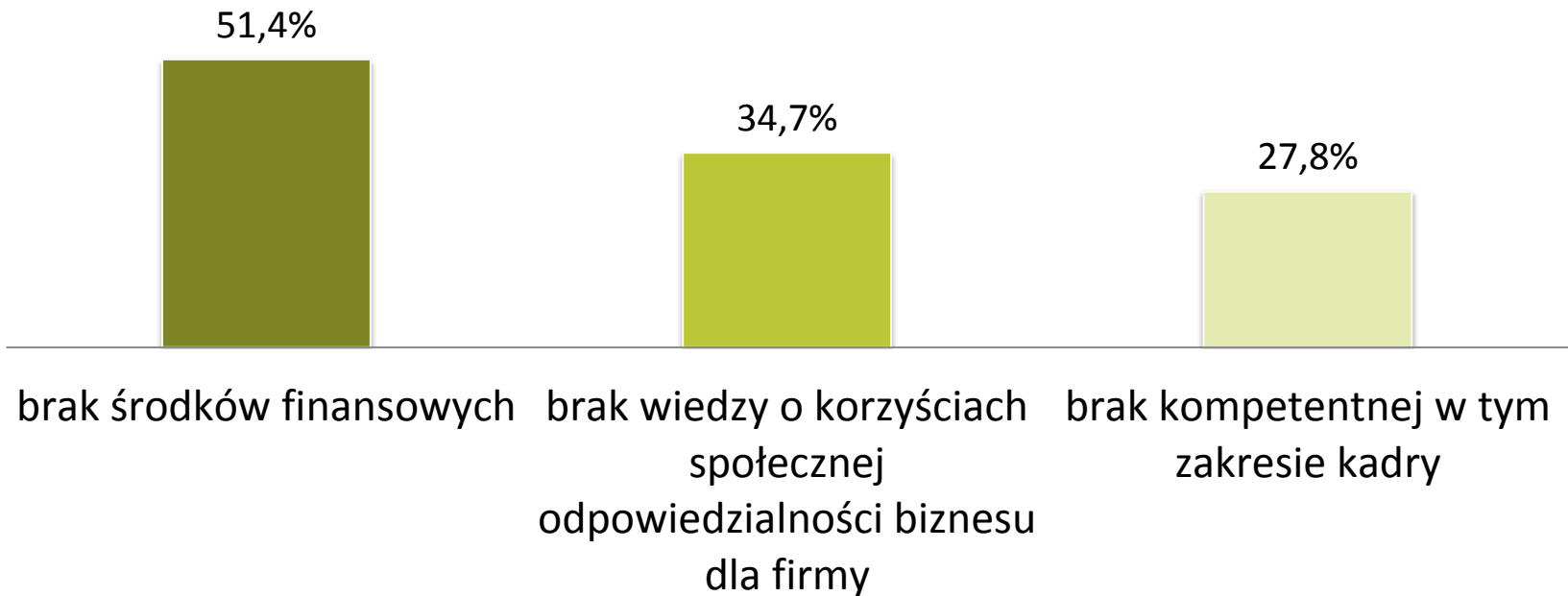
## Województwo podlaskie



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# Czynniki zniechęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP

## Województwo lubelskie



# Czynniki zniechęcające do wdrażania CSR w sektorze MSP

- Brak wymiernych korzyści.
- Długofalowy charakter odnoszonych niewymiernych korzyści.
- Strach przed negatywnymi konsekwencjami podjętych działań.
- Skomplikowane wymogi biurokratyczne.
- Brak świadomości społecznej i ekologicznej w społeczeństwie.
- Zobojętnienie społeczne.
- Brak rozpowszechniania informacji na temat koncepcji CSR.

# Wnioski końcowe

---

- I. Pojęcie CSR jest terminem praktycznie nieznanym i нефunkcjonującym w świadomości przedstawicieli firm.
  
- II. Termin CSR najczęściej kojarzony jest z ochroną środowiska, etyką pracy, rzetelnością i uczciwością, wzięciem odpowiedzialności za pracowników i jakość usług oraz dbaniem nie tylko o własny zysk, ale również o interesy innych grup z otoczenia firmy.

# Wnioski końcowe

**III.** Obszary działań, jakie zdaniem badanych można wyodrębnić w zakresie CSR, to: relacje z pracownikami, relacje z klientami, działalność społeczna, uczciwe zasady rynkowe oraz ochrona środowiska. Do obszarów CSR badani nie zaliczali ładu organizacyjnego oraz praw człowieka.

**IV.** Przedsiębiorcy postrzegają CSR jako zjawisko wywierające korzystny wpływ i przynoszące wiele korzyści dla wdrażającej go firmy. Jednocześnie jednak CSR pociąga za sobą kilka niezwykle ważnych w opinii badanych osób strat, przez co bardzo trudno jednoznacznie określić CSR w kategoriach zdecydowanie pozytywnych lub negatywnych.

# Wnioski końcowe

- V.** Działania, jakie prowadzą przedsiębiorcy w ramach CSR, mieszczą się we wszystkich wyodrębnionych przez nich obszarach: relacjach z pracownikami, klientami, działalności społecznej, uczciwych zasadach rynkowych i ochronie środowiska.
- VI.** Działania z zakresu CSR najczęściej prowadzone są nieświadomie, bez wiedzy o wpisywaniu się w szerszą koncepcję. Jednocześnie ich wdrażanie ma stały charakter i rozpatrywane jest jako działanie niezbędne dla funkcjonowania firmy.



# Wnioski końcowe

**VII.** W większości przedsiębiorstw nieznane są międzynarodowe regulacje w obrębie CSR. Wśród przedsiębiorców, którzy znają takie normy, zdecydowana większość stosuje się do nich w ramach działalności firmy. Najbardziej rozpoznawalnymi międzynarodowymi regulacjami są: ISO 26000 i ISO 14000.

**VIII.** Wśród badanych panuje opinia, że warto podejmować działania mające na celu upowszechnienie CSR. Najczęściej wskazywanymi czynnikami, które przyczyniłyby się do spopularyzowania koncepcji, są: szkolenia, promowanie CSR w mediach, wskazywanie korzyści, jakie może ona przynosić firmom, oraz propagowanie treści społecznych i ekologicznych.

# Dziękuję za uwagę

## **INSTYTUT NAUK SPOŁECZNO-EKONOMICZNYCH**

ul. Polskiej Organizacji Wojskowej 17

90-248 Łódź

tel. 42 633 17 19

[www.inse.org.pl](http://www.inse.org.pl)