EDYCJA 4

ODPOWIEDZIALNE PRZEDSIĘBIORSTWO

Barometr
Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem –
w kierunku zrównoważonego biznesu

SGH

ABR SESTA
MARKET RESEARCH & CONSULTING

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Wprowadzenie Rektora SGH 3
Komentarz Prezesa ABR SESTA 4
Główne wnioski z badania – Indeks odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem 6
Metodyka badania 10
Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem 11
OBSZAR PRAKTYK ZARZĄDCZYCH 13
OBSZAR PRACOWNIKÓW 20
OBSZAR DOSTAWCÓW I PARTNERÓW 25
OBSZAR ŚRODOWISKA NATURALNEGO 31
OBSZAR SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ 36
Wdrożenie działań, strategii, polityk zrównoważonego rozwoju 41
Stopień przygotowania do raportowania niefinansowego 43
Opracowanie wskaźników w przedsiębiorstwie 45
Podmioty zaangażowane w badanie 46
Autorzy badania 48

Szanowni Państwo,

Jest mi niezmiernie miło oddać w Państwa ręce kolejny-czwarty już raport p.t. „Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem – w kierunku zrównoważonego biznesu" opracowany przez zespół Instytutu Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Raport obejmuje diagnozę praktyk odpowiedzialnego zarządzania realizowanych przez przedsiębiorstwa działające w Polsce na podstawie wytycznych zawartych w normie ISO 26000. Zrealizowaliśmy już 4 fale badania, odpowiednio w 2021, 2022, 2023 i 2024 roku, co pozwala pokazać jakie zmiany następują w odpowiedzialnych postawach i działaniach podejmowanych przez badane przedsiębiorstwa.

Odpowiedzialne zarządzanie należy postrzegać jako długoterminową inwestycję, która skutkuje szeregiem korzyści. Zwiększone zaangażowanie w realizację zadań związanych z odpowiedzialnym zarządzaniem przekłada się na budowanie przewagi konkurencyjnej i pozyskanie coraz bardziej świadomego klienta. Równocześnie, badania potwierdzają, że przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne generują wyższy zysk i są lepiej oceniane przez inwestorów, co w dłuższym horyzoncie przekłada się na wzrost wartości przedsiębiorstwa. Znaczącą korzyścią odpowiedzialnego zarządzania jest także zmniejszenie rotacji pracowników i zwiększenie ich zaangażowania w pracę. Z tego powodu, przedsiębiorstwa coraz chętniej angażują się w działania prospołeczne i prośrodowiskowe.

W tym roku zdecydowaliśmy się rozszerzyć nasze badanie o kolejny aspekt – **zrównoważony biznes.** Wychodząc z założenia, że prowadzenie biznesu w sposób zrównoważony oznacza, zaspokajanie potrzeb przedsiębiorstwa przy zachowaniu równowagi ekologicznej, dobrostanu pracowników i społeczności. **Zrównoważony rozwój** jest głównym wyznacznikiem kierunku transformacji gospodarki, który przekłada się na działania każdego przedsiębiorstwa.

Społeczeństwo polskie coraz bardziej docenia przedsiębiorstwa, które dbają o otoczenie, co z kolei przekłada się na większe zaufanie klientów, partnerów biznesowych i inwestorów. Niezaprzeczalną korzyścią wdrożenia strategii zrównoważonego rozwoju jest przyciągnięcie i zatrzymywanie pracowników najbardziej wartościowych. Szczególnie młode osoby często poszukują miejsc pracy zgodnych z ich wartościami i zaangażowaniem w zrównoważony rozwój.

Niniejszy raport pozwala na zobrazowanie stanu wdrożenia zasad odpowiedzialnego zarządzania, które są ważne dla zapewnienia zrównoważonego rozwoju. Liczmy, że przyczyni się także do zwiększenia świadomości konieczności podejmowania takich działań.

Bardzo dziękuję za zaangażowanie w powstanie niniejszego raportu naszych partnerom: Forum Odpowiedzialnego Biznesu i ABR SESTA. Dziękuję również za cenne komentarze Ekspertkom i Ekspertom oraz wszystkim, którzy przyczynili się do powstania raportu.

Życzę Państwu miłej lektury.

Rektor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie,
dr hab. **Piotr Wachowiak**, prof. SGH

Ewolucja, nie rewolucja, ale kto powiedział, że to źle?

Czwarta edycja „Barometru Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem" pokazuje, że odpowiedzialne zarządzanie to nie moda na jeden sezon, a raczej długodystansowy trend, który powoli, ale konsekwentnie zyskuje na znaczeniu. Firmy stopniowo wdrażają działania proekologiczne, dbają o pracowników i szukają sposobów na poprawę relacji zarówno z dostawcami i partnerami oraz społecznościami lokalnymi. Czy jest jeszcze wiele do zrobienia? Oczywiście. Ale widzimy już coraz więcej przykładów, że biznes potrafi połączyć zysk z odpowiedzialnością – i to jest obiecujący kierunek.

Jak pokazują wyniki, przedsiębiorstwa nie rzucają się na głęboką wodę, ale raczej starają się płynąć stabilnym kursem. To podejście ma swoje plusy – wolniejsze tempo zmian pozwala na dokładne przemyślenie strategii i lepsze dopasowanie działań do rzeczywistych potrzeb firmy. Dobrze jest obserwować, jak coraz więcej firm stawia małe, ale konsekwentne kroki, zamiast wielkich, ale ryzykownych skoków. Analizując wyniki, możemy dostrzec wyraźne zmiany, przede wszystkim, wśród przedsiębiorstw o zasięgu międzynarodowym, z przewagą kapitału zagranicznego oraz zatrudniających co najmniej 100 osób. Zdaniem pracowników tych przedsiębiorstw istotnie częściej niż pozostałe stosują dobre praktyki odpowiedzialnego zarządzania.

Jednak za tymi małymi krokami kryje się większa ambicja – przedsiębiorstwa chcą działać bardziej świadomie, odpowiedzialnie, ale też z głową. I choć rewolucji jeszcze nie widać, to ewolucja, która się dzieje, napawa optymizmem. A to już dobry początek.

Bardzo dziękuję Partnerom, tj. Szkole Głównej Handlowej w Warszawie i Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Ekspertom i Ekspertkom za wkład i zaangażowanie w ten ważny projekt, który z każdą kolejną edycją nabiera na znaczeniu. Mam nadzieję, że lektura sprawi Państwu co najmniej tyle samo przyjemności co nam realizacja tego projektu.

Bartłomiej Niedbał
Prezes ABR SESTA

To już czwarta fala badania Barometru, która pozwala na wgląd w praktyki odpowiedzialnego zarządzania firmą, teraz dodatkowo rozszerzone o aspekt zrównoważonego rozwoju.

Dodanie tego wątku z pewnością jest wyraźnym sygnałem zarówno dla samych firm, pracowników jak i otoczenia, że dzisiaj, odpowiedzialne zarządzanie jest połączone ze równoważonym rozwojem w sposób komplementarny. Z raportu przebija umiarkowany optymizm, odzwierciedlony w wyższym niż przy poprzedniej fali odczycie samego indeksu, ale także powiązany z obserwowaną na przestrzeni lat, strategią działania firm. Nie jest ona szokowa i skokowa, tylko skupiona na stopniowym wdrażaniu, co pozwala na lepsze dostosowanie strategii do możliwości działania organizacji. Przykładem jest etapowo, ale systematycznie wdrażany obowiązek recyclingu.

Widać wyraźnie, że największe wyzwania są w obszarach, które stanowią nowe terytoria, takie jak angażowanie firm w lokalne społeczności. Zarówno te trudności, jak i stopień wdrożenia koncepcji odpowiedzialnego zarządzania i zrównoważonego rozwoju stanowią różnice pomiędzy firmami międzynarodowymi a lokalnymi. Możliwe, że jest to sygnał dla otoczenia biznesu, instytucji państwowych, by efektywniej wspierać te tendencje u mniejszych podmiotów.

Fundacja Brandy Lab jest już czwarty rok partnerem projektu i bardzo nas cieszy, że Barometr staje się istotnym narzędziem wglądu w zmieniający się krajobraz polskiego rynku, w którym podnoszone przez nas kwestie zrównoważonego rozwoju, nabierają coraz wyraźniejszego znaczenia.

prof. dr hab. **Maciej Konopka i Michał Traczyk**
Fundacja Brandy

BRANDY LAB

Fundacja Brandy Lab powstała w 2019 roku z inicjatywy studia Brandy Design. Organizacja skupia się na upowszechnianiu wzornictwa i brandingu jako strategicznego elementu działalności biznesowej, organizacji non-profit oraz instytucji sektora publicznego, dzięki którym mogą one budować swoją wartość. Główny obszar działań Fundacji Brandy Lab dotyczy edukacji w tym zakresie. Szczególne miejsce w działaniach fundacji zajmują tematy zmian i wyzwań najbliższej przyszłości dotyczące obszarów przemysłu i społeczeństwa.

Fundacja Brandy Lab realizuje zadania eksperckie poprzez: analizy, wykłady, warsztaty, publikacje oraz tworzenie zespołów R&D zgodnie z potrzebami partnerów.

Wśród zrealizowanych projektów Fundacji znajdują się, m.in.: raporty: Ziemianie Projektują czy Mięso Przyszłości.

Więcej info na stronie brandy.pl

INDEKS ODPOWIEDZIALNEGO ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM

IOZP = 0,52

- Indeks odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem służy do mierzenia efektywności podejmowanych działań w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Indeks został skonstruowany na bazie normy ISO 26 000 na podstawie 50 pytań indeksowanych. Pytania miały na celu zmierzenie odpowiedzialności przedsiębiorstw w ramach pięciu szerokich kategorii zawartych w normie ISO 26000 (ISO, 2010). Na podstawie odpowiedzi otrzymanych za pytania w każdej kategorii, skonstruowano:

  Subindeks zarządzanie (SiZ = 0,56)
  Subindeks pracownicy (SiP = 0,59)
  Subindeks dostawcy/partnerzy (SiDP = 0,51)
  Subindeks środowisko (SiŚ = 0,53)
  Subindeks społeczność lokalna (SiSL= 0,40)

$$IOZP=\frac{(SiZ+SiP+SiDP+SiŚ+SiSL)}{5}$$

IOZP=0,52

- W 2024 roku Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem wyniósł 0,52 (skala 0-1), co oznacza powrót do poziomu wyników z I fali z 2021 roku. Otrzymane wyniki wskazują pozytywną zmianę w poziomie indeksu, który w latach 2021-2023 wykazywał tendencję spadkową IOZP (2023)=0,49; IOZP (2022)=0,51; IOZP (2021)=0,52.

- Najwyższe ogólne wyniki badanych firm dotyczyły praktyk pracowniczych (SUBINDEKS PRACOWNICY osiągnął najwyższą wartość: **0,59**), które po spadku, który miał miejsce w roku 2022 i 2023 wróciły do poziomu z I fali badania. Natomiast najniższy wynik charakteryzuje praktyki związane z działaniami na rzecz społeczności lokalnych (SUBINDEKS SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA przyjął najniższą wartość: **0,40**).

OBSZAR PRAKTYK ZARZĄDCZYCH

- W czwartej fali badania odnotowano **wzrost odpowiedzi pozytywnych** w przypadku niemal wszystkich badanych praktyk w porównaniu do okresu analizy w latach 2021-2023, w których systematycznie spadał odsetek realizacji praktyk w obszarze ogólnego zarządzania.
- Firmy usługowe w **większym stopniu korzystają z mediów społecznościowych** oraz nowoczesnych form komunikowania się. Natomiast przedsiębiorstwa produkcyjne istotnie częściej **posiadają procedury dotyczące zarządzania w organizacji.**
- Firmy funkcjonujące na rynku międzynarodowym istotnie **częściej wdrażają większość badanych praktyk.**
- Podmioty funkcjonujące dłużej niż 5 lat istotnie częściej wdrożyły trzy badane praktyki dotyczących zarządzania w organizacji.
- Przedsiębiorstwa operujące na rynku międzynarodowym istotnie **częściej wdrażają większość badanych praktyk**.

OBSZAR DOSTAWCÓW I PARTNERÓW

- **Terminowe regulowanie zobowiązań** w czwartej fali badania deklarowało **77%** respondentów – większy odsetek niż w dwóch poprzednich falach badania.
- Firmy produkcyjne istotnie częściej od podmiotów funkcjonujących w handlu i usługach wdrożyły większość badanych praktyk.
- Firmy średnie i duże istotnie częściej od mniejszych podmiotów wdrożyły pięć badanych praktyk dotyczących dostawców i partnerów.

OBSZAR ŚRODOWISKA NATURALNEGO

- Po raz kolejny największy odsetek badanych wskazał, że w przedsiębiorstwie jest stosowany **recykling odpadów.**
- Branża produkcyjna **wdraża istotnie częściej wszystkie badane praktyki** dotyczących środowiska naturalnego.
- Im większe przedsiębiorstwo, tym częściej wdrażano omawiane praktyki dotyczące środowiska naturalnego.
- Staż firmy w czwartej fali badania nie różnicuje podejścia do kwestii środowiskowych – nie zidentyfikowano różnic istotnych statystycznie.

OBSZAR PRACOWNIKÓW

- W czwartej fali badania po raz kolejny największy odsetek badanych informował o **adekwatności wynagradzania pracowników** w stosunku do ich obowiązków.
- Pracownicy branży produkcyjnej istotnie częściej niż zatrudnieni w usługach oraz handlu twierdzą, że ich **firmy organizują szkolenia, wspierają dodatkowe aktywności** oraz **działania pracowników** w ramach działalności socjalnej.
- Firmy o międzynarodowym zasięgu działania istotnie częściej **wdrożyły sześć badanych praktyk** dotyczących pracowników
- Pracownicy firm dłużej funkcjonujących na rynku istotnie częściej wskazywali, że w ich przedsiębiorstwach oferowane jest **wsparcie dla dodatkowych aktywów pracowników.**

OBSZAR SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

- Niezmiennie **działania charytatywne są najpopularniejszą praktyką** wdrażaną przez firmy w zakresie działań na rzecz społeczności lokalnej.
- Firmy produkcyjne istotnie częściej od przedsiębiorstw usługowych podejmują pięć praktyk na rzecz społeczności lokalnej.
- Firmy międzynarodowe częściej wspierają społeczność lokalną w przypadku trzech badanych praktyk od firm lokalnych.
- Największe przedsiębiorstwa istotnie częściej realizują wszystkie badane praktyki na rzecz lokalnej społeczności od mniejszych podmiotów gospodarczych.

METODYKA BADANIA

Odpowiedzialne Odpowiedzialne zarządzanie przedsiębiorstwem według autorów niniejszego badania rozumiane jest jako filozofia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwa w swoich działaniach uwzględniają interesy społeczne, aspekty środowiskowe oraz relacje z różnymi grupami interesariuszy w szczególności z pracownikami, co przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju. Odpowiedzialne zarządzanie zakłada działanie zgodne z prawem i międzynarodowymi normami zachowania, które są praktykowane we wszystkich przejawach aktywności przedsiębiorstwa.

Kanwę do przyjętych założeń realizacji badania stanowiły podstawowe obszary odpowiedzialności społecznej, zawarte w międzynarodowej normie ISO 26000. Chociaż norma zawiera siedem kluczowych obszarów, autorzy niniejszego badania opracowali własny model proponując pięć obszarów poddanych analizie. Były to następujące obszary: zarządzanie, pracownicy, dostawcy/partnerzy, środowisko naturalne, społeczności lokalne.

W każdym z obszarów poddano ocenie od kilku do kilkunastu praktyk, co pozwoliło na skonstruowanie pięciu subindeksów składających się na Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem:

- Subindeks zarządzanie
- Subindeks pracownicy
- Subindeks dostawcy/partnerzy
- Subndeks środowisko naturalne
- Subndeks społeczność lokalna

Każdy z subindeksów został wyliczony zgodnie z formułą:*

$$SI = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{i=n} \frac{d_i}{m_i}$$

Gdzie d_i przyjmuje wartość 1 albo 0 w zależności, czy przedsiębiorstwo stosuje praktykę OZ lub nie
m_i – liczba odpowiedzi udzielonych na pytanie w zakresie i-tej praktyki
n – liczba praktyk w danym obszarze
1 – Wdrożona praktyka
0 – Brak wdrożonej praktyki

Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem został obliczony jako średnia subindeksów w pięciu wskazanych obszarach.

Raport zawiera wyniki czterech fal badania zrealizowanych odpowiednio w 2021, 2022, 2023 i 2024 roku. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 1007 (2021 rok), 1005 (2022 rok), 1002 (2023 rok) i 1031 (2024 rok) przedsiębiorstw z wykorzystaniem techniki CAWI. W każdej z fal zastosowano dobór losowo-kwotowy przedsiębiorstw ze względu na ich wielkość i lokalizację (regiony GUS). Respondentami byli pracownicy różnych szczebli zarządzania.

W raporcie zastosowano poniże oznaczenia różnic istotnych statystycznie:

↑ Statycznie istotna różnica przy poziomie istotności α=0.05 na tle wszystkich pozostałych zmiennych.

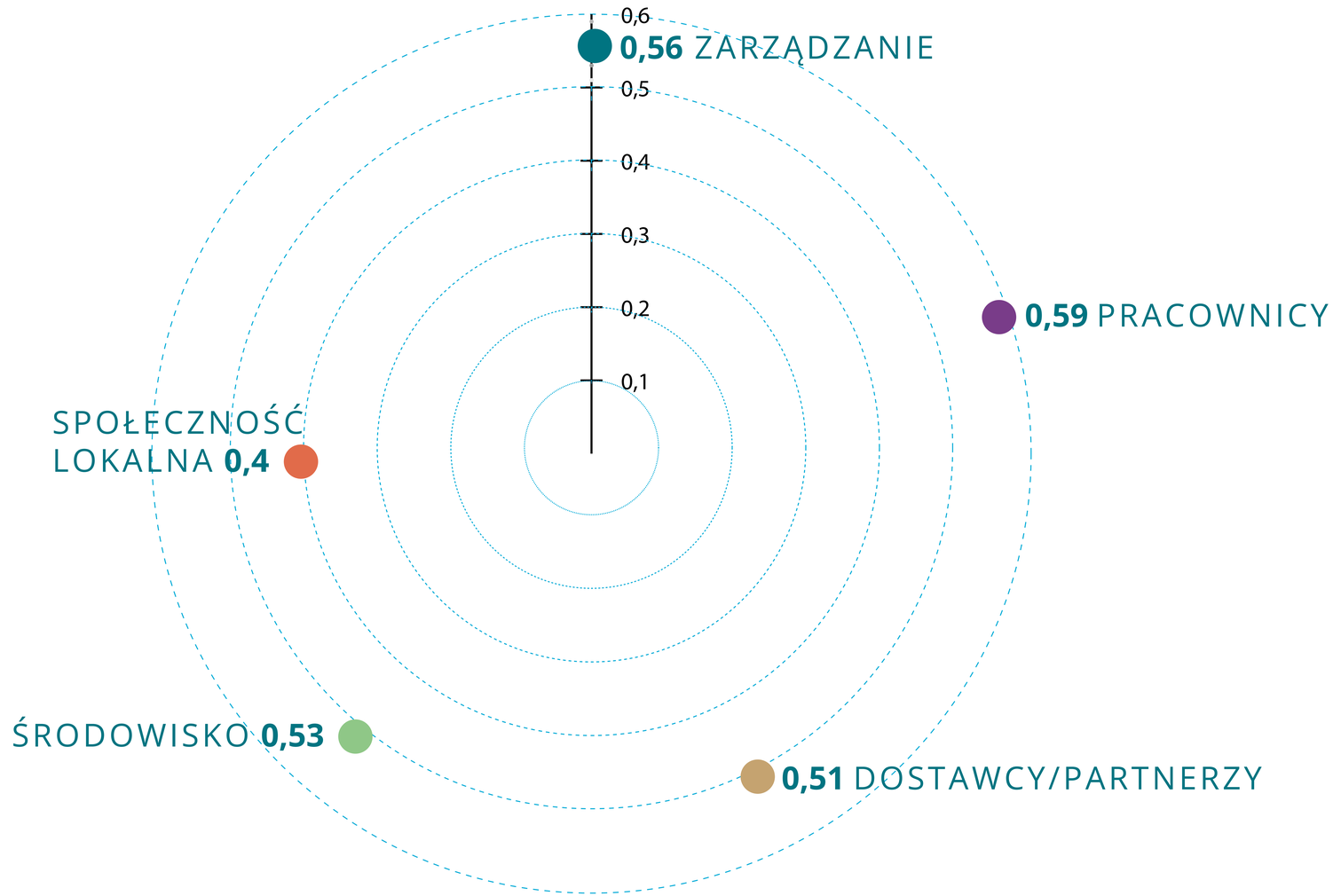
□ Statycznie istotna różnica przy poziomie istotności α =0.05 w porównaniu do dwóch zmiennych.

○ Statycznie istotna różnica przy poziomie istotności α =0.05 w porównaniu do jednej zmiennej.

/* indeks przygotowano w oparciu o artykuł: A.D Zoysa, N. Takaoka, *Corporate Social Responsibility performance of small and medium enterprises in regional Japan: an empirical examination,* "Social Responsibility Journal", Vol. 16, No. 4, 2020

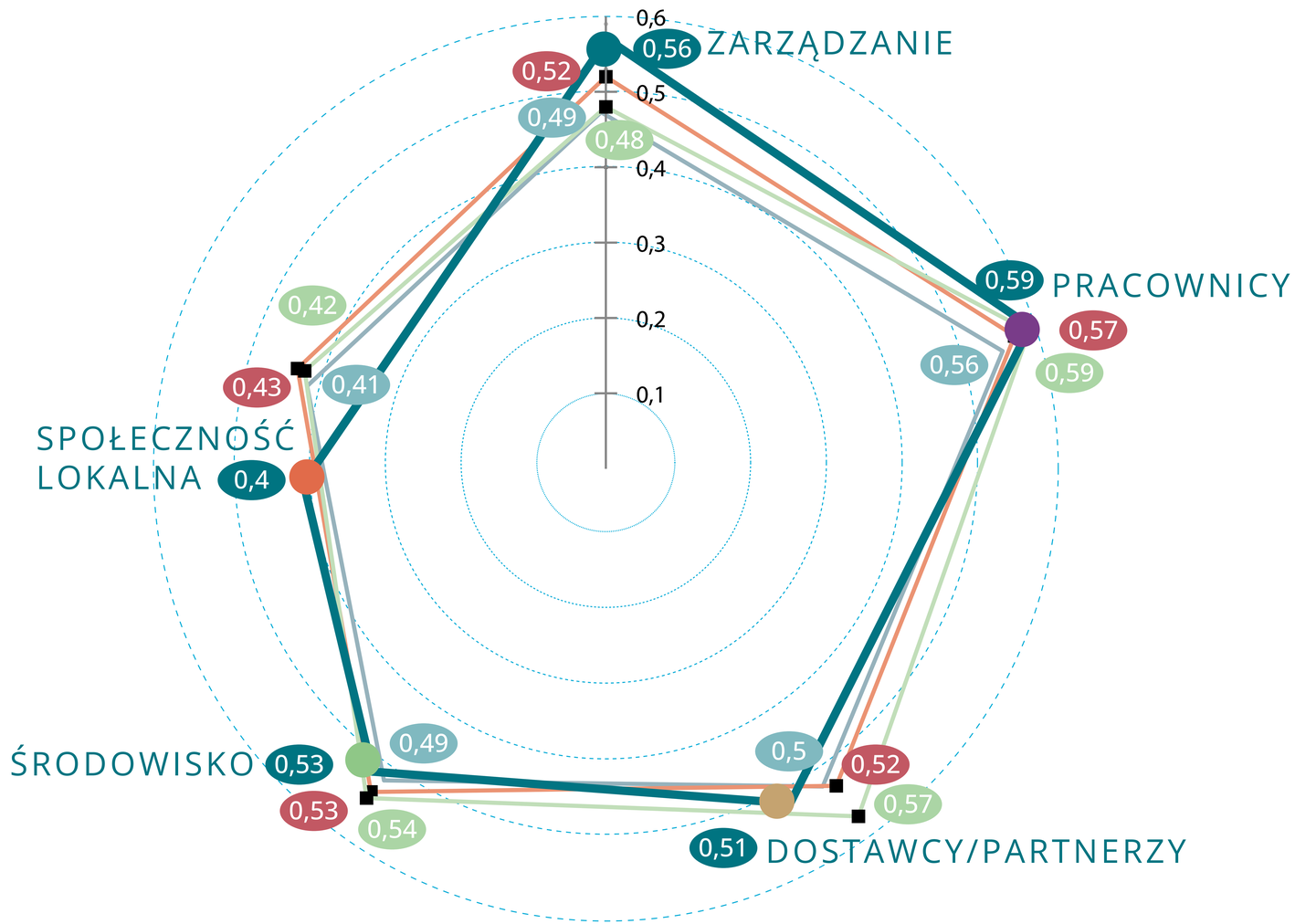
IOZP = 0,52

WYKRES: Wymiary subindeksów za rok 2024



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031

WYKRES: Wartości subindeksów w roku 2021 2022 2023 i 2024



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024)

Analizując wartości poszczególnych subindeksów w przekroju czterech lat tendencja w każdym badanym roku jest identyczna (wykazuje ten sam kierunek), co oznacza, iż najwyższą wartość subindeksu charakteryzuje obszar pracownicy natomiast najniższa wartość subindeksu dotyczy obszaru – społeczności lokalne.

Analizując wyniki w przekroju czterech lat została utrzymana tendencja poprawy poszczególnych obszarów społecznej odpowiedzialności wyrażona w wartościach poszczególnych subindeksów z wyjątkiem obszaru dostawcy/partnerzy oraz społeczności lokalne. Poprawa, która nastąpiła dotyczyła obszaru zarządzanie – wzrost odnotowano o 0,08.

Można stwierdzić, iż wyniki badania czwartej fali w 2024 roku pokazują, że tylko w jednym w obszarze przedsiębiorstwa poprawiły swoją pozycję wyjściową z 2021 roku z tj. obszarze zarządzanie, praktyki odpowiedzialnego zarządzania dotyczące pracowników zostały na niezmienionym poziomie, subindeks doświadczył lekkiego spadku aby powrócić w 2024 do pozycji wyjściowej z 2021 roku.

SUBINDEKS ZARZĄDZANIE = 0,56 Kolejna fala badań przynosi dużo optymistycznych wiadomości

W przypadku ubiegłorocznej fali stwierdzono niepokojące zjawisko spadku odsetka pozytywnych odpowiedzi w przypadku każdej praktyki dotyczącej zarządzania w organizacji. Tegoroczne badanie wykazało jednak trend całkowicie odwrotny – w niemal wszystkich (poza jedną – „sporządzane są raporty społeczne") praktykach odnotowano wzrost odsetka odpowiedzi pozytywnych.

Niezmiennie najczęściej stosowane są praktyki dotyczące wykorzystywania nowoczesnych form komunikowania się z interesariuszami oraz wykorzystywanie mediów społecznościowych. W przypadku pierwszej z wymienionych praktyk jest to znaczny wzrost względem fali III (o 8 pkt proc). Autorzy mają nadzieję, że wraz z popularyzacją koncepcji interesariuszy i rozwojem takich mechanizmów jak „corporate diplomacy" odsetek pozytywnych odpowiedzi dla tej praktyki będzie wzrastał. Trudno wyobrazić sobie przedsiębiorstwo zarządzane zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej, które nie ma rozwiniętych relacji z otoczeniem. W przypadku drugiej praktyki – właściwie można uznać to za pewien standard działania w większości branż, zatem takie wyniki nie powinny zaskakiwać.

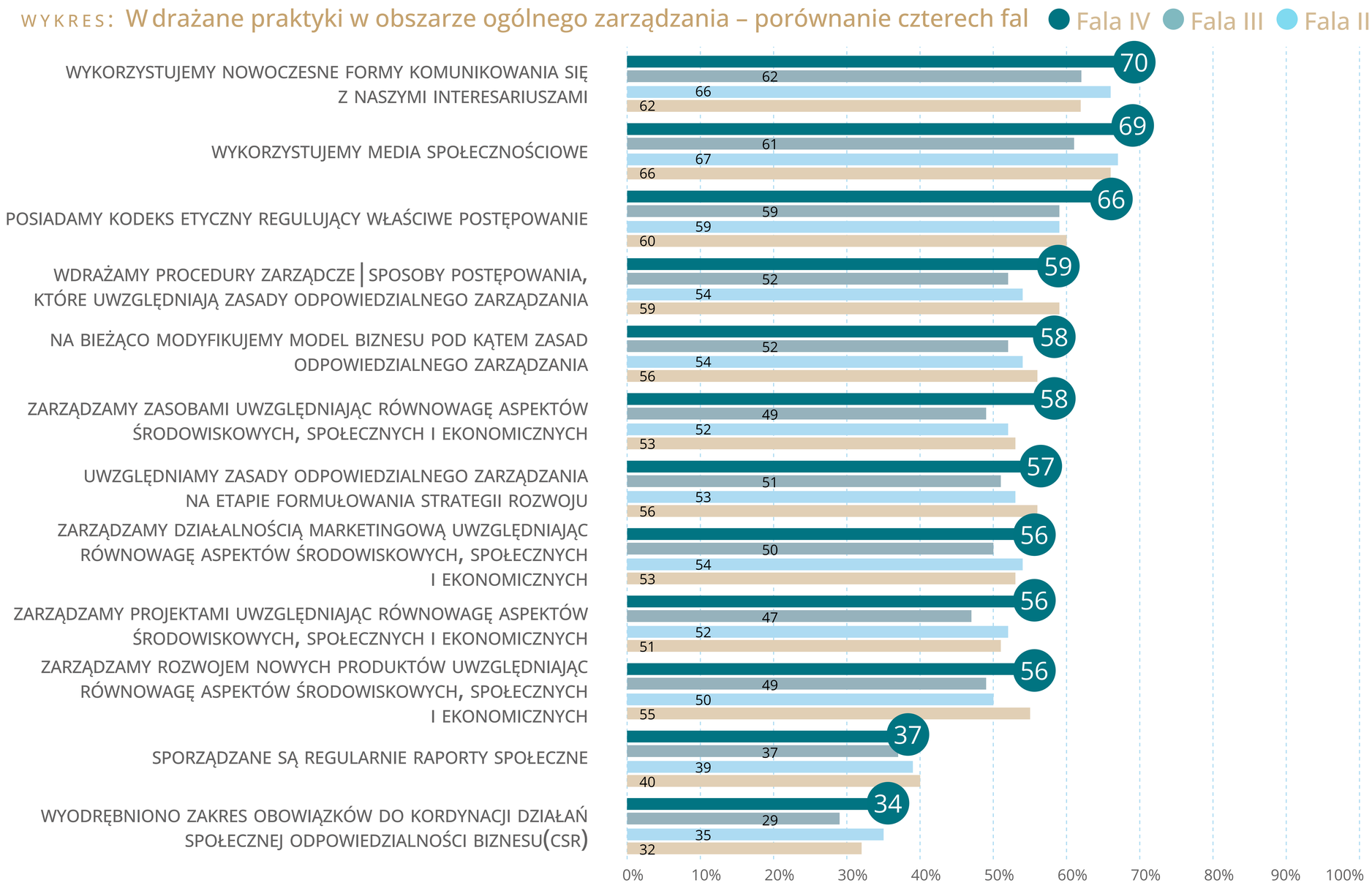
W opinii autorów wciąż zbyt mały odsetek przedsiębiorstw deklaruje posiadanie kodeksu etycznego. Wzrost odpowiedzi pozytywnych jest tu znaczny (o 7 p.p.), jednak nadal 1/3 badanych przedsiębiorstw nie posiada tego typu rozwiązania.

Największy wzrost odpowiedzi pozytywnych (o 9 p.p.) odnotowano w praktykach „zarządzamy zasobami uwzględniając równowagę aspektów środowiskowych, społecznych i ekonomicznych" oraz „zarządzamy projektami uwzględniając równowagę aspektów środowiskowych, społecznych i ekonomicznych". Z jednej strony są to zapewne praktyki dość istotnie skorelowane, z drugiej – należy odnotować to jako bardzo pozytywny trend. Warto pogłębić badania w kierunku przyczyn takiego wzrostu – czy wynika on raczej ze wzrostu świadomości klientów, pracowników i właścicieli, czy z regulacji prawnych lub innych zewnętrznych źródeł.

Podsumowując tę część należy uznać, że częstotliwość i zakres stosowania praktyk w obszarze zarządzania jest na średnim poziome po znacznych wzrostach odsetka odpowiedzi pozytywnych względem fali III. To jednoznacznie pozytywne zjawisko nie powinno jednak przysłonić faktu, że wciąż większość przedsiębiorstw napotyka na znaczne przeszkody w rozwijaniu praktyk odpowiedzialnego zarządzania, często też nie są tego typu działaniom nadawane odpowiednie priorytety. Dość wyrazistym obrazem tych wyzwań jest stopień przygotowania przedsiębiorstw do raportowania ESG – w ostatnich doniesieniach pojawiają się informacje o gotowości wycofania się z giełdy papierów wartościowych przez ponad 100 podmiotów w obliczu konieczności spełnienia wymogów raportowania ESG.

Przedsiębiorstwa o zasięgu międzynarodowym są bardziej odpowiedzialne społecznie

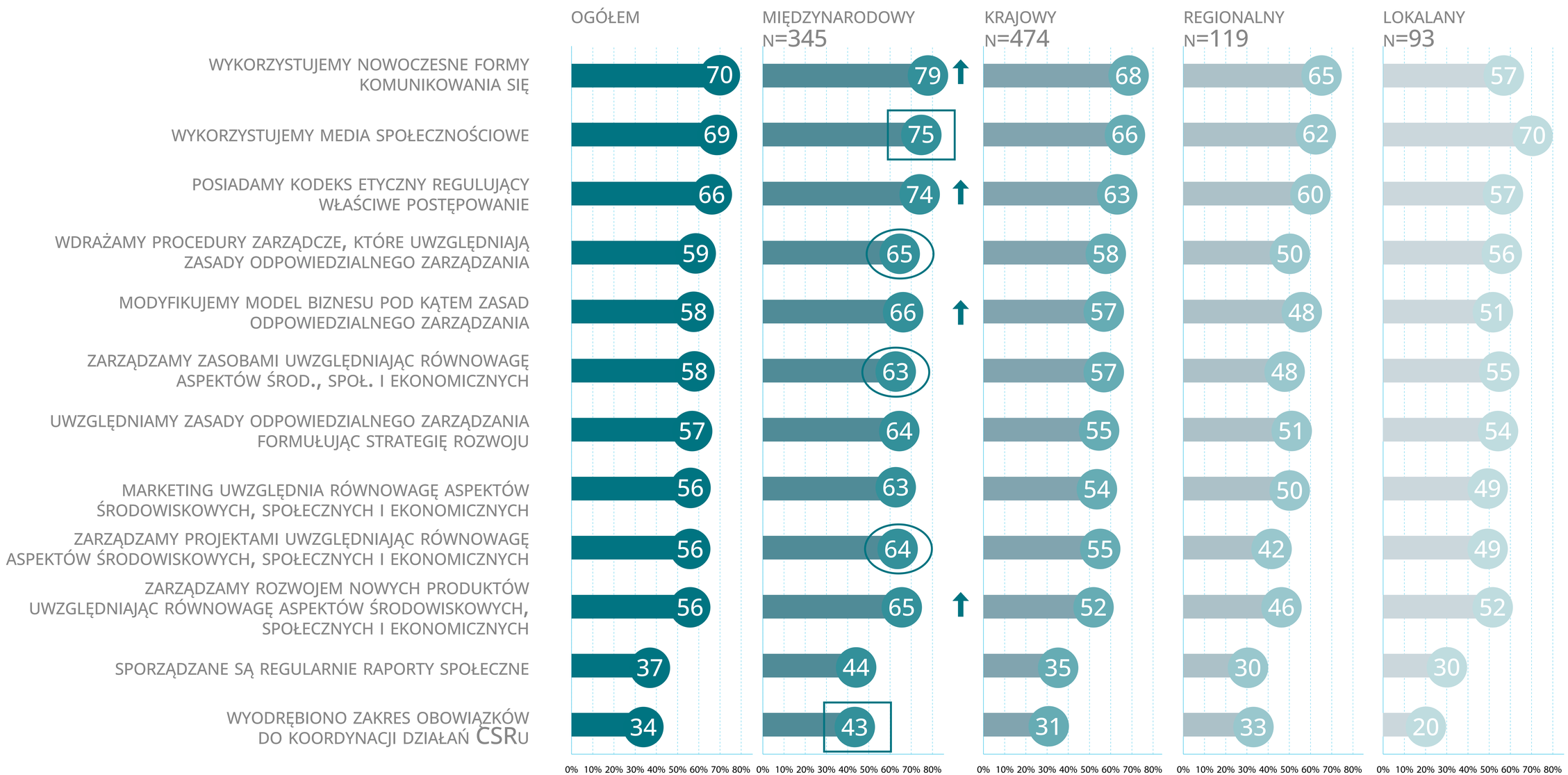
WYKRES: W drażane praktyki w obszarze ogólnego zarządzania – porównanie czterech fal



Podobnie jak w ubiegłych falach – przedsiębiorstwa działające na rynku międzynarodowym istotnie częściej wdrażają wszystkie badane praktyki od przedsiębiorstw o zasięgu regionalnym bądź lokalnym. Jak widać na wykresie – wzrost odsetka odpowiedzi pozytywnych względem fali III odnotowano właściwie wyłącznie wśród przedsiębiorstw międzynarodowych. A zatem poza dostępem do know-how i zasobów innego rodzaju można przypuszczać, że następuje w tej grupie przedsiębiorstw szybsze wdrażanie i rozwijanie praktyk odpowiedzialnego zarządzania. W obliczu zmian legislacyjnych (głównie w ramach UE) oraz postaw i świadomości klientów oraz pracowników wydaje się to naturalna strategia dla dużych, międzynarodowych podmiotów.

Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %

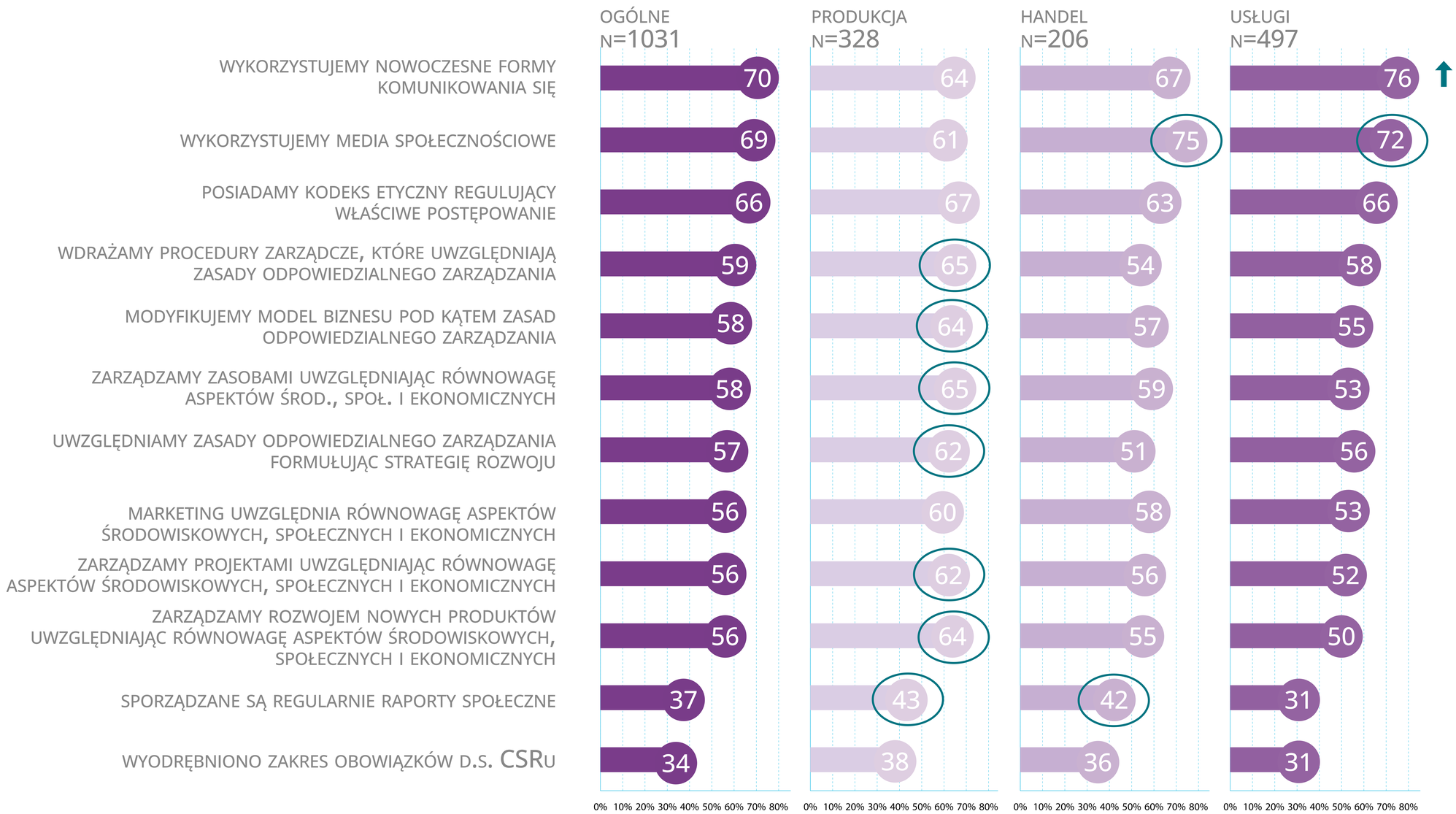
WYKRES: Ogólne praktyki zarządzania w przedsiębiorstwach działających na różnych rynkach



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

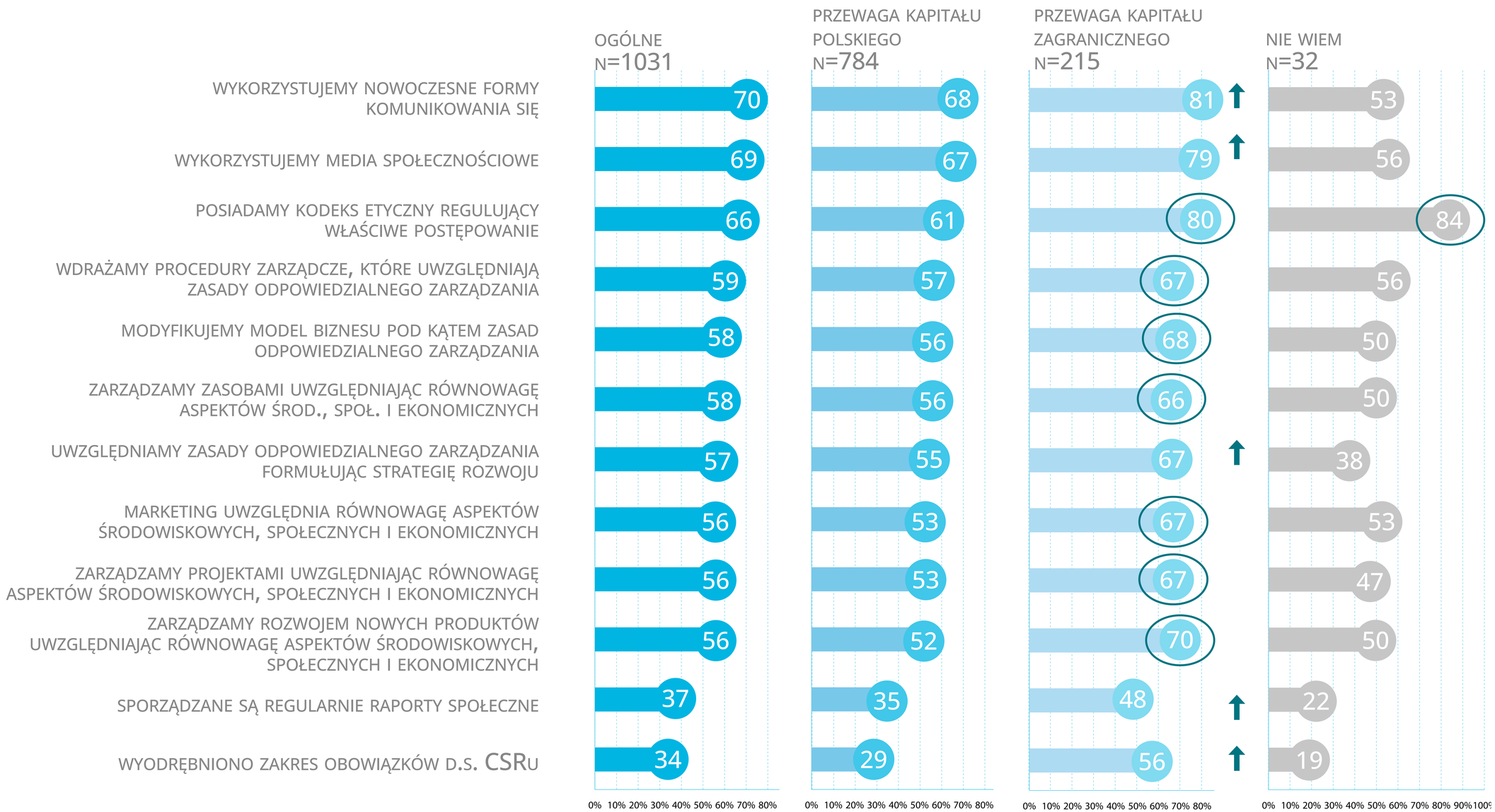
Przedsiębiorstwa z przewagą kapitału zagranicznego są bardziej dojrzałe we wdrażaniu praktyk odpowiedzialnego zarządzania.
Przedsiębiorstwa z przewagą kapitału zagranicznego zdecydowanie częściej wdrażały zdefiniowane w ramach badania praktyki. We wszystkich obszarach różnica między odsetkiem odpowiedzi pozytywnych u przedsiębiorstw o przewadze kapitału zagranicznego i polskiego wynosiła co najmniej 10 p.p.
Co ciekawe – największe zróżnicowanie wystąpiło w praktyce „wyodrębniono stanowisko CSR".
Niecała 1/3 przedsiębiorstw z przewagą kapitału polskiego stosuje tę praktykę, podczas gdy w przypadku przewagi kapitału zagranicznego była to ponad połowa badanych przedsiębiorstw.
Wyniki uzyskane w ramach czwartej fali w przekroju branżowym nie wykazały znacznego zróżnicowania. Można zaobserwować częstsze stosowanie praktyk związanych
z mediami społecznościowymi w branży usługowej – co zapewne wynika częściowo ze specyfiki komunikacji z klientami. Z kolei firmy produkcyjne wykazały częstsze stosowanie praktyk związanych z systemami zarządzania rozwojem nowych produktów – to zjawisko również można wytłumaczyć specyfiką branży.

WYKRES: Intensywność stosowania dobrych praktyk odpowiedzialnego zarządzania w zależności od branży



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

WYKRES: Intensywność stosowania dobrych praktyk odpowiedzialnego zarządzania w zależności od struktury kapitału



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

KOMENTARZ EKSPERTA

Czwarta już edycja Raportu Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania, diagnozująca praktyki zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach, zbiega się z okresem intensywnych prac pierwszej grupy podmiotów raportujących zgodnie z dyrektywą CSRD i ESRS za 2024 rok, ale też z okresem intensywnych przygotowań kolejnej grupy około 3500 przedsiębiorstw, które zostały objęte tymi obowiązkami od roku 2025.

ESG nie poświęcano wcześniej tyle uwagi w przestrzeni publicznej, co w ostatnich miesiącach. O ile znaczna część tej dyskusji toczy się wokół obowiązków ujawnieniowych, to niemniej ważne pozostaje budowanie świadomości i zaangażowania nas wszystkich wokół odpowiedzialnego zarządzania – po co to robimy? Co chcemy robić? I wreszcie jak?

Zarządzanie przedsiębiorstwem z perspektywy łańcucha wartości wymaga od firm zarówno zmian systemowych, jak i zmiany postaw liderów i pracowników względem tradycyjnego nurtu zarządzania.

Przeprowadzone badanie potwierdza, że odpowiedzialne zarządzanie to podejście bardzo złożone, o którym należy myśleć w sposób systemowy. Powinniśmy pamiętać o tym również przygotowując się do raportowania ESG. Odpowiedzialne zarządzanie to bowiem nie wyłącznie zgodność z regulacjami, ale droga do budowy wartości firmy, jej przewagi konkurencyjnej. Na takim podejściu skorzystamy wszyscy – jako przedstawiciele i przedstawicielki przedsiębiorstw, klienci, dostawcy, dystrybutorzy, lokalne społeczności i wreszcie beneficjentem będzie również nasz „niemy interesariusz" – Planeta.

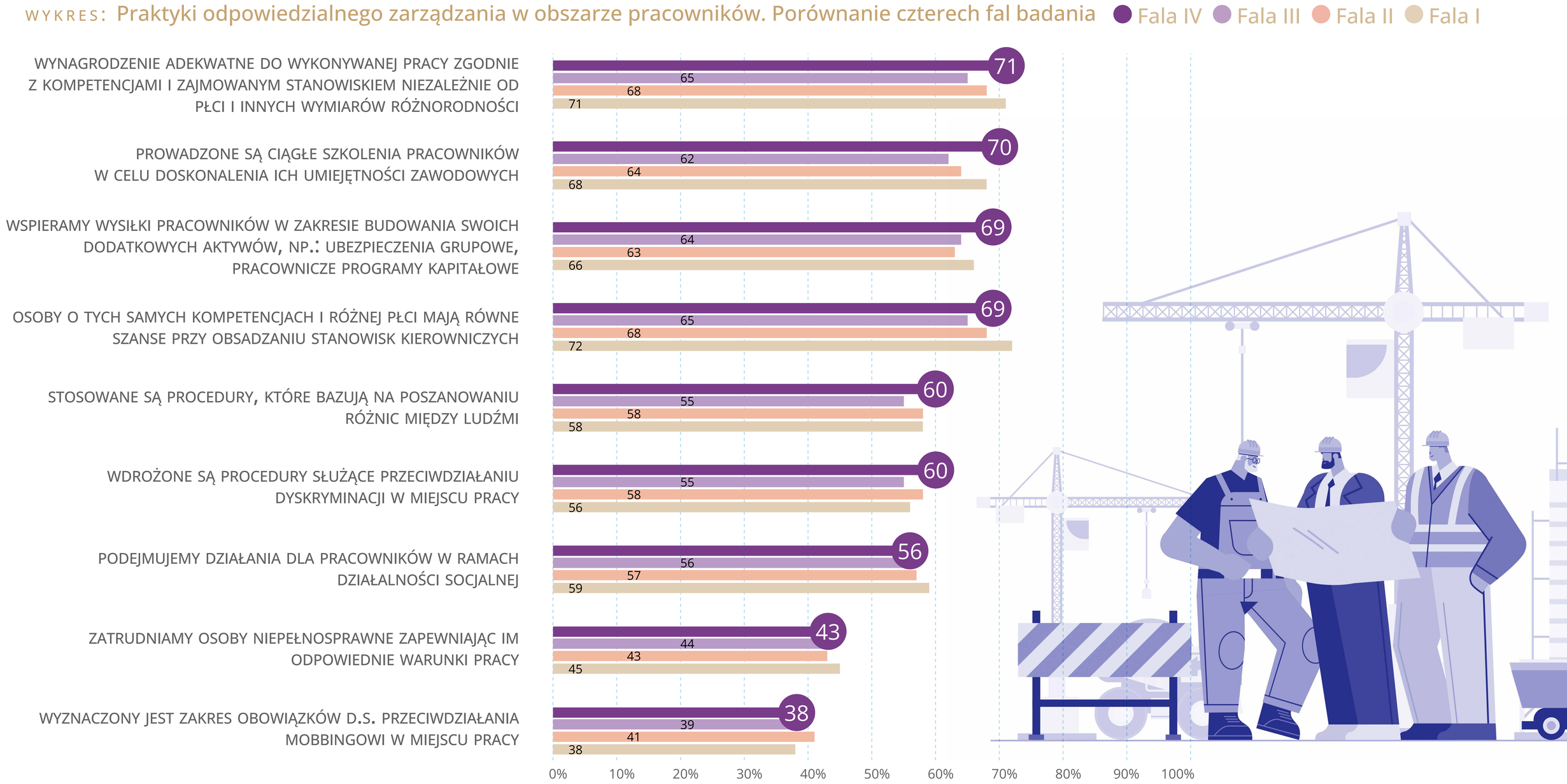
Zrównoważony łańcuch dostaw został wskazany wśród uczestników badania jako najbardziej istotny obszar związany ze zrównoważonym rozwojem.

Myślenie chociażby o celach dekarbonizacji w tzw. Zakresie 3, a więc całego łańcucha wartości, wymusza zmianę sposobów dotychczasowego działania, zasad współpracy i wreszcie zmianę postaw. Te zmiany systemowe na poziomie zarządzania poszczególnymi obszarami w przedsiębiorstwach nie odniosą zamierzonych rezultatów, jeśli nie staną za nimi świadomi liderzy i liderki i nie zostanie zbudowana świadomość wśród pracowników.

Ewa Palarczyk
Prezes Zarządu Synergist

SUBINDEKS PRACOWNICY= 0,59 Nieznaczne różnice między poszczególnymi falami badania

WYKRES: Praktyki odpowiedzialnego zarządzania w obszarze pracowników. Porównanie czterech fal badania



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %

Liczba większości pozytywnych odpowiedzi dotyczących praktyk odpowiedzialnego zarządzania wzrosła w najnowszej edycji badania. Najbardziej widoczny wzrost – o 8 p.p. – odnotowano w szkoleniach pracowników (70% wskazań). Z kolei najbardziej powszechną praktyką odpowiedzialnego zarządzania dotyczącą pracowników jest zadeklarowana niezależność wynagrodzenia od płci i innych wymiarów różnorodności (71% wskazań). W połączeniu z równością szans przy obsadzaniu stanowisk kierowniczych (69%), wyniki badania korelują z wysoką pozycją Polski w zakresie odsetka kobiet na stanowiskach kierowniczych, który w Polsce należy do najwyższych w UE[1]. Również liczba kobiet na stanowisku dyrektora generalnego jest w Polsce wysoka i sytuuje nasz kraj na 11 miejscu w świecie[2]. Z kolei *gender pay gap* który w 2021 r, wyniósł dla Polski 4,5%, sytuuje nasz kraj na czwartym miejscu w UE[3]. Warto zauważyć, że w niedawno opublikowanym badaniu Wysieńskiej-Di Carlo i Karpińskiego respondenci (zarówno kobiety, jak i mężczyźni) uważają za sprawiedliwe mniejsze zarobki kobiet od mężczyzn, jednakże poziom „sprawiedliwej" luki wynosi 1,5%[4]. To znacznie poniżej najlepszego wyniku w UE, który należy do Rumunii (3,5%)[5].

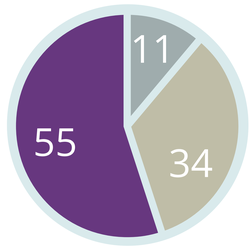
Z kolei wciąż mało powszechną praktyką jest stwarzanie odpowiednich warunków pracy osobom z niepełnosprawnościami (wskazane tylko przez 43% respondentów wobec 44% w ubiegłym roku). Jest to obszar, który wymaga wsparcia ze strony uregulowań prawnych i zachęt systemowych.

Najmniej wskazań, podobnie jak w poprzednich edycjach badania, ma praktyka dedykowania osoby na stanowisko odpowiedzialne za przeciwdziałania mobbingowi (38% wskazań). Warto zwrócić uwagę, że w Dzienniku Ustaw, w dniu 24 czerwca 2024 r. w opublikowana została ustawa o ochronie sygnalistów, która implementuje do polskiego prawa Dyrektywę Parlamentu Europejskiego w sprawie ochrony osób zgłaszających naruszenia prawa Unii. Jednak Senat RP w ustawie o sygnalistach, która weszła w życie 24 września 2024 r. wykluczył sprawy z zakresu prawa pracy, a więc także mobbing, z obszaru powiadomień o naruszeniach w przedsiębiorstwach, co oznacza, że nie będą mogły być przedmiotem zgłoszenia sygnalisty[6].

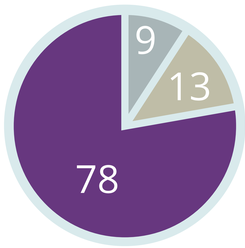
1/ T. Hanna et al., Forecasting women in leadership positions, UN Women, www.unwomen.org/sites/default/files/2023-11/forecasting-women-in-leadership-positions.pdf (dostęp 22.07.2024).
2/ CEO Magazine, In 2023, women CEOs finally outnumbered CEOs named John, www.theceomagazine.com/business/management-leadership/countries-with-the-most-female-ceos/ (dostęp 05.07.2024).
3/ Statista, Gender pay gap of average gross hourly earnings in selected European countries in 2021, www.statista.com/statistics/1203135/gender-pay-gap-in-europe-by-country/ (dostęp 05.07.2024).
4/ K. Wysieńska-Di Carlo, Z. Karpiński, Status and just gender pay gaps: Results of a vignette study, „Socius" No 10, 2024, 23780231241227158.
5/ Nie licząc Luksemburga, gdzie wyniósł on -0,2%, a więc kobiety zarabiały nieznacznie więcej od mężczyzn.
6/ K. Kropiwiec, Państwową Inspekcję Pracy czeka fala zgłoszeń od sygnalistów, https://www.bankier.pl/wiadomosc/Panstwowa-Inspekcje-Pracy-czeka-fala-zgloszen-od-sygnalistow-8788471.html (dostęp: 27.07.2024).

● tak ● nie ● nie wiem

WYKRES:
Wdrożenie procedur służących przeciwdziałaniu dyskryminacji w miejscu pracy w zależności od kapitału przedsiębiorstwa

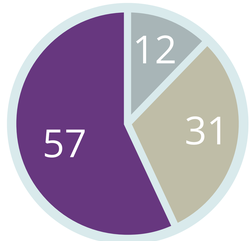


PRZEWAGA KAPITAŁU POLSKIEGO

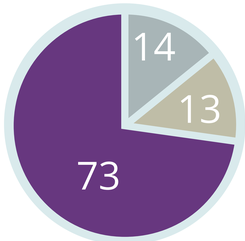


PRZEWAGA KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO

WYKRES:
Wdrożenie procedur służących poszanowaniu różnic między ludźmi w miejscu pracy w zależności od kapitału przedsiębiorstwa



PRZEWAGA KAPITAŁU POLSKIEGO



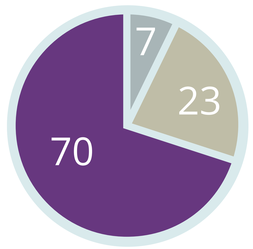
PRZEWAGA KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO

Wdrożenie procedur antydyskryminacyjnych jest częstsze w przedsiębiorstwach z przewagą kapitału zagranicznego aż o 22 p.p. Różnica jest znacznie większa niż w badaniu w roku poprzednim, w którym wynosiła 11 p.p. Oznacza to podwojenie różnicy na korzyść przedsiębiorstw z przewagą kapitału zagranicznego. Wdrożenie procedur służących poszanowaniu różnic między ludźmi jest częstsze w przedsiębiorstwach z przewagą kapitału zagranicznego (wykres C). Różnica wyniosła aż 16 p.p. W trzeciej fali badania ta różnica wynosiła jedynie 8 p.p. Można więc powiedzieć, że w przedsiębiorstwach z dominującym kapitałem krajowym sytuacja w tym zakresie praktycznie się nie zmienia, podczas gdy **w przedsiębiorstwach z kapitałem zagranicznym przykłada się coraz większą wagę do wdrażania procedur równościowych i antydyskryminacyjnych.**

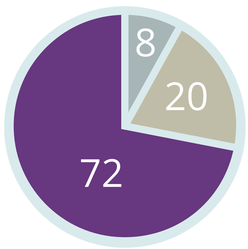
Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

WYKRES:

Wynagrodzenie adekwatne do wykonywanej pracy niezależnie od płci i innych wymiarów różnorodności, w zależności od kapitału przedsiębiorstwa



PRZEWAGA KAPITAŁU POLSKIEGO



PRZEWAGA KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO

tak nie nie wiem

Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

Pomimo że wdrożenie procedur antydyskryminacyjnych oraz procedur służących poszanowaniu różnic między ludźmi jest znacznie częstsze w przedsiębiorstwach z przewagą kapitału zagranicznego, nie przekłada się to na różnice w niezależności wysokości wynagrodzenia od płci i innych wymiarów różnorodności (wykres D). W tym aspekcie nie ma praktycznie różnic między przedsiębiorstwami z przewagą kapitału polskiego i zagranicznego. Można powiedzieć, że te procedury, mimo sumiennego wdrażania przez przedsiębiorstwa międzynarodowe w Polsce, nie mają praktycznego znaczenia. Podobnie nieistotne różnice między przedsiębiorstwami z dominującym kapitałem polskimi i zagranicznym w tym zakresie wystąpiły w trzeciej fali badania.

Nie ulegają zatem istotnej zmianie priorytety przedsiębiorstw w zakresie praktyk odpowiedzialnego zarządzania personelem na przestrzeni czterech fal badania. Warto odnotować, że najbardziej powszechne praktyki zanotowały wzrost w czwartej fali badania, w porównaniu z trzecią falą. Różnice obserwowane na przestrzeni czterech lat badania wskazują jednak na podobny poziom odpowiedzialnego zarządzania w obszarze personelu w polskich przedsiębiorstwach.

KOMENTARZ EKSPERTA

Wyniki otrzymane w najnowszym raporcie – czwartej fali badania potwierdzają zaobserwowaną tendencję od kilku lat – coraz więcej firm stara się wdrażać w codzienne funkcjonowanie firmy strategię społecznej odpowiedzialności biznesu. Jest to pojęcie, które kryje w sobie wiele działań, ale jednymi z najbardziej zauważalnymi pod kątem dynamiki zmian są dwa obszary:

- firmy dbają o rozwój swoich pracowników poprzez zapewnianie szeregu szkoleń aby wspierać proces uczenia się i wzmacniać umiejętności potrzebne na danym stanowisku pracy, a także drugi
- firmy wdrażając różnego rodzaju systemy informatyczne, korzystając z dostępnych mediów społecznościowych doskonalą proces komunikacji.

Nie jest dla mnie zaskoczeniem, iż najbardziej powszechną praktyką odpowiedzialnego zarządzania dotyczącą pracowników jest zadeklarowana niezależność wynagrodzenia od płci i innych wymiarów różnorodności.

Wyniki badania wskazują, iż wdrożenie procedur antydyskryminacyjnych jest częstsze w przedsiębiorstwach z przewagą kapitału zagranicznego aż o 22 p.p. i sądzę, że Symfonia jest doskonałym przykładem w tym obszarze gdyż Społeczna Odpowiedzialność Biznesu była od zawsze wpisana w DNA naszej firmy.

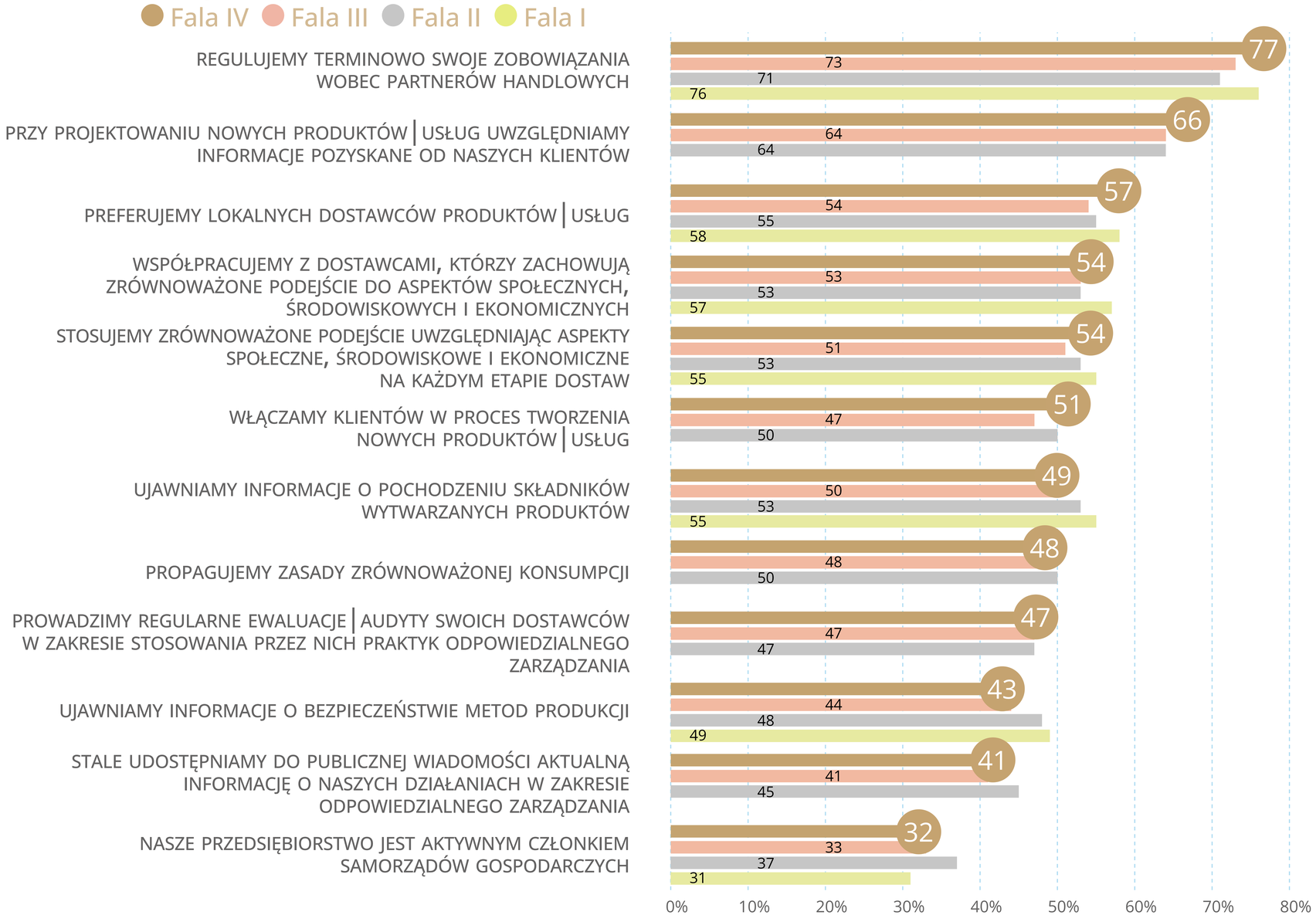
W Symfonii, która aktualnie jest drugim na polskim rynku dostawcą oprogramowania dla małych i średnich firm, dynamicznie rozwijając się na rynkach Europy Środkowej, nie tylko tworzymy technologię w sposób odpowiedzialny, kierując się naszymi wartościami, ale także z wysoką dbałością o nasz największy zasób – pracowników. Między innymi, dlatego powstała Fundacji Symfonii, która jest jednym z przykładów jak rozumiemy naszą odpowiedzialność społeczną.

Obserwując aktualne trendy rynku pracy, a także istniejący paradygmat roli pracodawcy, jestem przekonany, że każdy kolejny rok będzie poszerzał grono przedsiębiorców i menedżerów, którzy świadomie prowadzą biznes właśnie w tym kierunku.

Piotr Pszczółkowski
Dyrektor d.s. Cyfryzacji HR Symfonia

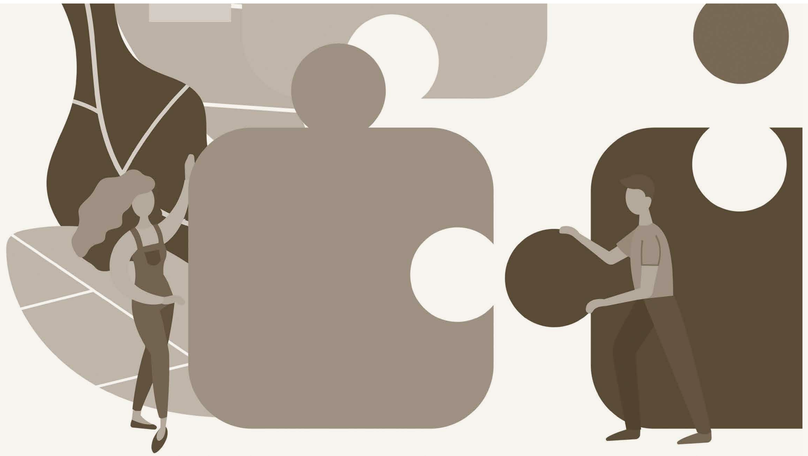
SUBINDEKS DOSTAWCY/PARTNERZY = 0,51. Tendencja wzrostowa subindeksu w kolejnych latach

WYKRES: Praktyki odpowiedzialnego zarządzania w obszarze dostawców i partnerów w latach 2021, 2022, 2023 i 2024



Niezmiennie we wszystkich czterech falach badania najczęściej wskazywaną praktyką odpowiedzialnego zarządzania pozostaje praktyka regulowania terminowo swoich zobowiązań wobec partnerów handlowych (wskazana odpowiednio przez 76% – 2021 rok, 71% – 2022 rok, 73% – 2023 rok, 77% – 2024 rok). Praktykę tę należy uznać jako absolutnie podstawową w budowaniu trwałych i odpowiedzialnych relacji z partnerami handlowymi. Poziom wskazań w tym obszarze jest najwyższy w porównaniu do poprzednich trzech fal badania. Po spadku wskazań na poziomie 71% w 2022 roku oraz 73% w 2023 roku poziom wskazań uzyskał 77% i tym samym przekroczył nieznacznie poziom wskazań z 2021 roku. Można przypuszczać, że po odczuwalnym dla przedsiębiorstw osłabieniu gospodarczym w latach 2022-2023, jest to pewien sygnał stabilności finansowej przedsiębiorstw. Nieznaczny wzrost o 4 p.p. w porównaniu do 2023 roku oznaczać może początek stabilizowania się sytuacji ekonomicznej.

Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %



Wyniki badania potwierdzają, że pomimo trudności ekonomicznych, przedsiębiorcy nie chcą popsuć sobie relacji z klientami i by uniknąć ryzyka bankructwa, wychodzą z założenia, że wolą poczekać dłużej na zapłatę, niż stracić klienta i pieniądze. Można więc uznać, że aktualna sytuacja makroekonomiczna niejako wymusiła na polskich biznesach zgodę na opóźnione płatności. Wzrost deklaracji w praktyce regulowania zobowiązań może wynikać zatem ze wzrostu odpowiedzialności przedsiębiorstw.

Kolejną ważną praktyką ze wskazaniami na poziomie 66% z tendencją wzrostową o 2 p.p. (wskazania na poziomie 64% w latach 2022 i 2023) jest uwzględnienie przy projektowaniu nowych produktów/usług informacji pochodzących od klientów. Takie podejście wskazuje na wysoki stopień odpowiedzialności przedsiębiorstw wobec relacji z klientami. Szczególnego znaczenia nabiera ta praktyka w kontekście strategii rozwoju nowych produktów/usług w przedsiębiorstwie. Uwzględnianie informacji pochodzących od klienta wskazuje z jednej strony na odpowiedzialne podejście do oczekiwań i potrzeb klientów, z drugiej strony prezentuje odpowiedzialność w prowadzeniu polityki innowacyjnej zgodnej z wymaganiami rynku. Potwierdzenie odpowiedzialności w rozwoju nowych produktów/usług znajduje swoje odzwierciedlenie również w propagowaniu zasad zrównoważonej konsumpcji, która została wskazana przez połowę badanych jako odpowiedzialna praktyka.

Wysokie wskazania dla powyższej praktyki są spójne ze wskazaniami przedsiębiorstw odnośnie praktyki włączania klientów w proces tworzenia nowych produktów/usług, która również odnotowała wzrost wskazań o 4 p.p. w porównaniu do wyników z 2023 roku.

Wzrost o 3 p.p. w porównaniu z ubiegłoroczną falą badań odnotowała również praktyka preferowania lokalnych dostawców produktów/usług oraz praktyka stosowania zrównoważonego podejścia uwzględniając aspekty społeczne, środowiskowe i ekonomiczne na każdym etapie dostaw.

Niewielki spadek (o 1 p.p.) odnotowały trzy najrzadziej wskazywane praktyki tj.: ujawnianie informacji o pochodzeniu składników wytwarzanych produktów, ujawnianie informacji o bezpieczeństwie metod produkcji oraz praktyka aktywnego uczestnictwa w samorządach gospodarczych, która wykazuje tendencję spadkową sukcesywnie od 2022 r.

KOMENTARZ EKSPERTA

LPP jest polską rodzinną firmą odzieżową, zarządzającą 5 markami modowymi: Reserved, Cropp, House, Mohito i Sinsay, których oferta dostępna jest dziś w sprzedaży stacjonarnej i online na 40 rynkach na świecie.

Współpracujemy z przeszło tysiącem dostawców z różnych stron świata, różnych kultur i często działających według odmiennych standardów pracy. Warunkiem koniecznym, aby móc podjąć z nami współpracę, jest przestrzeganie Kodeksu Postępowania LP.P.

Kontrolujemy warunki pracy u naszych dostawców, poddając ich regularnym audytom dokonywanym przez przedstawicieli naszych biur, a także niezależne firmy audytorskie. Jako jedyna firma odzieżowa w Polsce jesteśmy sygnatariuszem porozumienia International Accord, którego celem jest poprawa warunków i bezpieczeństwa pracy w Bangladeszu i Pakistanie. Współpracujemy z amfori BSCI, międzynarodowym stowarzyszeniem działającym na rzecz bardziej transparentnego i zrównoważonego handlu. Dzięki temu, monitorujemy fabryki pod kątem społecznym i środowiskowym. System wspomaga nas w eliminowaniu z naszego łańcucha dostaw podmiotów, które nie zapewniają m.in. godnych warunków pracy i wynagrodzenia.

Zależy nam na tym, aby nasi dostawcy byli świadomi praw swoich pracowników, których powinni bezwzględnie przestrzegać, dlatego od 2018 r. organizujemy w Azji Awarness Day, podczas którego edukujemy dostawców w zakresie praw człowieka, praw pracowniczych i zasad BHP.

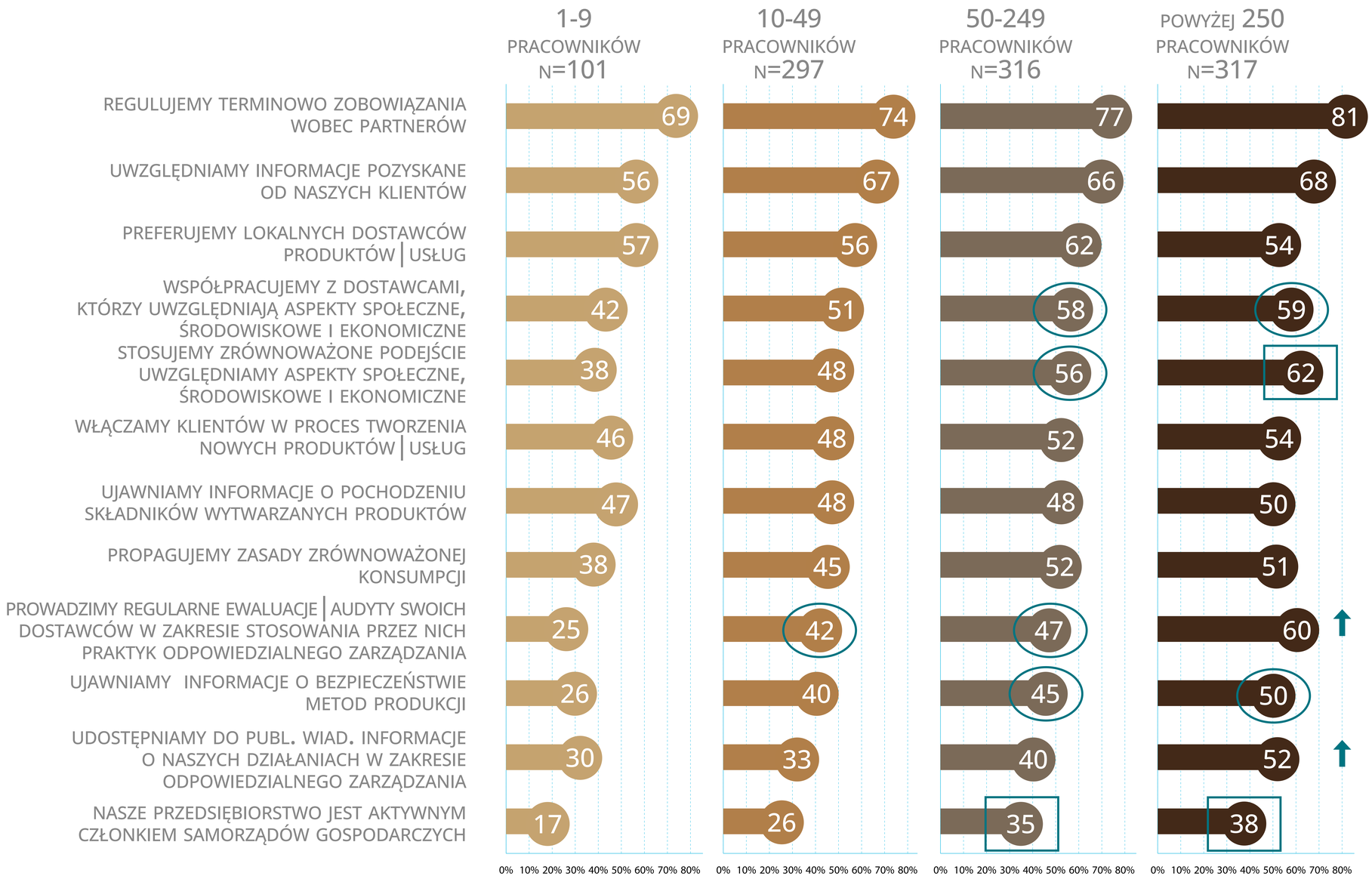
Od 2018 roku liczymy swój ślad węglowy, który w przypadku firmy działającej w naszym modelu biznesowym w 99% powstaje w łańcuchu dostaw, dlatego też współpraca z naszymi dostawcami i partnerami biznesowymi jest kluczowa. Zgodnie z przyjętą strategią dekarbonizacji, zatwierdzoną przez SBTi, planujemy m.in. zaangażować naszych dostawców do ustalenia ich własnych celów dekarbonizacyjnych – to pokazuje, że również w kwestiach środowiskowych działamy jako system naczyń połączonych, gdzie duże przedsiębiorstwa mogą w pozytywny sposób wpłynąć na mniejsze. Tego typu praktyka znajduje odzwierciedlenie w wynikach barometru, który jasno pokazuje, że to duże firmy oraz te działające w zakresie produkcji bardziej świadomie i holistycznie podchodzą do kwestii odpowiedzialnej współpracy z dostawcami i partnerami. Rośnie też świadomość, że analizując swój ślad środowiskowy, firmy muszą patrzeć na cały łańcuch wartości i podejmować działania na styku z dostawcami, aby minimalizować negatywny wpływ oraz ryzyka jakie pojawiają się w tych obszarach.

Przywiązywanie stosunkowo małej wagi do ujawniana informacji o pochodzeniu składników oraz nieznaczny spadek tego wskaźnika w tym roku wskazuje, że nie wszystkie firmy zdają sobie sprawę z faktu, że w niedalekiej przyszłości większość produktów podlegać będzie dyrektywie dotyczącej ekoprojektowania, w tym obowiązku cyfrowego paszportu produktu, którego jednym z głównych celów jest przekazanie konsumentom kompleksowych informacji o produkcie, takich jak pochodzenie, użyte materiały, wpływ na środowisko i zalecenia dotyczące utylizacji.

Fakt, że to firmy zatrudniające ponad 250 pracowników biorą pod uwagę aspekty społeczne, środowiskowe i ekonomiczne na każdym etapie łańcucha wartości, może wynikać również ze zbliżającego się obowiązku raportowania zgodnie z dyrektywą CSRD. Pomimo tego, że raportowanie nie może być celem samym w sobie, to jednak staje się bodźcem do analizy swojej działalności z zakresu ESG oraz rozpoczęcia lub wzmocnienia działań w tym zakresie.

Ewa Janczukowicz-Cichosz
Ekspertka ds. zrównoważonego rozwoju
LPP SA

WYKRES: Stosowane praktyki odpowiedzialnego zarządzania w obszarze dostawców i partnerów w zależności od wielkości przedsiębiorstwa

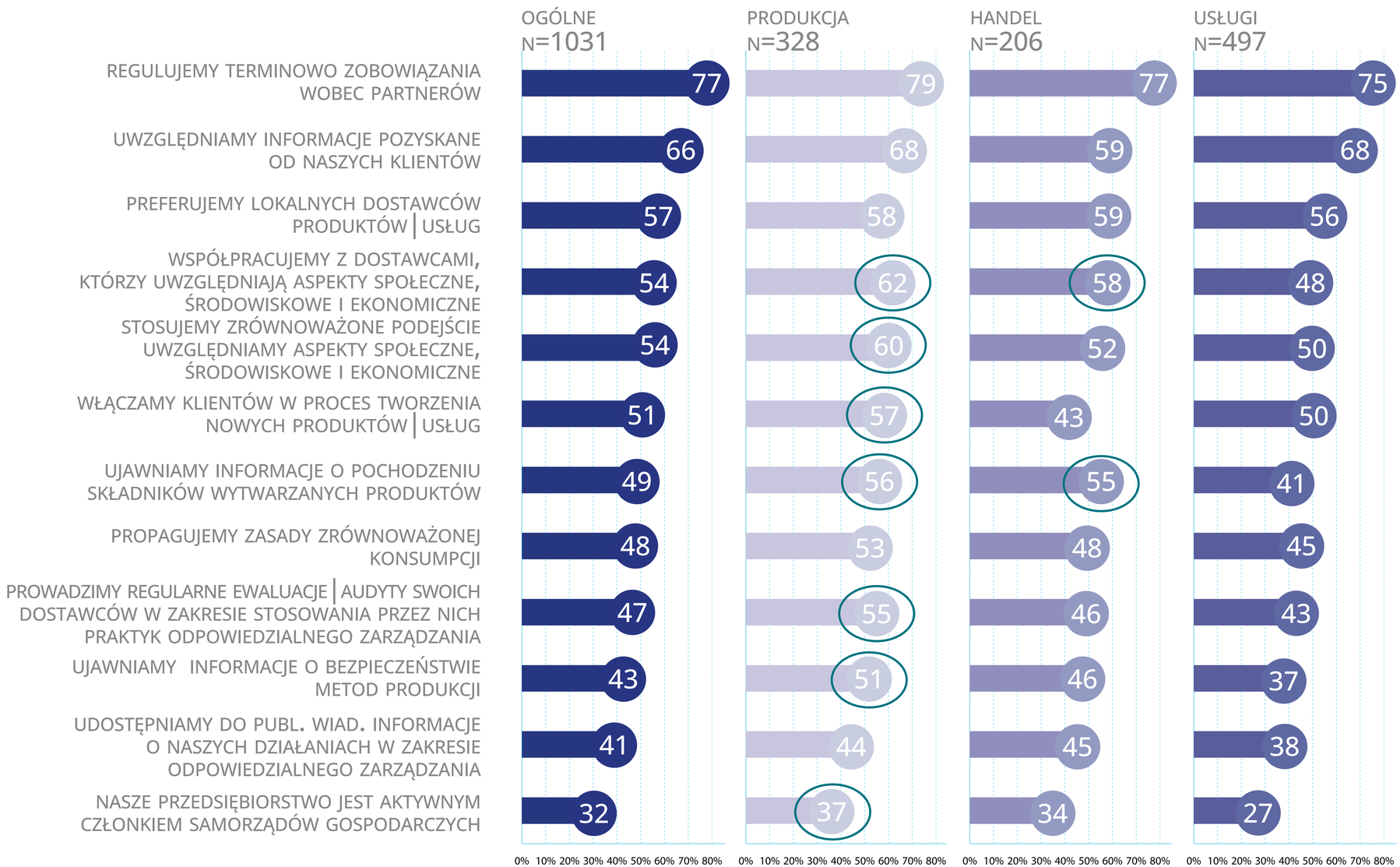


Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

Firmy średnie i duże istotnie częściej od mniejszych podmiotów wdrożyły pięć badanych praktyk dotyczących dostawców i partnerów.

Największe różnice widoczne są w przypadku współpracy z dostawcami, którzy uwzględniają aspekty społeczne, ekonomiczne i środowiskowe oraz praktyki stosowania zrównoważonego podejścia uwzględniając aspekty społeczne, środowiskowe i ekonomiczne na każdym etapie dostaw. Istotnie różnią się wyniki wskazań pomiędzy przedsiębiorstwami najmniejszymi (mikro) a firmami dużymi. Dotyczy to takich praktyki jak: prowadzenia regularnych ewaluacji i audytów swoich dostawców w zakresie stosowania zasad zrównoważonego rozwoju, ujawniania informacji o bezpieczeństwie metod produkcji czy udostępniania do publicznej wiadomości informacji o działaniach w zakresie odpowiedzialnego zarządzania. Jedynie 17% mikro przedsiębiorców wskazało, że jest aktywnym członkiem samorządów gospodarczych w porównaniu do 38% dużych podmiotów.

WYKRES: Stosowane praktyki odpowiedzialnego zarządzania w badanym obszarze w zależności od branży



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

Firmy produkcyjne istotnie częściej od podmiotów funkcjonujących w handlu i usługach wdrożyły większość badanych praktyk.

Stosowanie praktyk w obszarze współpracy z dostawcami i praktykami jest wyższe dla firm produkcyjnych w odniesieniu do ogółu badanych przedsiębiorstw. Sektor produkcyjny odgrywa kluczową rolę w gospodarce, ale jednocześnie ma istotny wpływ na środowisko i społeczeństwo, co czyni zrównoważony rozwój wyjątkowo ważnym aspektem jego działalności. Współpraca firm produkcyjnych z dostawcami i partnerami przyczynia się do budowania efektywnych, zrównoważonych oraz odpornych łańcuchów dostaw. Ze względu na kompleksowość procesów produkcyjnych oraz globalne zależności, współpraca ta jest istotna zarówno z perspektywy operacyjnej, jak i strategii zrównoważonego rozwoju. Firmy produkcyjne coraz częściej integrują zrównoważony rozwój w swoich łańcuchach dostaw, co oznacza, że oczekują od swoich dostawców przestrzegania zasad w tym zakresie. Współpraca z dostawcami może sprzyjać rozwojowi innowacyjnych rozwiązań, zwłaszcza w obszarze zrównoważonych materiałów, nowych technologii oraz logistyki. Partnerzy mogą wspólnie opracowywać bardziej ekologiczne produkty, efektywniejsze procesy czy nowe modele biznesowe, takie jak gospodarka o obiegu zamkniętym. Firmy produkcyjne często współpracują z dostawcami w celu optymalizacji procesów i poprawy efektywności zasobów. Może to obejmować zmniejszenie zużycia energii, wody, surowców i ograniczenie generowanych odpadów.

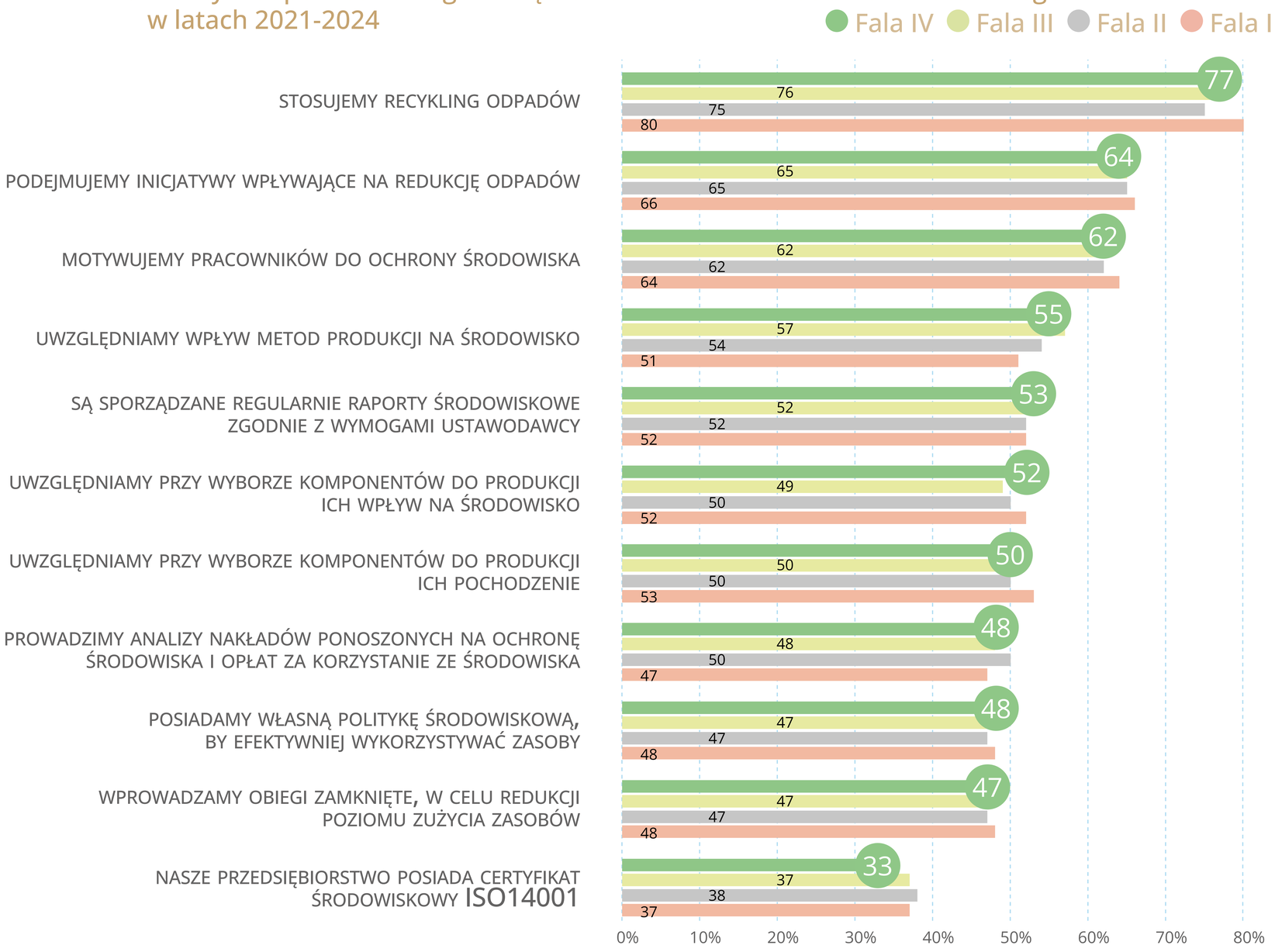
SUBINDEKS ŚRODOWISKO NATURALNE= 0,53

Wiodące praktyki w zakresie stosowania praktyk w obszarze ochrony środowiska naturalnego pozostają niezmienne w przeciągu czterech fal badania: Stosowanie recyklingu, podejmowanie inicjatyw wpływających na redukcję odpadów oraz motywowanie pracowników do ochrony środowiska.

Coraz więcej firm dostrzega konieczność działań proekologicznych i zmiany swojej strategii biznesowej w kierunku bardziej przyjaznym dla planety, co jest widoczne w podejmowanych działaniach na rzecz ochrony środowiska. W pierwszej kolejności przedsiębiorstwa koncentrują się na praktykach oszczędzających zasoby (procesy zamknięte, zarządzanie odpadami czy zakupy komponentów).

Stosowanie nowoczesnych zasad zarządzania środowiskowego staje się bowiem nie tylko wyrazem ekologicznej świadomości przedsiębiorców lecz także instrumentem walki konkurencyjnej. Posiadanie i stosowanie systemów środowiskowych znacznie poprawia wizerunek firmy i wzmacnia pozycję rynkową. Konsumenci w coraz większym stopniu zwracają uwagę na rodzaj stosowanych opakowań, na możliwość stosowania recyklingu, na ograniczenie szkodliwego wpływu emisji, ścieków a nawet hałasu. Migracja konsumentów w kierunku zdrowych i bezpiecznych produktów stawia wytwórców nie spełniających tych kryteriów w trudnej sytuacji ekonomicznej i wymusza także z ich strony działania prośrodowiskowe.

WYKRES: Praktyki odpowiedzialnego zarządzania w obszarze środowiska naturalnego w latach 2021-2024

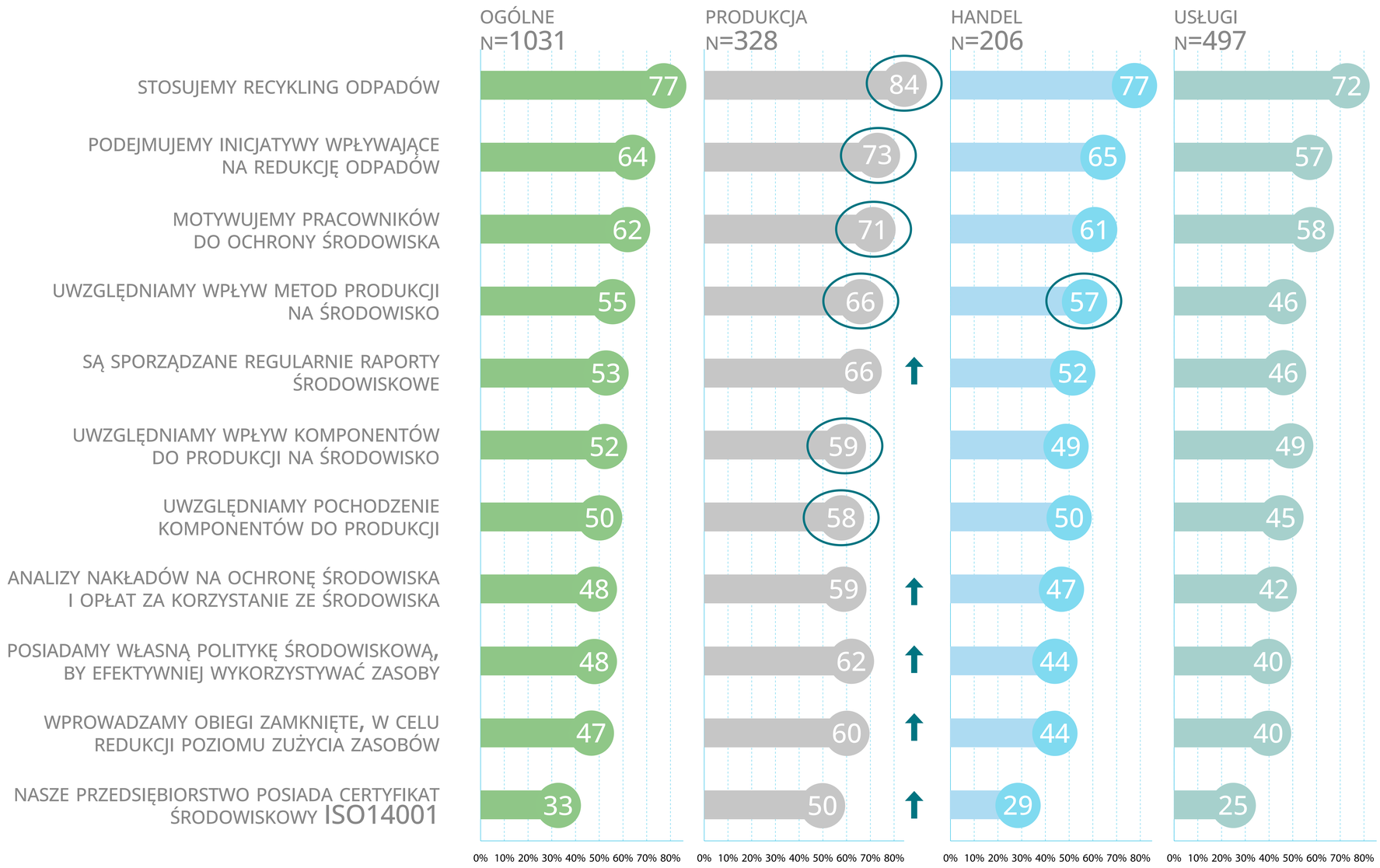


Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %

Analizując wyniki na przełomie czterech lat działalności, można zauważyć, że wiodąca praktyka odnosi się do recyclingu odpadów, chociaż w stosunku do pierwszej fali można zauważyć spadek o 3 p. p. niemniej jednak, delikatny trend zniżkowy został zahamowany, który był widoczny od drugiej fali.
W pierwszych trzech falach badania widoczny był wzrost odpowiedzi twierdzącej w stosunku do praktyki uwzględniania wpływu metod produkcji na środowisko, natomiast w czwartej fali badania nastąpił spadek o 2 p. p. jednak ta różnica nie jest istotna statystycznie.
Spośród wszystkich praktyk najmniej popularną praktyką jest posiadanie systemu certyfikacji ISO 14001, która jest obecna w 33% badanych przedsiębiorstwach i z roku na rok, coraz mniej przedsiębiorstw jest zainteresowanych wdrożeniem takiej certyfikacji. 62% badanych przedsiębiorstw motywuje pracowników do ochrony środowiska i wynik ten jest na takim samym poziomie od drugiej fali ale jest gorszy o 2 p.p. w stosunku do pierwszej fali.
Tylko 53% analizowanych przedsiębiorstw sporządza regularne raporty środowiskowe i co ciekawe nastąpiła nieznaczna poprawa o jeden p.p. Prawie połowa 48% badanych przedsiębiorstw posiada opracowaną politykę środowiskową, nieznaczny spadek o jeden p.p. został powstrzymany i odzwierciedla wynik z I fali.
Stosowanie obiegów zamkniętych jest stosowane przez 47% przedsiębiorstw i wynik pozostał na tym samym poziomie w porównaniu do wyników z fali pierwszej.

Branża produkcyjna wdraża istotnie częściej wszystkie badane praktyki dotyczące środowiska naturalnego

WYKRES: Ochrona środowiska naturalnego a branża działalności

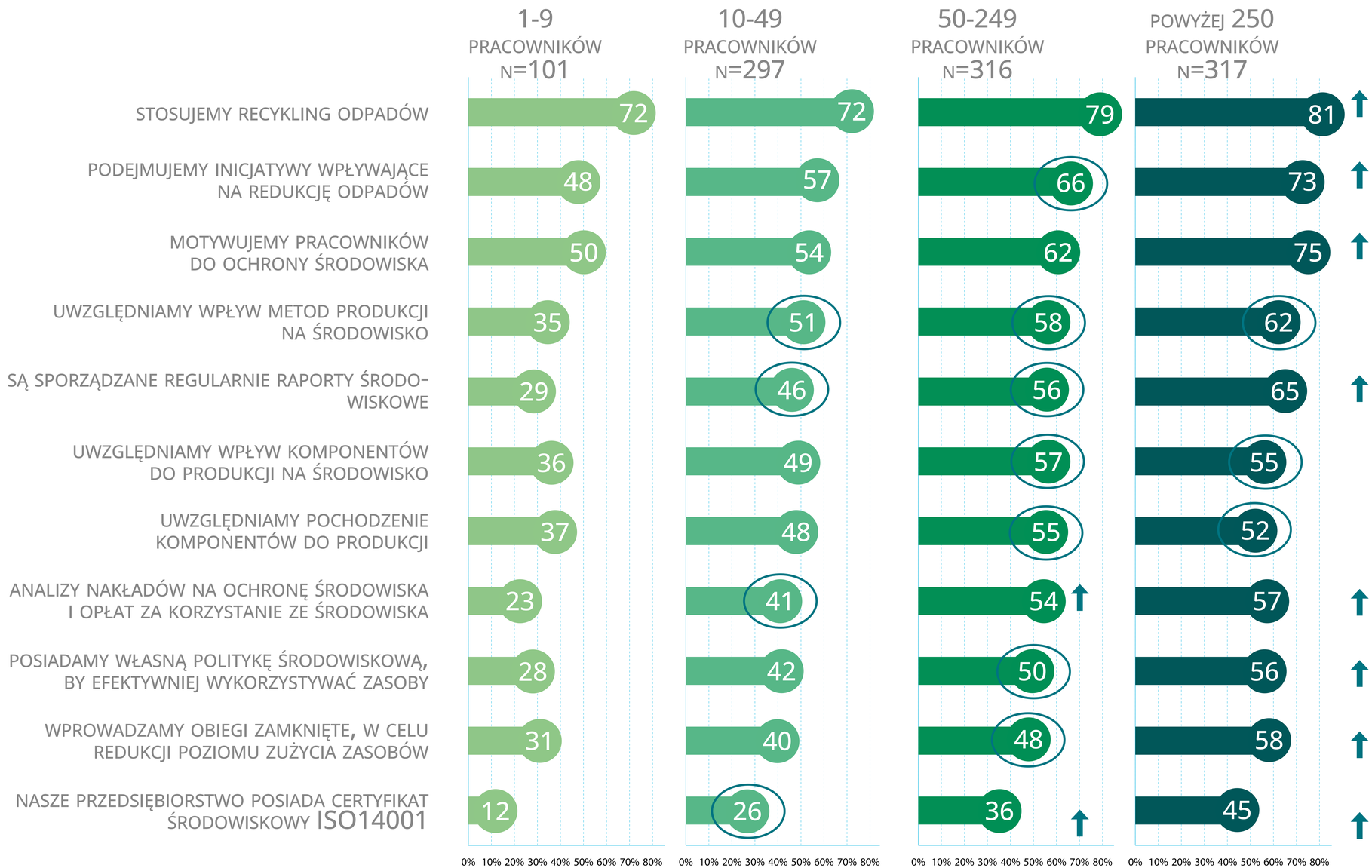


Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %

Analizując praktyki ochrony środowiska w przekroju branżowym, stosowane praktyki dla firm produkcyjnych są wyższe od ogółu badanych firm. Można to uzasadnić faktem, iż prowadzenie firmy produkcyjnej wiąże się z przestrzeganiem wielu przepisów dotyczących m.in. gospodarki odpadami lub emisji zanieczyszczeń. Branża produkcyjna wdraża istotnie częściej, praktyki takie jak: opracowanie polityki środowiskowej – 62%, sporządzanie regularnych raportów środowiskowych – 66%, wprowadzanie obiegów zamkniętych – 60%, uwzględnianie wpływu komponentów do produkcji na środowisko – 59%, posiadanie własnej polityki środowiskowej – 62% czy posiadanie certyfikatu ISO 14001 – 49%. Warto wspomnieć, iż różnica w posiadaniu certyfikatu ISO 14001 w stosunku do ogółu przedsiębiorstw jest znaczna bo stanowi 17 p.p. i jest to najwyższa różnica plasująca przedsiębiorstwa produkcyjne na podium.

Im większe przedsiębiorstwo, tym większa częstotliwość wdrażania praktyk z zakresu ochrony środowiska naturalnego

WYKRES: Ochrona środowiska naturalnego a wielkość przedsiębiorstwa



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

Firmy zatrudniające więcej niż 250 pracowników w najwyższym stopniu przestrzegają praktyk odpowiedzialnego zarządzania środowiskiem naturalnym z wyłączeniem dwóch praktyk: uwzględniamy wpływ komponentów do produkcji na środowisko (55%) oraz uwzględniamy pochodzenie komponentów do produkcji (52%), które plasują się lepiej w firmach średnich. Ta różnica nie jest istotna statystycznie bo stanowi odpowiednio 2 i 3 p. p. Duże firmy wiodą również prym w motywowaniu pracowników do ochrony środowiska, co zostało wskazane przez 75% badanych przedsiębiorstw. Najsłabiej pod względem stosowania praktyk odpowiedzialnego zarządzania w zakresie ochrony środowiska plasują się mikro firmy zatrudniające do 9 pracowników a szkoda bo wiele działań w zakresie ochrony środowiska może odbywać się bezkosztowo i jednocześnie wyniki wskazują na niski poziom świadomości wśród mikro przedsiębiorstw.

KOMENTARZ EKSPERTA

Otrzymane wyniki świadczą o wysokiej dojrzałości badanych przedsiębiorstw w kwestii ochrony środowiska naturalnego. Jako Samsung Electronics Polska stawiamy na innowacje w zakresie obiegu zamkniętego oraz edukację pracowników co jest zbieżne z wynikami badań przeprowadzonych w ramach „Barometru Społęecznej odpowiedzialności Przedsiębiorstw". Zdajemy sobie sprawę, że zwiększenie możliwości naprawy produktów oraz jakości serwisu wpływają nie tylko na satysfakcję klienta, ale są również przejawem odpowiedzialności firmy za przedłużanie cyklu życia produktów, ograniczenie ilości odpadów oraz wspieranie recyklingu. Za tymi celami idą konkretne działania, takie jak: aktualizacje oprogramowania urządzeń, wdrożenie usługi samodzielnej naprawy, wymiana mniejszych komponentów w naprawianych produktach przy minimalnym zużyciu materiałów czy usługa wsparcia zdalnego ograniczająca zaangażowanie floty serwisowej. Ponadto prowadzimy także cykl szkoleniowy „Akademia Klimatu", który ma uwrażliwić pracowników na kwestie ochrony środowiska oraz priorytet jaki nadajemy tym działaniom w naszej firmie.

Magdalena Olborska
ESG Manager Samsung Electronics Polska

SUBINDEKS SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA = 0,40

Społeczność lokalna – ważny interesariusz współczesnego biznesu

WYKRES: Praktyki z zakresu działań na rzecz społeczności lokalnej w latach 2021, 2022, 2023 i 2024

Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1007 (2021), N=1005 (2022), N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %

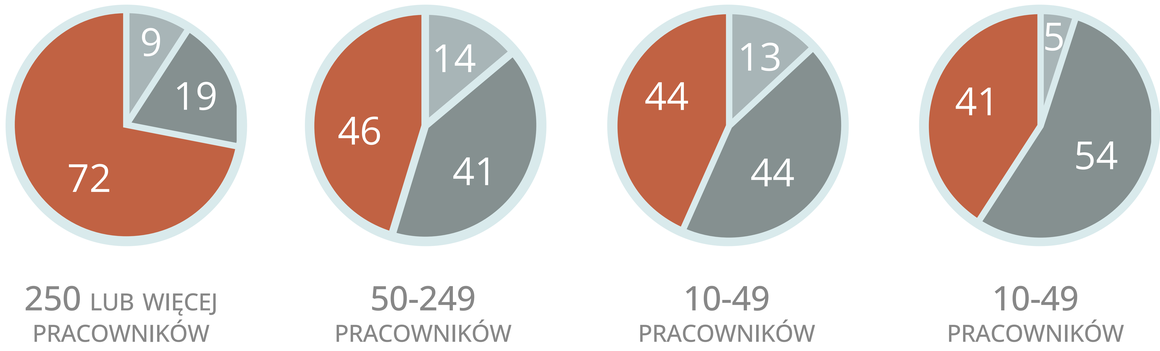
Mimo że społeczność lokalna jest kluczowym interesariuszem dla przedsiębiorstw w kontekście realizowania założeń gospodarki o obiegu zamkniętym oraz zmniejszania śladu węglowego, to wyniki badań, wskazują na realny wzrost zaangażowania firm w działania na rzecz społeczności lokalnej.
Nieznaczne różnice w odpowiedziach, nie dają podstaw do jednoznacznego określenia czy zmiany te są początkiem pewnych trendów spadkowych lub wzrostowych, czy mieszczą się w granicach błędów statystycznych.

Analizując poszczególne rodzaje aktywności oraz różne grupy przedsiębiorstw, warto zwrócić uwagę na następujące zjawiska:

- przedsiębiorstwa działające powyżej 10 lat mają przewagę wobec tych o krótszej historii rynkowej w zakresie podejmowania działalności charytatywnej (56% odpowiedzi twierdzących w tej grupie, wobec 33% w przedsiębiorstwach funkcjonujących do 2 lat);
- zdecydowanie częściej działania na rzecz społeczności lokalnej podejmują przedsiębiorstwa, które mają przewagę kapitału zagranicznego (68% reprezentantów tej grupy przedsiębiorstw potwierdza badaną praktykę, podczas gdy jedynie 48% przedstawicieli podmiotów z przewagą kapitału polskiego deklaruje prowadzenie omawianych działań przez ich przedsiębiorstwa);
- przedsiębiorstwa o zasięgu międzynarodowym, wyróżniają się w zakresie podejmowania działalności na rzecz społeczności lokalnej (60% respondentów potwierdza tę praktykę), ale warto również zwrócić uwagę na to, że wśród przedsiębiorstw o zasięgu lokalnym, jest ona również popularna (53% odpowiedzi twierdzących) – w przypadku drugiej ze wskazanych grup atrakcyjność tej dobrej praktyki wynika zapewne z ogólnego zaangażowania przedsiębiorstw o lokalnym zasięgu w życie społeczeństwa, z którego wywodzą się zarówno właściciele, jak i w większości pracownicy danych podmiotów;

- wśród makroregionów najwięcej procentowo przedsiębiorstw prowadzi działalność na rzecz społeczności lokalnej w Makroregionie Północno-Zachodnim (62%), a najmniej w Makroregionie Centralnym (37%), z kolei na poziomie województw najlepiej prezentują się w tym zakresie województwa opolskie i pomorskie (65%) oraz zachodniopomorskie (64%), a najsłabiej łódzkie (36%) i lubuskie (33%).

WYKRES:
Podejmowanie działalności charytatywnej w 2024 roku



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania, n=1031, dane w %

Zakres zaangażowania w działalność charytatywną, to rodzaj zaangażowania na rzecz społeczności lokalnej, w którym aktywność przedsiębiorstw jest dość zróżnicowana. Warto zwrócić uwagę na zróżnicowanie odpowiedzi w podejmowaniu działalności charytatywnej przez przedsiębiorstwa w zależności od liczby pracowników w nich zatrudnionych. Można uznać, że dla przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 250 pracowników różnego rodzaju aktywności na rzecz społeczności lokalnej są praktycznie standardem (przedstawiciele powyżej 72% przedsiębiorstw wskazanej grupy potwierdzają tę praktykę).
Z kolei w przedsiębiorstwach zatrudniających od 10 do 250 pracowników (mowa tu o dwóch grupach badanych przedsiębiorstw: zatrudniających 10-49 pracowników oraz 50-249 pracowników) respondenci w większym stopniu wybierają odpowiedź „nie wiem" (13-14 % takich wskazań). Może to świadczyć, między innymi, o słabej komunikacji wewnątrz tychże podmiotów w zakresie podejmowania działalności na rzecz społeczności lokalnych, w tym działań charytatywnych.
W przypadku ponad połowy małych, zatrudniających mniej niż 10 osób, podmiotów (54% badanych przedsiębiorstw) nie są w ogóle podejmowane żadne działania charytatywne.

WYKRES:
Promowanie aktywności fizycznej w 2024 roku

Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

W obliczu faktu, że sedenteryjny, a więc siedzący tryb życia, uznawany jest za jeden z głównych czynników pogarszających stan zdrowia Polaków, w tym dzieci, promowanie aktywności fizycznej, wydaje się jednym z filarów profilaktyki chorób cywilizacyjnych. Niestety większa grupa respondentów neguje (45% ogółu badanych), niż potwierdza (43% odpowiedzi) podejmowanie tej praktyki przez przedsiębiorstwa. Na uwagę zasługuje jednak grupa przedsiębiorstw produkcyjnych, w której aż 50% badanych potwierdza podejmowanie promocji tego typu aktywności przez ich przedsiębiorstwa. Jednocześnie w tej właśnie grupie (przedsiębiorstw produkcyjnych) najmniejszy procent badanych zaprzecza takim praktykom (35%). Wydawać by się mogło, że pracownicy przedsiębiorstw produkcyjnych powinni w większym stopniu niż pracownicy przedsiębiorstw usługowych, czy też handlowych spędzać aktywnie dzień w czasie pracy. W praktyce jednak w wielu przypadkach praca w przedsiębiorstwach produkcyjnych polega na obsłudze maszyn przez pracowników znajdujących się przez większość dnia w jednej pozycji (często siedzącej) lub wykonywaniu przez nich jednego, wielokrotnie powtarzanego ruchu.
Praca w przedsiębiorstwach produkcyjnych może być również obarczona ryzykiem konsekwencji sedenteryjnego trybu życia (szczególnie w dobie robotyzacji). W związku z powyższym oraz w celu uniknięcia schorzeń wynikających z powtarzania danego ruchu wielokrotnie w ciągu dnia przez pracowników zakładów produkcyjnych przedstawiciele tej grupy kładą nacisk na promocję aktywności fizycznej pracowników, będących często przedstawicielami społeczności lokalnej zamieszkującej okolice zakładu, w którym pracują.

Inne ważne wnioski nasuwające się po analizie odpowiedzi respondentów na pytanie o promowanie aktywności fizycznej, kształtują się następująco:

- zdecydowanie więcej (procentowo) przedsiębiorstw z przewagą kapitału zagranicznego podejmuje praktykę promocji aktywności fizycznej (51%), niż przedsiębiorstw z przewagą kapitału polskiego (40%); co więcej, w przypadku badanych przedstawicieli przedsiębiorstw z przewagą polskiego kapitału zdecydowanie więcej respondentów twierdzi, że w ich podmiotach nie promuje się w ogóle aktywności fizycznej (49%), niż w grupie przedsiębiorstw z przewagą kapitału zagranicznego (34%);
- przedsiębiorstwa działające w skali międzynarodowej, wyróżniają się w zakresie promocji aktywności fizycznej (46% respondentów potwierdza tę praktykę), ale warto również zwrócić uwagę na to, że wśród przedsiębiorstw

o zasięgu lokalnym, jest ona także popularna (przedstawiciele 45% przedsiębiorstw o zasięgu lokalnym deklarują podejmowanie badanych działań). Należy jednocześnie podkreślić, że widoczna jest przewaga procentowa pozytywnych odpowiedzi w przypadku grup przedsiębiorstw o zasięgu międzynarodowym oraz lokalnym, tak samo, jak miało to miejsce w przypadku sformułowanej w bardzo ogólny sposób praktyki podejmowania działalności na rzecz społeczności lokalnej – poza wiodącymi również i w tym przypadku przedsiębiorstwami o zasięgu międzynarodowym (dysponującymi większym budżetem, zespołem, bazą dobrych praktyk), dla tych o zasięgu lokalnym ważne okazuje się być ich najbliższe otoczenie, a konkretnie jego mieszkańcy;

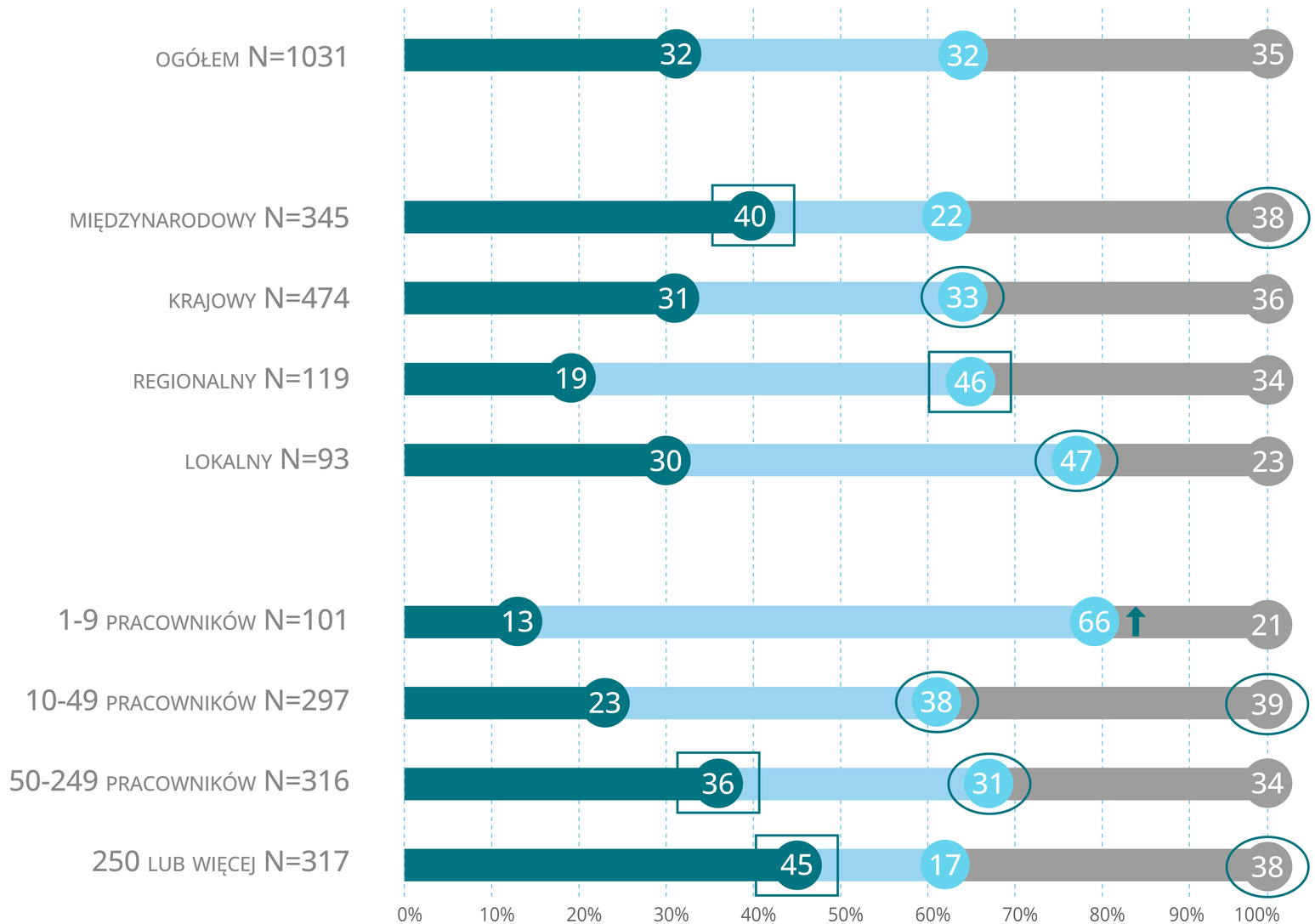
- wśród makroregionów najwięcej procentowo przedsiębiorstw prowadzi praktykę promocji aktywności fizycznej w Makroregionie Północnym (51%), a najmniej w Makroregionach Centralnym (34%), z kolei na poziomie województw najlepiej prezentują się w tym zakresie województwa podkarpackie (63%) oraz pomorskie i zachodnio-pomorskie (po 65%), a najsłabiej lubuskie i opolskie (po 29%) oraz warmińsko-mazurskie (tylko 26%).

KOMENTARZ EKSPERTA

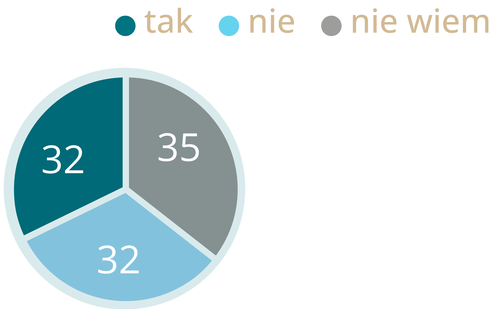
Działania na rzecz społeczności lokalnej powinny być na stałe wpisane w zakres funkcjonowania wszystkich przedsiębiorstw. Uzyskane wyniki badań potwierdzają obserwacje rynku dotyczące zaangażowania poszczególnych przedsiębiorców w budowaniu relacji, rozwoju i wspierania społeczności lokalnych. Okazuje się, że w działalność przedsiębiorstw międzynarodowych wpisana jest troska i zaangażowanie w działania na rzecz okolicznych mieszkańców, którzy często są pracownikami danej firmy. Zjawisko to, niewątpliwie związane jest z dłuższą tradycją takich działań w przedsiębiorstwach międzynarodowych. Natomiast podobne zjawisko występuję w firmach zatrudniających większą ilość pracowników, na co wpływ ma większy kapitał przedsiębiorstwa oraz troska pracowników wyższego szczebla o relacje i stosunki, a także wpływ na zaangażowanie pracowników niższego szczebla. Podobnie jest z dbałością o aktywność fizyczną pracowników, firmy z większym i zagranicznym kapitałem mają świadomość, możliwości oraz zasoby finansowe aby dbać o zdrowie i dobre samopoczucie pracowników, co w rezultacie przekłada się na zdrowie i dobre samopoczucie. Świadomość wymienionych powyżej aktywności wpływa na polepszenie relacji w firmie, wydajność, a co za tym idzie ma nieodzowny wpływ na pozycję firmy na rynku.

Iwona Wawrzeniuk
Przedstawiciel Stowarzyszenia Reditus

WYKRES: Czy w przedsiębiorstwie zostały dotychczas wdrożone działania, strategie lub polityki zrównoważonego rozwoju / ESG?



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania, N=1031, dane w %



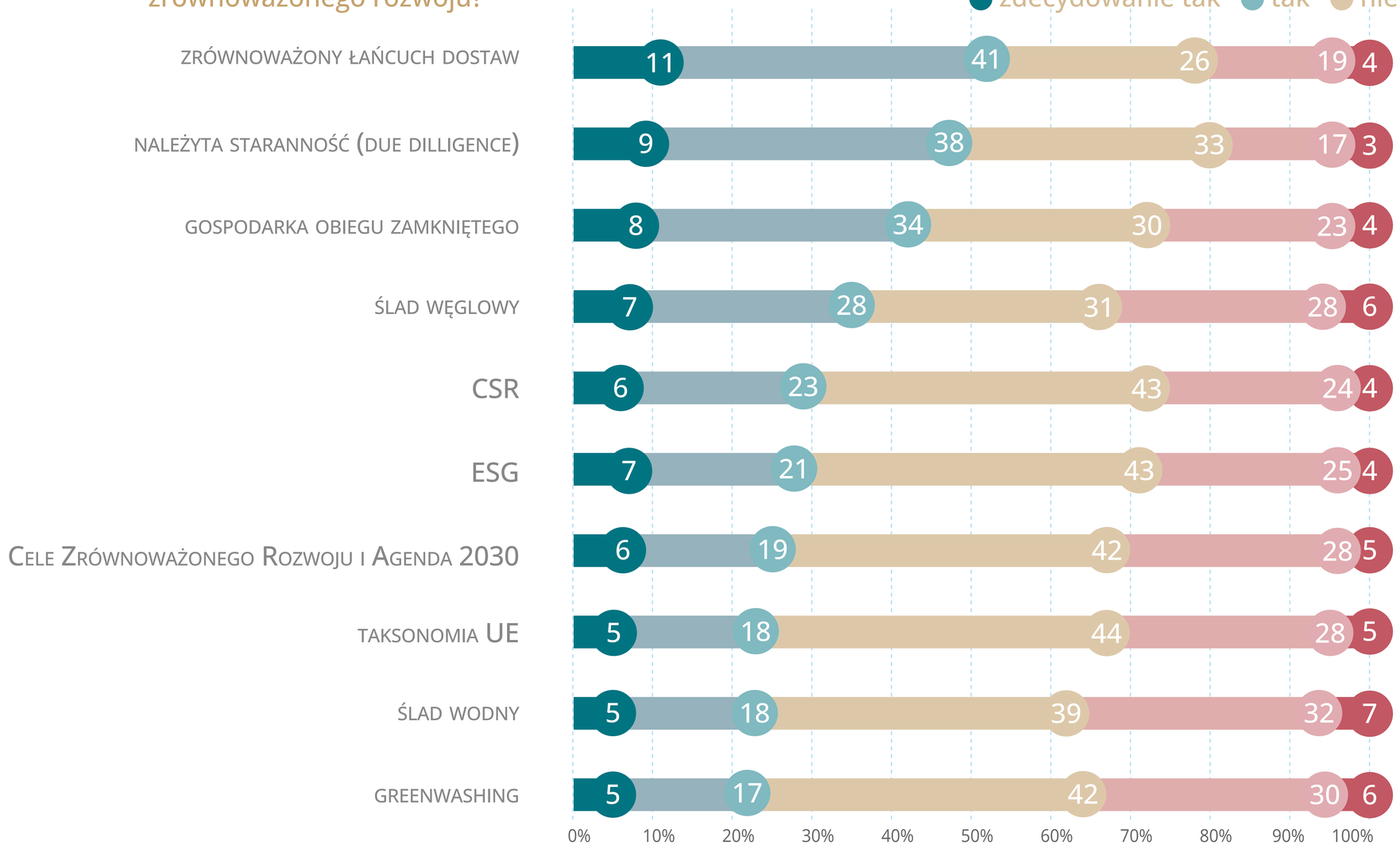
Zrównoważony rozwój (sustainable development) to podejście, które uwzględnia jednoczesne spełnianie celów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych dlatego w naszych badaniach, oprócz pomiaru społecznej odpowiedzialności biznesu po raz pierwszy w czwartej fali zadaliśmy przedsiębiorcom pytania odnoszące się do kwestii zrównoważonego rozwoju.

Pracownicy firm średnich oraz dużych a także działających na rynku międzynarodowym deklarują istotnie częściej, że w ich przedsiębiorstwie zostały wdrożone działania, strategie lub polityki zrównoważonego rozwoju

Tylko 32% respondentów uznaje, że w ich firmach zostały wdrożone działania polityki czy strategie zrównoważonego rozwoju. 35% respondentów, nie ma wiedzy na temat czy polityka zrównoważonego rozwoju została wdrożona co świadczy albo o ignorancji albo braku jakichkolwiek działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa.
Mimo że przedsiębiorstwa o międzynarodowym zasięgu w największym stopniu opracowały strategie, polityki działania zrównoważonego rozwoju wskazane przez 40% respondentów, to wśród tych przedsiębiorstw pojawił się najwyższy odsetek odpowiedzi – nie wiem – 38% . Badania pokazują, że najwyższy poziom świadomości występuje wśród przedsiębiorstw dużych - 45%.

Zrównoważony łańcuch dostaw i należyta staranność to obszary najczęściej wskazywane jako istotne w działalności badanych przedsiębiorstw

WYKRES: Czy w działalności biznesowej Pani/a przedsiębiorstwa istotne są obszary związane z poniższymi określeniami zrównoważonego rozwoju?

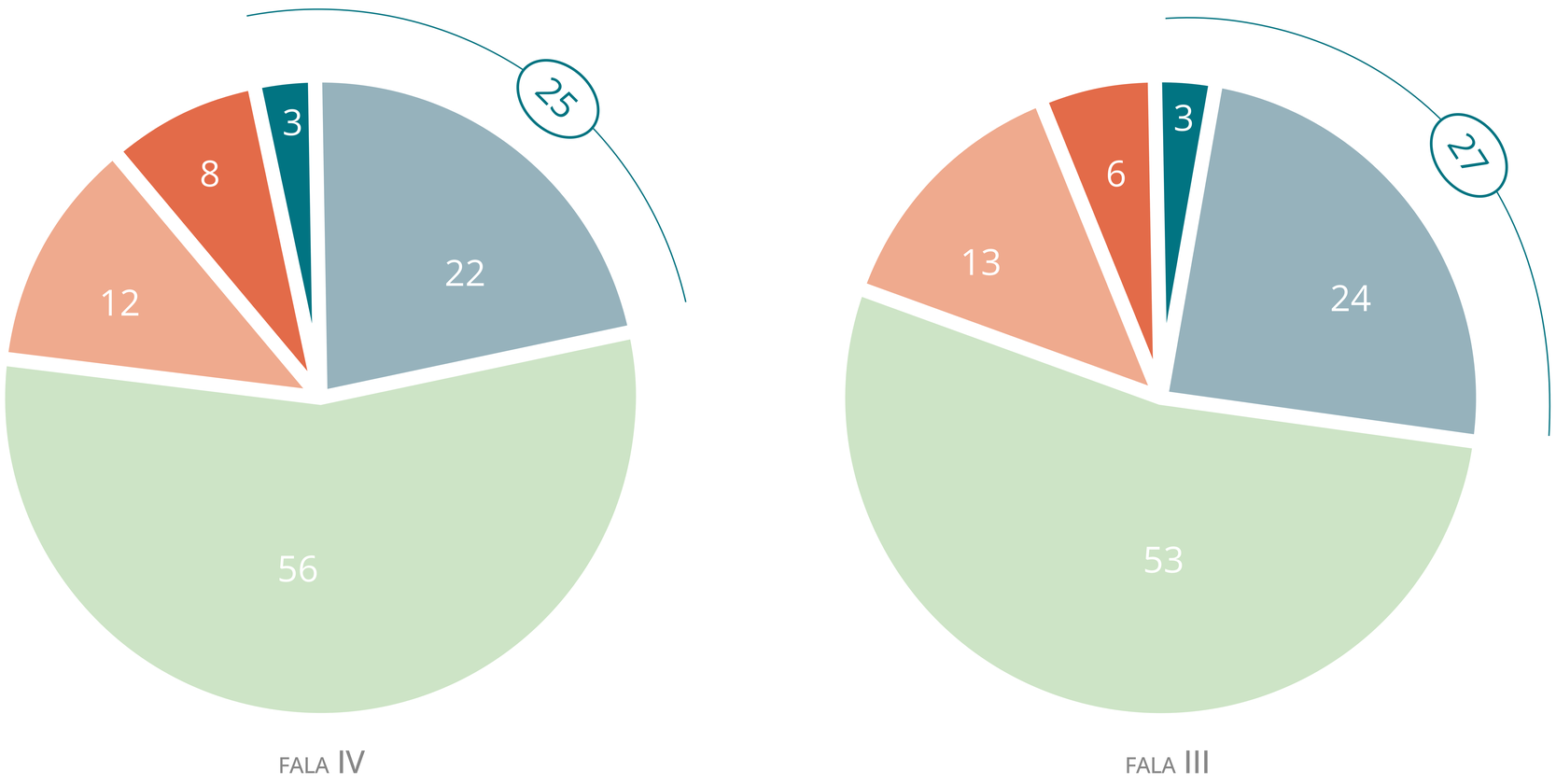


Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania, N=1031, dane w %

Przedsiębiorstwa zaczynają dostrzegać, że etyczne praktyki związane z łańcuchem dostaw mają istotny priorytet co zostało wskazane przez 52% respondentów (biorąc pod uwagę odpowiedzi tak i zdecydowanie tak). Zarządzanie Big Data, zaawansowane analizy, sztuczna inteligencja (AI) i narzędzia bezpieczeństwa, takie jak czujniki blockchain i RFID, zapewniły niespotykaną dotąd przejrzystość i odpowiedzialność w nowoczesnych łańcuchach dostaw. Przedsiębiorstwa posiadają teraz znacznie większe możliwości – i obowiązek – wykazania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Projekt dyrektywy w sprawie należytej staranności w zakresie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, Dyrektywa CSDD, CSDDD) został przedstawiony przez Komisję Europejską w lutym 2022 roku. Parlament Europejski przyjął ją ostatecznie 24 kwietnia 2024, dlatego nie dziwi wynik, że na drugim miejscu przedsiębiorcy podali należytą staranność.

WYKRES: Stopnień przygotowania firmy do raportowania niefinansowego

bardzo mały · mały · średni · duży · bardzo duży

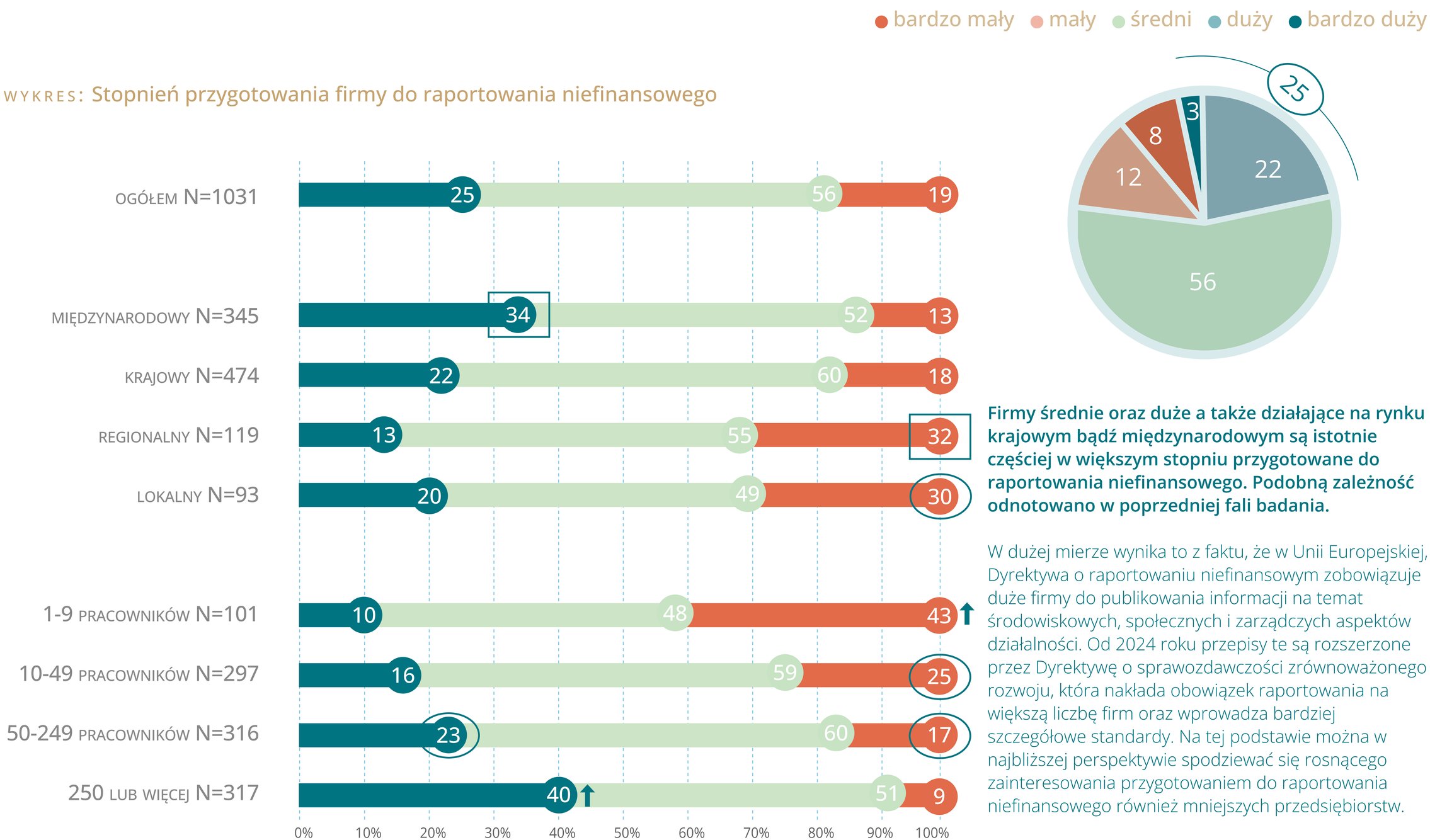


Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1002 (2023), N=1031 (2024), dane w %

Raportowanie niefinansowe staje się coraz bardziej uregulowane na poziomie międzynarodowym i krajowym. Raportowanie niefinansowe służy ujawnianiu przez przedsiębiorstwa informacji dotyczących aspektów związanych z ich wpływem na środowisko, społeczeństwo oraz ład korporacyjny. Dzięki temu zarówno interesariusze, jak i klienci, inwestorzy, pracownicy czy społeczności lokalne otrzymują pełniejszy obraz działalności przedsiębiorstwa, zwłaszcza w kontekście odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju.

W porównaniu do poprzedniej fali badania spadł odsetek firm wskazujących duży stopień przygotowania do raportowania niefinansowego.
Jednocześnie nieznacznie spadła ilość przedsiębiorstw, które są przygotowane do raportowania niefinansowego w bardzo małym lub małym stopniu.

WYKRES: Stopnień przygotowania firmy do raportowania niefinansowego

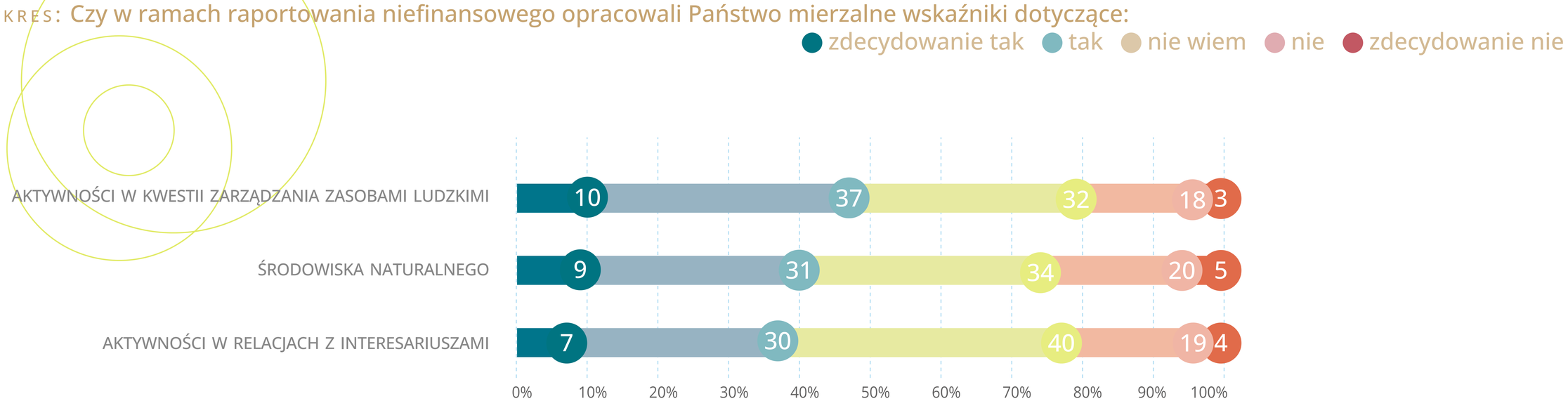


Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania, N=1031, dane w %

Firmy średnie oraz duże a także działające na rynku krajowym bądź międzynarodowym są istotnie częściej w większym stopniu przygotowane do raportowania niefinansowego. Podobną zależność odnotowano w poprzedniej fali badania.

W dużej mierze wynika to z faktu, że w Unii Europejskiej, Dyrektywa o raportowaniu niefinansowym zobowiązuje duże firmy do publikowania informacji na temat środowiskowych, społecznych i zarządczych aspektów działalności. Od 2024 roku przepisy te są rozszerzone przez Dyrektywę o sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju, która nakłada obowiązek raportowania na większą liczbę firm oraz wprowadza bardziej szczegółowe standardy. Na tej podstawie można w najbliższej perspektywie spodziewać się rosnącego zainteresowania przygotowaniem do raportowania niefinansowego również mniejszych przedsiębiorstw.

WYKRES: Czy w ramach raportowania niefinansowego opracowali Państwo mierzalne wskaźniki dotyczące:



Źródło: badania empiryczne Instytutu Zarządzania SGH, N=1031, dane w %

W porównaniu do poprzedniej fali badania odnotowano mniejszy odsetek firm, które opracowały mierzalne wskaźniki dotyczące wszystkich trzech kwestii.
Wskaźniki w raportowaniu niefinansowym odgrywają kluczową rolę, ponieważ umożliwiają firmom mierzenie, monitorowanie oraz komunikowanie ich wyników w obszarach związanych z ochroną środowiska, społeczną odpowiedzialnością oraz ładem korporacyjnym.

Jak wskazują otrzymane wyniki, w badanym obszarze jest jeszcze niska świadomość znaczenia kwantyfikowania swojej aktywności w obszarze zrównoważonego rozwoju. Rodzi to również potrzebę zwiększania kompetencji i umiejętności parametryzowania swojej działalności w tym zakresie. Dzięki wskaźnikom, raporty niefinansowe stają się bardziej przejrzyste, wiarygodne i łatwiejsze do porównania, co jest istotne zarówno dla interesariuszy, jak i samego przedsiębiorstwa.

INSTYTUT ZARZĄDZANIA

Instytut Zarządzania jest jednostką badawczo-dydaktyczną w strukturach Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie skupiającą 37 pracowników. W skład Instytutu wchodzą: Katedra Zrównoważonego Biznesu, Katedra Zarządzania Strategicznego, Katedra Badań Zachowań Konsumentów, Katedra Zarządzania Projektami, Zakład Strategii Personalnych, Zakład Strategii Międzynarodowych.

Specjalizujemy się w badaniach nad trendami w zarządzaniu organizacjami oraz w zachowaniach konsumentów. Duży nacisk kładziemy na rozwój wiedzy w obszarze nowoczesnych modeli działania przedsiębiorstw, kształtowzarządzania projektami i procesami, tworzenia i wdrażania strategii, ale też na poznanie uwarunkowań konsumpcji oraz jej powiązań z poziomem i jakością życia. W swojej działalności łączymy wiedzę akademicką z praktyką gospodarczą poprzez współpracę z centralnymi instytucjami państwowymi, firmami doradczymi, organizacjami międzynarodowym, organizacjami samorządu gospodarczego oraz licznymi firmami krajowymi i zagranicznymi. Poprzez liczne inicjatywy badawczo-eksperckie oraz kształcenie na poziomie studiów podyplomowych i MBA, staramy się wspierać przedsiębiorstwa i organizacje w doskonaleniu procesów zarządzania. Obecnie jednym z głównych projektów Instytutu są badania odpowiedzialnego zarządzania i społecznej odpowiedzialności konsumentów stanowiące podstawę do wyznaczania kierunków zmian dla podmiotów chcących realizować strategię społecznej odpowiedzialności biznesu. Inne podejmowane tematy badawcze dotyczą: przywództwa, kultury organizacyjnej, nowych funkcji HR, działania grup kapitałowych, strategii liderów, zarządzania projektami, zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem, zarządzania innowacjami, a także zachowań konsumentów na wybranych rynkach towarów i usług (w tym e-usług), trendu ekologizacji oraz turystyki medycznej.

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Forum Odpowiedzialnego Biznesu to organizacja ekspercka, będąca inicjatorem i partnerem przedsięwzięć kluczowych dla CSR w Polsce. Działając na rzecz zrównoważonego rozwoju, inspirujemy biznes, który zmienia świat, łączymy ludzi, którzy zmieniają biznes. W tym celu w ramach m.in. Programu Partnerstwa FOB wspieramy firmy w stawaniu się bardziej odpowiedzialnymi, budujemy koalicje wokół rozwiązywania problemów społecznych, tworzymy społeczność firm zaangażowanych społecznie, kreujemy przestrzeń do wymiany doświadczeń pomiędzy menedżerami, administracją publiczną, przedstawiciel(k)ami środowisk akademickich i organizacjami społecznymi. Dla firm działających w Polsce aktywnie poszukujemy rozwiązań z zakresu odpowiedzialności biznesu, adekwatnych do ich możliwości i potrzeb. Podejmowane przez nas inicjatywy służą wzmocnieniu wiedzy sektora gospodarczego na tematy związane z czynnikami ESG oraz inicjowaniu kolejnych projektów odpowiadających bieżącym potrzebom interesariuszy ważnych dla biznesu. Jesteśmy także koordynatorem Karty Różnorodności w Polsce – prowadzonej pod patronatem Komisji Europejskiej międzynarodowej inicjatywy na rzecz promocji i rozpowszechniania polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Więcej informacji o naszych działań można znaleźć na portalu Odpowiedzialnybiznes.pl

ABR SESTA

Jesteśmy instytutem badawczym o globalnych możliwościach. Nasi pracownicy są członkami ESOMAR i PRBRIO. Od 25 lat pomagamy międzynarodowym organizacjom w podejmowaniu trafnych decyzji biznesowych poprzez pogłębione analizy i rekomendacje.

Naszym Partnerem Technologicznym jest SYNO International. Łącząc doświadczenie i technologię oferujemy dostęp do ponad 100 milionów panelistów na całym świecie oraz profesjonalne wsparcie na każdym etapie projektu badawczego m.in. poprzez tłumaczenia i narzędzie, które obsługuje 62 główne języki i 14 dialektów na całym świecie. Dajemy możliwość stworzenia jednego łącza do ankiety, które umożliwia respondentowi wybór języka, który jest dla niego najlepszy, lub stworzenie różnych, z góry ustalonych linków do ankiet dla każdego języka.

Skutecznie przekładamy cele biznesowe na pytania badawcze. Oferujemy wsparcie już na etapie projektowania badania, tj. doboru odpowiedniej grupy badawczej i przygotowania kwestionariusza wywiadu. Naszą przewagą jest szybkość i efektywność działania oraz łatwość docierania do trudno dostępnych grup. Projektu nie kończymy się w chwili przesłania wyników. Przygotowujemy dedykowane raporty i rekomendacje dla lepszego zrozumienia badanych procesów i zjawisk.

Klienci cenią ABR SESTA nie tylko za jakość dostarczanych danych, ale przede wszystkim za pomoc już na etapie projektowania badania oraz wskazywanie w nich cennych insightów.

Dr hab. **Sylwester Gregorczyk,** prof. SGH

Dr hab. **Mateusz Juchniewicz**, prof. SGH

Dr hab. **Sławomir Winch,** prof. SGH

Dr hab. **Wioletta Mierzejewska,** prof. SGH

Dr **Celina Sołek-Borowska**

Dr inż. **Monika Zajkowska**

Dr **Maria Pietrzak**

Dr **Anna Krejner-Nowecka**

Dr **Tomasz Gigol**

Mgr **Hanna Rachoń**

Instytut Zarządzania
www.sgh.waw.pl

dr Paweł Jurowczyk
jurowczyk.p@abrsesta.com
www.abrsesta.com

Michał Traczyk
michal.traczyk@brandy.pl
www.brandy.pl