

Czy firmy w Polsce są społecznie odpowiedzialne?

**Na to pytanie przynosi nam odpowiedzi najnowsze badanie Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej, CSR w praktyce, które przeprowadzone zostało już po raz szósty. Tym razem poza pytaniami dotyczącymi obszarów, w które angażują się firmy oraz zarządzania tym tematem w organizacji, ankieta została poszerzona o kilka zagadnień z obszaru zmian klimatu.**



## Czy firmy w Polsce są społecznie odpowiedzialne?

Najczęstszym powodem, który motywuje przedsiębiorstwa do podjęcia tematu CSR w organizacji jest kwestia wizerunku. Od początku prowadzenia Barometru ta odpowiedź jest najczęściej wskazywana przez przedsiębiorców (pomiędzy 65% a 75% wskazań). Drugim powodem jest odgórna polityka grupy, a dopiero na trzecim miejscu pojawia się kwestia potrzeby prowadzenia biznesu, w sposób zrównoważony z poszanowaniem środowiska i społeczności. Jeśli chodzi o rozwój CSR w naszym kraju, to coraz większe oczekiwania są stawiane rządowi i rozwiązaniom na poziomie legislacyjnym. To one są uznawane przez 30% respondentów za kluczowe w procesie rozwoju CSR w Polsce. Z kolei wśród czynników powstrzymujących nowe firmy do angażowania się w ten obszar, najczęściej występuje brak wiedzy, czy zrozumienia i chęci zaangażowania wśród pracowników, ale też wśród członków Zarządu, co jest o tyle niepokojące, że to właśnie kierownictwo firmy powinno wyznaczać ambitne cele i uczestniczyć w budowaniu strategii przedsiębiorstwa, która w obecnych czasach nie może nie uwzględniać kwestii środowiskowych, czy społecznych.

Przyglądając się wynikom z ostatnich lat, możemy dostrzec, że obszar CSR ulega pewnej profesjonalizacji. Coraz więcej firm (64% w 2021 roku, wobec 54% trzy lata wcześniej) działa w oparciu o wcześniej opracowaną strategię, a także raportuje swoje działania (63% obecnie, wobec 45% w 2019). Sprzyja temu również coraz częstsze tworzenie dedykowanych działów CSR w firmach, czy pojedynczych stanowisk w ramach działu PR czy HR. Stopniowo rosną również nakłady finansowe przeznaczane na działania CSR. Nie są one znaczne, ale już co piąta firma rezerwuje w budżecie powyżej 100 000 zł rocznie.

Patrząc na konkretne działania firm, to najczęściej angażują się one w projekty na rzecz swoich pracowników (88% respondentów), choć warto tu podkreślić, że spora część tych aktywności wchodzi również w zakres polityki HR prowadzonej przez firmy. Chodzi o rozwiązania związane z dodatkowymi benefitami socjalnymi, czy rozwijaniem kompetencji zawodowych. Niepokojący jest dość niski odsetek firm, które prowadzą programy

## Czy firmy w Polsce są społecznie odpowiedzialne?

wolontariatu pracowniczego (40% w 2021 i 49% w 2019), choć na spadek mogła mieć również wpływ pandemia. Drugim obszarem, w którym firmy najczęściej prowadzą działania, to społeczności lokalne i środowisko (84%). Szczególnie ten drugi aspekt zyskał w ciągu kilku ostatnich lat na znaczeniu. 83% respondentów ogranicza zużycie surowców, a 77% prowadzi działania na rzecz ochrony klimatu. Natomiast mniej firm (84% w 2019 i 64% obecnie) angażuje się w działania stricte charytatywne i filantropijne. Widać tutaj zmianę priorytetów i nastawienia firm do CSR, choć z pewnością i pandemia wpłynęła na takie postawy, gdyż część firm musiała ograniczyć wydatki i relokować zasoby do innych działów. Na trzecim miejscu są działania prowadzone wobec swoich klientów (76%) i tutaj są to głównie aktywności z zakresu rzetelnej i otwartej komunikacji, a także badania satysfakcji klientów. Na ostatnim miejscu są aktywności prowadzone w stosunku do dostawców i partnerów biznesowych (61%), choć w stosunku do wyników z 2019 rezultat ten się poprawił o blisko 20%.

Tegoroczne badanie było poszerzone również o pytania dotyczące walki ze zmianami klimatycznymi. Już teraz 62% ankietowanych zauważa wpływ zjawisk spowodowanych zmianami klimatu na prowadzoną działalność, a kolejne 32% spodziewa się ich w ciągu najbliższych 10 lat. 77% badanych prowadzi działania mające na celu zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych, głównie w zakresie polepszenia efektywności energetycznej, czy optymalizacji transportu.

Ciekawe wyniki przynosi również część badania prowadzona przez HAVAS MEDIA GROUP Polska, która badała konsumentów i ich postrzeganie tematu CSR. Mimo tego, że jedynie 1/3 ankietowanych spotkała się z tym terminem, to jednak blisko połowa unika kupowania produktów firm, które mają negatywny wpływ na środowisko lub społeczeństwo, a według 67% respondentów firmy są etycznie odpowiedzialne, by działać bez szkody na otoczenie.