



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Promocja standardów społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwach

Podsumowanie projektu

Zbigniew Gajewski, PKPP Lewiatan



Promocja standardów
społecznej odpowiedzialności
w przedsiębiorstwach

Warszawa, 14.09.2010



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Realizatorzy projektu

Projektodawca: PKPP Lewiatan

Partnerzy:

- NSZZ Solidarność Komisja Krajowa
- Deloitte Audyt Sp. z o.o.

Czas trwania projektu: od 01.04.2009 do 30.09.2010



Promocja standardów
społecznej odpowiedzialności
w przedsiębiorstwach



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Najważniejszy cel projektu

**Dostarczyć firmom narzędzia, dzięki którym
będzie im łatwiej integrować działania CSR
ze strategiami biznesowymi**



Promocja standardów
społecznej odpowiedzialności
w przedsiębiorstwach

Rezultaty (1)

- 94 Dobrych Praktyk CSR zostało ocenionych w kontekście ich zgodności ze strategiami biznesowymi
- 15 praktyk poddaliśmy audytowi
- wyróżniliśmy 20 praktyk najlepiej zintegrowanych ze strategiami biznesowymi firm
- 2000 firm otrzymało poradnik nt. planowania i realizacji Dobrej Praktyki CSR





Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Rezultaty (2)

- ❑ 10 firm testowało „Model rozwoju społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa”
- ❑ 2000 firm otrzyma poradnik zawierający „Model rozwoju...” z komentarzem
- ❑ nowy obszar zaangażowania i ekspertyzy w PKPP Lewiatan i NSZZ Solidarność
- ❑ 3 konferencje promujące efekty projektu



Promocja standardów
społecznej odpowiedzialności
w przedsiębiorstwach

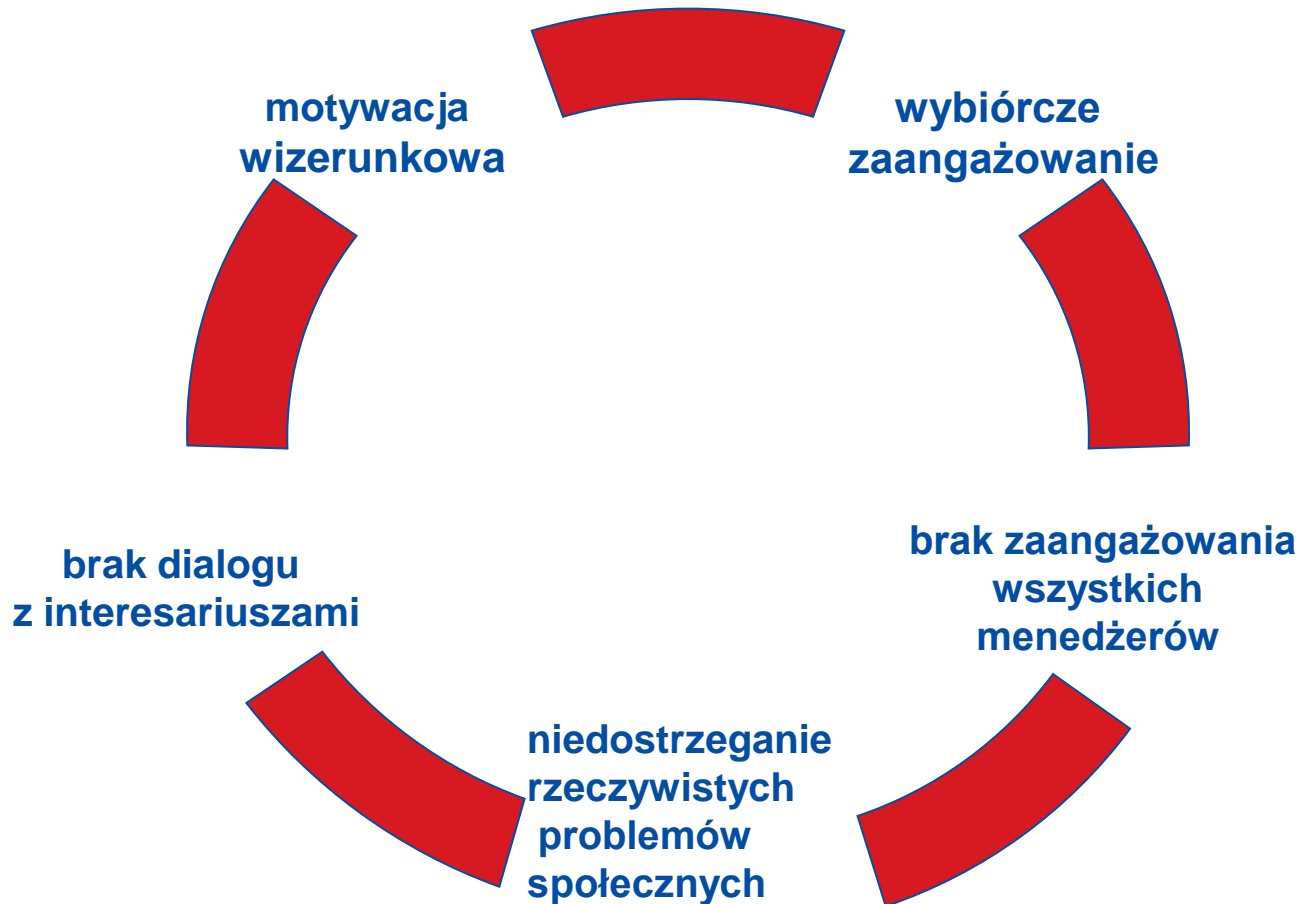
Kiedy CSR jest strategią biznesową?

- polityka CSR sformalizowana i ujęta w strategii działania firmy
- za realizację strategii odpowiada cała firma (nie tylko menadżer ds. CSR)
- punktem wyjścia do nowych zobowiązań wobec interesariuszy jest działalność w zgodzie z prawem
- dialog społeczny jako sposób ustalania zobowiązań CSR
- cele mierzalne, zdefiniowane wskaźniki realizacji, ewaluacja
- transparentność działań społecznie odpowiedzialnych



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Cechy CSR 1.0



Cechy CSR 2.0

- ❑ strategiczne podejście do wdrożenia w firmie polityki społecznej odpowiedzialności
- ❑ stała interakcja z interesariuszami firmy: punktem wyjścia dialog, następnie wspólna realizacja postanowień, a w końcowej fazie ich ewaluacja i przejście do wyższego etapu współpracy
- ❑ wybór przez firmę i jej interesariuszy takich działań społecznie odpowiedzialnych, które przyczyniają się do likwidacji społecznych barier rozwoju gospodarczego
- ❑ korzyści: osiągnięcie przez firmę przewagi konkurencyjnej na rynku



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

POLSKA AGENCJA
ROZWOJU
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Życzę udanej konferencji!

Zbigniew Gajewski, PKPP Lewiatan



Promocja standardów
społecznej odpowiedzialności
w przedsiębiorstwach

Warszawa, 14.09.2010