

Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym

Edycja 1



SGH

| Z | P | F |

Raport przygotowany przez Instytut Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie
we współpracy ze Związkiem Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Autorzy:

Sylwester Gregorczyk
Tomasz Gigol
Anna Krejner-Nowecka
Wioletta Mierzejewska
Agnieszka Smalec
Celina Sołek-Borowska
Agnieszka Sopińska
Hanna Rachoń
Monika Zajkowska

SGH

**Szkoła Główna
Handlowa
w Warszawie**

Instytut Zarządzania SGH
ul. Madalińskiego 31/33
02-554 Warszawa
www.sgh.waw.pl

COPYRIGHT © Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Raport ten nie może być rozpowszechniany za pomocą jakiegokolwiek nośnika bez zgody ZPF
wyrażonej pisemnie. Cytowanie wyników jedynie za podaniem źródła: „*Barometr Odpowiedzialne-
go Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym. Edycja 1*, ZPF, Warszawa/Gdańsk 2022”.



Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce
ul. Długie Pobrzeże 30
80-888 Gdańsk
www.zpf.pl

Warszawa/Gdańsk, lipiec 2022

Spis treści

Wstęp i ogólne wnioski z badania	4
Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym	9
Subindeksy Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym.....	12
Subindeks Zarządzanie	13
Subindeks Pracownicy.....	15
Subindeks Dostawcy/Partnerzy.....	17
Subindeks Środowisko Naturalne.....	19
Subindeks Społeczność Lokalna.....	21
Ranking przedsiębiorstw ZPF.....	23
Indeks ogólny	24
Subindeks Zarządzanie	25
Subindeks Pracownicy.....	26
Subindeks Dostawcy/Partnerzy.....	27
Subindeks Środowisko Naturalne.....	28
Subindeks Społeczność Lokalna.....	29
Autorzy badania	30



Wstęp i ogólne wnioski z badania

Wstęp

Wymagania współczesnego świata sprawiają, że funkcjonowanie przedsiębiorstw nie może koncentrować się już tylko na zarabianiu pieniędzy, ale na dostarczaniu wartości dla szeroko rozumianych interesariuszy. Koncentracja na generowaniu i przekazywaniu wartości wymaga szczególnego sposobu zarządzania, który w myśl koncepcji Corporate Social Responsibility (CSR) można określić mianem odpowiedzialnego zarządzania. 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 wartości przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla jego długookresowego, zrównoważonego rozwoju. Rezultatem odpowiedzialnego zarządzania jest w krótkiej perspektywie m.in. lepsze postrzeganie marki przez klientów, korzystny wizerunek pracodawcy w oczach pracowników, czy dostęp do atrakcyjniejszych źródeł finansowania. W długim okresie na odpowiedzialnym zarządzaniu zyskują wszyscy – ogół społeczeństwa. Odpowiedzialne zarządzanie zakłada więc działanie zgodne z prawem, powszechnie przyjętymi w społeczeństwie wartościami i międzynarodowymi normami zachowania, które są praktykowane we wszystkich przejawach aktywności przedsiębiorstwa.

Chęć poznania gotowości polskich przedsiębiorstw do działania zgodnie z zasadami odpowiedzialnego zarządzania była bodźcem do uruchomienia cyklicznych badań, prowadzonych przez pracowników Instytutu Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie pt. „Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem”¹. Jednym z głównych celów badania jest identyfikacja poziomu świadomości i stanu realizacji odpowiedzialnego zarządzania w przedsiębiorstwach, będąca podstawą do wyznaczania kierunków zmian dla podmiotów chcących realizować strategię społecznej odpowiedzialności biznesu.

Podobne motywy przyświecały wspólnej inicjatywie zorganizowanej przez Związek Przedsiębiorstw Finansowych (ZPF) i Instytut Zarządzania SGH, której efektem jest prezentowany raport. Na podstawie badania ankietowego, przeprowadzonego na przedsiębiorstwach skupionych w ZPF opracowany został Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym, który identyfikuje poziom dojrzałości odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstw finansowych na tle wyników wielobranżowego badania.

Efektywność podejmowanych działań w obszarze odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstw finansowych została zmierzona za pomocą wartości łącznego Indeksu Odpowiedzialnego Zarządzania. Indeks został stworzony, na bazie 50 indeksowanych pytań w oparciu o normę ISO 26 000² i obejmuje następujące obszary: zarządzanie, pracownicy, dostawcy/partnerzy, środowisko naturalne, społeczności lokalne. Na podstawie odpowiedzi otrzymanych na pytania w każdej kategorii, stworzono pięć subindeksów: Subindeks zarządzanie (IZ), Subindeks Pracownicy (IP), Subindeks Dostawcy/Partnerzy (ID/P), Subindeks Środowisko Naturalne (IŚN) oraz Subindeks Społeczność Lokalna (ISL).

¹ Badania przeprowadzono w Instytucie Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie w 2021 roku na próbie 1007 podmiotów prowadzących działalność w Polsce.

² 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.

Każdy z subindeksów został wyliczony zgodnie z formułą:

$$\text{Subindeks} = \sum_{i=1}^m \frac{d_i}{m}$$

gdzie:

d_i przyjmuje wartość 1 albo 0 w zależności, czy przedsiębiorstwo stosuje praktykę OZ lub nie,

m – liczba odpowiedzi udzielonych na pytanie w zakresie tej praktyki,

1 – wdrożona praktyka,

0 – brak wdrożonej praktyki.

Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym (IOZPF) został obliczony jako średnia subindeksów w pięciu wskazanych obszarach i może przyjmować wartość od 0 do 1 – im wyższa wartość indeksu tym wyższy poziom odpowiedzialnego zarządzania w przedsiębiorstwie.

Badanie przeprowadzono na początku 2022 roku na 33 przedsiębiorstwach zrzeszonych w Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce. Zebrane informacje pokazują m.in. które obszary odpowiedzialnego biznesu są już respektowane, a w których obszarach należy podjąć wysiłki na rzecz ich poprawy.

Należy pamiętać, że pełny obraz stanu zaawansowania odpowiedzialnego zarządzania wymaga systematycznej obserwacji a także szczegółowych analiz jakościowych. Niemniej jednak już te wstępne wyniki mogą posłużyć do formułowania zaleceń usprawniających systemy zarządzania przedsiębiorstw ZPF.

Ogólne wnioski z badania

Podmioty skupione w Związku Przedsiębiorstw Finansowych cechuje ponadprzeciętny poziom zaangażowania w odpowiedzialne zarządzanie

**Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania
Przedsiębiorstwem Finansowym:**

$IOZP_F = 0,63$

Przedsiębiorstwa finansowe cechuje wyższa odpowiedzialność zarządzania niż przedsiębiorstwa wielobranżowe

$IOZP_F = 0,63 > IOZP = 0,52$

Obszary zarządzania, dostawcy/partnerzy oraz pracownicy to obszary o najwyższych wartościach subindeksów, zdecydowanie powyżej wyników wielobranżowych

$IZ_F = 0,80 > IZ = 0,48$

$ID/P_F = 0,80 > ID/P = 0,57$

$IP_F = 0,79 > IP = 0,59$

Obszary środowiska naturalnego oraz społeczności lokalnych to obszary o najniższej wartości subindeksów, poniżej wyników wielobranżowych

$I\dot{S}N_F = 0,38 < I\dot{S}N = 0,54$

$ISL_F = 0,39 < ISL = 0,42$

Poziom 0,80 indywidualnego Indeksu Odpowiedzialnego Zarządzania przekroczyło pięć przedsiębiorstw ZPF

$Max IOZP_F = 0,83$

Poniżej poziomu 0,50 indywidualnego Indeksu Odpowiedzialnego Zarządzania plasują się cztery przedsiębiorstwa ZPF

$Min IOZP_F = 0,28$

Charakterystyka pięciu subindeksów

Obszar praktyk zarządczych

- ▶ Niemal wszystkie badane przedsiębiorstwa uwzględniają zasady odpowiedzialnego zarządzania na etapie tworzenia strategii oraz modelu biznesu
- ▶ Zdecydowana większość deklaruje fakt wdrażania procedur zarządczych zgodnych z zasadami odpowiedzialnego zarządzania
- ▶ Działalność CSR nie jest ustrukturalizowana (w większości podmiotów brak stanowisk ds. CSR) i nie jest formalnie komunikowana (większość przedsiębiorstw nie sporządza regularnie raportów CSR)

Obszar pracowniczy

- ▶ Wszystkie badane przedsiębiorstwa wynagradzają swoich pracowników niezależnie od płci i innych wymiarów różnorodności
- ▶ Wszystkie przedsiębiorstwa deklarują równość szans pracowników, przy obsadzaniu stanowisk kierowniczych.
- ▶ Najmniej popularną praktyką jest stwarzanie odpowiednich warunków pracy osobom z niepełnosprawnościami
- ▶ Tylko 36,4% badanych przedsiębiorstw zatrudnia osobę, w której zakresie obowiązków jest przeciwdziałanie mobbingowi w miejscu pracy

Obszar dostawców i partnerów

- ▶ 100% badanych podmiotów interesuje się sytuacją ekonomiczno-finansową swoich partnerów
- ▶ Terminowość w realizacji zobowiązań, pełna otwartość do udzielania informacji o swojej bieżącej działalności oraz bieżąca aktualizacja informacji zamieszczanych na stronie internetowej to najczęściej wskazywane praktyki
- ▶ Angażowanie się w działalność samorządów gospodarczych jest rzadko praktykowane przez badane przedsiębiorstwa

Obszar środowiska naturalnego

- ▶ Środowisko naturalne to najniżej oceniany obszar odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstw zrzeszonych w ZPF
- ▶ Najczęściej stosowane praktyki odnoszące się do ochrony środowiska naturalnego dotyczą podejmowania inicjatyw wpływających na redukcję odpadów oraz motywowania pracowników do ochrony środowiska
- ▶ Niewiele mniej niż połowa badanych przedsiębiorstw sporządza raporty środowiskowe

Obszar lokalnej społeczności

- ▶ Podejmowanie działań charytatywnych jest najczęściej realizowaną praktyką
- ▶ Liderami działań charytatywnych są przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 pracowników
- ▶ Konsultacje z przedstawicielami społeczności lokalnej w zakresie podejmowanych ważnych inicjatyw na rzecz wspólnego rozwoju to najrzadziej wskazywana praktyka





Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym

Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym (IOZPF_F)

Podmioty zrzeszone w Związku Przedsiębiorstw Finansowych cechuje ponadprzeciętny poziom zaangażowania w odpowiedzialne zarządzanie. Indeks Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym dla tych podmiotów wyniósł:

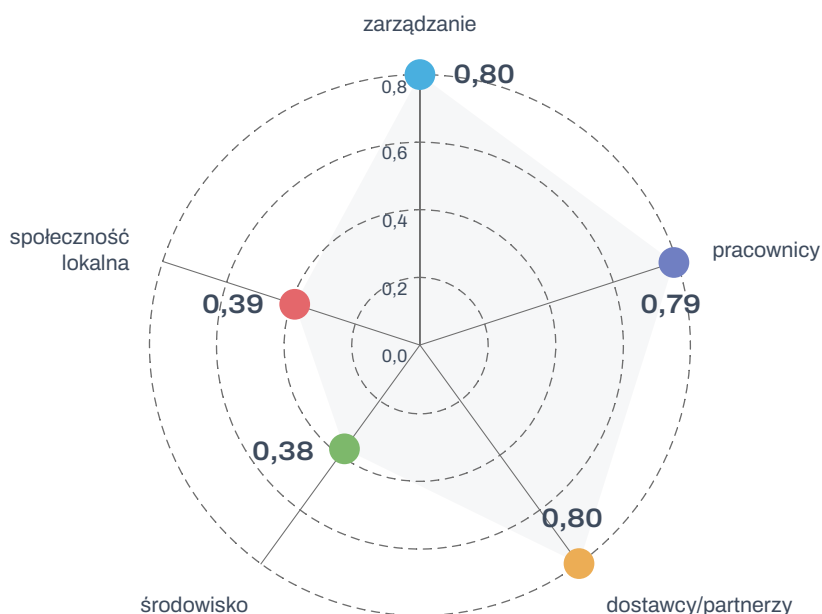
$$\text{IOZPF}_F = 0,63$$

Na łączną wartość indeksu złożyły się wartości poszczególnych subindeksów badanych przedsiębiorstw (graficzny rozkład wartości analizowanych subindeksów przedstawia rys. 1.):

- Subindeks Zarządzanie – $\text{IZ}_F = 0,80$,
- Subindeks Pracownicy – $\text{IP}_F = 0,79$,
- Subindeks Dostawcy/Partnerzy – $\text{ID/P}_F = 0,80$,
- Subindeks Środowisko Naturalne – $\text{ISN}_F = 0,38$,
- Subindeks Społeczność Lokalna – $\text{ISL}_F = 0,39$.

Rysunek 1. Wartości subindeksów odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstw finansowych w roku 2022 (N=33)

Źródło: Badania Instytutu Zarządzania SGH 2022.



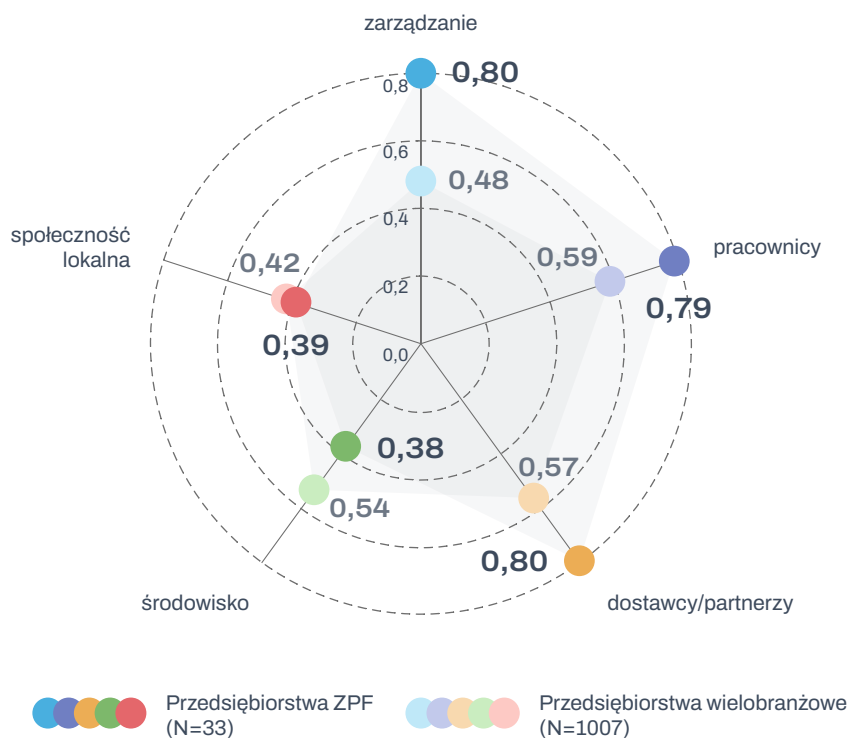
Najwyższe wartości indeksu badanych przedsiębiorstw dotyczyły ogólnych praktyk odpowiedzialnego zarządzania oraz związanych z dostawcami i partnerami (po 0,80), natomiast najniższy wynik charakteryzuje praktyki związane z działaniami w obszarze ochrony środowiska (0,38). Znaczący wskaźnik ogólnych praktyk zarządzających świadczy o wysokiej dojrzałości zarządczej przedsiębiorstw finansowych i wynika z faktu dążenia do wypracowania dużego zaufania społecznego. Ponadto znaczna

część tych przedsiębiorstw podlega nadzorowi Komisji Nadzoru Finansowego, przez co są zobligowani m.in. do zapewnienia najwyższych standardów zarządczych. Co więcej, przedsiębiorstwa finansowe wykazują większą dbałość o pracowników, indeks w obszarze praktyk pracowniczych wyniósł **0,79**. Z kolei najniższy wskaźnik dotyczący środowiska naturalnego na pewno można przypisać specyfice przedsiębiorstw finansowych, których wpływ na środowisko jest stosunkowo mniejszy niż przedsiębiorstw produkcyjnych i stąd brak niektórych praktyk w opisywanych badaniach.

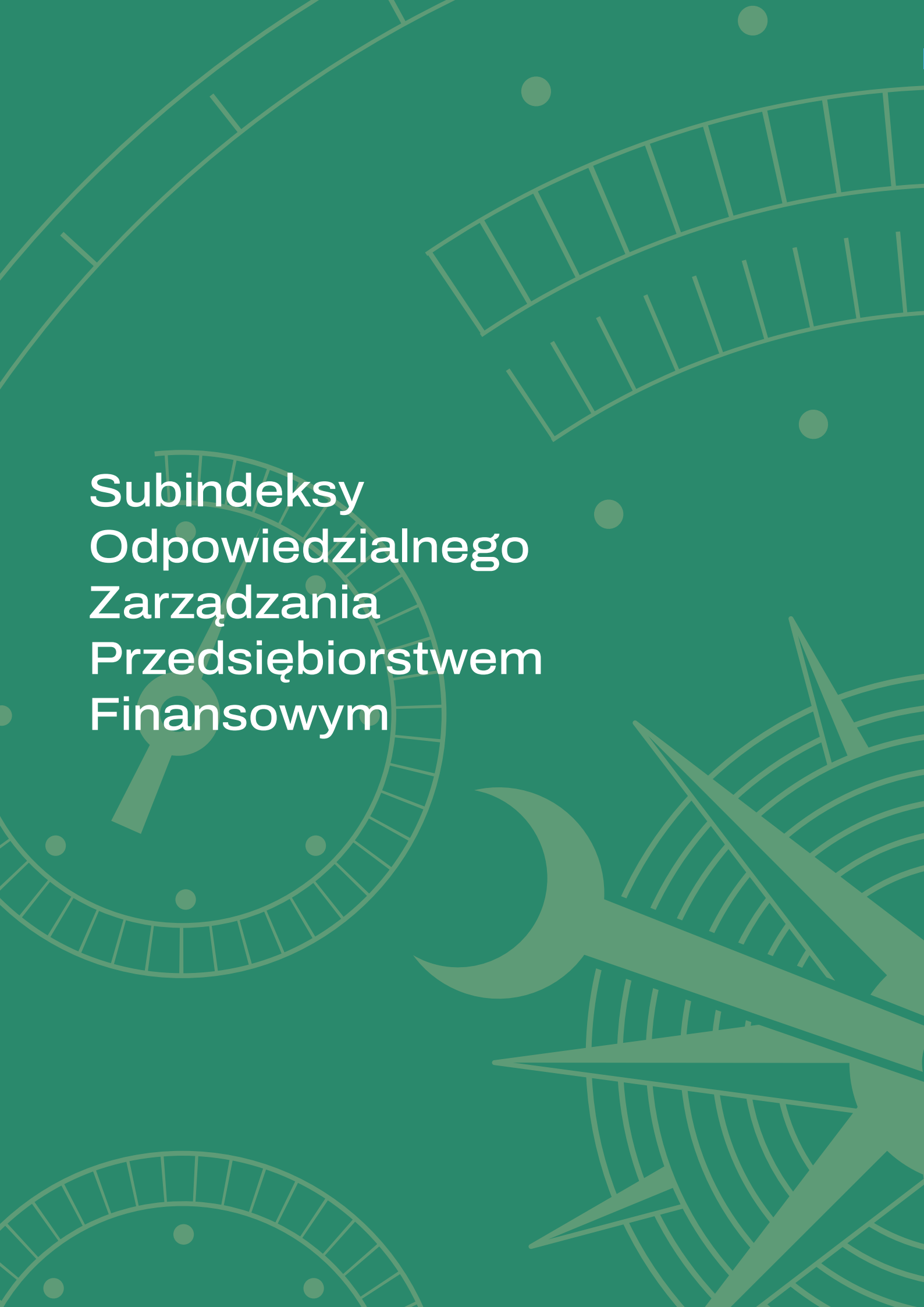
Przedsiębiorstwa finansowe o wiele lepiej wypadają pod względem świadomości i przejawów odpowiedzialnego zarządzania niż grupa 1007 badanych podmiotów wielobranżowego badania „Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstw”. W przywoływanym badaniu wartość indeksu IOZP wyniosła tylko 0,52. Na ten wynik złożyły się również o wiele niższe wartości subindeksów. Obraz wartości subindeksów odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstw finansowych na tle badań wielobranżowych przedstawia rys. 2.

Rysunek 2. Subindeksy ZPF na tle badań ogólnopolskich

Źródło: Badania Instytutu Zarządzania SGH 2021/2022.

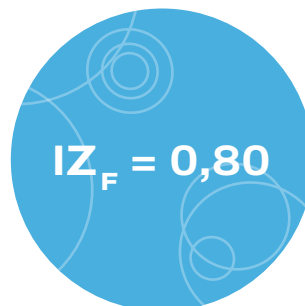


Łączna wartość Indeksu Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym (**0,63**) jest o 0,11 punktu wyższa od przedsiębiorstw referencyjnych (**0,52**). Przedsiębiorstwa finansowe wiodą prym w obszarze ogólnych praktyk zarządczych w stosunku do próby referencyjnej 1007 podmiotów, gdzie indeks wyniósł tylko 0,48 oraz w obszarze praktyk pracowniczych, w którym indeks ZPF jest wyższy od referencyjnego o 0,32 punktu. Gorzej natomiast przedsiębiorstwa finansowe radzą sobie w obszarze ochrony środowiska oraz społeczności lokalnych, choć w przypadku tych drugich różnica jest nieznaczna – 0,03 punktu. W stosunku do tych dwóch obszarów rekomenduje się działania usprawniające odpowiedzialne zarządzanie przedsiębiorstw finansowych.



Subindeksy Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym

Subindeks Zarządzanie



Prawie wszystkie badane przedsiębiorstwa ZPF (97%) zadeklarowały fakt uwzględniania zasad odpowiedzialnego zarządzania (OZ) na etapie formułowania strategii oraz modyfikowanie na bieżąco modelu biznesu pod kątem zasad OZ (rys. 3). Jest to wynik zdecydowanie wyższy w porównaniu do badania wielobranżowego, gdzie tylko 56% przedsiębiorstw deklaruowało stosowanie tej praktyki. Niewiele mniej, bo 93,9% przedsiębiorstw ZPF zadeklarowało fakt wdrażania w swoich firmach procedur zarządczych lub sposobów postępowania uwzględniających zasady OZ. Także tym razem był to odsetek zdecydowanie wyższy niż w przypadku badań wielobranżowych (tam wynosił on 59%). Większość zbadanych przedsiębiorstw ZPF (90,9%) stara się w równym stopniu uwzględniać aspekty środowiskowe, społeczne i ekonomiczne w swojej działalności marketingowej, sferze zarządzania zasobami finansowymi oraz zarządzaniu projektami, z kolei 81,8% deklaruje, że stara się uwzględniać aspekty środowiskowe, społeczne i ekonomiczne w sferze rozwoju nowych produktów. Dla porównania, odsetek firm deklaruujących uwzględnianie aspektów środowiskowych, społecznych i ekonomicznych w przypadku badań wielobranżowych kształtował się dla powyższych sfer w przedziale od 51% do 55%, a więc był zdecydowanie niższy.

Mimo powyższych deklaracji jedynie w 21,2% badanych przedsiębiorstwach ZPF funkcjonuje wyodrębnione stanowisko do koordynacji działań społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Na tle badania wielobranżowego przedsiębiorstwa ZPF wypadły zdecydowanie gorzej, bowiem tam odsetek podmiotów, w których funkcjonuje takie stanowisko wynosił 32%. Także odsetek przedsiębiorstw ZPF, które regularnie sporządzają raporty społeczne (27,3%), był zauważalnie niższy niż ten zanotowany w badaniach wielobranżowych (gdzie kształtował się on na poziomie 40%).

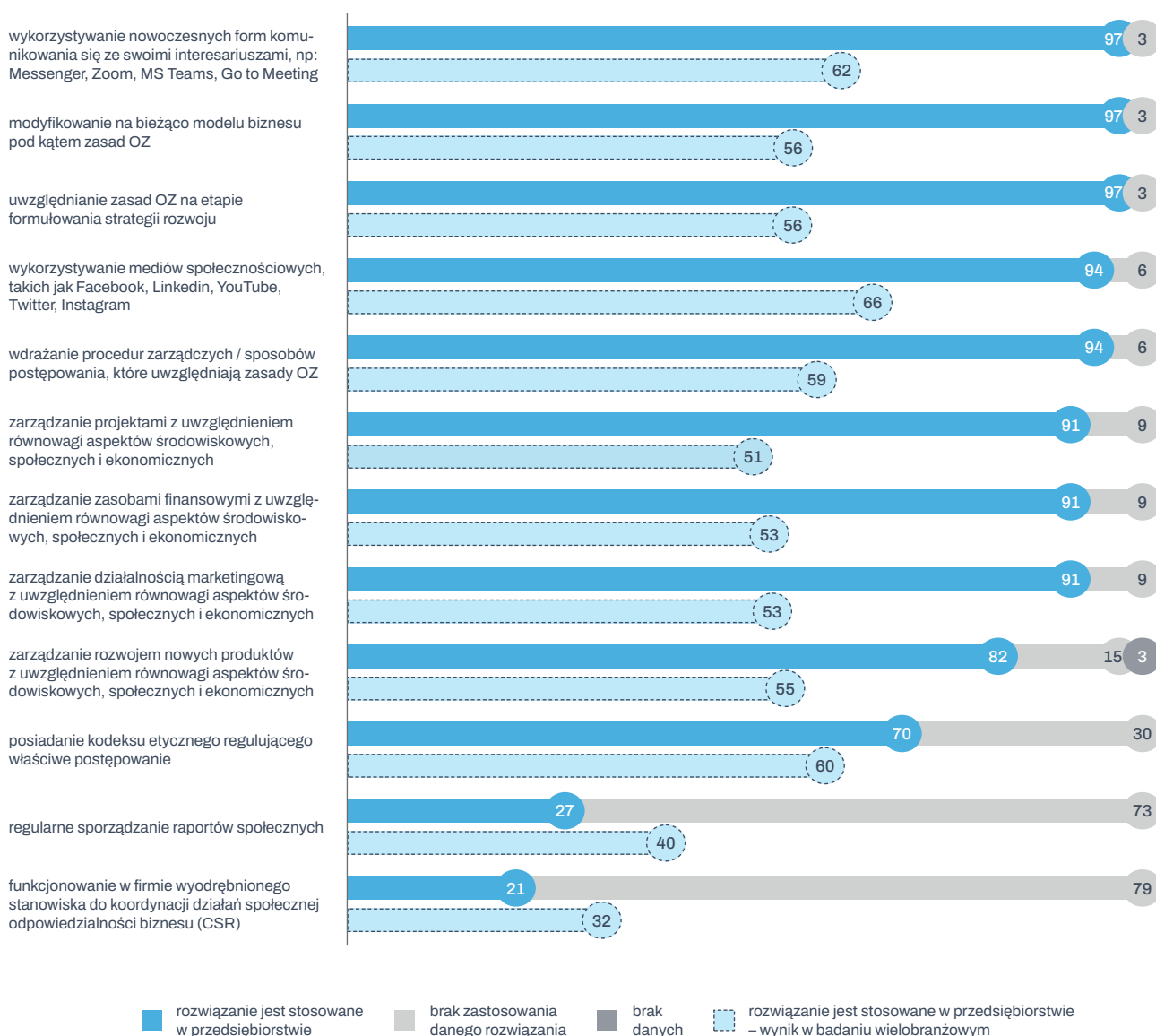
Porównywalny w obu badaniach był natomiast odsetek podmiotów posiadających kodeksy etyczne regulujące właściwe postępowanie. Dla przedsiębiorstw ZPF wynosił on 69,7%, a dla podmiotów w badaniach wielobranżowych – 60%.

Przedsiębiorstwa ZPF zdecydowanie lepiej radzą sobie z wykorzystaniem nowoczesnych form komunikowania się ze swoimi interesariuszami, takich jak Messenger, Zoom, MS Teams, Go to Meeting itp. Na ich wykorzystanie wskazało 97% podmiotów ZPF (w badaniu wielobranżowym zaledwie 62%). Również odsetek przedsiębiorstw ZPF wykorzystujących media społecznościowe (takie jak: Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, Instagram) jest wyższy (93,9%) niż w przypadku podmiotów, które brały udział w badaniu wielobranżowym.

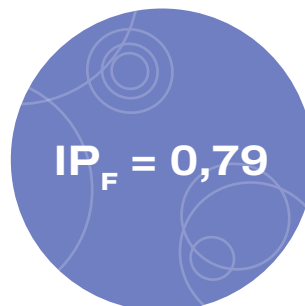
Porównanie wyników obu badań (tj. przedsiębiorstw ZPF i wielobranżowych) pozwala stwierdzić, że ogólna ocena firm zrzeszonych w ZPF, biorących udział w badaniu, pod względem stosowania praktyk odpowiedzialnego zarządzania (OZ) wypadła korzystnie na tle badań wielobranżowych. Większość praktyk OZ (9 na 12) jest relatywnie częściej realizowana w przedsiębiorstwach ZPF niż w podmiotach analizowanych w badaniach wielobranżowych. Szczególnie lepiej wypadły praktyki odpowiedzialnego zarządzania (OZ), które mają charakter deklaracyjny, natomiast zdecydowanie gorzej praktyki, które w sposób obiektywny można zweryfikować. Nadal wiele przedsiębiorstw ZPF nie sporządza regularnych raportów społecznych oraz nie posiada wyodrębnionego stanowiska do koordynacji działań społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Rysunek 3. Rozkład procentowy firm stosujących poszczególne praktyki Subindeksu Zarządzanie – przedsiębiorstwa ZPF (N=33) oraz przedsiębiorstwa wielobranżowe (N=1000); w %

Źródło: Opracowanie własne.



Subindeks Pracownicy



Najbardziej powszechną praktyką odpowiedzialnego zarządzania wśród badanych przedsiębiorstw ZPF, dotyczącą pracowników, jest adekwatność wynagrodzenia niezależnie od płci i innych wymiarów różnorodności pracowników. Wskazali na to respondenci z wszystkich badanych przedsiębiorstw. Podobny wynik (100% pozytywnych odpowiedzi) przyniosła zadeklarowana równość szans pracowników, przy obsadzaniu stanowisk kierowniczych (rys. 4).

Te same dwa wymiary odpowiedzialnego zarządzania personelem zostały również wskazane jako najpowszechniej stosowane w badaniu wielobranżowym. Jest to także zgodne z innymi badaniami i wysoką pozycją Polski w zakresie gender pay gap. Odsetek kobiet na stanowiskach kierowniczych w Polsce również należy do najwyższych w Europie.

Kolejne dwie praktyki o wysokim odsetku wskazań to ukierunkowana na ciągłość szkolenia pracowników (90,1%) oraz wspieranie budowania przez pracowników aktywów finansowych (87,9%). Obie te praktyki odpowiedzialnego zarządzania „zadomowiły się” w rzeczywistości biznesowej Polski i pracownicy sektora finansowego są podobnie doceniani przez swoich pracodawców.

Następną istotną praktyką jest wdrożenie procedur antydyskryminacyjnych, które zadeklarowało 81,8% badanych przedsiębiorstw ZPF. Z kolei blisko ¾ badanych przedsiębiorstw (72,7%) wdrożyło działania dla pracowników w ramach działalności społecznej. Być może jest to spowodowane specyfiką branży.

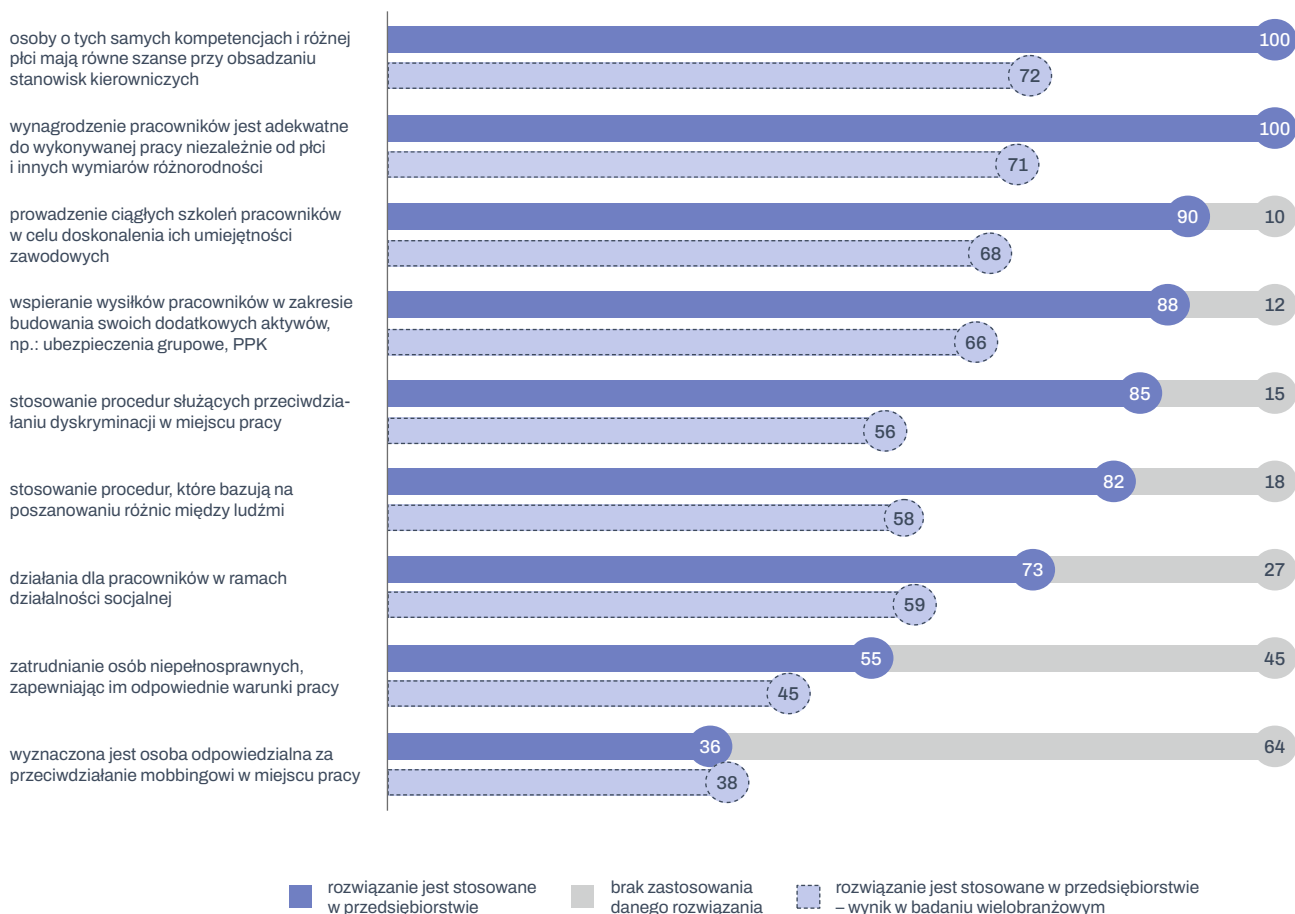
Najmniej popularną praktyką jest stwarzanie odpowiednich warunków pracy osobom z niepełnosprawnościami (wskazane tylko przez 54,5% respondentów). Jest to obszar do poprawy na przyszłość. Wiele z instytucji wyjaśnia, że obecnie nie stwarzają takich warunków pracy osobom z niepełnosprawnościami, bo nie mają zatrudnionych takich osób – jeżeli takie osoby byłby zatrudnione, na pewno miałyby stworzone odpowiednie warunki pracy. Również stosunkowo mało, bo tylko 36,4% badanych przedsiębiorstw finansowych zatrudnia osobę, w której zakresie obowiązków jest przeciwdziałanie mobbingowi w miejscu pracy. Oba te wyniki znalazły się również na dwóch ostatnich miejscach w przywołanym wcześniej badaniu wielobranżowym.

Należy podkreślić, że badane przedsiębiorstwa ZPF w dużo większym stopniu niż przeciętne przedsiębiorstwo w Polsce wdrożyło praktyki odpowiedzialnego zarządzania w zakresie pracowników. Co prawda w badaniu wielobranżowym padała również odpowiedź „nie wiem” (przeciętnie ok. 10%), ale nawet mimo to różnice są

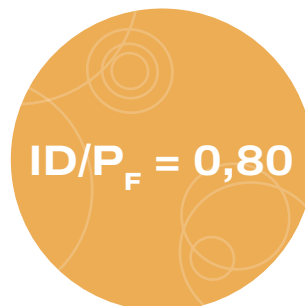
istotne. Wyjątek stanowi najrzadziej wdrażana praktyka zatrudniania osoby odpowiedzialnej za przeciwdziałanie mobbingowi w miejscu pracy – w obu badanych grupach podobny udział przedsiębiorstw posiada stanowisko z takim zakresem obowiązków. Stosunkowo niewielka różnica była także w zakresie zatrudniania osób niepełnosprawnych. Jest to zatem obszar o dużym potencjale do poprawy wyników (w zakresie odpowiedzialnego zarządzania personelem). Wydaje się, że stosunkowo łatwiej wprowadzić taką praktykę przedsiębiorstwom oferującym usługi finansowe niż przedsiębiorstwom produkcyjnym.

Rysunek 4. Rozkład procentowy firm stosujących poszczególne praktyki Subindeksu Pracownicy – przedsiębiorstwa ZPF (N=33) oraz przedsiębiorstwa wielobranżowe (N=1000); w %

Źródło: opracowanie własne.



Subindeks Dostawcy/Partnerzy



Wysoki poziom zainteresowania sytuacją ekonomiczno-finansową swoich partnerów, terminowość w realizacji zobowiązań, pełna otwartość do udzielania informacji o swojej bieżącej działalności oraz bieżąca aktualizacja informacji zamieszczanych na stronie internetowej to najczęściej wskazywane praktyki przedsiębiorstw ZPF w obszarze dostawcy/partnerzy (rys. 5).

Wszystkie badane przedsiębiorstwa stosują praktykę bieżącego monitorowania sytuacji ekonomiczno-finansowej swoich partnerów. Jest to wynik zdecydowanie wyższy w porównaniu do badania wielobranżowego, gdzie 71% stosowanie tej praktyki deklarowało badanych. Wynikać to może z dużej odpowiedzialności w dobrze partnerów, którzy niejednokrotnie stają się gwarantem podejmowanych decyzji inwestycyjnych wobec klientów. Podyktowane może być to również specyfiką działalności usług finansowych, gdzie dobór realizowanej usługi następuje w oparciu o analizę sytuacji ekonomiczno-finansowej klienta. Niemal wszystkie badane podmioty (97%) wskazały też praktykę terminowego regulowania swoich zobowiązań, co potwierdza znaczenie i dbałość o poprawne relacje z partnerami handlowymi. I w tym wypadku uzyskany wynik znacząco przewyższa odsetek wskazań badania wielobranżowego (76%).

Badane przedsiębiorstwa (97%) są też w pełni otwarte na udzielanie informacji o swojej bieżącej działalności, co potwierdza również deklaracja bieżącej aktualizacji informacji zamieszczanych na stronie internetowej (97%). Takie podejście oznacza, że przedsiębiorstwa prowadzą politykę otwartości i przejrzystości swojej działalności, co zachęca partnerów i potencjalnych klientów do podejmowania współpracy. Jednocześnie w kontekście specyfiki usług finansowych daje to silny fundament do budowania zaufania i długotrwałych relacji w przyszłości. Omawiane zmienne w badaniach wielobranżowych kształtowały się na poziomie 71%.

Podmioty objęte badaniem w niewielkim stopniu angażują się aktywnie w działalność organizacji gospodarczych (39% badanych wskazało taką aktywność), jednak i tak jest to wynik wyższy niż uzyskany w badaniach wielobranżowych (31%).

Z uwagi na specyfikę działalności usługowej badanych przedsiębiorstw pytania związane z pochodzeniem składników wytwarzanych produktów oraz bezpieczeństwem metod produkcji nie odnoszą się w sposób bezpośredni do przedmiotu działalności przedsiębiorstw finansowych.

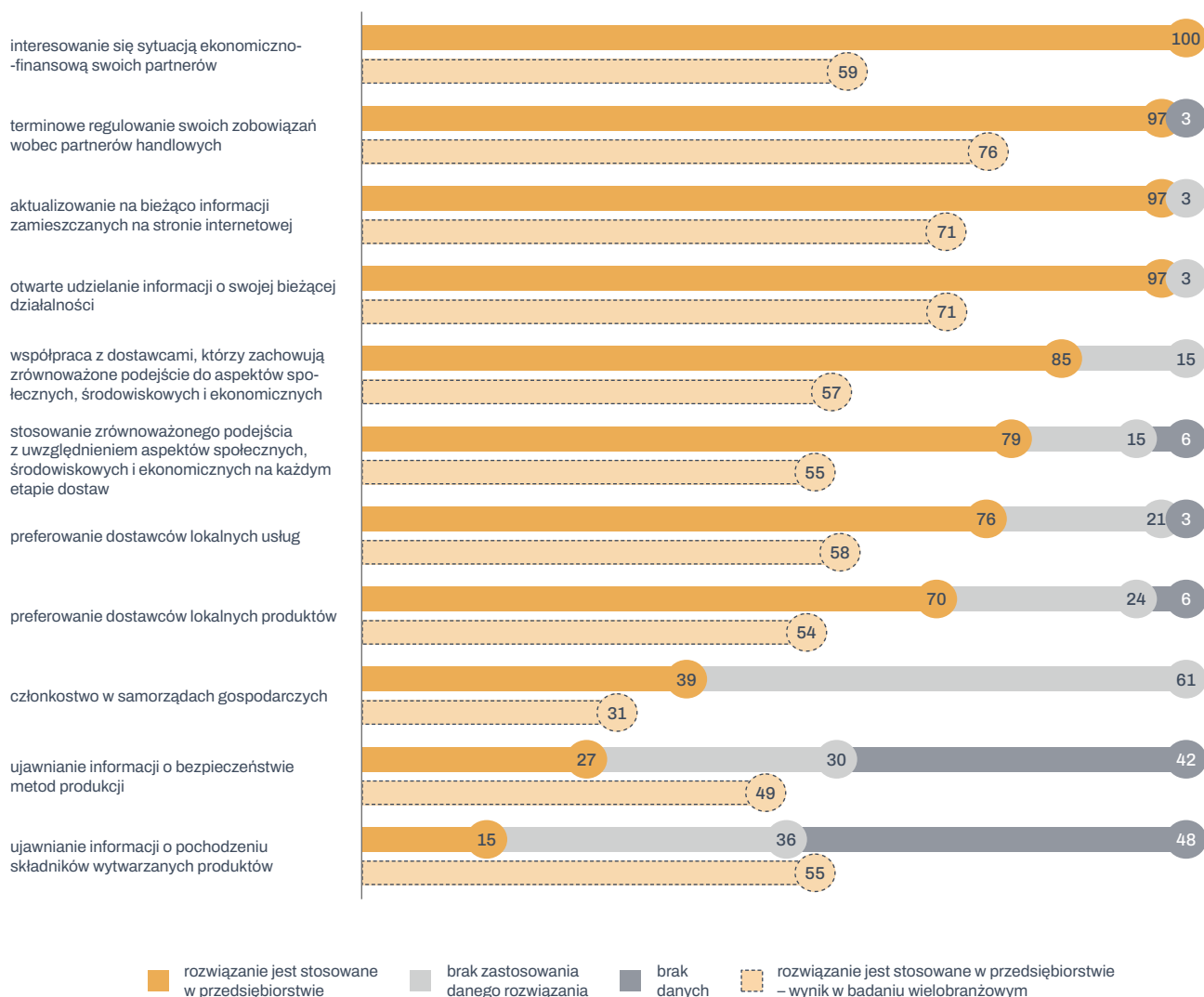
W niemal wszystkich praktykach odpowiedzialnego zarządzania w obszarze partnerzy/dostawy przedsiębiorstwa ZPF plasują się na lepszej pozycji niż przedsię-

biorstwa wielobranżowe (rys. 7). Tylko w praktykach czysto produkcyjnych odsetek wskazań w przedsiębiorstwach finansowych wypada poniżej wyników przedsiębiorstw wielobranżowych.

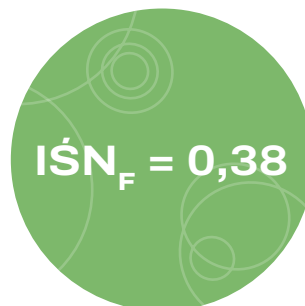
Obszarem wymagającym bieżącej poprawy jest stosunkowo niska aktywność podmiotów ZPF w zakresie współpracy z innymi samorządami gospodarczymi. Obecny stan z jednej strony może wynikać z niechęci badanych przedsiębiorstw do zrzeszania się poza ZPF, z drugiej może wskazywać na słabnącą aktywność samych organizacji, takich jak izby gospodarcze czy kluby biznesu. W tym miejscu warto nadmienić, że z uwagi na przynależność badanych przedsiębiorstw do Związku Przedsiębiorstw Finansowych – jednostki samorządu gospodarczego – odpowiedź na pytanie o członkostwo w samorządach gospodarczych powinna być w stu procentach pozytywna. Uzyskany stosunkowo niski wynik (39%) może świadczyć o braku zrozumienia, czym jest samorząd gospodarczy lub jaką rolę pełni Związek.

Rysunek 5. Rozkład procentowy firm stosujących poszczególne praktyki Subindeksu Dostawcy/Partnerzy – przedsiębiorstwa ZPF (N=33) oraz przedsiębiorstwa wielobranżowe (N=1000); w %

Źródło: Opracowanie własne.



Subindeks Środowisko Naturalne



Specyfika przedsiębiorstw finansowych powoduje, że ich wpływ na środowisko naturalne w znacznie mniejszym stopniu ma charakter negatywny niż w przypadku przedsiębiorstw produkcyjnych. Choć na prowadzenie firmy zgodnie z zasadami standardów ochrony środowiska decyduje się coraz więcej przedsiębiorców, to badania przeprowadzone na grupie przedsiębiorstw finansowych nie potwierdzają tej tendencji (rys. 6).

Certyfikat ISO 14001 to prestiżowe wyróżnienie oraz informacja, że przedsiębiorstwo dba o środowisko naturalne, a prowadzona działalność gospodarcza jest zrównoważona i przyjazna dla środowiska. Norma ta stanowi potwierdzenie konsekwentnego wdrażania wszystkich elementów zmierzających do maksymalnego ograniczenia negatywnego wpływu organizacji na środowisko. Niestety w badanych podmiotach ani jedno przedsiębiorstwo nie posiada standardu zarządzania środowiskiem według normy ISO 14001. Z tego też powodu aż 82% przedsiębiorstw nie posiada własnej polityki środowiskowej. Brak własnej polityki środowiskowej przekłada się na brak wdrożenia normy ISO 14001, gdyż te dwie praktyki są silnie ze sobą skorelowane.

Najczęściej stosowane praktyki odnoszące się do ochrony środowiska naturalnego w badanych przedsiębiorstwach dotyczą podejmowania inicjatyw wpływających na redukcję odpadów oraz motywowania pracowników do ochrony środowiska. W obu praktykach procent wskazanych odpowiedzi wyniósł 82%. Inaczej wygląda to w przedsiębiorstwach wielobranżowych – 89% wskazuje na redukcję odpadów i 64% motywację pracowników.

Praktyki odnoszące się do uwzględniania przy wyborze komponentów do produkcji ich pochodzenia i wpływu na środowisko oraz wpływu metod produkcji na środowisko nie mają tak dużego zastosowania w przypadku przedsiębiorstw finansowych jak ma to miejsce w przedsiębiorstwach wielobranżowych. Mimo to 73% badanych przedsiębiorstw ZPF stosuje recykling odpadów, podczas gdy w przypadku przedsiębiorstw wielobranżowych jest to niewiele więcej, bo 79%. Recykling to oszczędność ograniczonych zasobów naturalnych, a także zmniejszenie szkodliwego wpływu na środowisko.

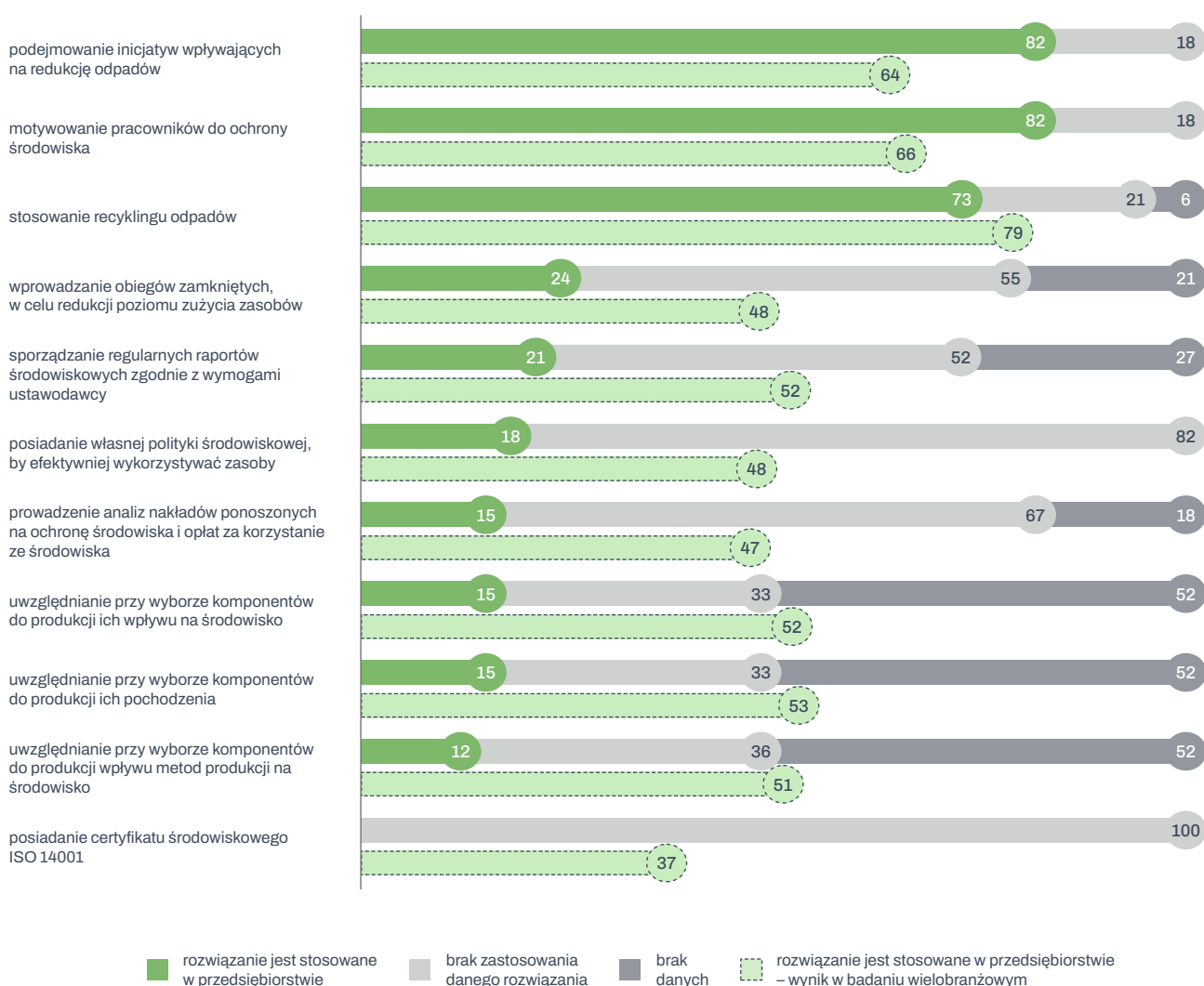
Przedsiębiorstwa dążą do ujawniania coraz większej ilości informacji o środowisku, zarówno ze względu na rosnące obowiązki sprawozdawcze, jak i większe zdeterminowanie jednostek gospodarczych do zaspokajania potrzeb informacyjnych swoich

interesariuszy. W analizowanych przedsiębiorstwach ZPF ponad połowa (52%) nie sporządza regularnych raportów środowiskowych. Podobny wynik odnotowano w badaniu przedsiębiorstw wielobranżowych.

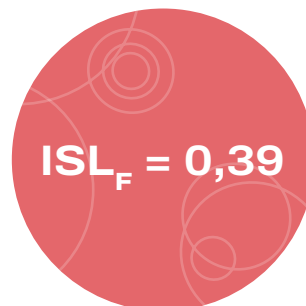
Działając na korzyść środowiska naturalnego, przedsiębiorstwa mogą w znacznym stopniu przyczynić się do obniżenia kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa, dodatkowym atutem jest ich lepsze postrzegane przez klientów, co mimowolnie skłania ich do korzystania z usług konkretnego przedsiębiorstwa.

Rysunek 6. Rozkład procentowy firm stosujących poszczególne praktyki Subindeksu Środowisko Naturalne – przedsiębiorstwa ZPF (N=33) oraz przedsiębiorstwa wielobranżowe (N=1000); w %

Źródło: Opracowanie własne.



Subindeks Społeczność Lokalna



Przedsiębiorstwa ZPF są zaangażowane w największym stopniu (82% wskazań) w podejmowanie działań charytatywnych (rys. 7). Na następnych miejscach – po 45,5% – kształtują się odpowiedzi dotyczące aktywnego uczestnictwa w promowaniu aktywności fizycznej lokalnej społeczności, jak również udzielania regularnego wsparcia finansowego dla lokalnych wydarzeń. W pozostałych obszarach obserwuje się poniżej 50% wskazań. Najmniej wśród badanych przedsiębiorstw potwierdza się prowadzenie konsultacji z przedstawicielami społeczności lokalnej w zakresie podejmowanych ważnych inicjatyw na rzecz wspólnego rozwoju.

Najczęstszą praktyką dla wielobranżowych przedsiębiorstw jest także podejmowanie działań charytatywnych – 53% ich wskazań. Należy jednak podkreślić, że instytucje członkowskie ZPF biorące udział w badaniu są bardziej w nie zaangażowane. Dwa następne obszary – aktywne uczestnictwo w promowaniu aktywności fizycznej lokalnej społeczności oraz udzielanie regularnego wsparcia finansowego dla lokalnych wydarzeń – uzyskały po 45,5% odpowiedzi pozytywnych wśród podmiotów finansowych. Były to również wyższe odsetki w porównaniu do wielobranżowych przedsiębiorstw, wśród których znalazło się 42% wskazań w pierwszym z wymienionych obszarów oraz 43% w tym drugim.

W pozostałych analizowanych obszarach badanych podmiotów finansowych obserwuje się poniżej 50% wskazań. Jedynie w co trzecim (33%) badanym przedsiębiorstwie analizowany jest wpływ decyzji inwestycyjnych na zatrudnienie w regionie. W badaniu wielobranżowym wskazało tak zdecydowanie więcej, bo 44% firm. Ten aspekt jest jednak trudno weryfikowalny, czyli może mieć charakter jedynie deklaracyjny.

Odsetek badanych podmiotów finansowych, biorąc pod uwagę członkostwo w organizacjach działających na rzecz społeczności, był zauważalnie niższy (wyniósł 27%) w porównaniu do badanych podmiotów wielobranżowych, wśród których kształtował się na poziomie 37%. Podobna zależność zauważalna jest w obszarze funkcjonowania systemu wspierania wolontariatu pracowniczego (24% podmiotów finansowych wobec 36% podmiotów wielobranżowych).

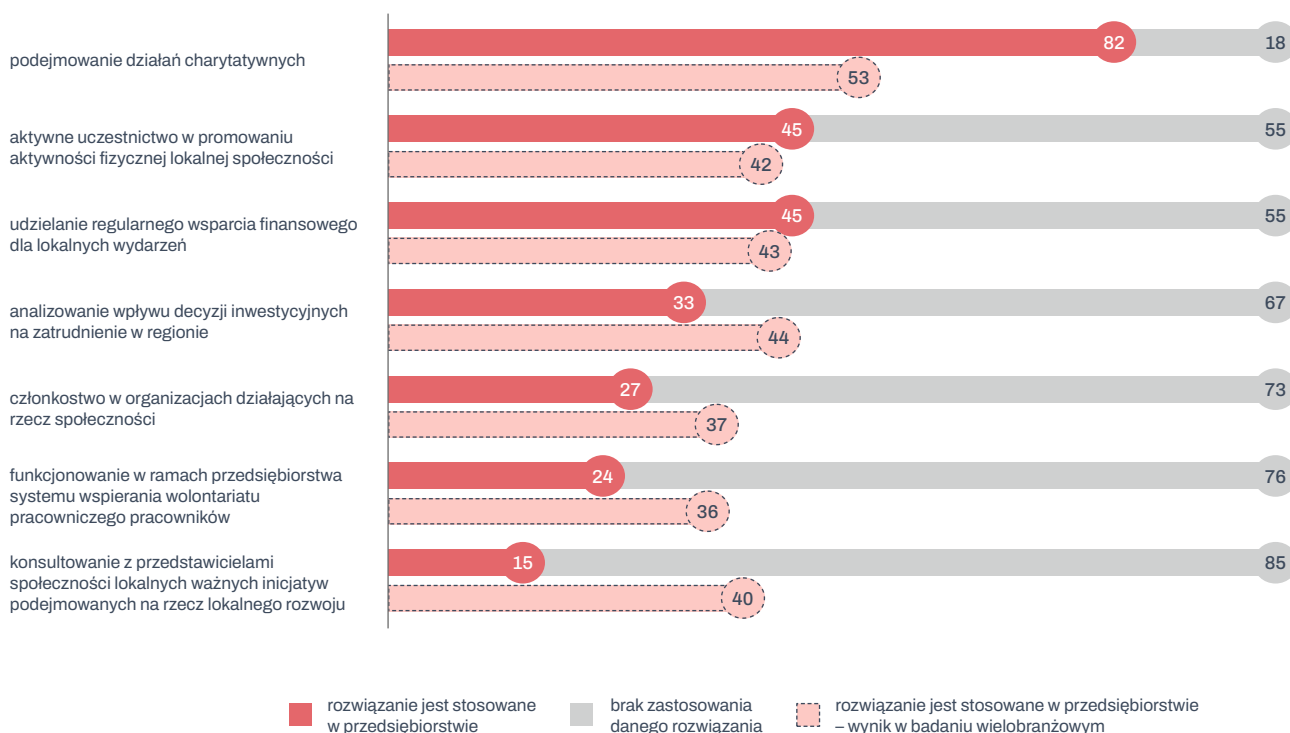
Mimo stwierdzenia przez zdecydowaną większość badanych podmiotów (82%) podejmowania różnego rodzaju aktywności charytatywnych jedynie 27% przedsiębiorstw finansowych należy do organizacji działających na rzecz społeczności. Można zatem przypuszczać, że działania charytatywne są sporadyczne, a nie prowadzone systematycznie.

Najslabiej wśród przedsiębiorstw finansowych wypadł obszar dotyczący konsultowania z przedstawicielami społeczności lokalnych ważnych inicjatyw podejmowanych na rzecz lokalnego rozwoju. Zaledwie 15% respondentów jest zaangażowanych w tego typu działania, co jest zdecydowanie niższym wynikiem w porównaniu do badań wielobranżowych, w których uzyskano 40% wskazań twierdzących. Praktyka ta jest bardzo ważna szczególnie w połączeniu z wolontariatem pracowniczym, (funkcjonującym w 24% przedsiębiorstw), udziałem w organizacjach działających na rzecz społeczności (27%), czy też udzielaniem finansowego wsparcia w lokalnych projektach (aż 45,5%), ale powinna być ukierunkowana na potrzeby społeczeństwa. Bez dialogu z przedstawicielami społeczności lokalnych trudno bowiem rozważać zasadność oraz trafność prowadzonych przez firmy inicjatyw społecznych.

Przedsiębiorstwa z branży finansowej, szczególnie w porównaniu do wielobranżowych podmiotów, powinny położyć szczególnie większy nacisk na dialog ze społecznością lokalną, w której de facto funkcjonują. W tym obszarze, jak również w obszarze podejmowania działań charytatywnych – choć tu jest odwrotna sytuacja – istnieją różnice między tymi grupami przedsiębiorstw. Obszary te są ze sobą powiązane, gdyż lepiej ukierunkowane działania będą przynosiły korzyści dla wszystkich zainteresowanych stron.

Rysunek 7. Rozkład procentowy firm stosujących poszczególne praktyki Subindeksu Społeczność Lokalna – przedsiębiorstwa ZPF (N=33) oraz przedsiębiorstwa wielobranżowe (N=1000); w %

Źródło: Opracowanie własne.





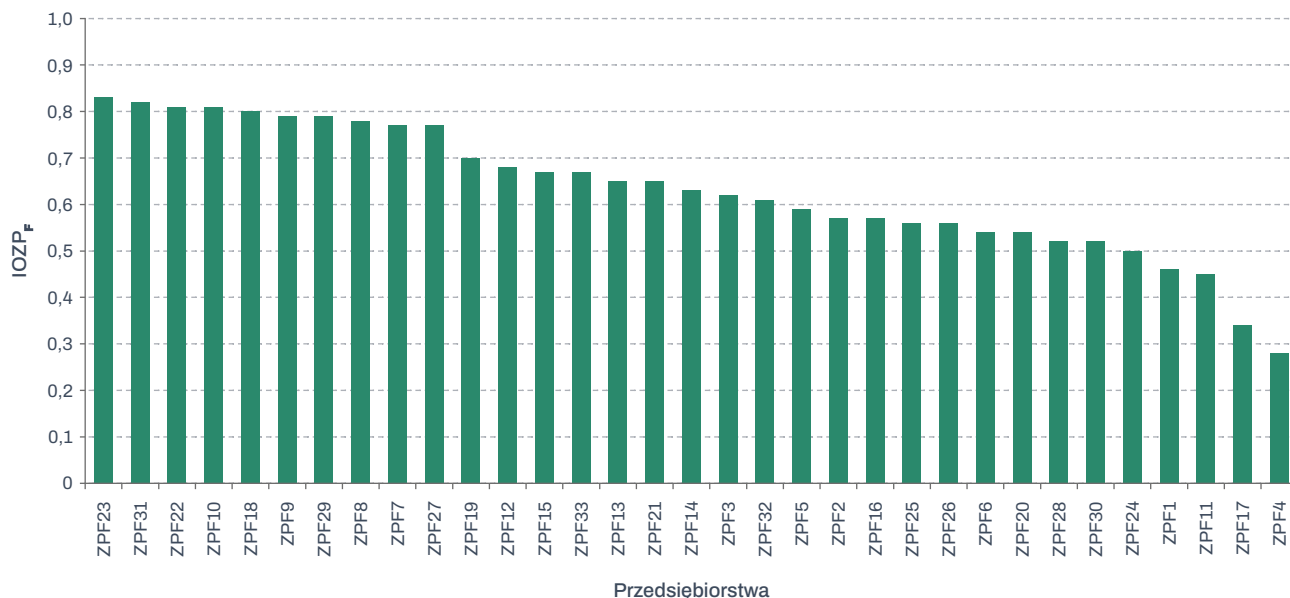
Ranking przedsiębiorstw ZPF

Przeprowadzone badanie pozwoliło nie tylko obliczyć globalną wartość Indeksu Odpowiedzialnego Zarządzania i poszczególne subindeksy dla całej badanej próby przedsiębiorstw ZPF, ale także dało możliwość stworzenia rankingów przedsiębiorstw ze względu na indeks ogólny i subindeksy.

Indeks ogólny

Rysunek 8. Ranking przedsiębiorstw ZPF według wartości ogólnego indeksu IOZP_F

Źródło: Opracowanie własne.



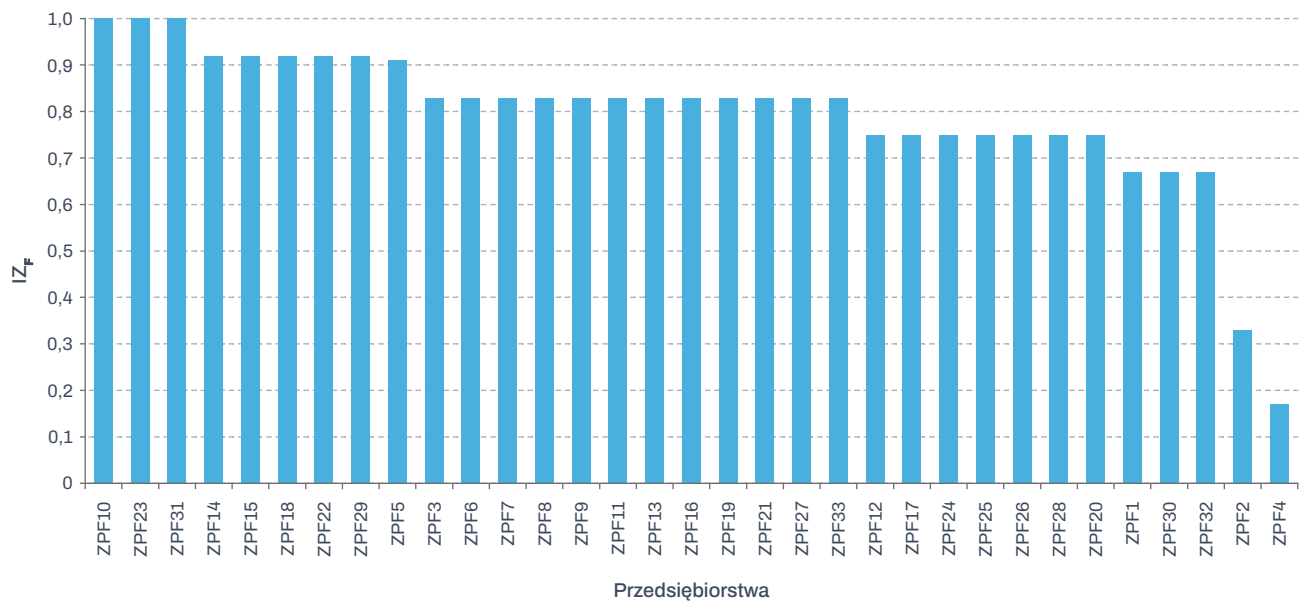
Najwyższą wartość ogólnego indeksu (>0,80) odnotowało pięć podmiotów (rys. 8). Należy podkreślić, że wartość indeksu żadnego z badanych podmiotów nie przekroczyła 0,83, a wartością środkową (medianą) jest 0,63 – szesnaście podmiotów ma wskaźnik wyższy lub niższy niż mediana. Cechą charakterystyczną pięciu podmiotów o najwyższym indeksie jest fakt, że wszystkie z nich to podmioty duże, zatrudniające ponad 250 pracowników, a trzy z nich ponad 500 osób. Warto podkreślić również, że większość z nich stanowią firmy dojrzałe, które otworzyły swoją działalność przed 1999 rokiem – 3 podmioty, z pozostałych dwóch jedna rozpoczęła działalność w latach 2000–2009 i druga w latach 2010–2019. Warto podkreślić również fakt, że cztery z pięciu podmiotów o najwyższym indeksie zajmują się zarządzaniem wierzytelnościami, a jeden z nich pośrednictwem finansowym.

Najniższą wartość indeksu, poniżej poziomu 0,50, odnotowały cztery podmioty, przy czym najniższy wynik to 0,28. Szczególną uwagę zwraca fakt, że są to podmioty z sektora MŚP (dwa mikroprzedsiębiorstwa, jedno małe i jedno średnie przedsiębiorstwo), z krótszym stażem na rynku, które rozpoczęły działalność firmy nie wcześniej niż przed 2000 rokiem.

Subindeks Zarządzanie

Rysunek 9. Ranking przedsiębiorstw ZPF według wartości Subindeksu Zarządzanie IZ_F

Źródło: Opracowanie własne.

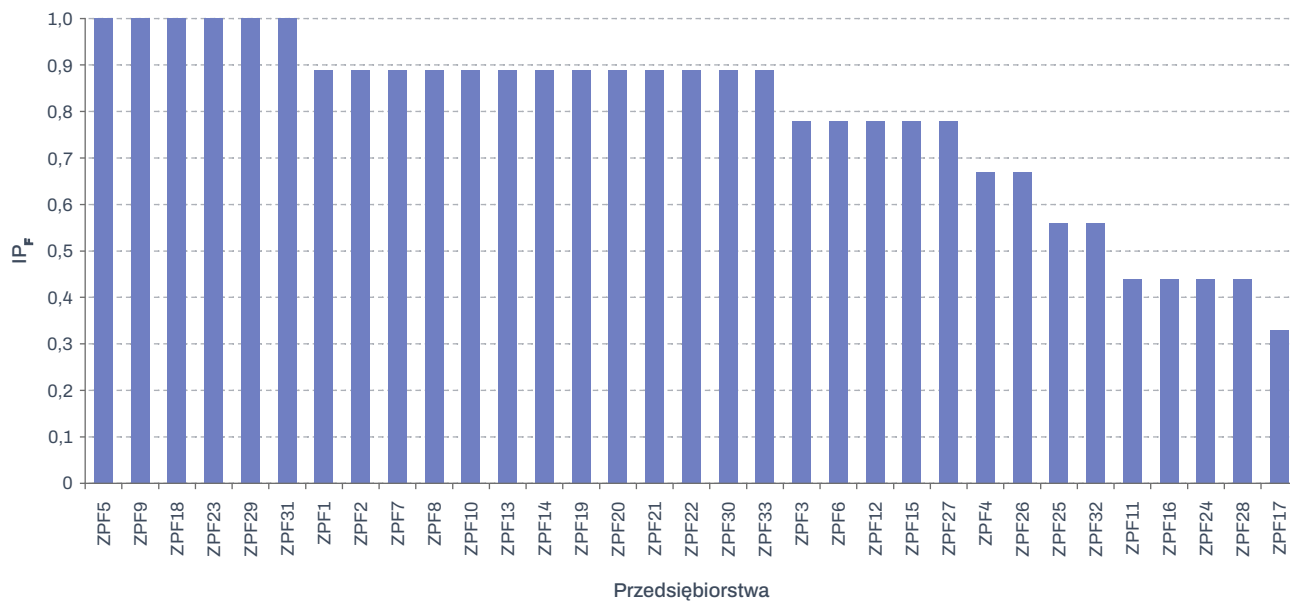


Większość badanych przedsiębiorstw ZPF osiągnęła wysoki poziom Subindeksu Zarządzanie (rys. 9). Trzy podmioty osiągnęły wartość maksymalną (1,0), a 21 przekroczyło poziom 0,80. Najniższa wartość Subindeksu Zarządzanie w grupie zbada-nych przedsiębiorstw to 0,17.

Subindeks Pracownicy

Rysunek 10. Ranking przedsiębiorstw ZPF według wartości Subindeksu Pracownicy IP_P

Źródło: Opracowanie własne.

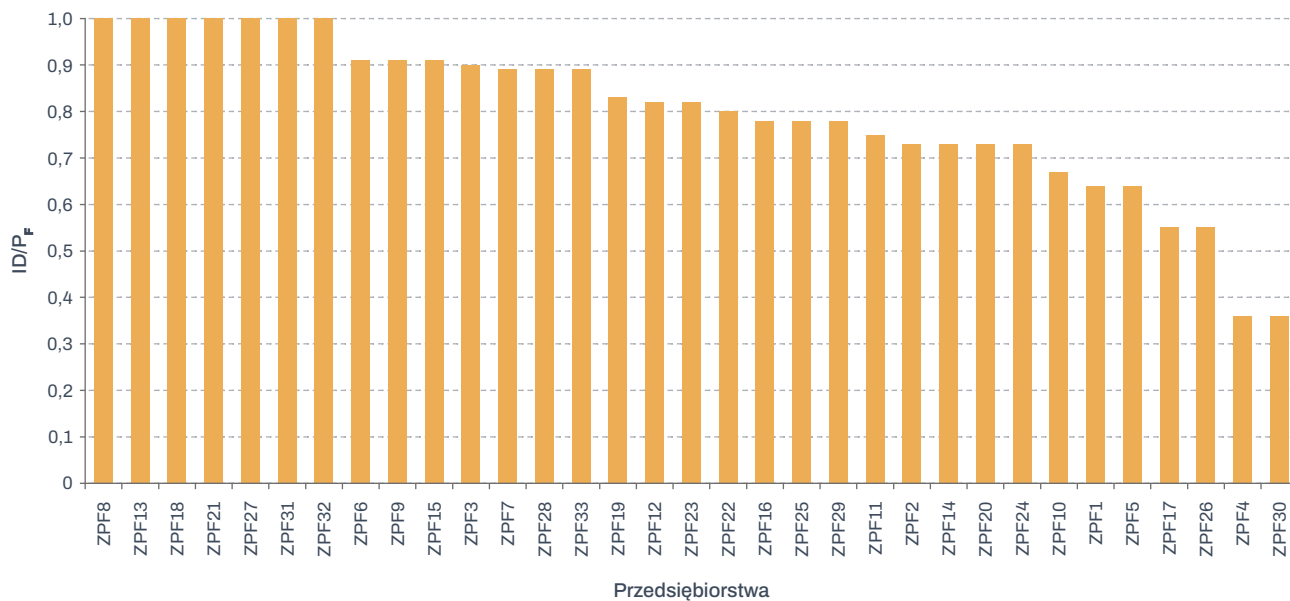


Podobnie wysokie wartości zanotowano w przypadku Subindeksu Pracownicy (rys. 10). Aż sześć przedsiębiorstw cechuje subindeks na poziomie 1,0, a 21 podmiotów przekroczyło wartość 0,80 (mediana=0,89). W przypadku pięciu przedsiębiorstw odnotowano poziom subindeksu poniżej 0,50, a najniższa zaobserwowana wartość to 0,33.

Subindeks Dostawcy/Partnerzy

Rysunek 11. Ranking przedsiębiorstw ZPF według wartości Subindeksu Dostawcy/Partnerzy ID/P_F

Źródło: Opracowanie własne.

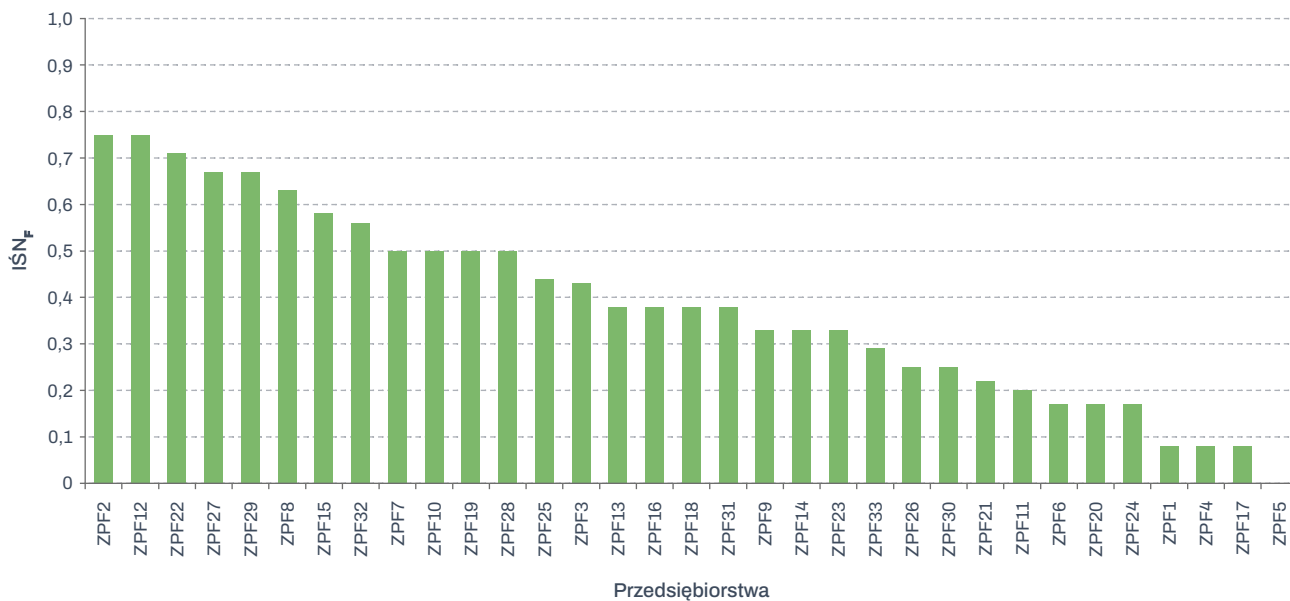


Równie wysokimi poziomami, co w poprzednich subindeksach, choć z większą różnorodnością, cechują się indywidualne wartości Subindeksów Dostawcy/Partnerzy (rys. 11). Siedem przedsiębiorstw ZPF cechuje się maksymalnym poziomem badanego subindeksu, a 18 podmiotów przekroczyło wartość 0,80 (mediana=0,82). Tylko dwa przedsiębiorstwa zanotowały poziom poniżej 0,50 – oba cechują się subindeksem równym 0,38.

Subindeks Środowisko Naturalne

Rysunek 12. Ranking przedsiębiorstw ZPF według wartości Subindeksu Środowisko Naturalne ISN_F

Źródło: Opracowanie własne.

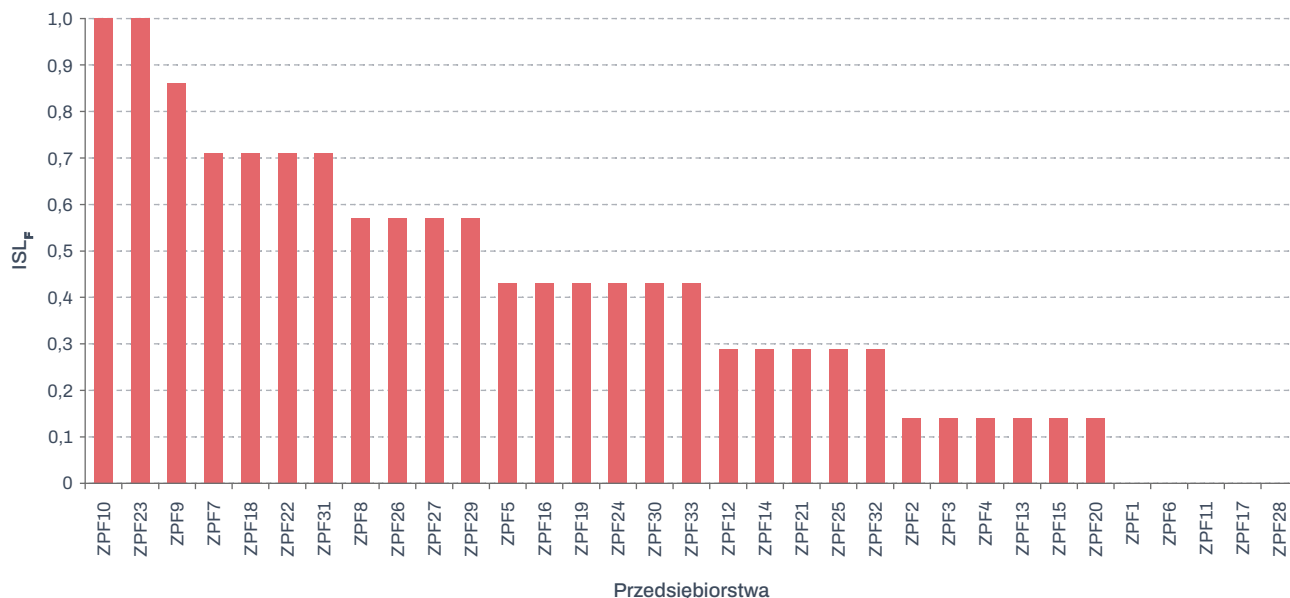


Większość badanych przedsiębiorstw ZPF cechuje niski poziom Subindeksu Środowisko Naturalne (rys. 12). Najwyższa zanotowana wartość wskaźnika to 0,75 (taki poziom zaobserwowano u dwóch badanych podmiotów) i tylko dwanaście badanych przedsiębiorstw przekroczyło poziom 0,50 analizowanego subindeksu. Najniższa zaobserwowana wartość Subindeksu Środowisko Naturalne to 0 (rys. 12).

Subindeks Społeczność Lokalna

Rysunek 13. Ranking przedsiębiorstw ZPF według wartości Subindeksu Społeczność Lokalna ISL_F

Źródło: Opracowanie własne.



Obszar społeczności lokalnej cechuje się największym zróżnicowaniem poziomu subindeksu (rys. 13). Wśród badanych przedsiębiorstw zanotowano dwa, u których analizowany subindeks wyniósł 1. Z drugiej strony zaobserwowano aż pięć podmiotów z poziomem subindeksu równym 0. Między innymi z tego powodu wartość środkowa (mediana=0,43) badanego indeksu jest wyższa niż średnia dla badanej populacji ($ISL_F=0,39$). Tylko w przypadku 11 badanych przedsiębiorstw wartość Subindeksu Społeczność Lokalna przekroczyła poziom 0,50.



Autorzy badania

Autorzy badania są pracownikami Instytutu Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, w skład którego wchodzi: Katedra Zrównoważonego Biznesu, Katedra Zarządzania Strategicznego, Katedra Badań Zachowań Konsumentów, Katedra Zarządzania Projektami, Zakład Strategii Personalnych, Zakład Strategii Międzynarodowych. Główne zainteresowania badawcze pracowników Instytutu koncentrują się na nowoczesnych modelach działania przedsiębiorstw, kształtowaniu polityki personalnej, zarządzaniu projektami i procesami, tworzeniu i wdrażaniu strategii, ale też na poznaniu uwarunkowań konsumpcji oraz jej powiązań z poziomem i jakością życia.

Misją Instytutu jest łączenie wiedzy akademickiej z praktyką gospodarczą poprzez współpracę z centralnymi instytucjami państwowymi, firmami doradczymi, organizacjami międzynarodowymi, organizacjami samorządu gospodarczego oraz wieloma firmami krajowymi i zagranicznymi. Poprzez liczne inicjatywy badawczo-eksperckie oraz kształcenie na poziomie studiów podyplomowych i MBA, Instytut stara się wspierać przedsiębiorstwa i organizacje w doskonaleniu procesów zarządzania na każdym z poziomów zarządzania: strategicznym, taktycznym i operatywnym. 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 przez pracowników Instytutu 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.



dr hab. Sylwester Gregorczyk, prof. SGH

Kierownik Katedry Zarządzania Strategicznego, pełnomocnik Rektora d.s. strategii rozwoju SGH; prace badawcze prowadzi w obszarze szeroko pojętego zarządzania strategicznego, a w szczególności projektowania strategii, modeli biznesu oraz wdrażania zmian strategicznych.



dr Tomasz Gigol

Adiunkt w Zakładzie Strategii Personalnych, praktyk z kilkunastoletnim stażem na najwyższych stanowiskach w biznesie; swoje zainteresowania naukowe koncentruje na: przywództwie, etyce biznesu, strategiach, restrukturyzacji oraz nowych modelach biznesu.



dr Anna Krejner-Nowicka

Adiunkt w Zakładzie Strategii Personalnych; zainteresowania badawcze koncentruje wokół „diversity management” a w szczególności obecności kobiet w organach decyzyjnych przedsiębiorstw oraz zarządzania zasobami ludzkimi z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, sztucznej inteligencji.



dr hab. Wioletta Mierzejewska, prof. SGH

Wicedyrektor Instytutu Zarządzania; specjalizuje się w zagadnieniach z obszaru zarządzania strategicznego (analiza strategiczna, budowanie strategii rozwoju i konkurencji) oraz w tematyce przekształceń strukturalnych przedsiębiorstw.



dr Agnieszka Smalec

Adiunkt w Katedrze Marketingu Instytutu Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego; zainteresowania badawcze koncentruje na szeroko rozumianej komunikacji marketingowej, w tym mediach społecznościowych; zarządzaniu wizerunkiem, marketingu partnerskim, badaniach marketingowych oraz marketingu terytorialnym.



dr Celina Sołek-Borowska

Adiunkt w Katedrze Zrównoważonego Biznesu; zainteresowania badawcze skupia na: dzieleniu się wiedzą i tworzeniu wiedzy, budowaniu zespołów oraz sojuszy strategicznych pomiędzy uniwersytetami a biznesem.

**prof. dr hab. Agnieszka Sopińska**

Profesor w Katedrze Zarządzania Strategicznego; specjalizuje się w problematyce: zarządzania strategicznego, zarządzania innowacjami (ze szczególnym naciskiem na otwarte innowacje) oraz zarządzania wiedzą i kapitałem intelektualnym przedsiębiorstwa.

**mgr Hanna Rachoń**

Asystent w Zakładzie Strategii Międzynarodowych; zainteresowania badawcze koncentruje wokół zarządzania strategicznego i przedsiębiorczości, a w szczególności start-upów i możliwości ich internacjonalizacji głównie na rynkach krajów należących do Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN).

**dr Monika Zajkowska**

Adiunkt w Katedrze Zrównoważonego Biznesu; zainteresowania badawcze koncentruje na: zarządzaniu innowacjami, projektach B+R, otwartych innowacjach, innowacjach zrównoważonych, współpracy w innowacjach.

Budujemy kapitał społeczny
na rynku finansowym

www.zpf.pl