



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt 'CSR droga do innowacji'  
jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

# CSR

drogą  
do  
innowacji

strategia wdrażania  
projektu innowacyjnego



Wrocław, październik 2012



drogą  
do  
innowacji

# PARTNERZY PROJEKTU:



**Lider Projektu**



**Partner**



**Partner**



**Partner**



drogą  
do  
innowacji

# OD IDEI DO DZIAŁANIA



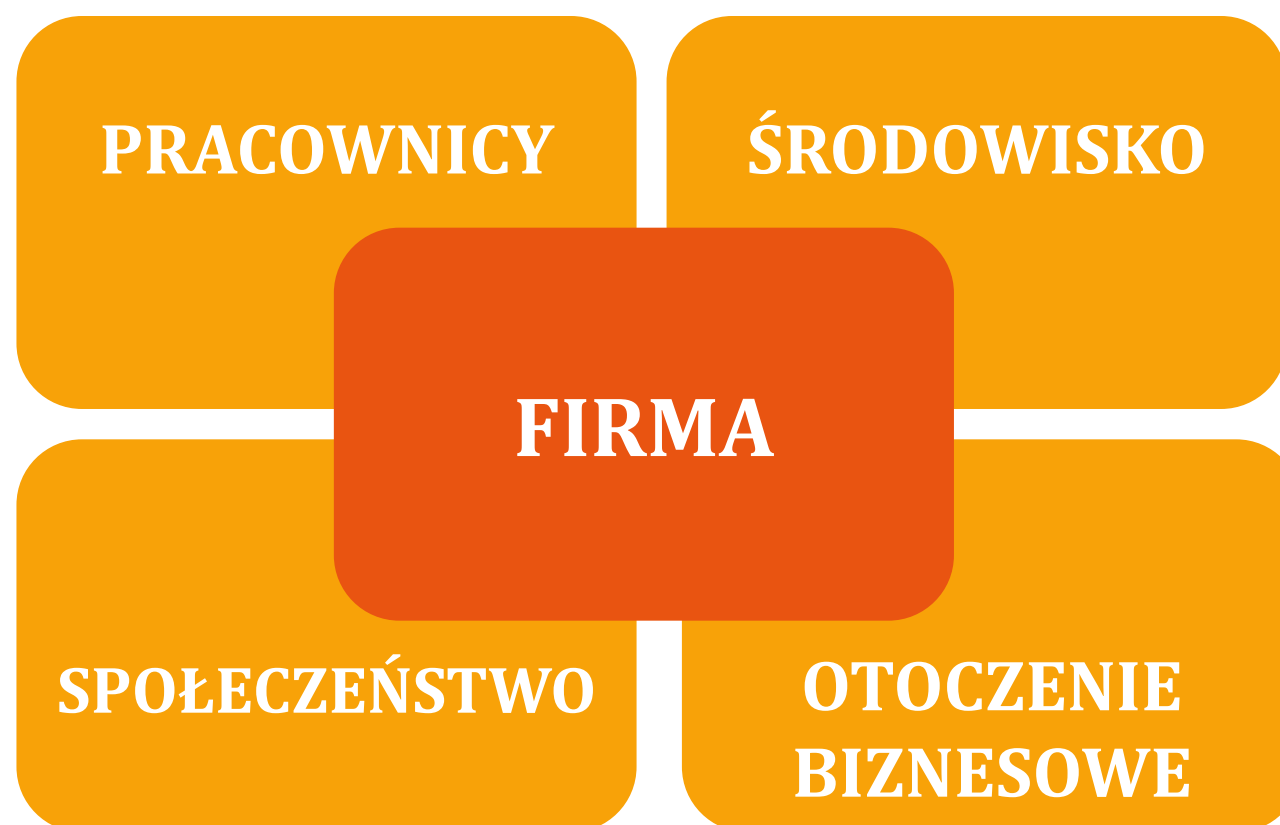


drogą  
do  
innowacji

# Czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu?

**Corporate Social Responsibility- społeczna odpowiedzialność biznesu**

to filozofia zarządzania przedsiębiorstwem, polegająca na świadomym i zrównoważonym działaniu uwzględniającym potrzeby i wymagania szeroko pojętych interesów społecznych, interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych oraz środowiska naturalnego





drogą  
do  
innowacji

Firmy wdrażające strategię społecznej odpowiedzialności, funkcjonując na rynku nie koncentrują się jedynie na tymczasowych efektach finansowych, ale poprzez budowanie trwałych relacji z otoczeniem i uwzględnianie interesów społecznych dążą do zrównoważonego rozwoju.



drogą  
do  
innowacji

## DLACZEGO CSR SIĘ OPŁACA?



CSR może przynieść korzyści w zakresie zarządzania ryzykiem, obniżania kosztów, zarządzania zasobami ludzkimi, relacji z klientami oraz potencjału innowacyjnego przedsiębiorstwa.



Koncepcja CSR wymaga zaangażowania zewnętrznych i wewnętrznych interesariuszy, co pozwala przedsiębiorstwom ją wdrażającym lepiej przewidywać i wykorzystywać zmiany zachodzące na rynku.



Wykorzystując CSR przedsiębiorstwa mogą budować długotrwałe zaufanie wśród pracowników, kontrahentów i społeczeństwa, a wyższy poziom zaufania pozwala na stworzenie środowiska, w którym przedsiębiorstwa mogą być innowacyjne i się rozwijać





drogą  
do  
innowacji

Spółeczna odpowiedzialność, to nie tyle to czy jesteśmy skłonni dzielić się  
„ zyskiem, ale przede wszystkim to, **w jaki sposób ten zysk  
wypracowujemy.**

To, że bycie odpowiedzialnym, rzetelnym i uczciwym w biznesie popłaca,  
deklarują wszyscy, ale wielu uważa za naiwne i utopijne. O tym, że bycie  
odpowiedzialnym wobec otoczenia, może budować wartość, mówią jednak  
coraz częściej finansiści.

Co więcej zaznaczają, że będzie takim tylko wówczas **gdy społeczna „  
odpowiedzialność zostanie połączona z innowacyjnością.**

**Jacek Dymowski, Koordynator Merytoryczny Projektu**



drogą  
do  
innowacji

# Spółeczna odpowiedzialność biznesu a innowacje

KONCEPCJA ODPOWIEDZIALNEGO, ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU  
MOŻE BYĆ

**SILNYM IMPULSEM DLA INNOWACYJNOŚCI**



otwiera firmę na nowy sposób myślenia, poszerza horyzont innowacji,  
zwraca uwagę na dotychczas niedostrzegane możliwości i rynki





drogą  
do  
innowacji

**Pod koniec 2008 r. Komisja Europejska wydała komunikat na temat konkurencyjności Europy. Powołując się na wyniki analiz wpływu CSR na sześć różnych elementów determinujących konkurencyjność na poziomie przedsiębiorstwa:**

- 1)** strukturę kosztów
- 2)** zasoby ludzkie
- 3)** zadowolenie klientów
- 4)** **innowacyjność**
- 5)** zarządzanie ryzykiem i reputacją
- 6)** wynik finansowy

**KE jednoznacznie stwierdziła, że społeczna odpowiedzialność może pozytywnie oddziaływać na konkurencyjność przedsiębiorstwa**



drogą  
do  
innowacji

# Spółeczna odpowiedzialność biznesu a innowacje

Wspomniany raport wyróżnia 3 rodzaje obszarów działalności przedsiębiorstw, w których CSR ma szczególny wpływ na innowacyjność:

1. Innowacje **wynikające z przyjęcia nowej formy zaangażowania interesariuszy;**
2. Innowacje **wynikające z dostrzeżenia szansy biznesowej w adresowaniu problemów społecznych;**
3. Innowacje **wynikające z kreowania miejsca zatrudnienia, sprzyjającego rozwojowi innowacyjności.**



drogą  
do  
innowacji

## CSR w mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach

Tylko **50%** badanych firm z sektora MŚP deklaruje znajomość praktycznych rozwiązań związanych z wdrażaniem CSR do praktyki biznesowej, a jedynie **37%** badanych deklaruje ich stosowanie. Zaledwie ok. **23%** badanych posiada odpowiednie zapisy w tym zakresie

Główne bariery, na które wskazują przedsiębiorcy, odpowiadający na pytania dotyczące barier innowacji:

- brak czasu (68%),
- niedostrzeganie związku innowacji z wynikami finansowymi firmy (83%),
- brak informacji na temat możliwości finansowania zewnętrznego (76%),
- niedostrzeganie potrzeby rozwijania oferty (80%),
- brak środków finansowych (90%),
- skupienie przedsiębiorców na celach krótkoterminowych (61%).



drogą  
do  
innowacji

Badania projektu „CSR drogą do innowacji potwierdzają jednocześnie dostrzeganie potencjału CSR przez przedsiębiorców.

Większość z nich dostrzega w jego nowatorskim wykorzystaniu **szansę na wymierne korzyści biznesowe**, w tym np. na:

- zwiększenie liczby klientów **(64%)**
- zwiększenie przychodów **(61%)**
- podniesienie poziomu kultury organizacyjnej **(75%)**
- uzyskanie łatwiejszego dostępu do finansowania zewnętrznego **(54%)**
- dostosowanie firmy do zaostrzających się norm środowiskowych **(73%)**,
- pozyskanie i utrzymanie najlepszych pracowników **(59%)**
- osiągnięcie przewagi nad konkurencją **(60%)**
- zwiększenie lojalności klientów **(68%)**
- poprawienie wizerunku i reputacji firmy **(81%)**
- zwiększenie szans na sukces firmy w długim okresie **(75%)**
- wprowadzenie innowacyjności w produktach **(67%)**



drogą  
do  
innowacji

## KONKLUZJE:

Obserwując rynek zauważyliśmy, że **w czasach coraz mocniej odczuwalnego kryzysu gospodarczego koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu może być szansą dla przedsiębiorstw funkcjonujących na mniejszych, rodzimych rynkach**. Małe i średnie firmy, za przykładem największych, powinny uczyć się jak wykorzystywać założenia społecznej odpowiedzialności w realizacji celów biznesowych.

Tak narodził się pomysł realizacji projektu ‘CSR drogą do innowacji’.

Poprzez projekt **chcemy uświadomić przedsiębiorcom jak skutecznym narzędziem budowania innowacyjności może być CSR** i w jaki sposób można wykorzystać tą filozofię przy prowadzeniu własnej firmy.

Wypracowany przez nas model pokaże firmom z sektora MŚP jak krok po kroku wdrażać założenia społecznej odpowiedzialności biznesu, tak by przekładały się one na wymierne korzyści i pomagały w budowaniu pozycji firmy na rynku



drogą  
do  
innowacji

## KONKLUZJE:

CSR drogą do INNOWACJI

Czy

INNOWACJE drogą do CSR





drogą  
do  
innowacji

## **TEMAT KONKURSU:**

**WDRAŻANIE STRATEGII SPOŁECZENEJ  
ODPOWIEDZIALNOŚCI W  
PRZEDSIĘBIORSTWACH**





drogą  
do  
innowacji

## **KONKLUZJE:**

**INNOWACJE, PERSPEKTYWA KORZYŚCI są drogą do zachęcenia MŚP do stosowania CSR w sposób strategiczny**

**INNOWACYJNOŚĆ JEST ZATEM ŚRODKIEM,  
METODĄ NA PRZEKONANIE MŚP DO CSR a NIE  
CELEM SAMYM W SOBIE**



drogą  
do  
innowacji

## CELE PROJEKTU

**Głównym celem projektu jest:**

**poprawa jakości działań w zakresie WDRAŻANIA STRATEGII CSR  
wśród 100 DOLNOŚLĄSKICH MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH  
PRZEDSIĘBIORSTW, poprzez wypracowanie, przetestowanie,  
upowszechnienie i włączenie do polityki modelu biznesowego CSR  
opartego na odpowiedzialnych społecznie relacjach z  
interesariuszami oraz pracownikami, wzmacniającymi  
innowacyjność przedsiębiorstw, w okresie od II.2012r. do I.2015r**



drogą  
do  
innowacji

O osiągnięciu celu świadczyć będą następujące wskaźniki:

- **Liczba dolnośląskich MMŚP, w których przetestowany zostanie model: 18**
- **Liczba dolnośląskich MMŚP, które zastosują model finalny: 82**

**w tym: 27 firm uczestniczących w II edycji certyfikacji  
55 firm pobierających model z platformy**



drogą  
do  
innowacji

## Cele szczegółowe projektu

1.

Opracowanie na podstawie badań, analiz i pracy ekspertów **biznesowego modelu CSR, opartego na odpowiedzialnych społecznie relacjach z interesariuszami oraz pracownikami wzmacniającymi innowacyjność przedsiębiorstw** w okresie: a) model wstępny: po 8 miesiącach, b) model końcowy: po 20 miesiącach realizacji projektu.

**O osiągnięciu celu świadczyć będą następujące wskaźniki:**

- Opracowany model/podręcznik CSR + płyta CD.

Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: draft modelu/podręcznika złożony do oceny wraz ze strategią wdrażania projektu, pomiar do X. 2012r., raporty z pracy zespołu ekspertów dot. postępów w opracowaniu modelu, pomiar odbędzie się po każdym spotkaniu zespołu ekspertów

- Liczba opracowanych analiz: 2

- Liczba badań na dolnośląskich MMŚP: 1

Źródłami weryfikacji wskaźników będą: protokół zdawczo-odbiorczy, mierzony po 8 miesiącach realizacji projektu.



drogą  
do  
innowacji

## Cele szczegółowe projektu

2.

**Przetestowanie modelu CSR wśród 18 MMŚP z Dolnego Śląska w okresie XI.2012-V.2013r.**

**O osiągnięciu celu świadczyć będzie następujący wskaźnik:**

- Liczba dolnośląskich MMŚP, w których przetestowany zostanie model: 18  
Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: umowy z przedsiębiorstwami, raport dotyczący testowania, pomiar odbędzie się 1 x na tydzień w trakcie etapu testowania, raport: V. 2013r.



drogą  
do  
innowacji

## Cele szczegółowe projektu

**3.**

**Upowszechnienie modelu finalnego CSR oraz zastosowanie modelu przez 82 dolnośląskich MMŚP w okresie do I. 2015r.**

**O osiągnięciu celu świadczyć będą następujące wskaźniki:**

- Liczba dolnośląskich MMŚP, w których wdrożony zostanie model finalny produktu (połączone z II edycją certyfikacji): 27

Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: umowy z przedsiębiorcami, pomiar odbędzie się 1 x na miesiąc w trakcie etapu upowszechniania.

- Liczba pobrań modelu finalnego w wersji elektronicznej (pdf) z platformy przez MMŚP z Dolnego Śląska: 55

Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: raporty z ilości pobrań z platformy, pomiar odbędzie się 1 x miesiąc w trakcie etapu upowszechniania



drogą  
do  
innowacji

## Cele szczegółowe projektu

**4.**

**Wzrost kompetencji i wiedzy wśród kobiet i mężczyzn z dolnośląskich MMŚP nt. odpowiedzialnego zarządzania pracownikami, ze szczególnym uwzględnieniem roli kobiet, do I. 2015r.**

**O osiągnięciu celu świadczyć będą następujące wskaźniki:**

- Wzrost kompetencji i wiedzy: 80% osób w post teście określi wzrost kompetencji do odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem w zakresie jak w celu szczegółowym.

Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: testy wiedzy przed i po, pomiar odbędzie się dwukrotnie: przed przystąpieniem do zaplanowanego wsparcia w ramach projektu i po. Udział w pomiarze odbędzie się wśród przedsiębiorstw biorących udział w etapie testowania i upowszechniania modelu połączonego z certyfikacją.





drogą  
do  
innowacji

## Cele szczegółowe projektu

**5.**

**Dostosowanie rozwiązań z zakresu CSR a innowacje do wypracowanych na gruncie doświadczeń brytyjskich do specyfiki dolnośląskich MMŚP do I. 2015r.**

**O osiągnięciu celu świadczyć będą następujące wskaźniki:**

- Liczba opracowanych przez partnera ponadnarodowego analiz: 1  
Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: protokół zdawczo-odbiorczy, pomiar po 8 miesiącach realizacji projektu.
- Liczba opracowanych rekomendacji do modelu uwzględniających doświadczenie ponadnarodowe partnera: 8  
Źródłami weryfikacji wskaźnika będą: raporty z pracy zespołu ekspertów dotyczące postępów w opracowaniu modelu, mierzone do IX po każdym spotkaniu zespoły ekspertów.



drogą  
do  
innowacji

# MODEL PROJEKTU





drogą  
do  
innowacji

## Założenia do modelu

Głównym celem projektu 'CSR drogą do innowacji' jest

**stworzenie unikatowego modelu biznesowego**

który krok po kroku wskaże przedsiębiorcom z sektora MŚP, w jaki sposób, dzięki wykorzystaniu koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, wzmacniać **potencjał innowacyjny firm.**

Zaproponowane działania opierać się będą na **trzech najbardziej istotnych aspektach zarządzania firmą** - odpowiedzialnym zarządzaniu relacjami z interesariuszami i pracownikami oraz działaniach proekologicznych

pracownicy

interesariusze

(ekologia)



drogą  
do  
innowacji

## Założenia do modelu



Celem modelu jest przeprowadzenie przedsiębiorcy poprzez proces analizy i planowania strategicznego, dookreślenia celów strategicznych i zainicjowania projektów, mających na celu osiągnięcie celów strategicznych, w sposób możliwie przyjazny i praktyczny.



W efekcie z jego wsparciem będzie on mógł **zbudować prostą strategię, która poprzez innowacje pomoże uczynić firmę bardziej społecznie odpowiedzialną**



drogą  
do  
innowacji



Model został skonstruowany w sposób **maksymalnie elastyczny**, tj. mając świadomość ograniczeń czasowych przedsiębiorców, proponujemy narzędzie, którego wykorzystanie nie będzie wiązało się absorbowaniem dużych zasobów firmy.



Naszym celem było zaoferowanie takiego narzędzie, z którego będzie można korzystać w sposób **możliwie najmniej kolidujący z innymi obowiązkami**. Cały proces jest **rozłożony w czasie i został podzielony na kroki**, których realizacja pozwoli lepiej zrozumieć wpływ firmy na otoczenie i wpływ otoczenia na firmę oraz znaleźć obszary, w których możliwe będzie przeprowadzenie zmian i ulepszeń.



drogą  
do  
innowacji

## Struktura modelu

### Analiza strategiczna

**Krok 1: Ocena potencjału  
innowacyjnego**



**Krok 2: Zrozumienie zmian  
społecznych**



**Krok 3: Ocena relacji z otoczeniem  
(Identyfikacja i mapowanie  
interesariuszy i ocena relacji i ich  
potencjału)**



**Korzyść: zrozumienie jakie przewagi  
konkurencyjne może osiągnąć firma dzięki  
innowacjom i CSR**



**Korzyść: poznanie i uporządkowanie  
potrzeb biznesowych firmy, realizacja ich  
poprzez CSR**



**Korzyść: identyfikacja kluczowych graczy  
i ich oczekiwań, świadome nimi zarządzanie**





drogą  
do  
innowacji

## Struktura modelu

**Krok 4: Przeprowadzenie dialogu z otoczeniem**



**Krok 5: Wnioski z dialogu z otoczeniem**



**Krok 6: Autodiagnoza sytuacji wewnątrz przedsiębiorstwa**



**Krok 7: Samoocena Lidera**

**Korzyść: identyfikacja niewykorzystanego potencjału ukrytego w relacjach i przełożenie go na działania biznesowe**



**Korzyść: uporządkowanie wiedzy zdobytej w procesie dialogu i poprawa relacji z otoczeniem**



**Korzyść: poznanie silnych i słabych stron firmy w obszarze CSR, odkrycie jak można je wykorzystać do budowania przewagi konkurencyjnej**



**Korzyść: identyfikacja barier blokujących lub utrudniających innowacje w firmie**





drogą  
do  
innowacji

## Struktura modelu

### Planowanie strategii

**Krok 8: Generowanie pomysłów  
i ustalanie celów**

**Korzyść: stworzenie koncepcji  
innowacyjnych projektów biznesowych  
opartych o wartości społecznie  
odpowiedzialne**

**Krok 9: Analiza biznesowa  
pomysłów i ich wdrażanie  
(koncepcja projektu, ustalanie  
celów, harmonogramu, budżetu,  
ocena rentowności, kontrola  
i monitoring)**

**Korzyść: ograniczenie ryzyka biznesowego  
realizacji nietrafionych pomysłów  
i zaplanowanie wdrożenia najlepszych  
koncepcji**

**Krok 10: Zarządzanie  
odpowiedzialnością**

**Korzyści: nauka reguł monitorowania  
efektów i oceny korzyści płynących  
z zarządzania innowacyjnością w oparciu  
o CSR**



drogą  
do  
innowacji

Do modelu dołączone zostanie także **‘Kompendium dla uczestnika’**, które stanowić będzie swoistą bazę wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu w różnych aspektach

**Relacje z interesariuszami w MŚP**

**HR wspierający innowacyjność**

**System wsparcia dla przedsiębiorcy  
w realizacji strategii i produktów  
innowacyjnych**



drogą  
do  
innowacji

Aktualna forma elementów składowych modelu: wersja papierowa lub pdf- do pobrania z platformy



**REKOMENDACJA WNIOSKODAWCÓW  
PRZEŁOŻONIE FINALNEJ WERSJI MODELU NA  
PROGRAM INFORMATYCZNY**



drogą  
do  
innowacji

# TESTOWANIE MODELU





drogą  
do  
innowacji

## Założenia etapu testowania

**1.** Użytkownikami na etapie testowania będzie 18 przedsiębiorstw z DŚ:

**5 mikroprzedsiębiorstw**

**10 małych przedsiębiorstw**

**3 średnie przedsiębiorstwa**

**2.** Liczebność poszczególnych grup odbiorców niemożliwa do dokładnego oszacowania, zależeć będzie od specyfiki każdego z przedsiębiorstw biorących udział w procesie testowania. Odbiorcami na etapie testowania będą:

**Pracownicy przedsiębiorstw**

**Partnerzy biznesowi, klienci**

**Społeczność lokalna, ngos**



drogą  
do  
innowacji

## Założenia etapu testowania

**3.** Testowanie w każdym z przedsiębiorstw trwać będzie **ok. 10 tygodni** (założenia modelu zakładają prace rozłożone właśnie na 10 tygodni, możliwe niewielkie korekty związane z możliwościami czasowymi przedsiębiorstw wynikającymi z bieżącej działalności). Testowanie będzie miało na celu:

- zbadanie **stopnia zrozumienia modelu** wśród użytkowników,
- zbadanie **procesu dokonywania wyboru katalogu indywidualnych działań z obszaru CSR** przez przedsiębiorcę na podstawie modelu,
- identyfikację **barier i trudności** w stosowaniu modelu.



drogą  
do  
innowacji

## Założenia etapu testowania

**4.** Potwierdzeniem, że innowacja działa będzie fakt:

**PODJĘCIA PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWO  
DZIAŁAŃ CSR ORAZ OPRACOWANIA  
STRATEGII DZIAŁAŃ CSR**





drogą  
do  
innowacji

## 5. W okresie testowania modelu powołani zostaną **3 Konsultanci ds. testowania**.

Rola konsultantów będzie polegała na **bieżącym kontakcie z przedsiębiorstwami** celem uzyskania jak największej liczby informacji na temat funkcjonalności modelu a także **wspomaganie przedsiębiorcy w przejściu przez kluczowe etapy** modelu (tak, aby poprzez stosowanie testowej wersji modelu, przedsiębiorstwo z powodu jego ograniczeń czy też braków nie zaniechało dalszego korzystania z modelu).

Konsultanci ds. testowania nie będą pełnić funkcji ekspertów, doradców.

Założeniem projektu jest skonstruowanie modelu **do samodzielnego użytku** przez przedsiębiorstwa.



drogą  
do  
innowacji

**6.** Konsultanci będą odbywać **cotygodniowe rozmowy z przedsiębiorstwami**. Dodatkowo zostaną przeprowadzone **3 wywiady pogłębione** z kadrami zarządzającą i pracownikami **nt. funkcjonalności modelu**.

**7.** Nad prawidłowym procesem przebiegu testowania czuwać będzie **Koordynator Merytoryczny**.

Konsultanci ds. testowania zobligowani będą do przedkładania 2-tygodniowych raportów z przebiegu testowania modelu w przedsiębiorstwach. Na koniec procesu testowania powstanie **zbiorczy raport na temat testowania z rekomendacją zmian** opracowany przez Koordynatora merytorycznego.

Raport zostanie dodatkowo skonsultowany z Radą Projektu oraz Ekspertami odpowiedzialnymi za dokonanie korekty modelu.



drogą  
do  
innowacji

# UPOWSZECZNIANIE MODELU





drogą  
do  
innowacji

## Co chcemy upowszechnić?

Przedmiotem podlegającym upowszechnianiu będzie

**wypracowany w ramach projektu biznesowy model CSR**

przeznaczony dla przedsiębiorców sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw



drogą  
do  
innowacji

## I etap realizacji projektu



wzbogacił partnerstwo o wiedzę i doświadczenie wynikające z:

- przeprowadzonych badań, analiz, dyskusji w ramach zespołu eksperckiego
- opinii i wskazówek ekspertów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju podczas wizyty studyjnej w Londynie
- opinii i sugestii przedsiębiorców biorących udział w seminariach

**W wyniku pogłębionej diagnozy strategia upowszechniania została doprecyzowana w stosunku do zapisów wniosku o dofinansowanie**



drogą  
do  
innowacji

## Założenia etapu upowszechniania

- ! Wiedza na temat społecznej odpowiedzialności biznesu wśród polskich przedsiębiorców sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw **jest niewielka**. Przedsiębiorcy wciąż **nie są świadomi tego czym jest CSR** i jakie można z niego **czерpać korzyści**

Gwarancja  
skuteczności  
modelu

uświadomienie odbiorcom korzyści płynących z wdrażania strategii CSR i budowania innowacyjnych rozwiązań w firmie

Cel działań

jak najszersze rozpropagowanie idei CSR i budowania w oparciu o nią innowacyjności firm; promowanie samego modelu

Charakter  
działań

wymiar informacyjny, promocyjny, uświadamiający



drogą  
do  
innowacji

## Adresaci działań upowszechniających

- 1. Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa**, poszukujące przewag konkurencyjnych, nowych rozwiązań dla swojego biznesu.
- 2. Media** - forum opiniotwórcze i nośnik informacji (nie tylko w wymiarze komercyjnym jako wykonawcy zleceń, ale także partnerzy)
- 3. Środowiska biznesowe, instytucje otoczenia biznesu oraz organizacje ogólnopolskie, regionalne i lokalne wspierające przedsiębiorstwa sektora MŚP w tym głównie organizacje pracodawców** (jako naturalni sojusznicy i partnerzy wspierania rozwoju MŚP i propagowania rezultatów projektu)





drogą  
do  
innowacji

# Działania upowszechniające zrealizowane w I etapie projektu

➔ I etap kampanii promocyjnej (charakter informacyjno-promocyjny)-  
informacje o projekcie i społecznej odpowiedzialności biznesu.

**Dołącz do grona firm na światowym poziomie. Rozwijaj innowacyjność i osiągnij większe zyski.**

**Dlaczego innowacyjność rozwija się wolniej niż w innych branżach?**

Innowacje są źródłem zysków i czynnikami pomagającymi kreować nowe źródła dochodów. Otwierają firmę na dotychczas niedostępane możliwości i rynki, służą budowaniu potencjału gospodarczego, wzmacniają konkurencyjność, a w efekcie pomagają osiągnąć większe zyski.

Otwierają firmę na dotychczas niedostępane możliwości i rynki, służą budowaniu potencjału gospodarczego, wzmacniają konkurencyjność, a w efekcie pomagają osiągnąć większe zyski.

Otwierają firmę na dotychczas niedostępane możliwości i rynki, służą budowaniu potencjału gospodarczego, wzmacniają konkurencyjność, a w efekcie pomagają osiągnąć większe zyski.

**Polijny kapelan dostał urządzenie viaAuto**

Wielki policjant przyznał to wczoraj. Urządzenie pozwala na inicjowanie kłopotów i bezpłatny przejazd przez bramki na autostradzie. Urządzenie zostało przekazane kapelanowi nie było przez niego w okresie posiadania wykorzystywane - informuje Paweł Petrykowski. © JANA, S

**Obywatel Senior** w „Gazecie Wyborczej” i na wroclaw.gazeta.pl

**dzisiaj** Jaka pomoc należy się starszym ludziom  
**jutro** Starszy człowiek w rodzinie - jak pomagać, a nie wyręczać  
**sobota** Dodatek „Pora na Seniora” - informacje o Dniach Seniora we Wrocławiu

Partnerem dodatku jest SYNERGUS

**Wzmocnij potencjał swojej firmy.**

CSR to filozofia zarządzania przedsiębiorstwem polegająca na świadomym i zrównoważonym działaniu uwzględniającym potrzeby i wymagania grup interesariuszy i pracowników.

W listopadzie ruszy rekrutacja dołnośląskich firm, które jako pierwsze będą mogły wdrożyć wypracowany w ramach projektu model. Każdej z firm zapewni zostanie profesjonalne wsparcie doradcze i pomoc konsultantów.

Udział w projekcie jest bezpłatny. Wejdź na stronę [www.innowacjescsr.eu](http://www.innowacjescsr.eu) i dowiedz się więcej.

\*Zrównoważony biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw - przygotowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, 2009 r.

**FINANSE**

Banki	Waluty	Giełda	Fundusze	Emerytury	Ubezpieczenia	Podatki	Pasaż finansowy
Firma	iFirma	Oblicz ratę	KRS	Metale Szlachetne	Ubezpiecz się	Finansomat	

**Zobacz, co zainteresowało Twoich znajomych!**

Dowiedz się, co przeglądają Twoi znajomi i jeśli chcesz, udostępni im swoje aktywności.

więcej na ten temat ➔

Aby rozpocząć Zaloguj przez Facebook

MENU

WIADOMOŚCI DNIA

Kraj • Świat • Branże

SZUKAJ W WIADOMOŚCIACH

Pilne! Jest decyzja! Niemcy zadecydowały o przyszłości

NA SKRÓTY

• Program do rozliczenia podatku PIT

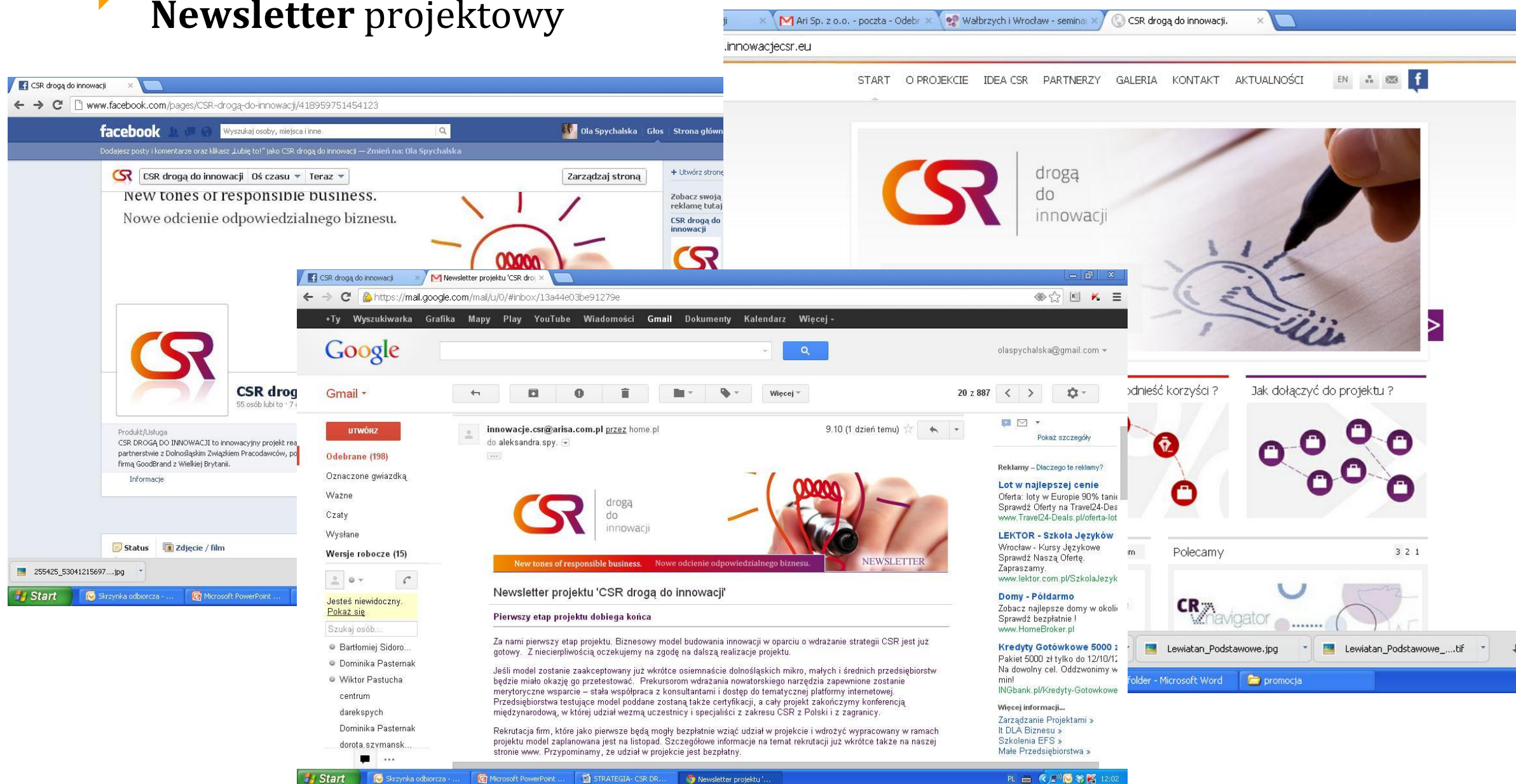




drogą  
do  
innowacji

# Działania upowszechniające zrealizowane w I etapie projektu

→ stworzenie szeregu narzędzi promocyjnych w tym **strony www**,  
wykorzystano media społecznościowe - **profil Facebook**, przygotowywano  
**Newsletter** projektowy



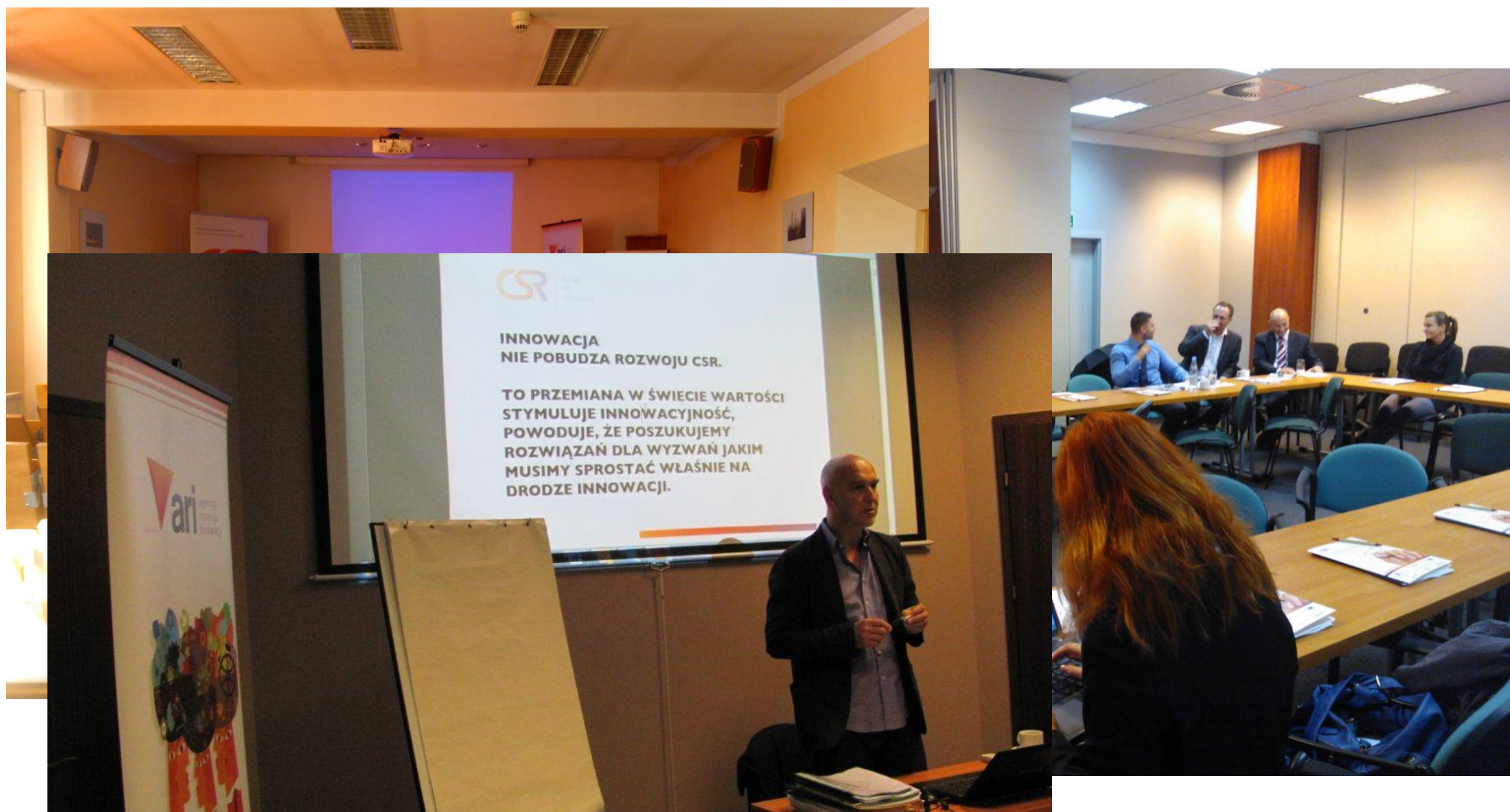




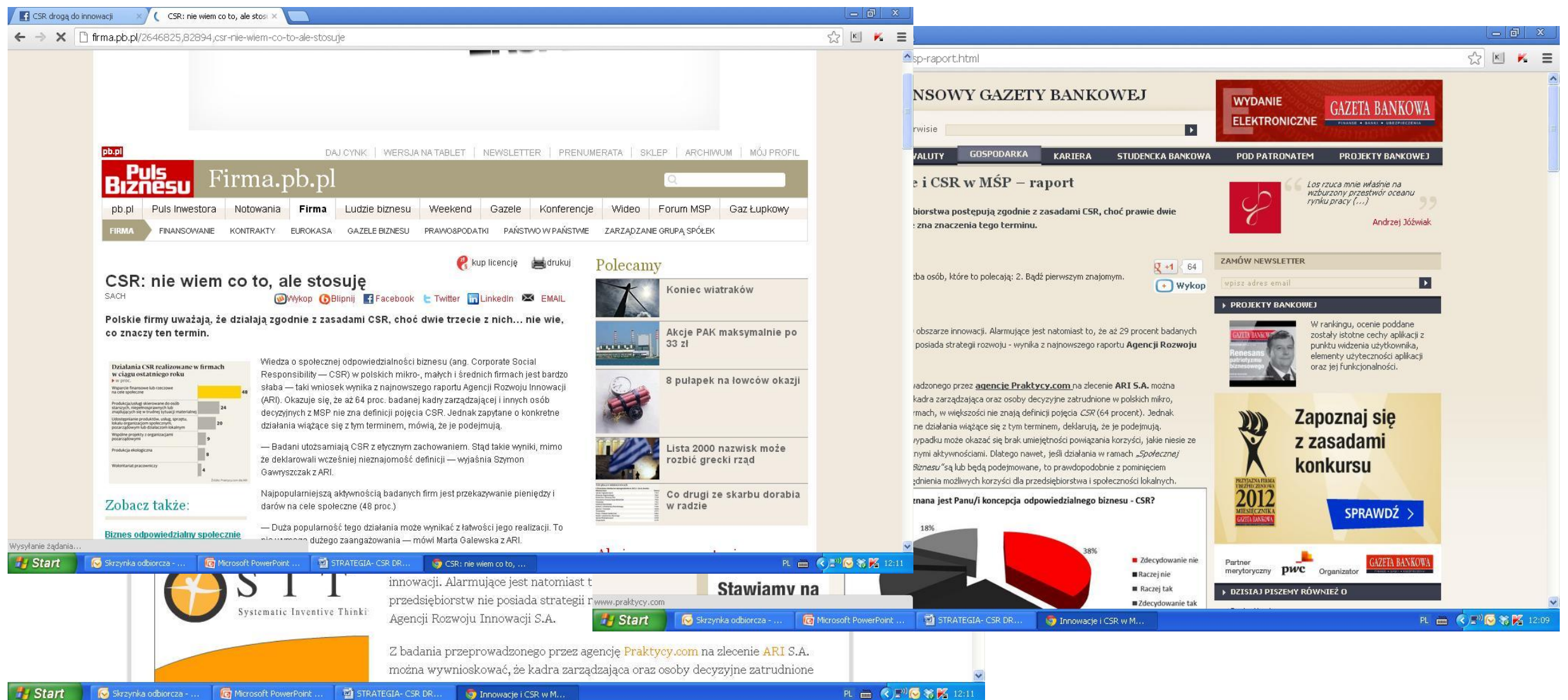
drogą  
do  
innowacji

## Działania upowszechniające zrealizowane w I etapie projektu

➔ **4 seminaria dla przedsiębiorców** - celem upowszechnienie koncepcji CSR i włączenie potencjalnych odbiorców w proces budowy modelu









drogą  
do  
innowacji

## Działania upowszechniające zrealizowane w I etapie projektu

➔ pozyskanie patronatów merytorycznych i medialnych w tym **Honorowego Patronatu Ministra Gospodarki i Marszałka Województwa Dolnośląskiego**



MINISTERSTWO  
GOSPODARKI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

PATRONAT HONOROWY MARSZAŁKA  
WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO



FORUM  
ODPOWIEDZIALNEGO  
BIZNESU



ZACHODNIA  
IZBA  
GOSPODARCZA



inwestycje:pl

**TVP WROCŁAW**



drogą  
do  
innowacji

## **Działania upowszechniające zaplanowane na kolejne etapy projektu**

**1.**

**realizacja kolejnych części kampanii promocyjnej- promocja w mediach tradycyjnych (prasa), w internecie i poprzez wykorzystanie mediów społecznościowych. Opracowany media plan został skonstruowany w sposób, który umożliwi jak najszersze dotarcie do grup docelowych:**

- wykorzystane zostaną najbardziej popularne media regionalne - Gazeta Wyborcza i Gazeta Wrocławska**
- łącznie ukaże się jedenaście artykułów sponsorowanych**
- wyświetlonych zostanie ponad 900tyś. billboardów na portalach internetowych- onet.pl, gazeta.pl, money.pl oraz wp.pl.**
- rekrutacja przedsiębiorców wsparta będzie mailingiem (25 tyś.rekordów do MŚP z targetowaniem na Dolny Śląsk) oraz ogłoszeniami w Gazecie Wyborczej i Wrocławskiej (5 ogłoszeń)**



drogą  
do  
innowacji

## **Działania upowszechniające zaplanowane na kolejne etapy projektu**

**2.**

**informowanie o wypracowanym narzędziu w portalach, które objęły patronat medialny nad projektem, na stronach www Patronów, w ich newsletterach i czasopismach**

**3.**

**przygotowanie platformy internetowej on-line - forum wymiany dobrych praktyk z merytorycznymi materiałami dla przedsiębiorców i dostępem do szkoleń on-line**

**4.**

**promocja modelu za pośrednictwem instytucji działającej w obszarze innowacji – współpraca z Dolnośląskim Ośrodkiem Transferu Wiedzy i Technologii**





drogą  
do  
innowacji

## **Działania upowszechniające zaplanowane na kolejne etapy projektu**

**5.**

przygotowanie dwóch edycji certyfikacji dla przedsiębiorstw zaangażowanych w projekt - nobilitacja firm wdrażających model, zachęta pozostałych przedsiębiorstw do korzystania z niego.

**I certyfikacja- 18 przedsiębiorstw**

**II certyfikacja- 27 przedsiębiorstw**

Przygotowanie 18 artykułów poświęconych firmom - uczestnikom projektu, ukazujących ich jako prekursorów wdrażania modelu.

**6.**

organizacja konkursu na najlepsze inicjatywy powstałe przy użyciu modelu połączonego z certyfikacją przedsiębiorstw i uroczystą galą



drogą  
do  
innowacji

## **Działania upowszechniające zaplanowane na kolejne etapy projektu**

- 7.** organizacja międzynarodowej konferencji upowszechniającej, w której udział wezmą specjaliści z zakresu CSR z kraju i z zagranicy, reprezentanci środowisk biznesowych, a także uczestnicy projektu  
łącznie 100 osób
- 8.** organizacja spotkań z przedsiębiorcami i jednostkami samorządu terytorialnego z różnych regionów Dolnego Śląska, Celem spotkań promocja modelu i upowszechnianie idei CSR, także w kontekście współpracy przedsiębiorstw z samorządami  
łącznie 80-ciu uczestników





drogą  
do  
innowacji

# WŁĄCZANIE MODELU DO NURTU POLITYKI





drogą  
do  
innowacji

## Co chcemy włączyć do głównego nurtu polityki?


Przedmiotem podlegającym włączeniu do głównego nurtu polityki będzie **wypracowany w ramach projektu biznesowy model CSR** przeznaczony do **samodzielnego użytku** przez MŚP

W działania włączające zaangażowane zostaną osoby z kadry zarządzającej projektem, a więc zarówno osoby reprezentujące **środowiska biznesowe** (Agencja Rozwoju Innowacji), **samorząd terytorialny** (Powiat Legnicki), **organizację pracodawców** (Dolnośląski Związek Pracodawców) i **specjalistów branży CSR** (Goodbrand)



drogą  
do  
innowacji

## **Założenia włączania produktu do polityk**



Stosowanie opracowanego modelu przez MŚP nie będzie wymagało żadnych zmian legislacyjnych lub charakterze systemowym. Stosowanie modelu nie wymaga zapewnienia finansowania zewnętrznego (model dostosowany do samodzielnego użytku bez konieczności udziału doradców zewnętrznych)

Jednym warunków szerokiego wykorzystywania modelu będzie jednak wzrost świadomości przedsiębiorców w zakresie profitów wynikających z CSR oraz informacja o samym modelu



drogą  
do  
innowacji

## Założenia włączania produktu do polityk

**Celem działań włączających** produkt finalny do głównego nurtu polityki i praktyki jest:

- **wzrost wiedzy i świadomości** grup docelowych oraz instytucji i osób decyzyjnych, interesariuszy projektu w zakresie stosowania i wdrażania działań CSR i innowacyjności
- zapewnienie, że **w przyszłości wypracowany w ramach projektu model będzie wykorzystywany**
- **przekonanie samych odbiorców projektu, że model warto stosować**



drogą  
do  
innowacji

## Założenia włączania produktu do polityk

Z dotychczasowych doświadczeń wynika, że warunkiem skuteczności modelu i jego wykorzystywania jest wiedza i świadomość przedsiębiorców w zakresie stosowania i wdrażania CSR i budowania innowacyjności. Jak wynika z badań i bezpośrednich spotkań i konsultacji z firmami sektora MŚP, wiedza ta jest bardzo niska.

Działania włączające powinny więc przebiegać dwutorowo: z jednej strony należy upowszechniać ideę CSR, z drugiej należy zapewnić informację oraz dostęp do opracowanego modelu.



drogą  
do  
innowacji

## MAINSTREAMING

### WERTYKALNY

zaangażuje otoczenie polityczne  
i decydentów różnych szczebli

### HORYZONTALNY

skierowany do użytkowników  
produktu na poziomie lokalnym  
i regionalnym



drogą  
do  
innowacji

## **Założenia włączania produktu do polityk**

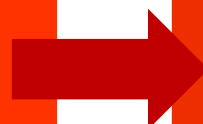
**włączanie do głównego nurtu polityki odbywać się będzie zarówno poprzez realizację opisanych w punkcie poprzednim działań upowszechniających, jak i poprzez kontakty bezpośrednie i nawiązywanie współpracy z ważnymi z punktu widzenia projektu i tematyki społecznej odpowiedzialności osobami, instytucjami i organizacjami:**

- 1)** instytucjami rządowymi
- 2)** samorządami
- 3)** instytucjami otoczenia biznesu i środowiskami biznesowymi
- 4)** uczelniami wyższymi
- 5)** organizacjami działającymi na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu



drogą  
do  
innowacji

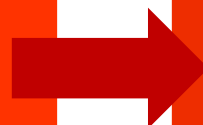
**zaangażowanie  
instytucji  
rządowych**



**1. PARP- propozycja włączenia doradztwa z zakresu CSR i budowania innowacyjności do Krajowego Systemu Usług**

**2. nawiązanie współpracy z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju w ramach prac nad programem Innowacje Społeczne**

**zaangażowanie  
samorządów**



**1. Urząd Marszałkowski Województwa Dolnego Śląska - propozycja włączania zagadnień związanych z CSR i innowacyjnością do strategii rozwoju województwa**

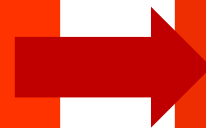
**2. Samorządy terytorialne - stworzenie katalogu przywilejów dla przedsiębiorstw wdrażających CSR oraz karty celów strategicznych związanych z CSR do wykorzystania przy aktualizacji lokalnych strategii rozwoju**





drogą  
do  
innowacji

**zaangażowanie  
instytucji  
otoczenia  
biznesu  
i środowisk  
biznesowych**



Tu adresatami działań włączających będą:

- agencje rozwoju regionalnego** (nawiązanie współpracy z Agencją Rozwoju Regionalnego 'ARLEG',
- izby gospodarcze** (min. kontynuowanie współpracy z Zachodnią Izbą Gospodarczą)
- organizacje pracodawców i związki zawodowe** (min. kontynuacja współpracy z PKPP Lewiatan)

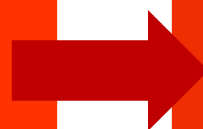
**Zaplanowane działania:**

- organizacja wspólnych spotkań i seminariów dla przedsiębiorców poświęconych tematyce CSR i innowacyjności oraz modelowi projektowemu,
- wspólna organizacja konkursu na najlepsze inicjatywy wynikające z użycia modelu
- wspólna promocja rozwiązań wypracowanych w projekcie i samej idei CSR



drogą  
do  
innowacji

**zaangażowanie  
uczelni  
wyższych**



**Uczelnie o profilu ekonomicznym kształcące przyszłych menadżerów i kadry zarządzające -**  
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Uniwersytet Wrocławski

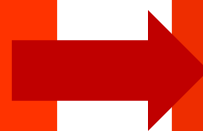
**Zaplanowane działania:**

- rekomendacja włączenia zagadnień związanych z CSR i budowaniem innowacyjności **w program studiów**,
- stworzenie na bazie modelu programu zajęć wraz z konspektami.



drogą  
do  
innowacji

**zaangażowanie  
organizacji  
działających na  
rzecz społecznej  
odpowiedzialno  
ści biznesu**



**Nawiązanie współpracy z organizacjami ogólnopolskimi min. Forum Odpowiedzialnego Biznesu, CSRImpact, Global Compact**

- włączenie wypracowanego w ramach projektu produktu w **program spotkań i seminariów**,
- prezentacja produktu na eventach** (np. ogólnopolskie Targi CSR)
- elektroniczna wersja modelu upowszechniana poprzez strony www organizacji**,
- wspólne **tworzenie szkoleń on-line** udostępnianych na platformie.

**Nawiązanie stałej współpracy z organizacjami zajmującymi się tematyki CSR na Dolnym Śląsku, min. DFOP i utworzoną przez nią Dolnośląską Federacją Przedsiębiorstw Odpowiedzialnych Społecznie**



drogą  
do  
innowacji

## Certyfikacja po zakończeniu projektu



Odpowiedzialność instytucjonalną i finansową  
**za wdrożenie i stosowanie systemu certyfikacji po zakończeniu działań projektowych**

ponosić będzie Lider projektu - Agencja Rozwoju Innowacji

Możliwe jest zaangażowanie dodatkowego partnera merytorycznego



drogą  
do  
innowacji

# Dziękujemy za uwagę

