



ISORESS

promoting the idea
of corporate social responsibility
and sustainable development
in small and micro enterprises

**Raport z badania potrzeb szkoleniowych związanych ze
Spółeczną Odpowiedzialnością Biznesu (CSR) i
Zrównoważonym Rozwojem (SD) w małych i mikro
przedsiębiorstwach w krajach partnerskich.**

ISORESS

**Promowanie idei *Spółecznej Odpowiedzialności Biznesu*
i *Zrównoważonego Rozwoju* i w małych i mikro
przedsiębiorstwach**

Numer projektu: 2017-1-PL01-KA202-038501

Autor opracowania: IDEC

Niniejsza publikacja została sfinansowana w ramach programu Erasmus+ Unii Europejskiej, tytuł projektu „Promowanie idei Społecznej Odpowiedzialności Biznesu i Zrównoważonego Rozwoju w małych i mikro przedsiębiorstwach”, numer projektu 2017-1-PL01- KA202-038501.

Projekt został sfinansowany przy wsparciu Komisji Europejskiej. Dokument ten wyraża opinie jedynie jego autorów, Komisja nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek wykorzystania zawartych w nim informacji.

1. Wprowadzenie

Projekt ISORESS ma na celu promowanie idei *Społecznej Odpowiedzialności Biznesu* (CSR – Corporate Social Responsibility) i *Zrównoważonego Rozwoju* (SD – Sustainable Development) w małych i mikro-przedsiębiorstwach, w tym prowadzonych przez migrantów, poprzez wprowadzanie odpowiednich programów szkoleniowych, dzielenie się innowacyjnymi praktykami i ich przenoszenie, przedstawianie korzyści płynących z zastosowania pomysłów we własnej praktyce biznesowej.

Aby stworzyć podstawę do opracowania programów nauczania i materiałów szkoleniowych, partnerzy przeprowadzili w swoich krajach badania dotyczące potrzeb szkoleniowych w zakresie *Społecznej Odpowiedzialności Biznesu* i *Zrównoważonego Rozwoju*. Badania oparto o analizę danych dostępnych w Internecie oraz pozyskanych z przeprowadzonych ankiet i wywiadów. Każdy raport krajowy pokazał, w jaki sposób idee CSR i SD są wdrażane w mikro i małych przedsiębiorstwach w krajach partnerskich. Informacje te będą wykorzystywane jako teoretyczne podstawy opracowania treści nauczania.

Niniejszy raport podsumowuje informacje zawarte we wszystkich sześciu raportach krajowych, pokazując dane sumaryczne dla wszystkich krajów partnerskich. W ostatniej części raportu podkreślono podobieństwa i specyfikę każdego kraju oraz zawarto wnioski oraz zalecenia dotyczące opracowywanego programu i kursu.

2. Wprowadzenie do sytuacji w poszczególnych krajach

2.1 Polska

i. *Ważne liczby / Statystyka*

W polskim sektorze przedsiębiorstw dominują mikro-przedsiębiorstwa, których udział w strukturze wszystkich przedsiębiorstw wynosi aż 96%. Liczba mikro-przedsiębiorstw wzrosła w ostatnich latach. Obecnie jest ich ponad 1,8 miliona, o 7% więcej niż w 2008 roku. Największa liczba mikro-przedsiębiorstw działa w usługach (52%) i handlu (26%). Mają one największy udział w generowaniu PKB - 30% wśród wszystkich grup przedsiębiorstw i 41% udziału w wartości PKB generowanego przez sektor przedsiębiorstw. Ponadto, mikro-przedsiębiorstwa znacząco wpływają na rynek pracy - w sektorze przedsiębiorstw generują 39% miejsc pracy (liczba pracowników w takich firmach wynosi ok. 3,7 miliona osób). W porównaniu z innymi grupami przedsiębiorstw mikro-firmy są najbardziej produktywne (stosunek wyników do nakładów), mają najniższy stosunek kosztów do przychodów i przynoszą stosunkowo największe zyski.

Obecnie istnieje mniej niż 57 tysięcy małych firm, które stanowią 3% polskiego sektora przedsiębiorstw. W ostatnich latach obserwuje się wzrost liczby małych przedsiębiorstw, obecnie jest to o 4,5% więcej niż w 2008 r. Małe przedsiębiorstwa mają najmniejszy udział w generowaniu PKB - 9% wśród wszystkich grup przedsiębiorstw i przy założeniu wartości PKB wygenerowanego przez sektor przedsiębiorstw jako 100% ich udział wynosi 12%. Mają także najmniejszy udział w tworzeniu miejsc pracy - w sektorze przedsiębiorstw generują 13% miejsc pracy (liczba pracowników w takich firmach wynosi około 1,2 miliona osób).

Średnie firmy stanowią 0,8% polskiego sektora przedsiębiorstw. Przyjmując wartość PKB wytworzonego przez sektor przedsiębiorstw jako 100%, udział ten wynosi 15% (mniej generowane jest tylko przez małe przedsiębiorstwa). Mają one nieco większy udział w tworzeniu miejsc pracy niż małe firmy - w sektorze przedsiębiorstw generują 17% (liczba pracowników w takich firmach wynosi około 1,6 miliona osób).

ii. *Warunki zakładania i prowadzenia firmy*

W pierwszym etapie przedsiębiorcy przede wszystkim muszą zdecydować o formie prawnej prowadzonej działalności, czy chcą prowadzić jednoosobową działalność gospodarczą, założyć spółkę cywilną, czy chcą skorzystać z bardziej zaawansowanych form i zarejestrować spółkę w *Krajowym Rejestrze Sądowym* (KRS).

Przedsiębiorca musi otworzyć rachunek w banku potrzebny do rozliczeń z partnerami handlowymi oraz płać podatki i składki do *Zakładu Ubezpieczeń Społecznych* (ZUS).

Każda działalność biznesowa musi mieć nazwę. W przypadku podmiotów zarejestrowanych w KRS nazwa spółki zależy od rodzaju spółki.

Przedsiębiorcy muszą zdecydować o zakresie działalności wybierając kod PKD, który można zmienić w dowolnym momencie. Każda firma musi mieć siedzibę, może ona znajdować się w mieszkaniu / domu przedsiębiorcy lub w wynajętym biurze.

Kiedy przedsiębiorcy decydują się na wpis do rejestru CEIDG - podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób fizycznych (PIT), jeśli zdecydują się na wpis do *Krajowego Rejestru Sądowego*, w większości przypadków będą podlegać podatkowi dochodowemu od osób prawnych (CIT).

Przedsiębiorcy muszą również zarejestrować się jako osoba ubezpieczona w ZUS, a jeśli zatrudniają pracowników lub członka rodziny, musi to również zostać zgłoszone.

Aby prowadzić działalność gospodarczą w Polsce, przedsiębiorcy muszą posiadać dwa generowane automatycznie numery w procesie rejestracji - numer identyfikacji podatkowej (NIP), który służy również do rejestracji VAT i numer statystyczny (REGON), do celów identyfikacji i sprawozdawczości (podany również w pieczęci firmy). W ramach procedury rejestracyjnej informowana jest *Państwowa Inspekcja Pracy* i *Główny Inspektorat Sanitarny*. Instytucje te przeprowadzają kontrole w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy.

iii. Społeczna odpowiedzialność biznesu i zrównoważony rozwój w mikro- i małych przedsiębiorstwach

Najczęściej model zarządzania CSR jest rozumiany przez przedsiębiorców jako działania na rzecz społeczności lokalnej, działania na rzecz ochrony środowiska oraz działania mające na celu zapewnienie pracownikom odpowiednich warunków pracy. Małe i średnie przedsiębiorstwa często stosują działania CSR jednorazowo. Takie działania nie są wtedy częścią złożonej strategii firmy i nie przynoszą takich efektów, jak wtedy, gdy są częścią stałej polityki firmy. Duże firmy próbują częściej wykorzystywać zasady CSR, ponieważ są poddawane bardziej wnikliwej obserwacji i ocenie interesariuszy. Z drugiej strony małe przedsiębiorstwa często pomagają lokalnej społeczności, na przykład wspierając i organizując wydarzenia kulturalne i edukacyjne w szkołach, których zazwyczaj nie postrzegają w kategoriach strategii zarządzania. Może to wynikać z faktu, że większość podmiotów gospodarczych sektora MŚP ma lokalne korzenie dzięki czemu problemy lokalnej społeczności są im bliższe niż w przypadku dużych przedsiębiorstw.

2.2 Niemcy

i. Ważne liczby / statystyka

Populacja Niemiec liczy 82,6 milionów mieszkańców, z czego 9,2 miliona mieszkańców narodowości innej niż niemiecka. W kraju funkcjonuje 2,4 miliona przedsiębiorstw z czego 99,3% przedsiębiorstw zaliczanych jest do sektora MŚP. Zgodnie z zaleceniem

Komisji Europejskiej (2003/361 / EG) z 6 maja 2003 r. Niemiecki Federalny Urząd Statystyczny zbiera dane zgodnie z definicjami MŚP:

Wielkość firmy	Liczba pracowników	Roczny obrót
mikro („Kleinst“)	0 - 9	2 miliony lub mniej
małe („Kleine“)	10 - 49	10 milionów lub mniej
średnie („Mittlere“)	50 - 249	50 milionów lub mniej

ii. Znaczenie w gospodarce krajowej

MŚP generują 33,3% rocznego obrotu w kraju.

Główną część MŚP (około 2 mln przedsiębiorstw) stanowią mikro-przedsiębiorstwa.

Ogółem 61% z 28,3 milionów pracowników pracuje w MŚP: 19% w mikro-przedsiębiorstwach, 22,5% w małych przedsiębiorstwach i 19,3% w średnich przedsiębiorstwach.

Znaczenie gospodarcze MŚP różni się w poszczególnych sektorach gospodarki. MŚP mają szczególne znaczenie w branży budowlanej oraz hotelarskiej i restauracyjnej. W roku 2015 wygenerowały 85% obrotu, a ich udział w zatrudnieniu wynosił około 92%. W działalności związanej z nieruchomościami oraz w niektórych gałęziach usług dominują również małe i średnie przedsiębiorstwa. Natomiast obrót w dużych przedsiębiorstwach w odniesieniu do ogólnej liczby przedsiębiorstw jest znaczny w produkcji, transporcie, magazynowaniu i komunikacji. Sektor gospodarczy o najmniejszym odsetku małych i średnich przedsiębiorstw to sektor zaopatrzenia w energię, w którym MŚP stanowiły 3% obrotu i zatrudniały 14% osób w roku odniesienia.

W 2017 r. zanotowano ponad 676 000 rejestracji przedsiębiorstw, głównie w handlu hurtowym i detalicznym, usług budowlanych, administracyjnych, usług pomocowych oraz pozostałej działalności gospodarczej.

iii. Warunki zakładania i prowadzenia firmy

Federalne Ministerstwo Gospodarki i Energetyki prowadzi portal¹, na którym potencjalni przedsiębiorcy mogą znaleźć niezbędne informacje dotyczące zakładania i prowadzenia firmy, poszczególne kraje związkowe również udzielają informacji na ten temat, przykładowa informacja z Bawarii².

"Rozpoczęcie samodzielnego (niezależnego) handlu lub działalności gospodarczej wymaga zwykle jedynie powiadomienia o handlu lub działalności gospodarczej właściwej Izby Przemysłowo-Handlowej, Izby Rzemieślniczej lub właściwych władz lokalnych obszaru, na którym działalność zawodowa ma być prowadzona ". Ustawienie automatów sprzedających różnego rodzaju jako samodzielnej działalności gospodarczej wymaga powiadomienia właściwych organów publicznych sprawujących nadzór nad centralą."

¹ <http://www.existenzgruender.de/DE/Home/inhalt.html>

² <http://www.eap.bayern.de/informationen/leistungsbeschreibung/308423152459>

Określono 41 zawodów w rzemiośle, które wymagają certyfikatu „mistrza rzemiosła” zawody takie jak piekarz, rzeźnik, cieśla, malarz i lakiernik, mechanik samochodowy, hydraulik, murarz, fryzjer, elektryk i inne).³

Chociaż niektóre rodzaje handlu lub firm nie wymagają oficjalnego zezwolenia, ich działalność podlega nadzorowi władz publicznych (tzw. handel lub przedsiębiorstwa wymagające oficjalnego zezwolenia).

Szczególny nadzór wymagany jest w przypadku restauracji, aptek, ochrony itp.⁴

"Wszyscy zagraniczni wnioskodawcy są zobowiązani przedstawić równoważne pisemne poświadczenia wiarygodności (tj. oficjalne zaświadczenie o niekaralności, pozytywną opinię z policji kraju pochodzenia lub równoważny dokument urzędowy). Każda rejestracja transakcji lub działalności gospodarczej musi być dokonana na piśmie przy użyciu standardowego formularza. Odbiór rejestracji handlu lub działalności gospodarczej zostaje potwierdzony przez właściwy organ publiczny."

iv. Polityka i świadomość związana ze Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu i Zrównoważonym Rozwojem

Różne ministerstwa federalne i organy międzyinstytucjonalne pracują nad CSR. Chociaż Federalne Ministerstwo Pracy i Spraw Społecznych stoi na czele federalnych działań CSR, działania rządu federalnego nie są odosobnionym projektem politycznym, ale są ściśle powiązane z wysiłkami sektora prywatnego i społeczeństwa obywatelskiego. W 2009 r. ustanowiono krajowe forum CSR. W 2010 r. uruchomiono krajowy plan działania, który w szczególności koncentruje się na MŚP. Krajowy plan działania *Wdrożenie wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka* wprowadzono we wrześniu 2017 r., skupiając się między innymi na łańcuchu wartości dodanej (np. poszanowanie praw człowieka razem z dostawcami). Również w 2017 r. w badaniu naukowym przeanalizowano potencjał inicjatyw branżowych, które mogą przyczynić się do realizacji tego krajowego planu działania.

W 2015 r. przeprowadzono drugą ankietę (pierwszą przeprowadzono w 2005 r.) obejmującą 500 menedżerów z dużych przedsiębiorstw, która wykazała, że prawie wszystkie z tych przedsiębiorstw realizują własne projekty CSR, podczas gdy w 2005 r. CSR postrzegano głównie jako odpowiedzialność wobec własnych pracowników. Wzrosło znaczenie promocji wizerunku. Nie można zidentyfikować istotnych badań naukowych dotyczących CSR w MŚP w Niemczech poza inicjatywami realizowanymi w ramach forum CSR.

³ http://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Downloads/EN/Checklisten-Uebersichten/04_uebersicht-Anlage-A-B-Handwerksordnung.pdf?__blob=publicationFile

⁴ <http://www.eap.bayern.de/informationen/dienstleistungen/themen/559029777616335>

2.3 Hiszpania

i. Ważne liczby / statystyka

Poniższe liczby i statystyka pochodzą z *Ministerstwa Pracy i Spraw Socjalnych* Hiszpanii i pokazują dane dotyczące firm zarejestrowanych w *Rejestrze Ubezpieczeń Społecznych* w styczniu 2018 roku.

Jak pokazuje poniższa tabela, MŚP wraz z samozatrudnionymi (rozumiane jako MŚP bez żadnego pracownika) stanowią prawie 99% struktury biznesowej Hiszpanii.

<i>Firmy według wielkości(2018)</i>	<i>Liczba firm</i>	<i>Udział</i>
Całkowita liczba firm	2,847,735	100%
<i>Samozatrudnieni (firma bez żadnego pracownika)</i>	1 535 472	53,03%
<i>MŚP</i>	1 307 776	45,92%
<i> mikro (1-9 pracowników)</i>	1 135 054	
<i> małe (10-49 pracowników)</i>	149 320	
<i> średnie (50-249 pracowników)</i>	23 402	
<i> duże (powyżej 249 pracowników)</i>	4 487	0,15%

Wśród tych MŚP (bez uwzględnienia osób samozatrudnionych) 87% to mikro przedsiębiorstwa zatrudniające od 1 do 9 pracowników. Stanowią one prawie 40% całkowitej liczby firm zarejestrowanych obecnie w Hiszpanii. Małe firmy stanowią 5,24% ogółu firm, średnie stanowią 0,82%.

ii. Znaczenie w gospodarce krajowej

Jak pokazują powyższe liczby, małe i średnie przedsiębiorstwa mają ogromne znaczenie dla gospodarki krajowej Hiszpanii. Nie tylko dlatego, że mają największą przewagę w ogólnej liczbie przedsiębiorstw, ale także dlatego, że zatrudniają 53,64% wszystkich osób pracujących w Hiszpanii. Udział zatrudnionych osób prowadzących własną działalność gospodarczą wynosi 12,8%, natomiast dużych firm 33,4%.

Jeżeli chodzi o sektor to 74,1% należy do sektora usług, firmy działające w budownictwie stanowią 9,3%, w przemyśle 8,3%, mniej więcej tyle, co w rolnictwie.

Poza tym, według badań przeprowadzonych przez Ceyme i Randstad, małe i średnie przedsiębiorstwa utworzą ponad 585 000 stanowisk pracy w latach 2018-2019. W tym roku eksperci oczekują, że zostanie utworzonych 299 000 nowych miejsc pracy, o 3,1% więcej niż w 2017 r. i 285 500 nowych miejsc pracy w kolejnym roku.

Jak wynika z powyższych badań, w sektorze usług odnotowano największy wzrost zatrudnienia obok inżynierii, hotelarstwa, nauk społecznych i matematyki.

iii. Warunki zakładania i prowadzenia firmy.

Bez względu na to czy jesteśmy obywatelami Hiszpanii, czy innego kraju *Wspólnoty Europejskiej*, aby rozpocząć przynoszącą dochód działalność gospodarczą, musimy wykonać następujące kroki: najpierw wybieramy okręg, w którym chcemy założyć firmę.

Po wybraniu miejsca kolejnym krokiem jest określenie rodzaju działalności gospodarczej. Usługi (fryzjerstwo, sklepy, logistyka...), przemysł, telekomunikacja, to tylko niektóre sektory do wyboru. Kolejny krok to podjęcie działań zmierzających do fizycznego powstania firmy: określenie jej formy prawnej i kraju, na terenie którego będzie zarejestrowana działalność.

Należy określić czas prowadzenia działalności (działalność stała lub nie), odpowiedzieć na pytanie czy zamierzamy prowadzić działalność w określonej lokalizacji fizycznej (zakładzie), czy zamierzamy prowadzić działalność gospodarczą we współpracy z inną istniejącą już firmą czy nie. Ważnym punktem do ustalenia jest fizyczna lokalizacja firmy.

UE określa warunki, które kraje członkowskie muszą zapewnić, aby w danym kraju można było założyć firmę: czas zakładania firmy nie może przekroczyć 3 dni roboczych, a całkowity koszt 100€, wszystkie procedury można wykonać za pośrednictwem jednego organu administracyjnego, wszystkie formalności związane z rejestracją można załatwić online; należy zapewnić możliwość zarejestrowania firmy online z innego kraju UE.

iv. Polityka i świadomość związana ze Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu i Zrównoważonym Rozwojem

W 2001 r. zaprezentowano *Zieloną księgę społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, stanowiącą punkt wyjścia do publicznej debaty na szczeblu europejskim. Rok później, w Hiszpanii, podjęto pierwszą publiczną inicjatywę, w wyniku której utworzono *Komisję Ekspertów Technicznych do Analizy CSR w Hiszpanii*. Był to pierwszy krok w kierunku analizy społecznej odpowiedzialności biznesu i jej promocji.

Od tego czasu podejmowane są różne inne działania: powołano *Krajową Radę Społecznej Odpowiedzialności Biznesu* (CERSE), utworzono forum ekspertów; temat społecznej odpowiedzialności biznesu został również uwzględniony w stanowionym prawie.

Obecnie wiele firm jest zaangażowanych w różne inicjatywy, takie jak *Globalna Inicjatywa Sprawozdawcza Narodów Zjednoczonych*, w ramach której firmy corocznie zgłaszają swoją strategię dotyczącą CSR. Według danych z 2012 roku Hiszpania była krajem z największą liczbą sygnatariuszy. W Hiszpanii widoczna jest coraz większa świadomość dotycząca znaczenia CSR i zrównoważonego rozwoju (SD).

Poza tym działa hiszpańska *Strategia na Rzecz Odpowiedzialności Biznesu*, dostosowana do celów *Strategii Europejskiej 2020* oraz agendy *Komisji Europejskiej* w zakresie *Społecznej Odpowiedzialności Biznesu*.

2.4 Macedonia Północna

i. Ważne liczby / Statystyka

Macedonia Północna jest niewielkim krajem z ponad 52 tysiącami małych i średnich przedsiębiorstw, które zatrudniają ponad 99% ogółu pracowników w kraju i stanowią 65,2% wartości dodanej. Informacje zawarte poniżej pochodzą z *Macedońskiej Agencji Rozwoju i Promocji Przedsiębiorczości*. Niektóre informacje pochodzą z 2013 r. i zostały zaktualizowane przez *Krajową Agencję ds. Zatrudnienia* w 2017 r.

ROZMIAR	LICZBA PRACOWNIKÓW	OGÓLNA LICZBA PRZEDSIĘBIORSTW
Mikro ("Микро")	0-9	47 761 plus (92,8%)
Małe ("Мали")	10 – 49	4 112 plus (6,0%)
Średnie ("Мали")	50 – 250	693 plus (1,0%)
Duże ("Големи")	251+	300 plus (0,2%)
	Ogółem	52 tyś plus

ROZMIAR	OGÓLNA LICZBA PRACOWNIKÓW	WARTOŚĆ DODANA W MILIONACH EURO (€)
Mikro ("Микро")	114 079 (32,4%)	783 (23,1%)
Małe ("Мали")	77 789 (22,1%)	770 (22,7%)
Srednie ("Средни")	68 450 (19,4 %)	660 (19,4%)
Duże ("Големи")	91 767 (26,1%)	1 181 (34,8%)
OGÓŁEM	352 085 osób	3 394 mln €

SEKTOR	%	MAŁE	ŚREDNIE	DUŻE
Rolnictwo	4	2 831	33	2
Górnictwo	0,2	156	4	4
Przetwórstwo	11,1	7 509	347	62
Dystrybucja energii elektrycznej	0,2	122	7	3
Dystrybucja wody	0,4	270	27	9
Konstrukcje	6,1	4 239	78	5

Handel detaliczny i hurtowy	35,7	25 299	115	15
Transport i magazynowanie	8,5	6 044	44	7
Hotelarstwo, żywienie	6,3	4 458	23	1
Technologie Informacyjne	2,0	1 414	25	7
Finanse i ubezpieczenia	0,5	361	17	12
Nieruchomości	0,7	479	5	1
Usługi naukowe i technologiczne	8,2	5 801	14	2
Usługi administracyjne i wsparcia	2,1	1472	25	17
Administracja publiczna i obrona	0,4	150	77	31
Edukacja	1,4	724	296	5
Zdrowie i ubezpieczenia społeczne	4,7	3 177	116	22
Sztuka, rozrywka i rekreacja	1,7	1 141	34	4
Inne usługi	5,8	4 143	4	0

ii. Znaczenie w gospodarce krajowej

Należy zauważyć, że mikro-przedsiębiorstwa rozwijają się bardzo szybko, co wynika z wielu czynników, między innymi możliwości współpracy z Unią Europejską w zakresie eksportu towarów i usług jak i dodatkowych możliwości współpracy między małymi firmami ICT.

Warto też wspomnieć o przyspieszonej procedurze prawno-administracyjnej rejestracji podmiotów, co umożliwia przedsiębiorcom szybkie przejście od pomysłu do zarejestrowania działalności, a następnie do pierwszej umowy eksportowej.

Wskazuje na to wzrost liczby zarejestrowanych przedsiębiorstw od 2013 r., nadal jednak istnieje duża liczba przedsiębiorstw, które upadły, jako że dostęp do rynków i kapitału jest naprawdę niski.

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (MMŚP) generują 80% rocznego obrotu krajowego.

iii. Warunki zakładania i prowadzenia firmy.

Obecne *Prawo Spółek* obowiązuje od 2004 r. Nowelizacja *Prawa Spółek* w 2005 r. ułatwiła uruchomienie *Centralnego Rejestru* na początku 2006 r., jako podmiotu uprawnionego do dokonywania wszystkich rejestracji przedsiębiorstw oraz instytucji prowadzącej rejestr wszystkich spółek. Jest to prawo pierwotne regulujące działalność gospodarczą. Określa rodzaje spółek, procedur i przepisów dotyczących ich zakładania i działania.

Zgodnie z *Prawem Spółek*, spółki są tworzone jako odrębne podmioty prawne, które działają niezależnie i są odrębne od ich założycieli, akcjonariuszy i menedżerów. W zależności od rodzaju, firmy mają swoje prawa, obowiązki, nazwy i siedziby. Ustawa określa pięć form spółek: spółka jawna, spółka komandytowa, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, spółka akcyjna i spółka komandytowo-akcyjna.

Macedonia Północna wprowadziła system ONE-STOP-SHOP, który umożliwia inwestorom rejestrację firmy w ciągu 4 godzin od złożenia wniosku (w praktyce może to potrwać 1-2 dni robocze). Można zarejestrować firmę w Macedonii Północnej odwiedzając jedno biuro, uzyskując informacje z jednego miejsca i kontaktując się z jednym pracownikiem, co znacznie ogranicza bariery administracyjne i początkowe nakłady. Więcej informacji znajduje się na stronie biura *Głównego Rejestru*.

Właściciele firm są zobowiązani do zainwestowania w spółkę minimalnego kapitału początkowego w wysokości 5 000 EUR, który może zostać wniesiony w gotówce lub w naturze. Kapitał początkowy musi zostać wniesiony w ciągu jednego roku od daty uzyskania dokumentów rejestracyjnych.

iv. Polityka i świadomość związana ze Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu i Zrównoważonym Rozwojem.

W latach 2007 i 2008 r. *Krajowy Organ Koordynujący ds. CSR* przeprowadził konsultacje w celu opracowania pierwszego dokumentu dotyczącego strategii publicznej Macedonii Północnej na rzecz stymulowania CSR, w wyniku których powstał *Krajowy Program CSR na lata 2008-2012*. Strategia określała role i obowiązki poszczególnych sektorów - sektora publicznego, sektora przedsiębiorstw i społeczeństwa obywatelskiego - oferując w ten sposób wielopodmiotowe podejście do formułowania i wdrażania strategii. W strategii określono 11 procedur i 43 działania, aby osiągnąć trzy główne cele:

- podnoszenie świadomości w zakresie CSR,
- rozwijanie zdolności i kompetencji wspierających CSR,
- zapewnienie sprzyjającego środowiska dla CSR.

Ponieważ zachęty rynkowe dla społecznie odpowiedzialnego zachowania firm są nadal w Macedonii Północnej elementarne, instytucje sektora publicznego mają do odegrania kluczową rolę w promowaniu CSR i tworzeniu sprzyjającego klimatu dla takich działań. Tak więc najbardziej złożone procedury i działania wymagające współpracy i skoordynowanego międzyinstytucjonalnego podejścia odnoszą się do instytucji sektora publicznego. Trzydzieści instytucji państwowych i inne organy sprawujące nadzór nad sektorem publicznym mają obowiązek prowadzenia działań w celu stymulowania CSR, a *Ministerstwo Gospodarki* koordynuje ich pracę. Ministerstwo zbiera również informacje dla rządu o postępach w tym zakresie.

2.5 Grecja

i. Ważne liczby/Statystyka

MŚP mają ogromne znaczenie w sektorach pozafinansowej gospodarki biznesowej Grecji. Zapewniają one około 87% wszystkich miejsc pracy, w porównaniu ze średnią UE wynoszącą około 67%, i generują około trzech czwartych całkowitej wartości dodanej w porównaniu do średniej UE wynoszącej 57%. Jednak wydajność MŚP mierzona jako wartość dodana na liczbę zatrudnionych osób jest mniejsza niż połowa średniej UE.

Pozafinansowa gospodarka biznesowa jest silnie uzależniona od mikro-przedsiębiorstw, ponieważ generują one 34,3% wartości dodanej i zapewniają 57,3% wszystkich miejsc pracy. Średnio greckie MŚP zatrudniają 2,8 osoby, przy średniej unijnej wynoszącej około 3,9.

Rozmiar	Liczba przedsiębiorstw			Liczba zatrudnionych osób			Wartość dodana		
	Grecja		UE-28	Grecja		UE-28	Grecja		UE-28
	Liczba	Udział	Udział	Liczba	Udział	Udział	mld €	Udział	Udział
Mikro	678816	96,2%	93%	1288968	57,3%	29,8%	17,0	34,3%	20,9%
Małe	23829	3,4%	5,8%	412490	18,3%	20%	9,5	19,2%	17,8%
Średnie	2684	0,4%	0,9%	254639	11,3%	16,7%	9,8	19,7%	18,2%
MŚP	705329	99,9%	99,8%	1956117	86,9%	66,6%	36,3	73,2%	56,8%
Duże	368	0,1%	0,2%	294094	13,1%	33,4%	13,3	26,8%	43,2%
Ogółem	705717	100%	100%	2250211	100%	100%	49,6	100%	100%

ii. Znaczenie w gospodarce krajowej

W oparciu o dane z *Karty Małych Przedsiębiorstw* (Small Business Act) z 2017 r. kryzys znacząco dotknął MŚP w Grecji, które nadal nie odzyskały równowagi. Jednakże grecka gospodarka poczyniła znaczące postępy w podnoszeniu się z recesji, a MŚP wykazują oznaki ożywienia. W latach 2015-2016 zatrudnienie w MŚP wzrosło ogółem o 2,4%, podczas gdy w tym samym okresie wartość dodana MŚP spadła o 1,4%. Rok 2013 był początkiem ożywienia zatrudnienia, szczególnie w małych firmach, które lepiej radzą sobie z kryzysem niż większe firmy; w latach 2013-2016 zatrudnienie w małych firmach wzrosło o 18,5%.

Zwyczajowo większość nowych firm zajmuje się usługami noclegowymi i gastronomicznymi oraz handlem hurtowym i detalicznym. Ponadto, zwłaszcza od czasu kryzysu gospodarczego, wiele mikro-przedsiębiorstw w Grecji prowadzi działalność typu *fast food* i charakteryzuje się niskim poziomem wzrostu i innowacji.

Ostatnio ogłoszono szereg konkursów i ustanowiono nagrody, aby zachęcić do zakładania firm w sektorach o wysokim poziomie wartości dodanej, takich jak informatyka i komunikacja. Do 2013 r. uruchomiono ponad 15 inkubatorów, akceleratorów i funduszy. Utworzono nowy rejestr dla organizacji wspierających zakładanie nowych firm w celu monitorowania działalności systemu greckich start-upów.

iii. Warunki zakładania i prowadzenia firmy

W ciągu ostatnich kilku lat, pomimo spowolnienia gospodarczego i braku początkowego wsparcia finansowego liczba nowych przedsiębiorstw jak i inkubatorów znacznie wzrosła. Jest to głównie zasługa młodych przedsiębiorców, którzy zakładają nowe firmy, aby uniknąć bezrobocia. Jednak nowo powstające firmy greckie muszą zmierzyć się z ograniczonym dostępem do kapitału, niechęcią instytucji finansowych do finansowania

innowacyjnych i ryzykownych inwestycji oraz ograniczenia dostępnych zasobów dla innowacyjnych przedsięwzięć.

Koszt rozpoczęcia działalności zależy od wielu zmiennych, takich jak lokalizacja, rodzaj działalności, konieczność wynajmu lub zakupu nieruchomości wraz z wyposażeniem, zaciągniętych kredytów, stóp procentowych, opłat za usługi prawne, kosztu materiałów, klasyfikacji podatkowej czy branży. Znaczenie ma również posiadane obywatelstwo w UE lub jego brak.

Prawo greckie przewiduje różne formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej. Oprócz założenia greckiej spółki lub podmiotu (spółki partnerskiej), zagraniczni przedsiębiorcy mogą założyć i prowadzić działalność gospodarczą w Grecji tworząc filię lub wchodząc w *joint venture* z istniejącym przedsiębiorstwem.

Możliwe jest zarejestrowanie nowej firmy w Grecji w ciągu 3 tygodni, z tylko jednym akcjonariuszem i jednym dyrektorem. Minimalny kapitał wymagany dla założenia firmy wynosi jedynie 4500 euro. W ciągu ostatnich pięciu lat stawki podatkowe zmieniały się kilka razy i najprawdopodobniej nadal będą ulegać zmianie.

iv. Polityka i świadomość związane ze Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu i Zrównoważonym Rozwojem.

W ostatnich latach *Społeczna Odpowiedzialność Biznesu* była centralnym punktem każdego działania łączącego biznes z prawdziwymi potrzebami społeczeństwa, takimi jak prawa człowieka, zatrudnienie, minimalny dochód, prawa konsumenta, środowisko naturalne, oraz przejrzystość i ład korporacyjny. *Ministerstwo Gospodarki i Rozwoju* podjęło istotne inicjatywy zarówno na szczeblu europejskim jak i krajowym w celu wspierania CSR.

Latem 2017 r. decyzją *Ministerstwa Gospodarki i Rozwoju* wyrażono gotowość Grecji do opracowania i wdrożenia *Krajowej Strategii na Rzecz Społecznej Odpowiedzialności Biznesu i Odpowiedzialnej Przedsiębiorczości Przedsiębiorstw i Organizacji*. Komitet roboczy opracował *Krajowy Plan Działania* dotyczący CSR, który został przedstawiony do konsultacji społecznych drogą elektroniczną. Konsultacje zakończono w lipcu 2017 r.

Własną propozycję dotyczącą CSR i SD w kontekście UN 2030 przedstawiła *Grecka Organizacja Normalizacyjna* (ELOT). Agencja, która opracowała grecką wersję *Międzynarodowych Norm 26000: 2010* p.t.: „Wytyczne dotyczące odpowiedzialności społecznej”, uważa, że wymagany jest jednolity projekt i jeden plan. Zaproponowany przez ELOT projekt pod tytułem „*Społeczna odpowiedzialność za zrównoważony i uczciwy rozwój w Grecji*” uwzględnia strategiczne krajowe cele zrównoważonego rozwoju na 2030 r. oraz zobowiązania w zakresie odpowiedzialności społecznej dla administracji publicznej, gmin / samorządu terytorialnego, sektora biznesu / sektora prywatnego, organizacji pozarządowych i obywateli. Według Organizacji ELOT *Narodowy Plan Strategiczny Odpowiedzialności Społecznej Przedsiębiorstw i Odpowiedzialnej Przedsiębiorczości Ministerstwa Gospodarki i Rozwoju* oraz *Krajowy Plan Strategicznych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ 2030* mogą zostać połączone w jednym projekcie

strategii rządu wymagającego zaangażowania na najwyższym poziomie, np. *Biura Premiera* czy *Głównego Sekretariatu Rządu*.

2.6 Włochy

i. Ważne liczby / Statystyka

Pod względem znaczenia dla gospodarki przeważająca większość (99,9%) przedsiębiorstw działających we włoskiej gospodarce (trzecia co do wielkości w Europie po niemieckiej i francuskiej) to MŚP. Przedsiębiorstwa te zatrudniają 81% siły roboczej i stanowią 68,1% wartości dodanej we Włoszech. Sektor ten ma stosunkowo mało rozbudowaną strukturę: udział mikro-przedsiębiorstw jest wyższy niż średnia UE, a ta szczególna cecha nie zależy od składu sektora.

Podział firm we Włoszech pod względem wielkości.

Wielkość firmy (liczba pracowników)	Liczba pracowników	%
Mikro (0-9)	3 660 256	94,6%
Małe (10-49)	184 925	4,8%
Średnie (50-249)	19 401	0,5%
Duże (250+)	3 231	0,1%
Wszystkie firmy	3 867 813	100,0%

Uwaga: W podanych danych nie uwzględniono firm finansowych i ubezpieczeniowych. Uwzględniono firmy, w których nie są zatrudniani żadeni pracownicy.

ii. Znaczenie w gospodarce krajowej

MŚP stanowią trzon włoskiej produkcji: w 94,6% z nich zatrudnione jest mniej niż 10 pracowników, 4,8% zatrudnia od 10 do 49 pracowników, jedynie w 0,5% firm zatrudnionych jest od 50 do 250 pracowników.

W klasyfikacji sektorowej, 76% MŚP zatrudniających mniej niż 10 pracowników działa w sektorze usług. Ten odsetek jest niższy dla grupy zatrudniającej 10 - 250 pracowników i wynosi 46%.

Sektor usług ma znaczący udział we włoskiej gospodarce, stanowi 73% PKB i jest najszybciej rozwijającym się segmentem. Usługi turystyczne, handlowe i finansowe stanowią znaczną część tego sektora. Udział sektora przemysłowego w PKB wynosi około 25%, pozostałą część stanowi rolnictwo. Pojazdy silnikowe, moda i dobra luksusowe, nauki przyrodnicze, lotnictwo, chemikalia, technologie informacyjne i komunikacyjne,

logistyka, energia odnawialna i urządzenia precyzyjne to najważniejsze gałęzie produkcji i usług.

MŚP są w większości rozproszone na obszarach północno-zachodnich i północno-wschodnich. Regionem o największej liczbie MŚP jest Lombardia, z 20% przedsiębiorstw produkcyjnych, na drugim miejscu są Veneto i Emilia Romagna.

iii. Warunki zakładania i prowadzenia firmy

Aby założyć firmę, prawo włoskie wymaga sporządzenia aktu założycielskiego (*Atto Costitutivo*) i statutu (*Statuto*) przed notariuszem. Notariusz musi być obecny przy sporządzaniu dokumentu urzędowego (*Atto Pubblico*) lub poświadczeniu podpisów udziałowców (*scrittura privata autenticata*). Za rejestrację spółki w *Rejestrze Firm*, prowadzonym przez *Izbę Handlową* gminy, w której zarejestrowana jest firma, odpowiada notariusz. Firma może funkcjonować pod warunkiem zarejestrowania. Niezwłocznie po zarejestrowaniu firma otrzymuje numer referencyjny postępowania, numer identyfikacji podatkowej i numer VAT. W ciągu 48 godzin firma otrzymuje potwierdzenie rejestracji w *Rejestrze Firm* oraz dokumentację od INPS i INAIL (*Biuro Ubezpieczeń od Wypadków*).

iv. Polityka i świadomość związane ze Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu i Zrównoważonym Rozwojem.

Polityka rządu włoskiego w zakresie CSR - główne cechy:

Relacja	Kluczowe aspekty polityki odpowiedzialności społecznej i programy
Rząd - administracja publiczna	<ul style="list-style-type: none"> Regulacje i inicjatywy ze strony rządu w celu promowania odpowiedzialności administracji publicznej, polityki anty-korupcyjnej i anty-defraudacyjnej, polityki BHP, praktyk ekologicznych. Władze regionalne i lokalne nabywają coraz większego znaczenia w obszarze CSR. Brak ram koordynacji dla różnorodnych inicjatyw promowanych na różnych szczeblach administracji.
Rząd - Biznes	<ul style="list-style-type: none"> Władze krajowe, regionalne i lokalne wdrażają wiele strategii i programów. Wspólny cel programów CSR, połączenie silniejszej konkurencyjności z większą spójnością społeczną. Innowacyjne i szerokie podejście do CSR poprzez

		szeroki wachlarz strategii.
Rząd	-	
społeczeństwo		
obywatelskie		<ul style="list-style-type: none">• Dużą uwagę przywiązuje się do społeczeństwa obywatelskiego na wszystkich poziomach administracji rządowej.• Zwiększone wsparcie i koncentracja na przedsiębiorstwach społecznych, organizacjach non-profit, które prowadzą działalność gospodarczą przynoszącą korzyści społeczeństwu.

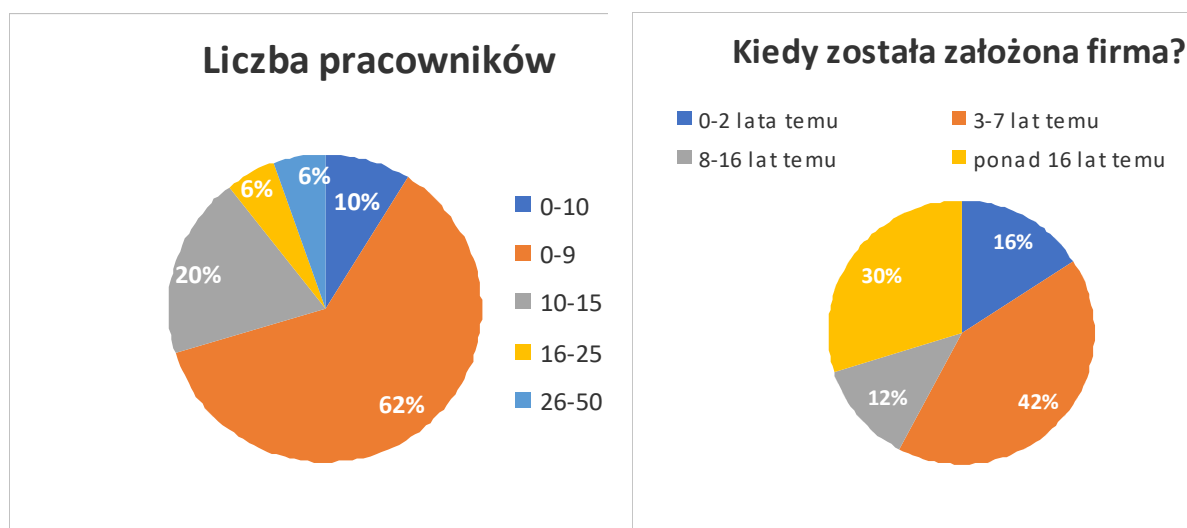
3. Podsumowanie wyników ankiet i przeprowadzonych wywiadów.

Firmy

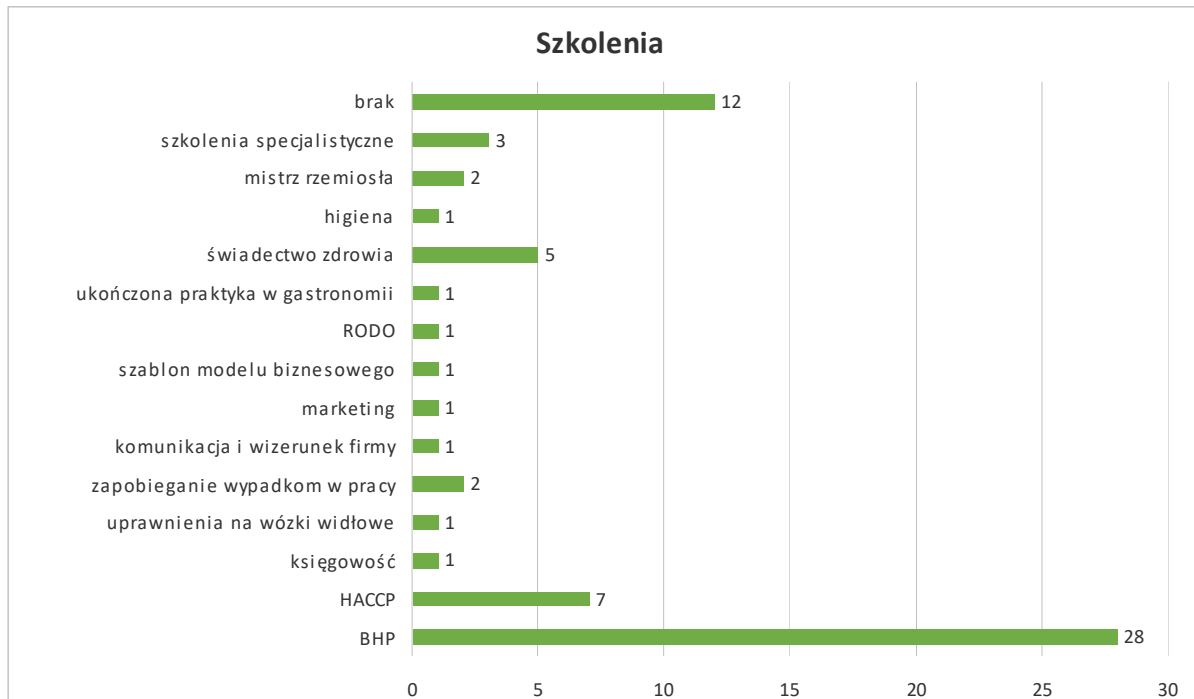
Kwestionariusz ankiety został wypełniony przez 57 firm, z których w 28% zatrudnione są osoby różnych narodowości w strukturze własności i/lub zarządzie.

Trzy czwarte ankietowanych firm ma siedzibę na obszarach miejskich. Firmy handlowe i/lub usługowe stanowią 77% próby, a 23% to przedsiębiorstwa produkcyjne; żadna z firm nie reprezentuje rolnictwa.

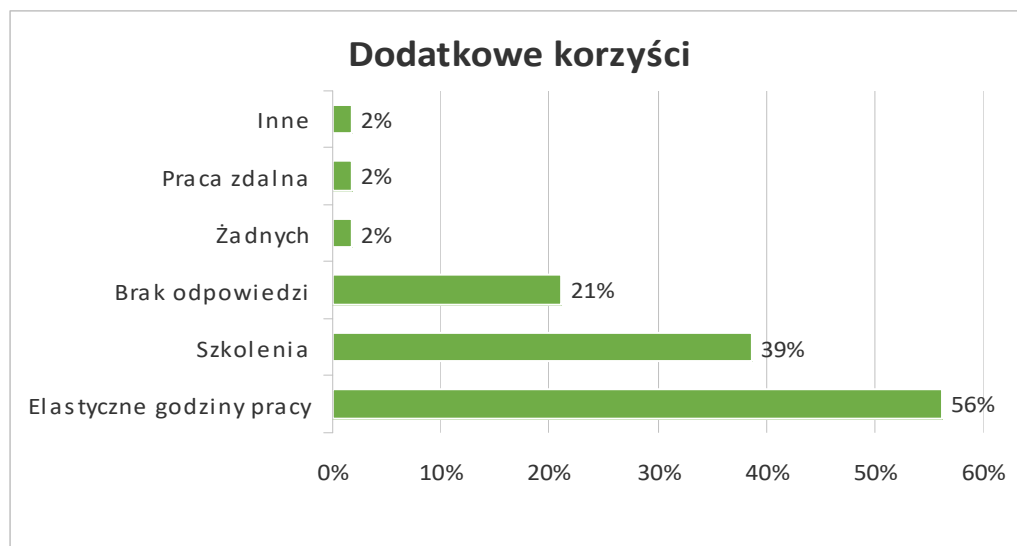
Liczba zatrudnionych pracowników oraz okres działalności (w odniesieniu do roku założenia) przedstawione są na poniższych wykresach:



Odbyte szkolenia przez założycieli/właścicieli.

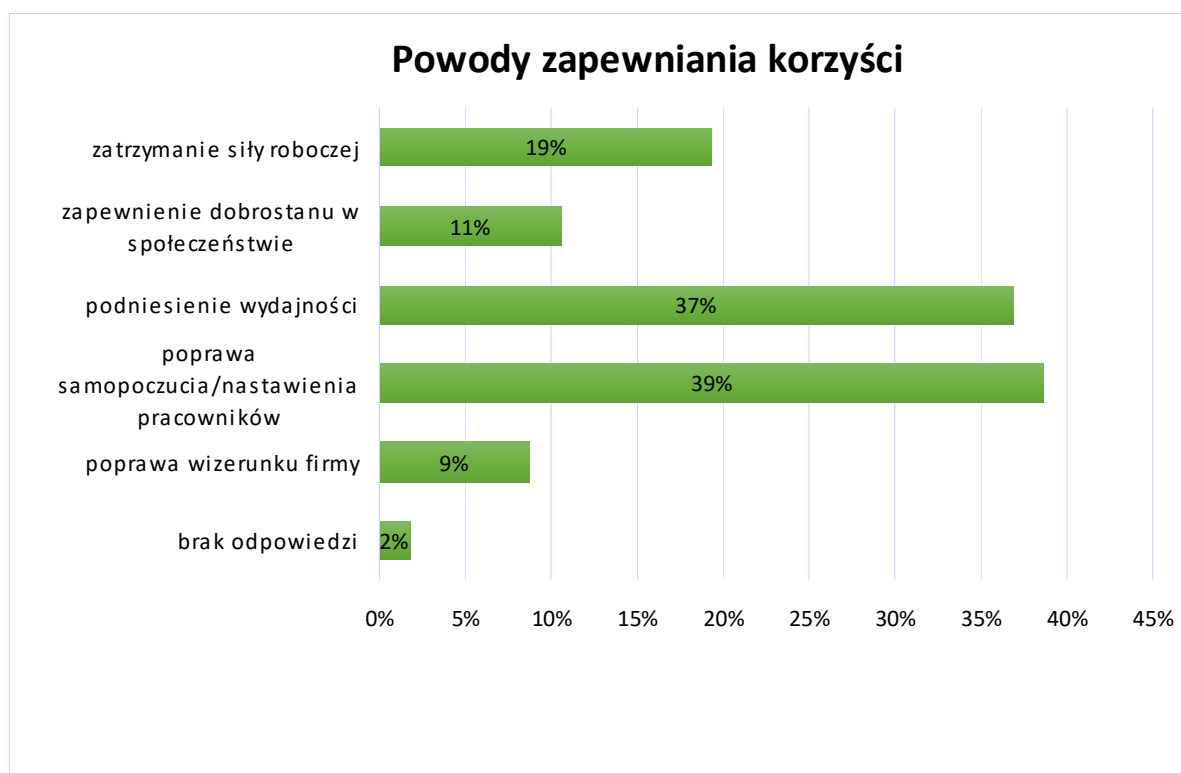


77% firm-respondentów zapewnia dodatkowe korzyści dla pracowników.



Jedynie 23% pracodawców oferuje dodatkowe udogodnienia dla pracujących rodziców, w tym pracę zdalną (telepracę), elastyczne godziny pracy, wyższą pensję lub stanowisko, dopasowanie zmian w przypadku choroby dzieci, urlop ojcowski. Firmy oferują również zawożenie lub odbieranie dzieci z przedszkola / szkoły.

50% firm zapewnia specjalne warunki pracy: 37% klimatyzację, 35% zaplecze kuchenne, 5% pokój zabaw i miejsce do relaksu, 2% obiekty sportowe, kupony żywnościowe, przekąski na lunch i prysznic. Powody dla zapewnienia pracownikom dodatkowych świadczeń/ udogodnień niż wymagane prawem lub wynikające z umowy to:

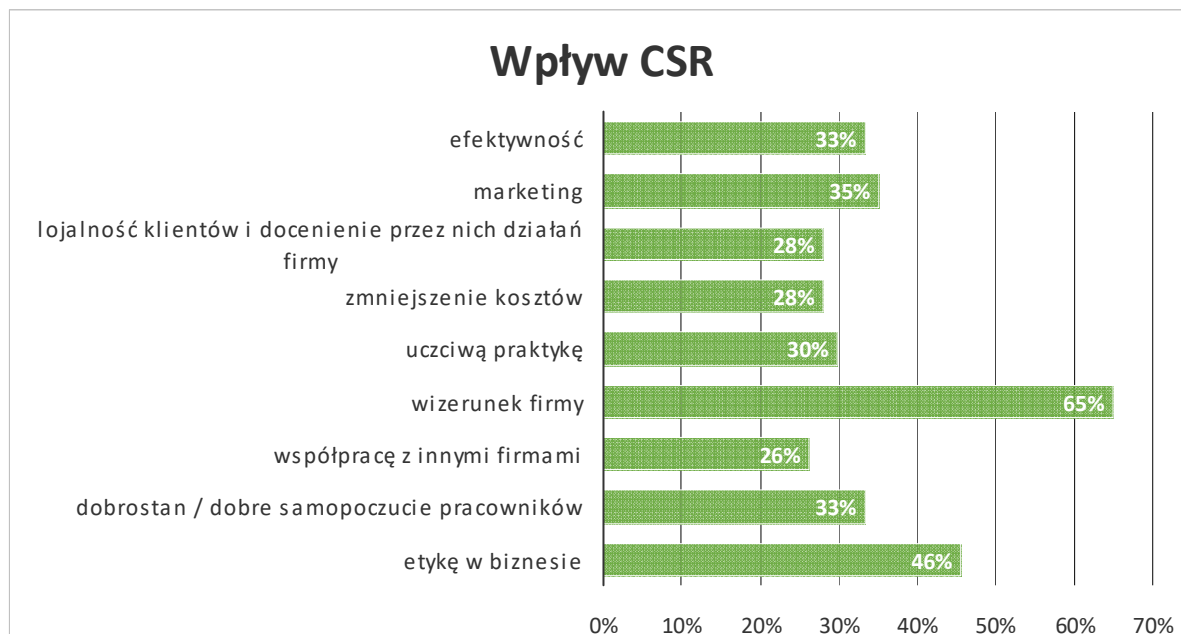


67% ankietowanych firm współpracuje z innymi lokalnymi firmami lub wspiera lokalnych dostawców, 63% przygotowuje odpady do recyklingu, 58% wprowadza rozwiązania w celu oszczędzania energii, 44% sponsoruje wydarzenia kulturalne.

Jedynie 9% ankietowanych firm dofinansowuje korzystanie przez pracowników z transportu publicznego. 72% firm wprowadziło udogodnienia dla klientów niepełnosprawnych.

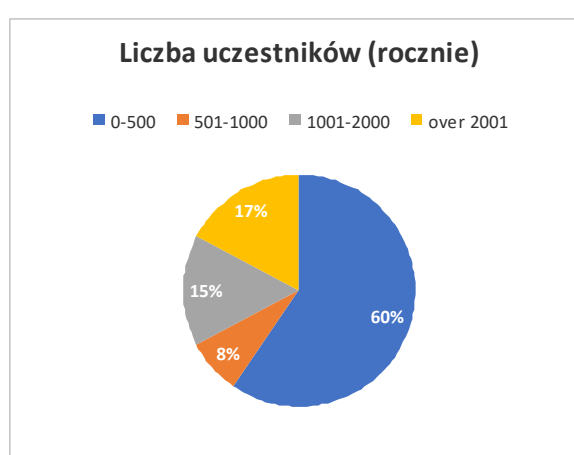
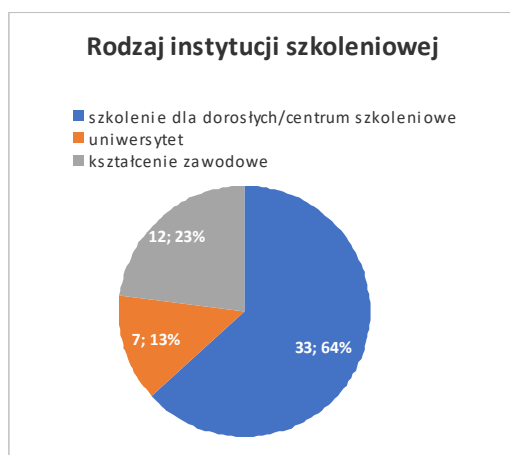
Na pytanie „Czy uważasz, że Twoi klienci byliby skłonni zapłacić więcej, gdyby wiedzieli, że Twoje produkty są przyjazne dla środowiska”, 72% firm odpowiedziało, że nie. 72% firm z naszej próby jest świadome czym jest CSR, a 56% zgadza się, że przydatne byłoby szkolenie obejmujące zagadnienia poruszane w kwestionariuszu ankiety.

Firmy wskazały powody, na co taka wiedza i praktyka mogłyby wpłynąć:



Instytucje szkoleniowe

Partnerzy przeprowadzili wywiady i ankiety w 52 instytucjach szkoleniowych: w tym w 33 ośrodkach kształcenia dla dorosłych, 12 ośrodkach kształcenia zawodowego i 7 uniwersytetach. Większość (87%) z nich ma siedzibę na obszarach miejskich. W 60% instytucji szkolonych jest od 0 do 500 słuchaczy/studentów rocznie, 8% instytucji szkoli od 501 do 1000 słuchaczy/studentów, 15% od 1001 do 2000 słuchaczy / studentów i 17% więcej niż 2001 słuchaczy/studentów rocznie.



Instytucje szkoleniowe oferują szkolenia w klasie (75%), e-learning (34%) i szkolenia mieszane (33%). Jedna z ankietowanych instytucji z Hiszpanii oferuje szkolenia zaoczne i eksternistyczne. Podczas prowadzenia szkoleń, 49 z 52 instytucji korzysta z

podręczników, 44 z artykułów, 31 z filmów wideo, 32 z witryn internetowych, 16 z narzędzi interaktywnych, 12 z aplikacji mobilnych, 2 instytucje wykorzystują na zajęciach filmy, a 1 zajęcia wideo.

Tylko 18 instytucji (35%) prowadziło wcześniej kursy z zakresu CSR, z których większość (12) obejmowała praktyki z zakresu pracy. Inne obszary szkolenia w zakresie CSR to środowisko (9), uczciwe praktyki operacyjne (7), zagadnienia konsumenckie (6), prawa człowieka (4) oraz zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności (4).

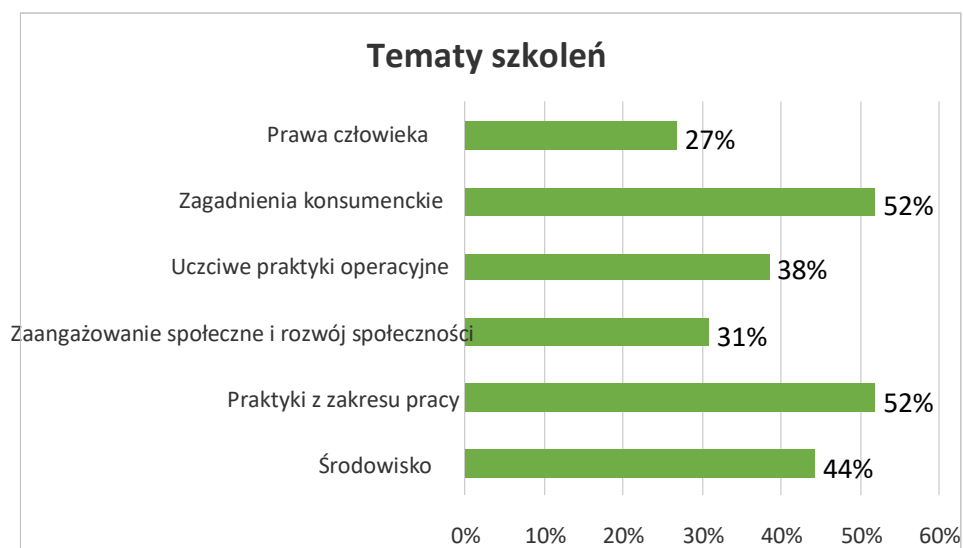


W większości przypadków szkolenia były finansowane przez firmy i samych przedsiębiorców. W 3 przypadkach szkolenia były finansowane przez rząd, a w jednym przypadku przez administrację publiczną.

Ponad połowie badanych instytucji (56%) trudno było znaleźć odpowiednich trenerów do szkolenia w zakresie CSR.

Kursy CSR nie zostały zorganizowane w 18 przypadkach, ponieważ nie zgłaszano zapotrzebowania / zainteresowania w tym temacie. W 10 przypadkach instytucje szkoleniowe nigdy takiego szkolenia nie brały pod uwagę lub go nie organizowały z powodu niskiej świadomości problemów CSR i SD. W 6 przypadkach instytucje nie zorganizowały kursów CSR i SD z powodu braku dobrych materiałów szkoleniowych.

85% respondentów byłoby zainteresowanych organizowaniem kursów CSR w następujących obszarach.



Jeżeli chodzi o formę to 23 instytucje preferowałyby kurs e-learningowy, 22 mieszany, a 5 stacjonarny w sali zajęciowej.

4. Wnioski, zalecenia oraz wskazówki dotyczące opracowania programu kształcenia i kursu szkoleniowego

Świadomość CSR

W **Polsce** mikro i małe przedsiębiorstwa obejmują 99% wszystkich przedsiębiorstw, co stanowi znaczącą liczbę. Większość mikro-przedsiębiorstw prowadzona jest przez przedsiębiorców, którzy zatrudniają członków rodziny lub przyjaciół. Warto podkreślić, że wielu przedsiębiorców stosuje praktyki CSR, ale często nie są ich świadomi. Uważają także, że za kwestie związane z CSR i SD odpowiedzialne są głównie duże korporacje, często nie zdając sobie sprawy, że nie mają one tak znaczącego wpływu jak mikro i małe przedsiębiorstwa.

Można przyjąć, że w **Niemczech** rośnie świadomość i znaczenie CSR. Uruchomiono krajowy plan działania, który pokazuje, że temat ten jest istotny w programach politycznych na poziomie krajowym. Obecnie duże przedsiębiorstwa podejmują działania na bieżąco, uświadamiając sobie, że CSR wpływa nie tylko na zasoby ludzkie, ale także na inne ważne obszary, takie jak relacje z klientami i kwestie prawne. Odkąd wdrożono krajowy plan działania, a CSR ma coraz większe znaczenie w przypadku dużych przedsiębiorstw, można oczekiwać, że przeniesie się to do sektora MŚP. Oznacza to, że w przypadku mniejszych firm świadomość i znaczenie również będą rosły w najbliższych latach.

W **Hiszpanii** CSR oraz SD zaczynają być uwzględniane w programach instytucjonalnych i zarządzaniu nowymi firmami. Jednak nawet jeśli CSR jest znana zarówno w instytucjach szkoleniowych, jak i w nowo powstałych firmach, nie jest to jeszcze zagadnienie głęboko zakorzenione w świadomości. Oferowane są pewne szkolenia z zakresu CSR i SD, firmy podejmują różne inicjatywy, ale nie są to praktyki w pełni zintegrowane.

W **Macedonii Północnej** widoczna jest chęć do wprowadzenia w życie odpowiednich kroków. Sądząc po komentarzach odnoszących się do inicjatyw związanych z CSR, można zauważyć, że przedsiębiorstwa i społeczeństwo nie są wystarczająco poinformowane o podejmowanych staraniach w tym zakresie. *Ministerstwo Gospodarki* zaangażowało się w działania na rzecz podnoszenia świadomości dotyczącej CSR wśród organów nadzorujących uwzględnionych w *Narodowym Programie CSR* oraz agencji odpowiedzialnej za pozyskiwanie zagranicznych inwestorów.

Faktem jest, że w **Grecji** społeczeństwo jest bardziej tolerancyjne wobec nieodpowiedzialnych społecznie zachowań niż w przypadku innych społeczeństw europejskich. Niektóre praktyki CSR, takie jak na przykład recykling, wynikające z przepisów prawa w wielu krajach UE, w Grecji są praktykami dobrowolnymi i niezbyt popularnymi. Gdy zapytamy o opinię na temat CSR, większość osób pomyślałaby o

wydarzeniach charytatywnych i inicjatywach wolontariatu społecznego, które kosztują dużo pieniędzy i nie są stosowane przez właścicieli małych i mikro firm. CSR jest nadal powiązana z „marketingiem” - praktykami promocyjnymi, a nie z kompleksowym aspektem działalności biznesowej. Fakt, że MŚP stosują praktyki CSR w stopniu niskim do umiarkowanego wyniku z połączenia kilku czynników, w tym kosztów, braku czasu i braku odpowiedniej informacji.

We **Włoszech**, podczas, gdy duże przedsiębiorstwa postrzegają CSR z perspektywy wielu interesariuszy, w MŚP praktyki CSR opierają się na synergii i relacjach między różnymi podmiotami; tj. głównie na kapitale społecznym. Pojęcie kapitału społecznego jest na ogół związane z niematerialnymi zasobami takimi jak reputacja, zaufanie, legitymizacja i konsensus. Dzięki zachowaniom społecznie odpowiedzialnym często jesteśmy w stanie stworzyć i zagwarantować wzajemne zaufanie między graczami: stanowi to podstawę długoterminowego działania MŚP zaangażowanych w społeczność lokalną. Jeśli prawdą jest, że stosowanie nieformalnego CSR jest bardzo powszechne wśród MŚP, przejście do sformalizowanego CSR jest często bardzo trudne. Inwestowanie w CSR jest przeważnie uważane za ciężkie i niepewne: ciężkie, ponieważ przedsiębiorstwo musi znaleźć odpowiednie zasoby; i niepewne, ponieważ nie ma wystarczających dowodów empirycznych wyjaśniających korzyści płynących ze stosowania strategii odpowiedzialności społecznej. Ponadto przedsiębiorstwa postrzegają CSR jako złożone zagadnienie biznesowe wymagające specjalistycznej wiedzy.

❖ **Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych**

- ✓ Przedsiębiorcy są zaznajomieni z koncepcjami *Społecznej Odpowiedzialności Biznesu i Zrównoważonego Rozwoju*, ale nie zawsze kojarzą je z całym zakresem określonych przez te koncepcje działań. Konieczne jest pokazanie kompleksowości CSR i SD, wskazanie różnych obszarów, do których powinniśmy się odnieść, oraz wyjaśnienie wzajemnych powiązań między nimi.
- ✓ Im mniejsza firma, tym bardziej właściciel angażuje się w codzienne czynności związane z jej prowadzeniem. Oznacza to, że czas poświęcony na dodatkowe szkolenie jest bardzo ograniczony. W przypadku kosztów sytuacja jest podobna. Właściciel musi dostrzec wartość dodaną uczestnictwa w takim szkoleniu. Stwierdzono, że opcja szkolenia mieszanego lub zdalnego zaspokoiłaby potrzeby MŚP i ich właścicieli/ menedżerów.
- ✓ Opracowując program nauczania, powinniśmy rozważyć pomysł dogłębnego przeanalizowania zagadnienia korzyści płynących z CSR dla MŚP.
- ✓ W szkoleniu należy podkreślić, że prowadząc firmę w oparciu o zasady CSR i SD możemy zaoszczędzić pieniądze (energię, opakowania itp.), pozyskać nowych konsumentów, zachęcić do innowacyjnych praktyk

biznesowych i zainspirować własną siłę roboczą.

CSR i praktyki z zakresu pracy

Przedsiębiorcy, z którymi przeprowadzono wywiady, zapewniają specjalne środowisko pracy, ale często ogranicza się ono do klimatyzacji lub zaplecza kuchennego. We Włoszech dość często spotyka się miejsca przeznaczone do wypoczynku. Możliwe, że przedsiębiorcy nie mają wystarczających pomysłów lub wiedzy na temat dostępnych rozwiązań. W wielu przypadkach oferują oni pewne udogodnienia, ale nie identyfikują ich jako szczególnych warunków w zakresie środowiska pracy.

Opierając się na wynikach, możemy wnioskować, że głównymi powodami oferowania pracownikom tego rodzaju udogodnień jest poprawa ich samopoczucia i zwiększenie wydajności. Kolejnym powodem jest utrzymanie siły roboczej. Przedsiębiorcy niezbyt przejmują się zaangażowaniem w rozwój społeczności; poprawa wizerunku firmy nie stanowi również priorytetu.

❖ Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych

- ✓ Należy zapoznać przedsiębiorców z przykładami dobrych praktyk w zakresie praktyk zakresu pracy CSR, praktyki mogą pochodzić od innych drobnych przedsiębiorców lub dużych firm.
- ✓ Powinno się przedstawiać korzyści wynikające z działań CSR, z większym naciskiem na zaangażowanie w rozwój społeczności.
- ✓ Interesujące może być zilustrowanie, w jaki sposób firmy mogą podejmować niewielkie i niezbyt kosztowne inicjatywy w zakresie CSR. Dzięki temu MŚP prawdopodobnie zdadzą sobie sprawę, że niektóre z nich są już wdrażane, ale nie były postrzegane jako szczególna strategia w zakresie CSR.
- ✓ Należy wyjaśnić, jakie działania/inicjatywy są wymagane przez prawo, a jakie wchodzą w zakres CSR.

CSR i środowisko

Większość przedsiębiorców, z którymi przeprowadzono wywiady, twierdziła, że dbają o recykling i podejmują działania mające na celu oszczędzanie energii, ale ograniczają się one do segregacji odpadów, stosowania energooszczędnych żarówek/oświetlenia, instalowania ekologicznego ogrzewania, wyłączania świateł, komputerów itp. po zakończeniu pracy, co jest często postrzegane jako obowiązek, a nie jako szczególne działanie.

Podobnie, nie jest praktykowane dofinansowanie korzystania z transportu publicznego; jedynie 8% z ankietowanych przedsiębiorców podejmuje działania w tym zakresie. Nawet w Niemczech, gdzie wszyscy respondenci pochodzą z obszarów wiejskich z ograniczonym dostępem do transportu publicznego, żaden z przedsiębiorców nie promuje takiej praktyki. Jednak w Hiszpanii kilku przedsiębiorców wspomniało o podejmowaniu inicjatywy w zakresie wspólnego korzystania z samochodów.

❖ **Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych**

- ✓ Należy przedstawić więcej możliwości, istotne jest pokazanie korzyści nie tylko dla firmy (obniżenie kosztów), ale również dla środowiska.

CSR , zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności

Większość ankietowanych (56%) nie sponsoruje żadnych wydarzeń kulturalnych ani społecznych. Prawdopodobnie nie są świadomi takich możliwości lub po prostu nie wiedzą, w których działaniach mogą uczestniczyć.

Jednakże, znaczny odsetek przedsiębiorców, bo około 67% woli współpracować z lokalnymi firmami i wspierać lokalnych dostawców.

❖ **Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych**

- ✓ Istnieje wiele inicjatyw społecznych, które mogą być sponsorowane przez firmę. Przedsiębiorcy powinni być tego świadomi i powinni wiedzieć, jak szukać takich możliwości. Niektóre, być może mniej oczywiste, mogą mieć ogromny wpływ na społeczeństwo.

CSR i prawa człowieka

Jeśli chodzi o dostępność dla osób z niepełnosprawnością, badania wykazały, że 72% przedsiębiorców zapewnia specjalne udogodnienia, oprócz tych wymaganych przez prawo. W Niemczech 33% ankietowanych firm znajduje się na parterze, a dostęp do sklepu czy restauracji pozbawiony jest barier architektonicznych. W Hiszpanii, wymaga się, aby w przypadku nowo powstałych budynków przestrzegano zasad określających pewne minima dotyczące dostępności.

❖ **Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych**

- ✓ Szkolenie ISORESS powinno zaznajomić uczestników z problemami związanymi z niepełnosprawnością i możliwymi rozwiązaniami, które można zastosować nawet w małej firmie.

CSR i zagadnienia konsumenckie

72% ankietowanych przedsiębiorców uważa, że klienci nie będą skłonni płacić więcej za produkty lub usługi świadczone przez firmę postępującą zgodnie z zasadami CSR. W Niemczech odsetek ten jest niższy (50%), ale nadal wskazuje na pewien opór w tym zakresie.

❖ Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych

- ✓ Sami przedsiębiorcy powinni nauczyć się, jak podnosić świadomość na temat CSR i zmieniać nastawienie swoich klientów.
- ✓ Musimy przekonać przedsiębiorców, że działanie zgodne z CSR niekoniecznie musi być postrzegane przez pryzmat korzyści finansowych.

Korzyści z CSR

Większość przedsiębiorców uważa, że zaangażowanie w działania wynikające z CSR będzie miało wpływ głównie na wizerunek firmy (65%) i etykę biznesu (46%). Częstymi odpowiedziami (30-35%) były również: marketing, dobre samopoczucie pracowników, wydajność i uczciwe praktyki. Wydaje się, że przedsiębiorcy mają niską świadomość wpływu działań w zakresie CSR na obniżanie kosztów, uznanie klientów, pozyskanie ich lojalności jak i współpracę z innymi firmami.

❖ Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych

- ✓ W szkoleniu ISORESS należy podkreślać wszystkie korzyści płynące z zastosowania koncepcji CSR i SD. Można to osiągnąć poprzez pokazywanie przykładów dobrych praktyk, przekazywanie historii zakończonych sukcesem, lub pokazywanie nie tak oczywistych, pośrednich korzyści wykorzystując technikę przyczynowo-skutkową.
- ✓ Motywacja i przydatność materiałów projektu ISORESS byłaby większa, gdyby udało się wykazać wpływ kilku praktyk CSR na firmę, pracowników, społeczeństwo oraz pokazać konkretne korzyści płynące z CSR dla właścicieli firm.
- ✓ Należy podkreślić korzyści, wykorzystując przewodnik dobrych praktyk (IO2), w którym starannie wdrożone zasady CSR pomagają MŚP w:
 - rozwijaniu i poprawie relacji z dostawcami i sieciami. Zdolność firmy do przyciągania i zatrzymywania klientów opiera się na możliwości oferowania atrakcyjnych i odpowiednich produktów przy jednoczesnym

zapewnieniu doskonałej obsługi klienta. Przyciąganie i utrzymywanie bazy klientów jest ciągłym procesem i ma kluczowe znaczenie dla generowania przyszłych przychodów. Dowody wskazują, że jeśli jakość i cena są porównywalne, klienci będą wybierać produkt, w którym CSR jest bardziej widoczny.

- o oszczędzaniu na kosztach energii i eksploatacji oraz zarządzaniu ryzykiem: dobra strategia CSR może zwiększyć wydajność firmy, zarówno pod względem produktywności, jak i kosztów operacyjnych. Udowodniono, że pozytywna atmosfera w miejscu pracy zwiększa wydajność pracowników - silna strategia CSR może pomóc stworzyć pozytywne środowisko pracy, a związany z tym wzrost wydajności może przyczynić się do zmniejszenia kosztów operacyjnych. Energooszczędność jest obszarem, w którym CSR i wydajność operacyjna są współzależne, podobnie jest z recyklingiem i ponownym wykorzystaniem materiałów.
- o poprawie reputacji firmy: dobra reputacja jest kluczowa dla MŚP, aby przyciągnąć klientów, pracowników i inwestorów. Przejrzysta strategia CSR, w ramach której klienci dostrzegają etyczne zachowania i pozytywne zaangażowanie interesariuszy, pomaga budować zaufanie i reputację, które są kluczowe dla MŚP w osiągnięciu sukcesu.
- o przyciąganiu inwestorów i pozyskiwaniu źródeł finansowania: chociaż dostęp do kapitału może dla wielu MŚP stanowić problem, mocna strategia CSR może pomóc w jego rozwiązaniu. W rzeczywistości firma, która nie wykazuje zaangażowania w CSR, może być postrzegana przez inwestorów jako bardziej ryzykowna i prawdopodobieństwo, że ich przyciągnie, jest mniejsze.
- o wyróżnianiu się na tle konkurencji: zróżnicowanie marki zawsze było głównym powodem, dla którego firmy podejmują działania w zakresie CSR; na nasyconym rynku może to naprawdę wyróżnić firmę na tle konkurencji.

Instytucje szkoleniowe

Należy zauważyć, że większość instytucji szkoleniowych, które obecnie oferują szkolenia w obszarze CSR i SD, poruszają tematy z tego zakresu w sposób pośredni, w szkoleniach, które nie są szczególnie dedykowane tym obszarom. Powody, dla których nie oferuje się kursów skoncentrowanych na CSR i SD, to głównie brak zgłaszanego zapotrzebowania i niska świadomość związanych z tymi obszarami zagadnień.

Instytucje szkoleniowe wyraziły potrzebę oferowania szkoleń w zakresie CSR. Najważniejsze tematy z wymienianych w ankiecie obejmowały stosunki pracy, relacje z konsumentami, uczciwe praktyki rynkowe i środowisko. Zaangażowanie w rozwój

społeczności oraz prawa człowieka są tematami mniej atrakcyjnymi, jeżeli chodzi o ofertę szkoleniową; trenerzy nie wykazywali dużego zainteresowania nimi.

Instytucje szkoleniowe wymieniły również brak profesjonalnych trenerów jako jedną z głównych przeszkód w organizowaniu szkoleń. To odkrycie uzasadnia także ideę opracowania szkolenia dla trenerów.

Instytucje szkoleniowe działają również jako przedsiębiorstwa, więc zależy im na sukcesie finansowym prowadzonych szkoleń. Bezpłatne oferty e-learningowe to również jeden ze sposobów obniżenia kosztów prowadzenia kursów szkoleniowych i uczynienia kursu bardziej opłacalnym. Oznacza to, że instytucje szkoleniowe będą mogły wykorzystać bezpłatną ofertę e-learningową projektu ISORESS.

Obecnie ilość odpowiednich materiałów / zasobów, będących w ofercie w zakresie CSR w MŚP jest nadal bardzo ograniczona, tak więc nowo opracowane materiały w ramach projektu ISORESS zapełnią tę lukę i przyczynią się do dalszego promowania tych zagadnień w Europie.

❖ **Propozycje dotyczące materiałów szkoleniowych**

- ✓ Ponieważ wszyscy prowadzą kursy e-learningowe lub w formule mieszanej, wskazane jest, aby materiał był interaktywny i można go było używać na platformie e-learningowej.
- ✓ Istotne jest opracowanie interesującego, kompleksowego programu nauczania i cyfrowego, interaktywnego materiału.