

# FORUM DIALOGU



30-LECIE GOSPODARKI  
WOLNORYNKOWEJ W POLSCE

- 70 • Zbigniew Gajewski  
RANKING SPOŁECZNYCH  
PROJEKTÓW BIZNESU
- 76 • Zbigniew Gajewski  
KOGO SŁUCHA  
POLSKI BIZNES?  
RANKING THINKTANK 2019





# RANKING SPOŁECZNYCH PROJEKTÓW BIZNESU

Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa to jeden z filarów jego społecznej odpowiedzialności. Ma potwierdzać, że firma czuje się zbiorowym obywatelem swojej społeczności, że jest wrażliwa na jej problemy oraz podejmuje konkretny wysiłek, by wspomóc ich rozwiązanie. W 30-lecie gospodarki wolnorynkowej w Polsce zorganizowaliśmy i ogłosiliśmy ranking tych inicjatyw społecznych biznesu, które miały w minionych dekadach największą wartość dla społeczeństwa.

**R**anking, który w skrócie nazywamy 30x30, wyłonił po 30 biznesowych projektów ogólnopolskich oraz lokalnych mających zdaniem jury największy wpływ społeczny w minionych 30 latach. Wyboru dokonało grono ekspertów zajmujących się w praktyce zawodową społeczną odpowiedzialnością biznesu. W każdej z kategorii najlepsze projekty zostały wybrane spośród 90 nominacji, które przedstawiło Forum Odpowiedzialnego Biznesu w oparciu o swoje coroczne raporty *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki*, a 14 propozycji zgłosiła Akademia Rozwoju Filantropii.

Nominując praktyki lokalne i ogólnopolskie, zespół FOB przejrzał kilkaset projektów społecznych zgłaszanych w ciągu 17 lat tworzenia raportu oraz wybrane przedsięwzięcia z lat 90., oceniając ich *impact* społeczny w skali Polski lub regionu. Osobne kryterium stanowił zmieniający się kontekst: **rozwój rozumienia społecznej odpowiedzialności biznesu, odpowiedzialności firm za otoczenie, uwzględnienie strategicznego i długofalowego zaangażowania organizacji**. Właśnie z perspektywy czasu najlepiej widać przełomowy charakter praktyk, które stawały się inspiracją dla innych i przyspieszały rozwój odpowiedzialnego biznesu w Polsce.

Wyniki rankingu ogłosiliśmy podczas konferencji *Społeczne wyzwania biznesu po 30 latach gospodarki wolnorynkowej w Polsce*, która odbyła się 10 października 2019 r. w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju. Dyplomy potwierdzające obecność projektów i firm na liście zwycięzców rankingu wręczały ich przedstawicielom Małgorzata Jarosińska-Jedynak, podsekretarz stanu w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju, Dominika Bettman, prezes FOB, oraz Małgorzata Bonikowska, prezes THINKTANK.

Ranking 30x30 potwierdza, że zarówno duży biznes, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa z całej Polski podejmują wiele wartościowych, dobrze przemyślanych inicjatyw adresowanych do różnych grup społecznych, od przedszkolaków po seniorów, od sportowców po osoby z niepełnosprawnościami czy grupy zagrożone wykluczeniem. Z corocznych raportów FOB wynika także, że zaangażowanie społeczne jest najczęściej występującą aktywnością CSR-ową w firmach w Polsce.

Uważna analiza zarówno nominowanych, jak i wybranych najlepszych praktyk wskazuje ponadto, że skala społecznego zaangażowania przedsiębiorstw w Polsce stale rośnie. Motywacja dla tej działalności w minionym 30-leciu ulegała zmianie, tak jak zresztą postrzeganie przez firmy istoty swojej odpowiedzialności społecznej. Na początku transformacji była ona rozumiana jako tworzenie miejsc pracy, przestrzeganie prawa i filantropijne dzielenie się zyskiem z najbardziej potrzebującymi. Z czasem, wraz z pojawieniem się idei CSR, narastało zrozumienie, że tworzenie miejsc pracy to za mało, a filantropia powinna przetrząsnąć się we współdziałaniu w diagnozowaniu i rozwiązywaniu istotnych problemów społecznych.

Wśród 60 projektów, które zostały uznane przez jury za inicjatywy mające szczególną wartość dla społeczeństwa w trakcie ostatnich 30 lat, znalazły się projekty realizowane przez 50 firm. „Lista nagrodzonych inicjatyw jest tak różnorodna jak wyzwania, które podejmuje odpowiedzialny biznes, przyczyniając się do większej spójności społecznej i zrównoważonego rozwoju Polski. Są tu programy edukacyjne, środowiskowe, działania na rzecz grup wykluczonych, mające na celu zwiększenie bezpieczeństwa na drogach czy związane z nowymi technologiami. Ranking jest swobodnym podsumowaniem minionych 30 lat gospodarki wolnorynkowej z perspektywy idei CSR. Gratulujemy wszystkim firmom, których dobre praktyki znalazły się w zestawieniu i tym samym mogą być inspiracją dla kolejnych cennych inicjatyw” – komentuje Marzena Strzelczak, dyrektorka Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Zdaniem zespołu THINKTANK przedsiębiorcy w Polsce są współautorami sukcesu minionego 30-lecia naszej historii. Nasz ranking pokazuje, że suma ich społecznego zaangażowania daje wymierne rezultaty – bez tego wkładu wiele problemów społecznych miałyby się gorzej, a wizerunek biznesu nie byłby tak pozytywny, jak obecnie. ■



**Zbigniew Gajewski:**  
partner w THINKTANK.

## Forum Dialogu THINKTANK

Ranking 30x30 jest częścią większego projektu, który THINKTANK zainicjował w 30-lecie gospodarki wolnorynkowej w ramach **Forum Dialogu** – jednego ze swoich programów strategicznych. Poprzez projekt chcieliśmy pokazać, że przedsiębiorcy w Polsce są współautorami sukcesu tego okresu naszej historii oraz zastanowić się, jak powinni odpowiadać na społeczne oczekiwania w kolejnych latach. Poza rankingiem elementem projektu była konferencja **Społeczne wyzwania biznesu po 30 latach gospodarki wolnorynkowej w Polsce**, którą zorganizowaliśmy 10 października 2019 r. wspólnie z Ministerstwem Inwestycji i Rozwoju oraz Centrum Stosunków Międzynarodowych.

Merytorycznym wprowadzeniem do konferencji był panel ekspercki *Co wynika dla biznesu z najważniejszych dziś wyzwań cywilizacyjnych w Polsce i na świecie*. Uczestniczyli w nim: Julia Krysztofiak-Szopa, prezes zarządu Startup Poland; prof. dr hab. Bolesław Rok z Akademii im. Leona Koźmińskiego; dr Jakub Sawulski, kierownik Zespołu Makroekonomii w Polskim Instytucie Ekonomicznym; dr Paweł Wojciechowski, główny ekonomista ZUS, i Kamil Wyszowski, dyrektor generalny Inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ Global Compact w Polsce.

Paneliści wskazali na coraz bardziej złożone procesy cywilizacyjne i społeczne zachodzące wokół biznesu. Kryzys klimatyczny, rewolucja cyfrowa, starzenie się społeczeństw, dekompozycja globalnego ładu politycznego i gospodarczego, ogólne poczucie niepewności w świecie – to najważniejsze z wielu wyzwań, przed którymi dziś stoi ludzkość. Klienci oraz inni interesariusze oczekują, że biznes będzie poszukiwał odpowiedzi i rozwiązań na te palące kwestie.

Ważnym elementem konferencji były warsztaty w trzech grupach problemowych:

**1. wyzwania klimatyczne, 2. wyzwania wynikające z rewolucji cyfrowej, 3. wyzwania na rynku pracy.**

Ich uczestnicy wypracowali konkretne rekomendacje dla biznesu w sprawie jego społecznego zaangażowania w najbliższych latach. Rekomendacje te mają też być brane pod uwagę w pracach Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw przy MliR. Więcej na ten temat napiszemy w kolejnym wydaniu magazynu „THINKTANK”.

W panelu biznesowym podsumowującym konferencję udział wzięli Dominika Bettman, prezes Siemens Polska i Forum Odpowiedzialnego Biznesu; Michał Kępowicz, dyrektor ds. relacji strategicznych w Philips Polska; Artur Nowak-Gocłowski, prezes ANG, prezes Fundacji Nienieodpowiedzialni; Irena Pichola, partner, lider zespołu ds. zrównoważonego rozwoju w Polsce i Europie Środkowej Deloitte; Agnieszka Wachnicka, prezes Fundacji Rozwoju Rynku Finansowego.

Zdaniem panelistów wyzwania społeczne i cywilizacyjne, którym biznes będzie musiał stawić czoło, sprawią, że przejdzie on poważną transformację. Już w kolejnych dekadach firmy powinny odejść od paradygmatu zysku jako jedyne celu ich istnienia i zastąpić go realną, a nie deklaracyjną strategią zrównoważonego rozwoju. Muszą się otworzyć na potrzeby społeczne, dostrzec inne niż dotąd wartości i dzięki temu stawać się częścią wspólnoty społecznej, a nie tylko rynku.

W konferencji poza liderami biznesu wzięli udział przedstawiciele administracji, ambasad, organizacji pozarządowych, związków zawodowych oraz eksperci.

### Partnerami konferencji byli:

- Provident
- Siemens
- Philips Polska
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- Fundacja Konrada Adenauera w Polsce
- Global Compact Network Poland
- Stowarzyszenie Rota

**Ranking 30x30 – projekty lokalne**


	Nazwa Firmy	Tytuł projektu	Rok realizacji
1.	ABB	Uczeń z pasją, inżynier z przyszłością	2012
2.	Amica	OSP Amica	2018
3.	Anwil	Pan Karp zarybia Wisłę	2015
4.	Bank Gospodarstwa Krajowego	Wsparcie edukacji przedszkolnej na terenach wiejskich	2009
5.	Carrefour Polska	Szansa dla bezdomnych – pokonanie marginalizacji	2018
6.	Castorama Polska	Rewitalizacja podwórek lokalnych społeczności w Gorzowie Wielkopolskim	2016
7.	Castorama Polska	Majsterkowo	2015
8.	Cemex Polska	Kopalnia przywrócona naturze	2013
9.	Cemex Polska	Woda dla miasta	2013
10.	Coca-Cola HBC Polska SA	Wzrost świadomości ekologicznej Polaków w zakresie recyklingu odpadów opakowaniowych	2011
11.	Coca-Cola HBC Polska SA	Fundusz Kropla Beskidu	2006
12.	Grupa Kapitałowa Pelion	Samotna Mamo nie jesteś sama	2012
13.	Grupa Enea	Nie taki prąd straszny	2011
14.	Grupa LOTOS	Program Edukacji Morskiej	2011
15.	Grupa Żywiec	Odpowiedzialne spożywanie alkoholu. „Ciesz się Heinekenem – bądź odpowiedzialny”	2007
16.	Henkel Polska	Henkel dla Akcji Pajacyk	1999
17.	Horus. Innowacyjne Materiały Przemysłowe	Bądź Widoczny – Bądź Bezpieczny	2012
18.	IKEA Retail	Przygarniamy rzeczy	2011
19.	Instytut Monitorowania Mediów	Na rzecz dzieci z domów dziecka	2008
20.	L'Oréal Polska	Łatwiejszy dostęp do wiedzy	2009
21.	NIVEA Polska	Firmowe przedszkole	2010

22.	Orbis	Spółdzielnia MaM	2011
23.	PGE Polska Grupa Energetyczna	Góra Kamięńsk	2008
24.	PGNiG	Energia Nauki	2009
25.	PKN Orlen	Fundusz grantowy dla Płocka	2004
26.	PZU	Pomoc poszkodowanym w powodzi	1997
27.	Rossmann. Supermarkety Drogerijne Polska	Pomoc powodziantom	2010
28.	Skanska w Polsce	Kształtowanie dobrej przestrzeni publicznej na Woli	2016
29.	„SPOŁEM”. Poznańska Spółdzielnia Spożyców w Poznaniu	Działalność na rzecz społeczności	2010
30.	Stena Recycling	STENA Ekostacja	2012

### Ranking 30x30 – projekty ogólnopolskie

	Nazwa Firmy	Tytuł projektu	Rok realizacji
1.	Allegro	Platforma charytatywni.allegro.pl	2014
2.	ANG Spółdzielnia	Nienieodpowiedzialni	2013
3.	Avon Cosmetics Polska	Gabinety z Różową Wstążką	2015
4.	Danone	Podziel się posiłkiem	2003
5.	Danone, Jeronimo Martins Polska, Lubella, IMiD	Odpowiedzialnego Biznesu Partnerstwo dla zdrowia – społeczne innowacje w biznesie	2010
6.	Gazeta Wyborcza (Grupa Agora)	Szkoła z klasą	2002
7.	GlaxoSmithKline	Mam Haka na Raka	2009
8.	Grupa Aterima	Publikacja <i>Przeciwdziałanie handlowi ludźmi wśród pracowników delegowanych do pracy za granicą. Casebook dla pracodawców</i>	2015
9.	Grupa PKP	Zmniejszenie skali bezdomności na dworcach kolejowych oraz w ich otoczeniu	2014



10.	IKEA Retail	Program PRZYDA SIĘ	2018
11.	Inclick	Kampania „Nie robię tego za darmo”	2013
12.	ING Bank Śląski	Videotłumacz języka migowego	2014
13.	ING Bank Śląski	Czy my, Polacy, mamy ze sobą coś wspólnego? Nie widać. Bo to powietrze	2018
14.	Johnson&Johnson	Od dziewczynki do kobiety	2008
15.	L'Oréal Polska	Program stypendialny L'Oréal – UNESCO Dla Kobiet i Nauki	2001
16.	mBank	Kampania społeczna „Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci!”	2015
17.	Microsoft	3... 2... 1... Internet! – bezpieczeństwo dzieci w Internecie	2009
18.	Orange Polska	Edukacja cyfrowa w małych miastach i wsiach w Polsce	2012
19.	Orange Polska	Telefon do mamy	2004
20.	Orange Polska	#SuperKoderzy	2016
21.	Orange Polska – Fundacja Orange	MegaMisja – edukacja cyfrowa w szkołach w całej Polsce	2015
22.	PGE Polska Grupa Energetyczna	Przeciwdziałanie ubóstwu energetycznemu	2017
23.	PKP Polskie Linie Kolejowe SA	Kampania społeczna Bezpieczny przejazd – „Zatrzymaj się i żyj!”	2013
24.	Polkomtel	Telefon Zaufania dla Dzieci i Młodzieży	2008
25.	Polkomtel	Zintegrowany System Ratownictwa	2010
26.	PZU	Projekt prewencyjny „Bezpieczna droga do szkoły”	1998
27.	Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia	Nagroda Znaku i Hestii imienia księdza Józefa Tischnera	2011
28.	Tesco Polska	Większa transparentność w kwestii marnowania żywności	2017
29.	Unilever	Dove. Odkryjmy w sobie piękno	2013
30.	Zakłady Tłuszczowe „Kruszwica”	Z „Kujawskim” pomagamy pszczołom	2011



# KOGO SŁUCHA POLSKI BIZNES? RANKING THINKTANK 2019

THINKTANK przy współpracy Instytutu Monitorowania Mediów już po raz trzeci opracował ranking najważniejszych autorytetów polskiego biznesu. Zbadaliśmy, czy głos spośród ekonomistów, doradców biznesu oraz przedsiębiorców jest najchętniej słuchany przez środowisko biznesowe. Wyniki rankingu ogłosiliśmy 25 września 2019 r. w Sopocie podczas otwarcia IX edycji EFNI.

**P**rzystępując do opracowania rankingu, zespół THINKTANK był ciekaw, czy i jak zmieniła się hierarchia autorytetów polskiego biznesu od 2012 r., kiedy powstała jego poprzednia edycja. Wtedy wraz z globalną gospodarką Polska wciąż jeszcze doświadczała kryzysu zapoczątkowanego w 2008 r. W świecie idei biznesowych zapanował chaos. Publikując tamten ranking, pisaliśmy: „Wiele kwestii – np. kształt rynku, relacje między państwem a biznesem, zrównoważony rozwój – wymaga redefinicji. Z nich wyłoni się inny system myślenia. Jak daleki od obecnego, zobaczymy. Ale chwycie się także pewność, że cokolwiek trwałego wiemy”.

## PODZIELONY ŚWIAT IDEI

Czy po siedmiu latach jesteśmy w lepszej sytuacji? Czy powstały nowe paradygmaty, pozwalające na nowo opisać rzeczywistość gospodarczą? Na te pytania nadal nie ma jednoznacznych odpowiedzi. Wciąż mamy do czynienia z wielonurtowym opisem rzeczywistości. Pogłębiło się przekonanie, że wolny rynek nie jest automatem rozwiązującym wszystkie problemy, a jednocześnie emancypują się alternatywne scenariusze rozwoju. Jeszcze bardziej zachwiała się wiara w globalizację. Niektórzy z jej dotychczasowych liderów zmierzają nawet do przywrócenia barier dla swobodnej wymiany handlowej między krajami i regionami świata. Jednocześnie konsumenci, niektóre rządy, organizacje społeczne i międzynarodowe stanowczo domagają się



od największych graczy gospodarczych przyjęcia zasad zrównoważonego rozwoju, a ich głos jest tym mocniejszy, im bardziej widoczne stają się skutki kryzysu klimatycznego.

Gwałtownie przyspieszyła też rewolucja cyfrowa. Na czoło list Fortune 500 wdarły się cyberkorporacje z kapitalizacją giełdową przekraczającą budżety większości państw. Wyparły one wielu dotychczasowych liderów: producentów samochodów, energii czy gigantów tradycyjnego handlu, którzy liderowali tym listom przez wiele dziesiątków lat. Poza katastrofą klimatyczną cyfryzacja jest dziś największym wyzwaniem dla świata biznesu.

W kwestiach gospodarczych nie ma już więc dominującej narracji, świat idei biznesowych jest podzielony. Nic dziwnego, że w świadomości ludzi gospodarki zagościła niepewność, która hamuje inwencję i plany inwestycyjne wielu firm. Wydaje się, że w takiej rozdręganej sytuacji potrzeba autorytetów jest oczywista.

**Gdzie ich poszukujemy? Kto pomaga dziś przedsiębiorcom i menedżerom zrozumieć i interpretować rzeczywistość?**

Wyniki tegorocznego rankingu na pierwszy rzut oka mogą zaskakiwać. Spośród 30 osób na naszych listach tylko osiem było na nich w 2012 r. Ale nowi liderzy nie pochodzą z jakiejś nowej rzeczywistości. Większość z nich to osoby rozpoznawalne, o ugruntowanej pozycji zawodowej, występujące na kongresach, konferencjach i w najpopularniejszych mediach. Były one obecne w kolejnych dziesiątkach poprzedniego rankingu, a teraz przesunęły się na samą górę. Dziś to oni wpływają na poglądy ludzi biznesu. Trudno stwierdzić, czy ich pozycja jest równie silna jak poprzedników. Dziś chyba pogodziliśmy się, że o gospodarce coraz trudniej jest powiedzieć coś pewnego i bezdyskusyjnego. Bardziej liczymy na trafne pytania i umiejętność wychwytywania nowych trendów. Liderzy naszego tegorocznego rankingu na pewno to potrafią.

## INTERNET GÓRĄ

Najważniejszym sposobem wywierania wpływu na poglądy środowiska biznesu jest obecność w mediach. Siedem lat temu liderzy tamtego rankingu mieli podobną liczbę cytowań w mediach tradycyjnych i internetowych. A dziś? Nowi liderzy byli średnio 10-krotnie rzadziej cytowani w tradycyjnej prasie, radiu i telewizji niż w portalach internetowych. To oznacza, że środowisko biznesowe, tak jak większość Polaków, coraz chętniej sięga po internetowe wersje znanych tytułów i audycji. Łącznie we wszystkich trzech grupach tegorocznych autorytetów w okresie 12 miesięcy do sierpnia 2019 r. najczęściej w mediach był obecny Marek Belka. Wspominano go lub cytowano w mediach tradycyjnych 840 razy, a w internetowych aż 7951 razy. Za nim uplasowali się kolejno: Leszek Balcerowicz, Paweł Borys, Zygmunt Solorz, Rafał Sonik, Jeremi Mordasewicz, Jakub Borowski, Zbigniew Jagiełło, Witold Orłowski, Dariusz Rosati. Jak widać, mamy tu dominację ekonomistów, czyli to do nich w pierwszej kolejności zwracają się dziennikarze z prośbami o wypowiedzi i komentarze. Z żalem zauważamy, że w pierwszej dziesiątce zabrakło kobiet. Na 11. pozycji pod względem liczby cytowań uplasowała się Dominika Kulczyk.

Natomiast nowi komentatorzy różnych zjawisk gospodarczych, jak influencerzy czy liczni blogerzy, mają stosunkowo wąskie grupy odbiorców. Ich wpływ na cały biznes jest na razie rozporoszony. Z czasem będą się prawdopodobnie przebijać do mainstreamu, co zamierzamy uważnie obserwować.

## METODOLOGIA RANKINGU


Tegoroczny ranking nawiązuje do dwóch poprzednich edycji zrealizowanych w roku 2009 i 2012. Został opracowany na podstawie metodologii wzorowanej na rankingu najbardziej cenionych myślicieli biznesowych w USA autorstwa Accenture Institute of Strategic Change. Na finalny wynik edycji 2019 miały wpływ trzy zmienne.

**Pierwsza to bezpośrednie wskazania panelu eksperckiego złożonego z członków Rady Ekspertów THINKTANK.** Każdy z jego uczestników układał spontanicznie listę ludzi mających jego zdaniem wpływ na poglądy środowiska biznesowego, bez rozróżnienia na ekonomistów, doradców biznesu czy przedsiębiorców i menedżerów. Następnie proponował po 10 najważniejszych osób w każdej z tych kategorii. Tak powstały wstępne listy, a na każdej było po kilkadziesiąt nazwisk.

**Druga zmienna to obecność w mediach.** Analitycy Instytutu Monitorowania Mediów przepuścili wszystkie wyłonione przez Radę Ekspertów nazwiska przez monitoring cytowań i publikacji w mediach tradycyjnych oraz internetowych od lipca 2018 r. do sierpnia 2019 r.

**W trzecim kroku ustaliliśmy za pomocą narzędzia Google Trends wzajemne pozycje zebranych nazwisk w wyszukiwaniach w Google,** też w ciągu 12 miesięcy od lipca 2018 r.

Dwie pierwsze zmienne, czyli wskazania panelu eksperckiego oraz wyniki monitoringu IMM, miały po 40 proc. wpływu na ostateczny kształt rankingu, waga trzeciej to 20 proc.

W badaniu celowo nie wzięliśmy pod uwagę ekspertów i osób pełniących funkcje polityczne i rządowe oraz szefów instytucji publicznych, np. banku centralnego, giełdy itp., których wpływ i obecność w przestrzeni publicznej jest związany z pełnioną funkcją. 

## Wyniki rankingu

### „Kogo słucha polski biznes?” 2019

(w nawiasie miejsce w 2012 r., brak cyfry oznacza, że 7 lat temu to nazwisko nie trafiło do rankingu THINKTANK)

#### Najchętniej słuchani ekonomiści

1. Leszek Balcerowicz (2)
2. Witold Orłowski
3. Marek Belka
4. Andrzej Koźmiński
5. Dariusz Rosati
6. Jakub Borowski
7. Ignacy Morawski
8. Andrzej Rzońca
9. Mateusz Szczurek
10. Janusz Jankowiak (6)

#### Najchętniej słuchani doradcy biznesu

1. Jacek Santorski (1)
2. Natalia Hatałska
3. Dominika Maison
4. Jan Krzysztof Bielecki
5. Jeremi Mordasewicz
6. Adrian Furgalski
7. Andrzej Jacek Blikle (4)
8. Rafał Ohme
9. Janusz Czapiński
10. Jacek Socha

#### Najchętniej słuchani przedsiębiorcy i menedżerowie

1. Janusz Filipiak
2. Zygmunt Solorz
3. Irena Eris (2)
4. Zbigniew Jagiełło
5. Dominika Kulczyk
6. Paweł Borys
7. Henryka Bochniarz (1)
8. Maciej Witucki (5)
9. Leszek Czarnecki (3)
10. Michał Sołowow