**Od zodpovedných firiem ľudia očakávajú najmä zdravé a bezpečné podmienky pri práci, ukázal prieskum**

Bratislava, 6. novembra 2023– **Pod pojmom „zodpovedné podnikanie“ si približne štvrtina ľudí na Slovensku spontánne predstavuje zohľadňovanie životného prostredia (26 %) a starostlivosť o zamestnancov a ich rodiny (24 %). Pomerne silné je aj spájanie tohto pojmu s poctivosťou pri podnikaní (20 %). Vyplýva to z prieskumu agentúry FOCUS pre združenie Business Leaders Forum pri Nadácii Pontis. Reprezentatívny kvantitatívny prieskum prebiehal v septembri 2023 dotazníkovou formou na vzorke 1 001 respondentov vo veku od 18 rokov.**

**Vnímanie zodpovedného podnikania sa mení**

Prieskum o tom, s čím si slovenská verejnosť spája pojem spoločenskej zodpovednosti, resp. zodpovedného podnikania, realizuje agentúra FOCUS pre združenie Business Leaders Forum každé dva roky už od roku 2004.

*„Tak ako sa vyvíjala téma zodpovedného podnikania, vyvíjal sa a menil aj samotný prieskum. Nemôžeme síce výsledky z roku 2004 porovnať s tými v roku 2023 jedna k jednej, avšak vieme upozorniť na zaujímavé trendy*,“ hovorí Ivana Vagaská, výkonná riaditeľka Business Leaders Forum.

V roku 2004 len 41 % opýtaných súhlasilo s tým, že firmy by sa okrem ekonomických aktivít mali snažiť vytvárať aj vyššie etické štandardy, prispievať k zlepšeniu životného prostredia a podporovať rozvoj spoločnosti. Naproti tomu, v roku 2023 je väčšina opýtaných (89 %) názoru, že „firmy by mali popri tvorbe zisku realizovať aj aktivity nad rámec zákona – teda chrániť životné prostredie, starať sa o zamestnancov, podporovať okolitú komunitu a transparentne a otvorene komunikovať o svojich aktivitách“.

„*V roku 2004 bola téma spoločenskej zodpovednosti na Slovensku novinkou. Pýtali sme sa preto slovenskej verejnosti, či tento pojem vôbec pozná a až 51 % ľudí vtedy odpovedalo, že o ňom nič nepočuli ani nečítali*,“ približuje Martin Slosiarik, riaditeľ výskumnej agentúry FOCUS, a dodáva: „*Ak sa prenesieme do roku 2023, tak žiadnu predstavu o tom, čo znamená „zodpovedné podnikanie firiem“ nemá už len 23 % respondentov.*“

**Rastie význam zdravia a bezpečnosti pri práci**

Trendom posledných rokov je nárast významu zdravých a bezpečných pracovných podmienok. Pri **výbere zo zoznamu aktivít** zodpovedných firiem respondenti a respondentky uvádzali ako najdôležitejšiu práve túto kategóriu **(70 %), pričom jej dôležitosť vzrástla nielen oproti „pandemickému“ roku 2021 (62 %)**, ale v porovnaní s rokom 2019 ide o celkový nárast až o 20 percentuálnych bodov.

Na ďalšom mieste sa umiestnila poctivosť pri podnikaní (49 **%**), **jasná, poctivá a otvorená komunikácia firmy voči zákazníkom (46 %)** a vyváženosť osobného a pracovného času zamestnancov (43 %), ktorá tento rok predbehla tému ochrany životného prostredia (40 % – pokles oproti roku 2021 o 6 p.b.).

Ochrana životného prostredia zaznamenala pokles aj pri otázke, v akých celospoločenských témach by sa mali firmy prioritne angažovať. Dôležitosť tejto témy klesla v očiach slovenskej verejnosti o 9 p.b., z 54 % v roku 2021 na aktuálnych 45 %. Taktiež klesla dôležitosť boja proti korupcii (o 8 p.b., zo 42 % v roku 2021 na aktuálnych 34 %). Naproti tomu došlo k zvýrazneniu dôležitosti podpory sociálne či zdravotne znevýhodnených skupín obyvateľstva a snahy o ich začlenenie (nárast o 6 p.b., z 42 % v roku 2021 na aktuálnych 48 %).

„*Zdôraznenie témy zdravia na pracovisku a témy starostlivosti o sociálne či zdravotne znevýhodnených ľudí je dôsledkom pandemických rokov, ale aj aktuálnej inflácie, ktorá sa výrazne dotýka životov ľudí. Obyvateľky a obyvatelia Slovenska majú preto logicky práve v týchto témach vyššie očakávania aj od firiem*,” približuje I. Vagaská z Business Leaders Forum.

**So zodpovedným podnikaním si spájame predovšetkým obchodné reťazce a operátorov**

Najčastejšie spontánne uvádzanými firmami podnikajúcimi zodpovedne sú Lidl, Kaufland, Orange, Slovak Telekom a Tesco.Ide o firmy, ktoré v kontakte so zákazníkmi dlhodobo komunikujú svoje filantropické aktivity, ako aj iné stránky svojho zodpovedného podnikania. Snažia sa tiež zákazníkov v týchto témach vzdelávať a zvyšovať tak ich individuálnu zodpovednosť.

„*Z dlhodobého hľadiska v prieskumoch postupne klesá podiel respondentov, ktorí nevedia uviesť príklad zodpovedne podnikajúcej firmy**pôsobiacej na Slovensku*,“ upozorňuje M. Slosiarik na ďalší z trendov. Žiadnu konkrétnu firmu podnikajúcu zodpovedne nevedelo spontánne v tomto roku uviesť iba 36 % respondentov, kým pred desiatimi rokmi, v roku 2013, to bolo až 71 % opýtaných.

**Ochota priplatiť si za zodpovedný výrobok môže byť len deklaratórna**

Takmer polovica opýtaných (49 %) by bola ochotná priplatiť si za výrobok (službu), ktorý je o niečo drahší ako bežný výrobok, ale bol vyrobený s ohľadom na životné prostredie, alebo ho vyrobili ľudia so zdravotným či iným znevýhodnením. 63 % z nich by zaplatilo naviac do 10 % ceny, ďalšia tretina najviac do 20 % ceny bežného výrobku (služby).

I keď v porovnaní s posledným prieskumom (september 2021) bol zaznamenaný mierny pokles celkového podielu opýtaných, ktorí by boli ochotní si priplatiť za výrobok/službu zodpovedne podnikajúcej firmy, ochotu priplatiť si deklarovali respondenti v približne rovnakej miere už v roku 2004. „*Môže teda ísť skôr o hypotetické deklarovanie záujmu vyvolané spoločenským očakávaním, než o faktickú ochotu platiť viac*,“ uzatvára M. Slosiarik.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***O Business Leaders Forum***

*Business Leaders Forum (BLF) je neformálnym združením firiem, ktoré sa zaväzujú byť lídrami v presadzovaní princípov zodpovedného podnikania (angl. Corporate Social Responsibility – CSR) na Slovensku. Združenie má 54 členov a administruje ho Nadácia Pontis.*

**

**Nadácia Pontis**[**www.nadaciapontis.sk**](http://www.nadaciapontis.sk/)

*Vytvárame silné a zmysluplné spojenia medzi firemným, občianskym a verejným sektorom v našich troch strategických témach – v sociálnych inováciách, vo filantropii a v zodpovednom podnikaní. V nich si budujeme expertízu, prinášame trendy, presadzujeme dlhodobý dopad a inšpirujeme.*

**Kontakt a doplňujúce informácie:**

Lucia Víglašová, PR manažérka, lucia.viglasova@nadaciapontis.sk, 0917 452 409