

**AUDYT KOŃCOWY Z ZAKRESU WDROŻENIA CSR WE
WSZYSTKICH OBSZARACH
DLA FIRMY ARTRIP**

Katarzyna Romanowicz

Luty 2015 r.

Strona **1**



Projekt pn. „Inwestując w Przyszłość”
Nr umowy: 40/SPPW/DPP/2014
Projekt współfinansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.



Spis treści

1. Cel i kontekst dokumentu	3
2. Układ dokumentu.....	3
3. Ocena realizacji wskaźników projektu.....	3
3.1. Wskaźnik 1. Wzrost wiedzy pracowników firmy dotyczący korzyści z wdrożenia strategii CSR 3	
3.2. Wzrost świadomości Interesariuszy firmy odnośnie korzyści z wdrożenia strategii CSR.....	6
3.3. Wzrost wiedzy pracowników z zakresu polityki środowiskowej	10
3.4. Wzrost efektywnego wykorzystania materiałów i narzędzi warsztatowych.....	13
3.5. Wzrost świadomości ekologicznej dzieci i młodzieży.....	14
3.6. Wzrost kompetencji zawodowych i społecznych pracowników firmy	15
3.7. Wzrost społecznego zaangażowania firmy na rzecz edukacji młodych	17
3.8. Wzrost społecznego zaangażowania firmy na rzecz dzieci z potrzebujących rodzin	18
4. Ocena realizacji produktów projektu według działań.....	18
4.1. Działanie 1 – Opracowanie strategii wdrożenia CSR w firmie.....	18
4.2. Działanie 2 – Opracowanie strategii racjonalnej gospodarki odpadami i zarządzania biurem 19	
4.3. Działanie 3 – Opracowanie ekousługi w postaci edukacji ekologicznej	19
4.4. Działanie 4 – Przygotowanie firmy do przystąpienia do programu Czysty Biznes	19
4.5. Działanie 5 – Opracowanie systemu rekrutacji oraz szkoleń wraz z procesem ewaluacji	19
4.6. Działanie 6 – Opracowanie strategii programu praktyk i staży studenckich.....	20
4.7. Działanie 7 – Opracowanie polityki stypendialnej dla dzieci i młodzieży.....	20
4.8. Działanie 8 – Audyt końcowy z zakresu wdrożenia CSR we wszystkich obszarach	20
4.9. Działanie 9 – Informacja i komunikacja społeczna z zakresu strategii CSR	20
5. Ocena stopnia wdrożenia zakładanych w projekcie procesów	21
5.1. Ekousługa oraz program edukacji ekologicznej.....	21
5.2. Polityka gospodarowania odpadami i zarządzania biurem	21
5.3. System rekrutacji i szkoleń	21
5.4. Program staży i praktyk studenckich.....	21
5.5. Polityka stypendialna	21
6. Podsumowanie i wnioski	21

1. Cel i kontekst dokumentu

Niniejszy dokument opracowano w ramach realizacji projektu „Inwestując w przyszłość”, dotyczącego wdrożenia CSR w firmie Akademia Rozwoju Twórczego „Artrip” Tomasz Włodarski. Projekt realizowano w okresie od 1 kwietnia 2014 roku do 16 lutego 2015 roku; był objęty dofinansowaniem ze Szwajcarsko – Polskiego Programu Współpracy w ramach naboru II.

2. Układ dokumentu

Przeprowadzony audyt dotyczy trzech elementów projektu:

1. **Ocena realizacji wskaźników projektu** – w tym obszarze audyt polegał na weryfikacji spełnienia wskaźników projektu, założonych we wniosku. Niektóre wskaźniki zostały zweryfikowane na podstawie obliczeń przeprowadzonych na cele niniejszego audytu; w takiej sytuacji wyniki obliczeń przedstawiono w tekście dokumentu. Inne wskaźniki zweryfikowano na podstawie dokumentów dostępnych w siedzibie firmy (np. liczba umów stażowych) i wtedy taka informacja zawarta jest w tekście niniejszego dokumentu.
2. **Ocena realizacji produktów projektu według działań** – ta ocena została dokonana przede wszystkim na podstawie analizy dokumentów, stanowiących produkty poszczególnych działań przeprowadzonych w ramach projektu, a dostępnych w siedzibie oraz w zasobach elektronicznych firmy. Informacja o dostępności dokumentów znajduje się w odpowiednich rozdziałach audytu.
3. **Ocena stopnia wdrożenia zakładanych w projekcie procesów** – ten obszar audytu został przygotowany na podstawie zbiorczej analizy dwóch poprzednich punktów oraz wywiadów z kierownictwem firmy Artrip. Ten rozdział zawiera także rekomendacje dotyczące utrwalenia wdrożenia opisanych procesów w firmie.

3. Ocena realizacji wskaźników projektu

3.1. Wskaźnik 1. Wzrost wiedzy pracowników firmy dotyczący korzyści z wdrożenia strategii CSR

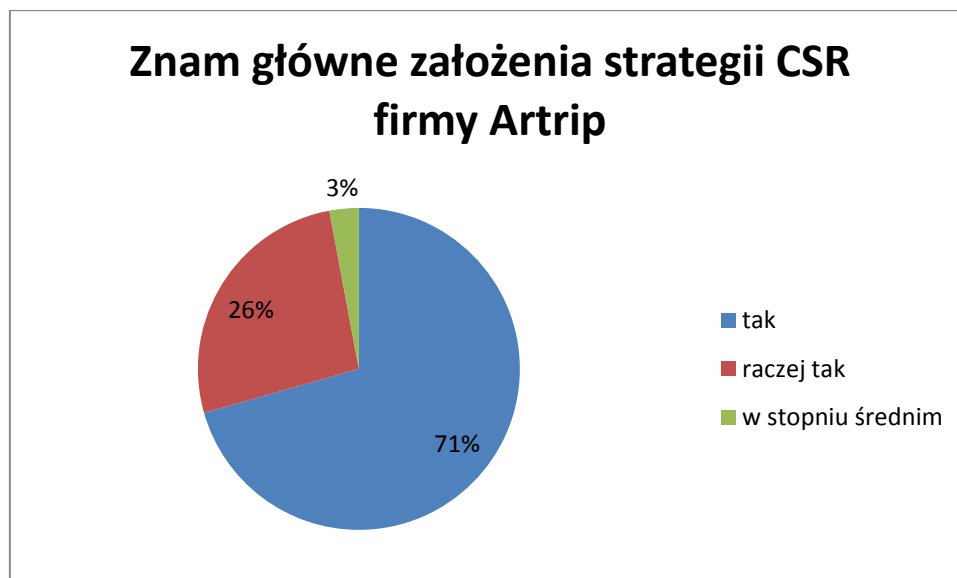
Wzrost wiedzy pracowników i współpracowników firmy został zbadany za pomocą anonimowej ankiety, rozdanej pracownikom na spotkaniu zespołu, a nieobecny wysłany drogą mailową. Ankiety wypełniło 35 osób.

Rozkład odpowiedzi na pytanie: „Firma Artrip wdraża strategię CSR (Społecznej Odpowiedzialności Biznesu). Znam główne założenia tej strategii” kształtował się następująco:

- „Tak” – 24 odpowiedzi
- „Raczej tak” – 9 odpowiedzi
- „W stopniu średnim” – 1 odpowiedź

34 na 35 respondentów (97%) odpowiedziało „Tak” lub „Raczej tak”. Rozkład odpowiedzi ilustruje Wykres 1:

Wykres 1. Znam główne założenia strategii CSR firmy Artrip – rozkład odpowiedzi pracowników i współpracowników firmy.



Kolejne pytanie w wyżej wymienionej ankiecie dotyczyło korzyści z wdrożenia strategii CSR, zauważonych przez respondentów. Pytanie było sformułowane w następujący sposób:

„Główne korzyści z wdrożenia strategii CSR to (zaznacz wszystkie, które zauważyłeś):

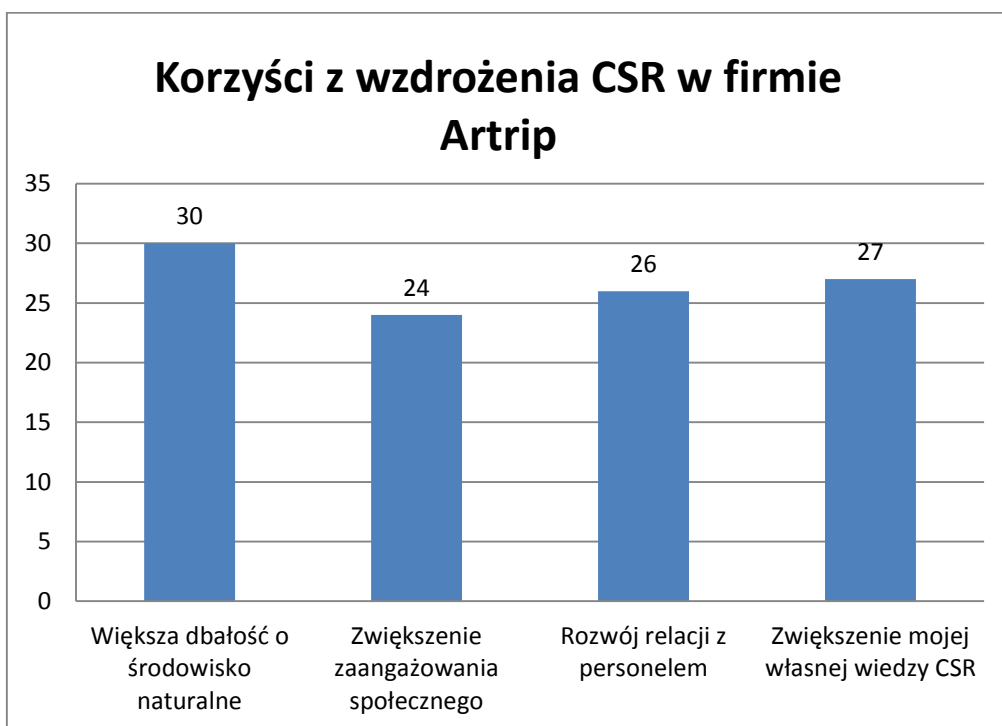
- Większa dbałość o środowisko naturalne w firmie Artrip (np. staranie o większe wykorzystanie surowców wtórnych w programach edukacyjnych, mniejsze zużycie materiałów eksploatacyjnych w firmie)
- Zwiększenie zaangażowania społecznego firmy Artrip (np. większe zaangażowanie w umowy dotacyjne na rzecz potrzebujących, więcej działań na rzecz edukacji młodych)
- Rozwój relacji z personelem w firmie Artrip (np. więcej spotkań zespołu, starania właścicieli firmy o rozwój kompetencji pracowników)
- Zwiększenie mojej własnej wiedzy i świadomości z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu
- Inne – jakie?

.....

Nie widzę żadnych korzyści”

Rozkład odpowiedzi przedstawia kolejny wykres:

Wykres 2. Korzyści zauważane przez pracowników Artrip w związku z wdrożeniem strategii CSR



Każdy respondent wybrał co najmniej jedną odpowiedź. Najwyraźniej dostrzegane są korzyści związane z dbałością o środowisko naturalne (30 odpowiedzi – 86% badanej próby), w następnej kolejności – zwiększenie własnej wiedzy związanej z CSR (27 odpowiedzi – 77% próby), rozwój relacji z personelem (odpowiednio 26 i 74%) oraz zwiększenie zaangażowania społecznego (24 i 69%).

Liczba ankiet, które zebrano w ramach badania, to:

- 36 w pierwszej edycji badania – na początku projektu,
- 42 w drugiej edycji badania – na końcu projektu.

W pierwszej i drugiej edycji badania trenerzy i pracownicy firmy otrzymali podobne pytania z zakresu ich wiedzy na temat strategii CSR. Pracownicy firmy po pierwszym etapie badań wykazywali niewielki procent wiedzy i świadomości na temat strategii CSR, zmian w poszczególnych obszarach oraz korzyści z nich płynących. Czas pomiędzy badaniami wypełniony był intensywną komunikacją z pracownikami, informowaniem ich o zmianach oraz procedurach z zakresu CSR. Wydany biuletyn oraz portal informował ich na każdym etapie o skali i jakości zmian.

Na podstawie przedstawionych powyżej wyników można przyjąć, że zakładany w projekcie wskaźnik 30 pracowników Artrip, których wiedza dotycząca korzyści związanych z wdrożeniem CSR zwiększyła się, został zrealizowany.

Oryginały ankiet, na podstawie których przygotowano powyższe zestawienie, są dostępne w siedzibie firmy Artrip.

3.2. Wzrost świadomości Interesariuszy firmy odnośnie korzyści z wdrożenia strategii CSR

Poziom świadomości Interesariuszy firmy odnośnie korzyści z wdrożenia strategii CSR został zbadany za pomocą kwestionariusza w początkowych miesiącach trwania projektu. Dokładne dane i wnioski z tego badania zawarto w dokumencie „Raport poaudytowy CSR dla firmy Artrip”, dostępnym w siedzibie firmy Artrip.

Niniejszy raport zawiera porównanie wyników ankiet przeprowadzonych na początku projektu oraz wykonanych w lutym 2015 roku w celu odpowiedzi na pytanie, czy wskaźnik projektu – 40 Interesariuszy firmy, których wiedza odnośnie korzyści związanych z wdrożeniem CSR zwiększyła się, został zrealizowany.

Liczba ankiet, które zebrano w ramach badania, to:

- 40 w pierwszej edycji badania – na początku projektu,
- 42 w drugiej edycji badania – na końcu projektu.

Tym samym spełniony jest warunek wstępny realizacji wskaźnika na koniec projektu, tzn. co najmniej **40 interesariuszy, których poziom wiedzy zbadano i poddano analizie ewaluacyjnej.**

Ankieta składała się z trzech części, odnoszących się do trzech obszarów CSR:

- I. Dialog z interesariuszami
- II. Zaangażowanie społeczne
- III. Innowacyjność społeczna

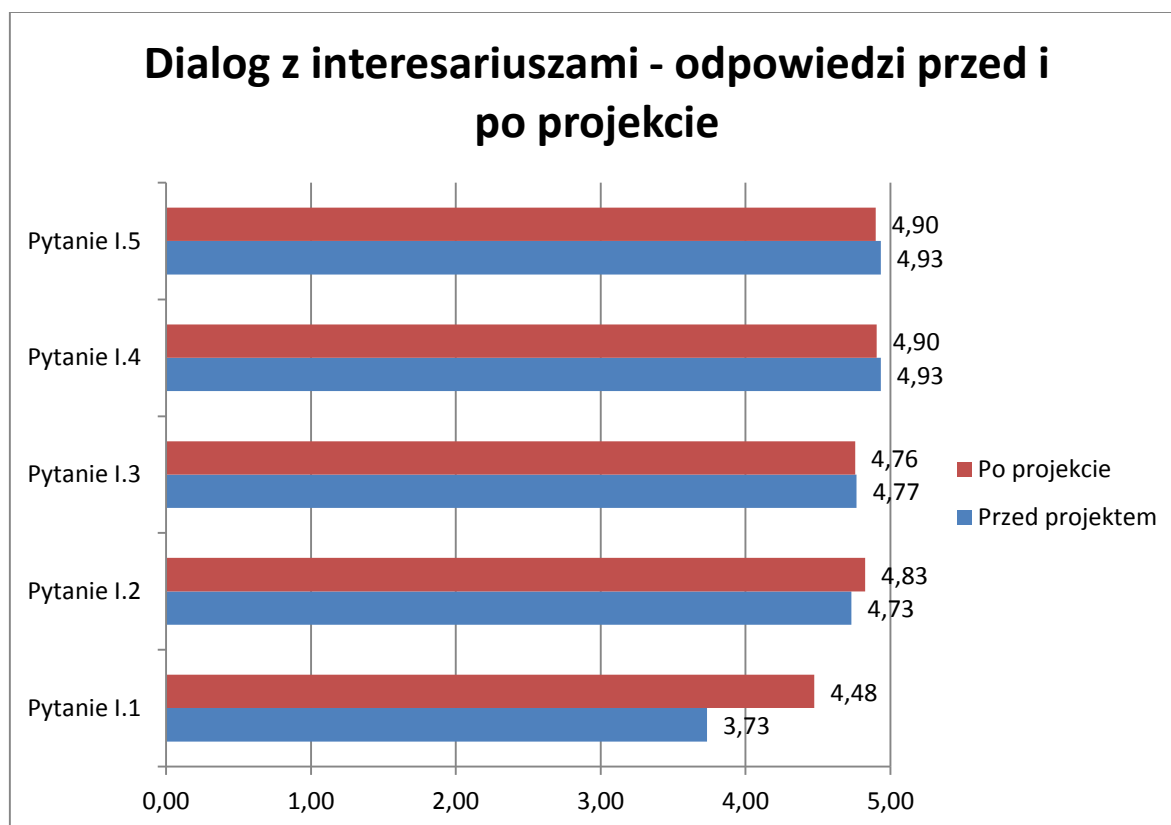
Skala odpowiedzi na każde pytanie wynosiła 1 do 5, gdzie 1 – „Nie”, 2 – „Raczej nie”, 3 – „W stopniu średnim”, 4 – „Raczej tak”, 5 – „Tak”. Pozostałe możliwe do wyboru odpowiedzi to „Nie wiem”, „Nie dotyczy” oraz „Nie rozumiem”.

Część I kwestionariusza - **Dialog z interesariuszami** - zawierała następujące pytania:

1. Czy informacje dotyczące społecznej odpowiedzialności/zrównoważonego rozwoju/misji i wizji firmy ARTRIP są Panu/Pani znane?
2. Czy spółka ARTRIP stworzyła formalne i technologiczne możliwości do prowadzenia dialogu z interesariuszami w ramach np. platformy internetowej, kontaktu z biurem etc.?
3. Czy Pana/i zdaniem usługi ARTRIP odpowiadają potrzebom klientów?
4. Czy ARTRIP dba o kontakt ze szkołą /nauczycielami/rodzicami?
5. Czy ARTRIP pozostaje w kontakcie ze szkołą/nauczycielami/rodzicami PO wykonanej usłudze?

Różnice w średnich odpowiedziach na powyższe pytania na początku projektu i w aktualnym badaniu ilustruje poniższy wykres:

Wykres 3. Zmiany w odpowiedziach na pytania z zakresu Dialogu z Interesariuszami na początku i na końcu projektu



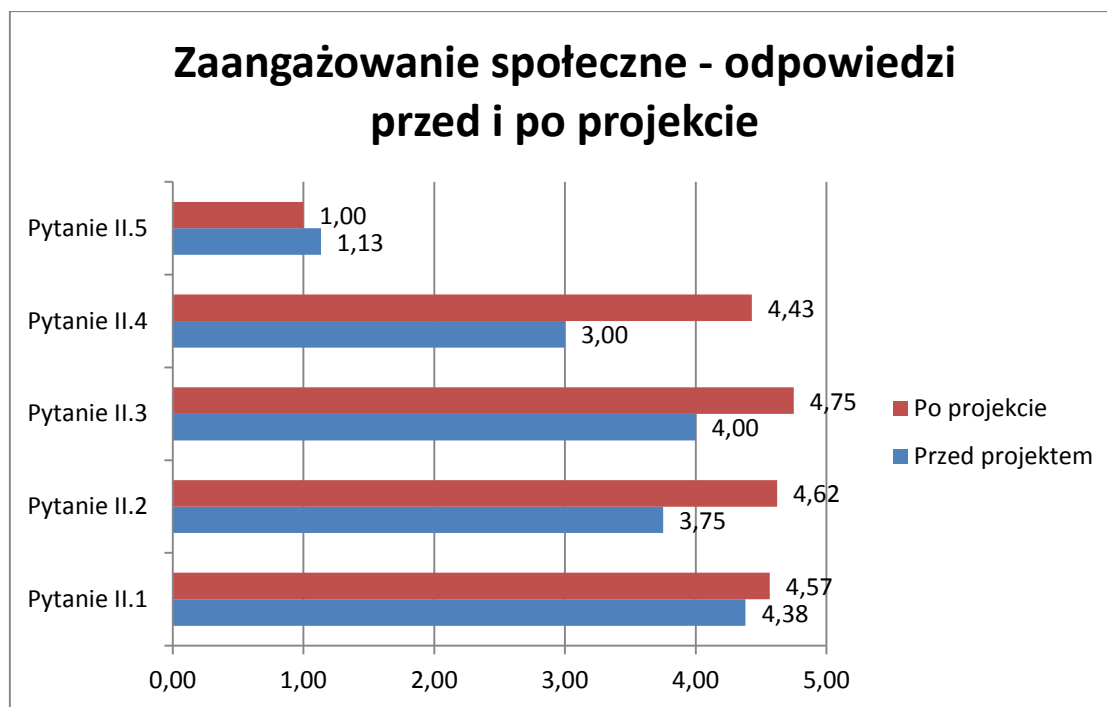
Największą różnicę można zauważyć w odpowiedziach na pytanie 1 – „Czy informacje dotyczące społecznej odpowiedzialności/zrównoważonego rozwoju/misji i wizji firmy ARTRIP są Panu/Pani znane?”. Tutaj średni wynik przed projektem to 3,73, a po projekcie – 4,48. Inna różnica jest widoczna w odpowiedzi na pytanie 2 – „Czy spółka ARTRIP stworzyła formalne i technologiczne możliwości do prowadzenia dialogu z interesariuszami w ramach np. platformy internetowej, kontaktu z biurem etc.?”. Średnia odpowiedzi na to pytanie wzrosła z 4,73 do 4,83. Pozostałe różnice nie są istotne statystycznie. Aktualnie wszystkie średnie odpowiedzi są wyższe od 4, można zatem uznać, że w zakresie wiedzy o dialogu z interesariuszami zakładany wskaźnik został zrealizowany.

Część II kwestionariusza - **Zaangażowanie społeczne** - zawierała następujące pytania:

1. Czy spółka ARTRIP ma formalnie określone i publicznie dostępne zasady współpracy z partnerami społecznymi?
2. Czy wie Pan/Pani o możliwości dofinansowania wyjazdów dla dzieci przez spółkę ARTRIP?
3. Czy spółka ARTRIP publicznie określa kryteria doboru w zakresie stypendiów dla dzieci?
4. Czy spółka ARTRIP informuje publicznie o wysokości dotacji przekazywanych w ramach działalności filantropijnej (np. w witrynie internetowej, w raporcie spółki/fundacji)?

5. Czy wie Pan/Pani o tym czy jakiegokolwiek usługi spółki ARTRIP, bądź sposób działania na rynku, traktowanie partnerów były przedmiotem bojkotu konsumenckiego lub innej zorganizowanej akcji społecznego sprzeciwu w Pana/Pani społeczności?

Wykres 4. Zmiany w odpowiedziach na pytania z zakresu Zaangażowania społecznego na początku i na końcu projektu



W odpowiedziach na pytania dotyczące zaangażowania społecznego firmy Artrip zaobserwowano wyraźne zmiany przy porównaniu średnich sprzed projektu ze średnimi po projekcie. Znacząco więcej interesariuszy czuje się poinformowanych o możliwości dofinansowania wyjazdów, kryteriach doboru w zakresie stypendiów dla dzieci, a także wielkości dotacji. Zwiększeniu uległa także wiedza na temat zasad współpracy Artrip z partnerami społecznymi, a także zwiększyło się przekonanie, że produkty i usługi Artrip nie były przedmiotem bojkotu konsumenckiego.

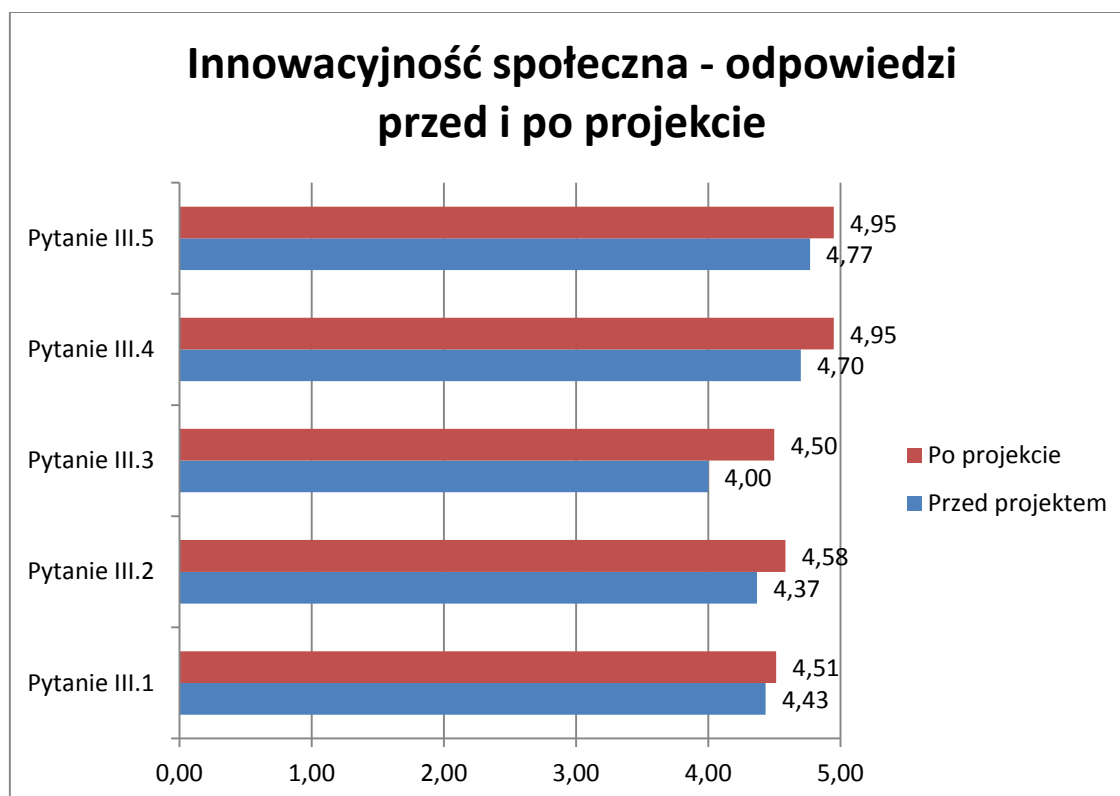
Oprócz średniej dotyczącej bojkotu konsumenckiego, wszystkie średnie odpowiedzi są wyższe od 4, można zatem uznać, że w zakresie wiedzy o zaangażowaniu społecznym zakładany wskaźnik został zrealizowany. Jeśli chodzi o odpowiedzi na pytanie o bojkot konsumencki, niższa średnia świadczy o lepszym poinformowaniu respondentów.

Część III kwestionariusza – Innowacyjność społeczna – zawierała następujące pytania:

1. Czy ARTRIP wprowadza usługi, które uwzględniają oczekiwania Klientów dotyczące wyższego poziomu ochrony środowiska?
2. Czy spółka ARTRIP wprowadza usługi, które uwzględniały potrzeby dzieci zagrożonych marginalizacją społeczną?

3. Czy spółka zainicjowała / uczestniczyła w projekcie partnerstwa międzysektorowego (z instytucjami publicznymi na szczeblu lokalnym, którego celem było wprowadzanie rozwiązań zmniejszających skalę istotnego wyzwania społecznego / ekologicznego)?
4. Czy spółka ARTRIP wykorzystuje w swoich programach elementy innowacyjne, niesztampowe, twórcze?
5. Czy spółka ARTRIP angażuje w swoich projektach zróżnicowane grupy społeczne (np. studentów, rodziców, nauczycieli)?

Wykres 5. Zmiany w odpowiedziach na pytania z zakresu Innowacyjności społecznej na początku i na końcu projektu



W niewielkim stopniu wzrosły wszystkie średnie odpowiedzi na pytania z tego obszaru. Największej zmianie uległa wiedza respondentów na temat uczestnictwa Artrip w partnerstwie międzysektorowym.

Wszystkie średnie odpowiedzi są wyższe od 4, można zatem uznać, że w zakresie wiedzy o innowacyjności społecznej zakładany wskaźnik został zrealizowany.

Na podstawie przedstawionych powyżej wyników można przyjąć, że zakładany w projekcie wskaźnik 40 interesariuszy Artrip, których wiedza dotycząca korzyści związanych z wdrożeniem CSR zwiększyła się, został zrealizowany.

Oryginały ankiet, na podstawie których przygotowano powyższe zestawienie, są dostępne w siedzibie firmy Artrip.

3.3. Wzrost wiedzy pracowników z zakresu polityki środowiskowej

Wzrost wiedzy pracowników firmy Artrip z zakresu polityki środowiskowej został zbadany za pomocą anonimowej ankiety ewaluacyjnej, rozdanej na spotkaniu trenerów Artrip, a do osób nieobecnych na spotkaniu – rozesłanych i odesłanych drogą elektroniczną. Ankiety wypełniło 36 osób. Kwestionariusz zawierał 5 pytań dotyczących wiedzy z zakresu polityki środowiskowej:

1. *Czy firma Artrip s.c. ma jasno sprecyzowaną politykę środowiskową w firmie?*
2. *Czy zna Pan/Pani główne obszary zmian polityki środowiskowej firmy Artrip s.c.?*
3. *Czy wie Pan/Pani o zmianach programowych z zakresu edukacji ekologicznej w produktach Artrip s.c.?*
4. *Czy firma Artrip s.c. publicznie informuje swoich interesariuszy o zmianach w zakresie edukacji ekologicznej?*
5. *Czy wie Pan/Pani jak nowe założenia polityki środowiskowej wpłyną na jakość i ekonomię oferty programowej firmy Artrip s.c.?*

Możliwe odpowiedzi na każde z pytań to: nie rozumiem, nie dotyczy, nie wiem, nie, raczej nie, w stopniu średnim, raczej tak, tak.

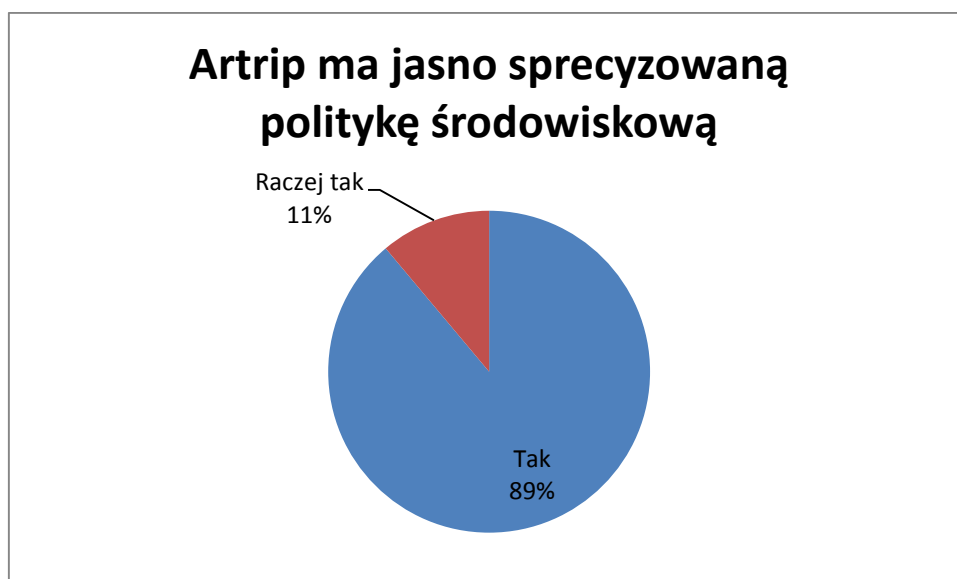
Liczba ankiet, które zebrano w ramach badania, to:

- 32 w pierwszej edycji badania – na początku projektu,
- 36 w drugiej edycji badania – na końcu projektu.

W pierwszej i drugiej edycji badania trenerzy i pracownicy firmy otrzymali podobne pytania z zakresu ich wiedzy na temat zmian z zakresu polityki środowiskowej firmy. Pracownicy firmy po pierwszym etapie badań bez dużego przekonania podeszli do proponowanych zmian, wykazując się przy tym niewielką znajomością ich zakresu. Szkolenia oraz sukcesywnie podawane informacje na tematów szczegółów nowo wdrażanej polityki środowiskowej oraz uczestnictwo w projektowaniu nowych zajęć i form programowych, stały się impulsem do osobistego rozumienia i wsparcia tematu środowiskowego.

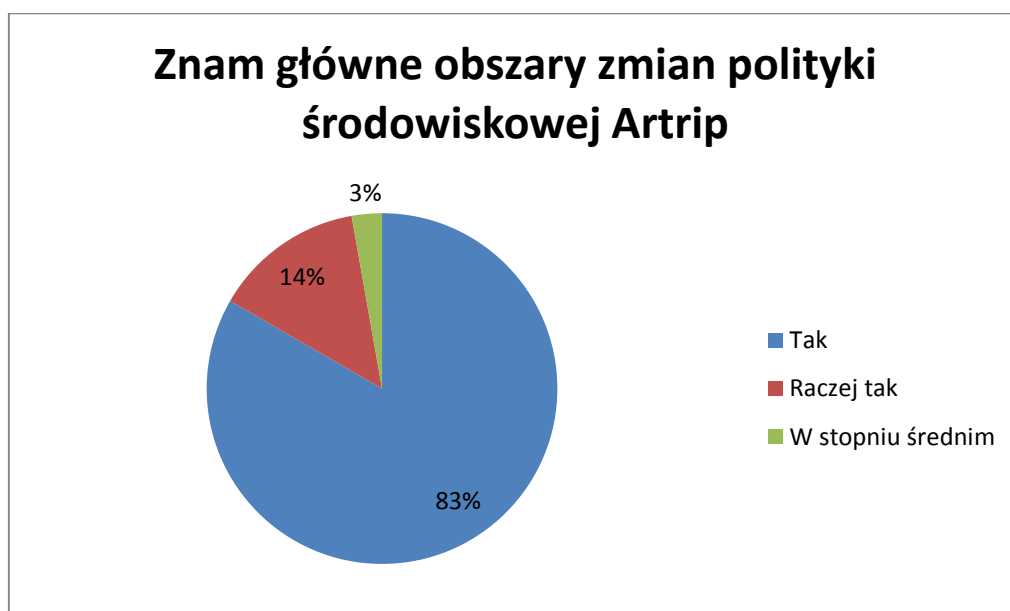
Zestawienia odpowiedzi na poszczególne pytania z ostatniej edycji badania ()zostały przedstawione na poniższych wykresach:

Wykres 6. Czy firma Artrip s.c. ma jasno sprecyzowaną politykę środowiskową w firmie?



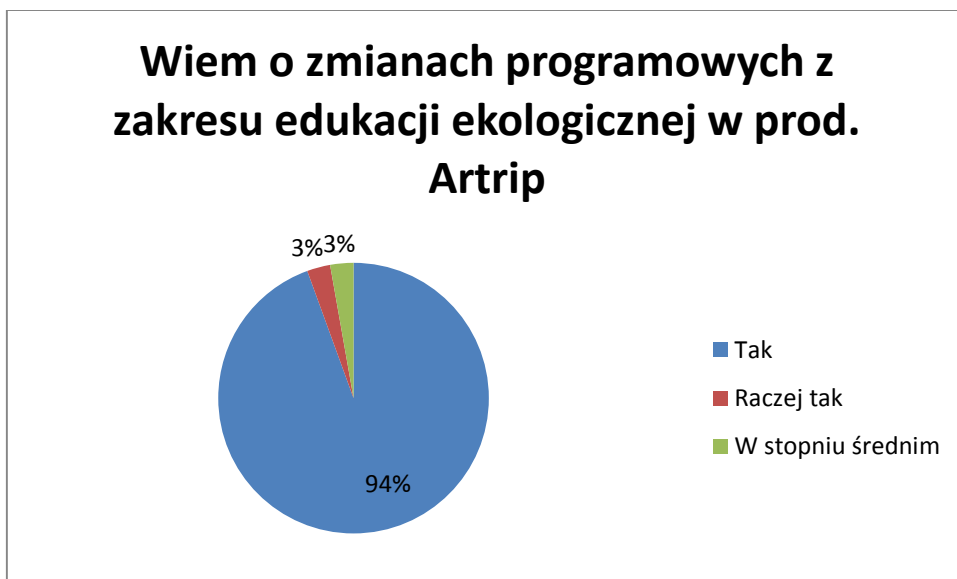
89% respondentów (32 osoby) jest przekonanych co do istnienia jasno sprecyzowanej polityki środowiskowej w firmie Artrip. Pozostałe 11% (4 osoby) uważa, że taka polityka raczej istnieje w firmie.

Wykres 7. Czy zna Pan/Pani główne obszary zmian polityki środowiskowej firmy Artrip s.c.?



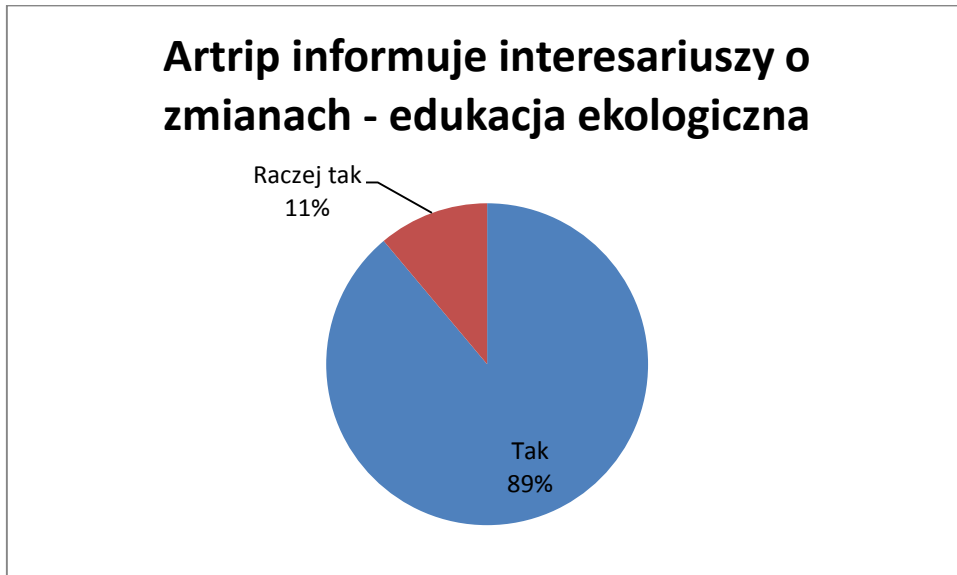
83% respondentów (30 osób) zna główne obszary zmian polityki środowiskowej Artrip. 5 osób (14%) deklaruje, że te obszary są im raczej znane. Dla 1 osoby (3%) te obszary są znane w stopniu średnim.

Wykres 8. Czy wie Pan/Pani o zmianach programowych z zakresu edukacji ekologicznej w produktach Artrip s.c.?



34 osoby, czyli 94% respondentów, wie o zmianach programowych z zakresu edukacji ekologicznej w produktach Artrip s.c. Po jednej osobie (po 3%) raczej zna te zmiany lub zna je w stopniu średnim.

Wykres 9. Czy firma Artrip s.c. publicznie informuje swoich interesariuszy o zmianach w zakresie edukacji ekologicznej?



Według 89% badanych (32 osoby) firma Artrip publicznie informuje interesariuszy o zmianach w zakresie edukacji ekologicznej. 4 osoby (11%) odpowiedziały „raczej tak” na to pytanie.

Wykres 10. Czy wie Pan/Pani jak nowe założenia polityki środowiskowej wpłyną na jakość i ekonomię oferty programowej firmy Artrip s.c.?



72% badanych (26 osób) wie, w jaki sposób założenia polityki środowiskowej wpłyną na ofertę programową Artrip. Pozostałe 28% (10 osób) raczej wie, jaki będzie wpływ tych założeń na ofertę.

Na podstawie powyższej analizy można przyjąć, że wskaźnik dotyczący wzrostu wiedzy pracowników z zakresu polityki środowiskowej, założony na poziomie 30, został zrealizowany.

Oryginały ankiet, na podstawie których przygotowano powyższe zestawienie, są dostępne w siedzibie firmy Artrip.

3.4. Wzrost efektywnego wykorzystania materiałów i narzędzi warsztatowych

Wzrost efektywnego wykorzystania materiałów i narzędzi warsztatowych oszacowano na podstawie analizy dokumentów firmy Artrip takich, jak:

- Aktualne oraz archiwalne listy zakupów – aktualne listy zakupów koniecznych do przygotowania jednej edycji warsztatów zawierają o średnio 25% mniej produktów niż listy zakupów opracowywane w tym samym celu w kwietniu 2014 roku. Listy zakupów są dostępne w siedzibie firmy;
- Faktura za zakup nowego, oszczędnego urządzenia wielofunkcyjnego i tonerów do tego urządzenia, które są ponad czterokrotnie bardziej wydajne, niż dotychczas używane. Faktura za urządzenie i jego specyfikacja są dostępne w siedzibie firmy;
- Przejście od września 2014 r. na papier recyklingowy do drukowania oraz jako materiał używany w trakcie warsztatów – dane na podstawie analizy faktur za zakupy papieru, dostępnych w siedzibie firmy;

- Zmiany programów warsztatów z materiałochłonnych na wymagające więcej kreatywności i zużycia dostępnych materiałów, także np. odpadów biurowych – dane na podstawie analizy starych programów (koniec 2013 roku) i aktualnych (koniec 2014 roku) programów proponowanych klientom. Programy są dostępne w siedzibie firmy.
- Organizacja warsztatów dla 115 dzieci z oszczędnym użyciem materiałów i odpadów w 2014 roku.
- Wprowadzenie konkursów upcyklingowych jako szansy na uzyskanie dofinansowania do zielonej szkoły oraz plany wprowadzenia takich konkursów jako podstawy do uzyskania dofinansowania – dane na podstawie rozmowy z kierownictwem oraz dokumentacji konkursu dostępnej w siedzibie firmy.

Na podstawie powyższej analizy można przyjąć, że wskaźnik dotyczący wzrostu efektywnego wykorzystania materiałów i narzędzi warsztatowych, założony na poziomie 100 dzieci, dla których przeprowadzono warsztaty z oszczędnym użyciem materiałów i odpadów, został zrealizowany.

3.5. Wzrost świadomości ekologicznej dzieci i młodzieży

Pomiar wskaźnika odnoszącego się do wzrostu świadomości ekologicznej dzieci i młodzieży oparto na analizie ankiet przeprowadzanych po warsztatach. Warsztaty przeprowadzone zostały na terenie kilku placówek szkolnych i przedszkolnych. Warsztat ma charakter interaktywny podczas którego prowadzący na początku pyta uczestników o trzy zagadnienia z zakresu edukacji ekologicznej. Następnie zajęcia mają charakter rozmowy i dyskusji na wątpliwości jakie pytania budzą. Ostatnia część zajęć to warsztat praktyczny, podczas którego uczestnicy wykonują konkretne prace z użyciem materiałów upcyklingowych. Na koniec zajęć trenerzy powracają do pytań początkowych w formie ankiety manualnej (dzieci przybijają pieczątki przy właściwych wg siebie odpowiedziach).

Ankiety są dostosowane do poziomu dzieci i zawierają pytania:

- Czy człowiek to przyroda?
- Czy wiesz, co oznacza ten znaczek? (tutaj w przystępnej dla dzieci formie umieszczony jest znak recyklingu)
- Czy butelka może być sztuką?

W siedzibie firmy Artrip przeanalizowano 252 ankiety, uzyskanych po warsztatach dotyczących ekologii i upcyklingu; wszystkie zawierały odpowiedzi twierdzące na przedstawione wyżej pytania. Oryginały ankiet są dostępne w siedzibie firmy Artrip.

Przeanalizowano ponadto faktury wystawione przez firmę w 2014 i do 13 lutego 2015 roku. Faktury za warsztaty z treścią ekologiczną (np. „Organizacja i przeprowadzenie wyjazdu integracyjnego dla młodzieży o charakterze sportowo ekologicznym”, „Warsztaty artystyczno – recyklingowe dla dzieci” itd.) wystawiono za uczestnictwo 252 dzieci.

Na podstawie powyższej analizy można przyjąć, że wskaźnik dotyczący wzrostu świadomości ekologicznej dzieci i młodzieży, założony na poziomie 200 osób, których świadomość ekologiczna wzrosła, został zrealizowany.

3.6. Wzrost kompetencji zawodowych i społecznych pracowników firmy

Ocenę realizacji założonego w tym obszarze wskaźnika przeprowadzono na podstawie analizy „Ankiety dla trenerów Artrip – wzrost kompetencji zawodowych i społecznych”.

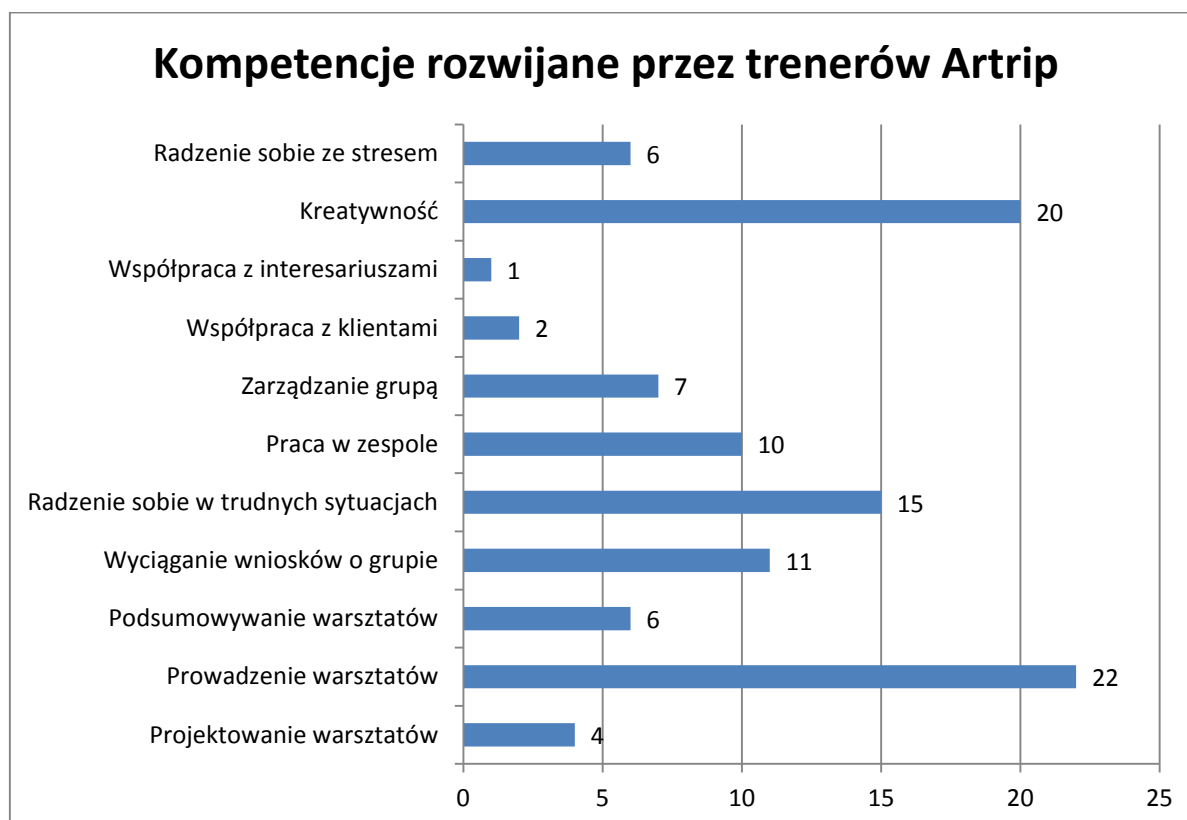
Ankiety zostały rozdane i wypełnione na spotkaniu trenerów firmy Artrip, a osoby nieobecne otrzymały i odesłały ankiety drogą elektroniczną. W sumie odesłano 35 wypełnionych ankiet. Wzór ankiety oraz oryginały wypełnionych ankiet są dostępne w siedzibie firmy Artrip.

Pytania ankiety odnoszące się do wskaźnika „Wzrost kompetencji zawodowych i społecznych pracowników firmy” to pytania:

- Nr 3 – „Jakie kompetencje najbardziej rozwijasz współpracując z firmą Artrip s.c.?” – kategoria możliwych odpowiedzi;
- Nr 4 – „Jakie kompetencje rozwinąłeś w ostatnich miesiącach współpracy z Artrip s.c.?” – pytanie otwarte;

Zestawienie odpowiedzi na pytanie nr 3 przedstawia wykres:

Wykres 11. Zestawienie odpowiedzi na pytanie: *Jakie kompetencje najbardziej rozwijasz współpracując z firmą Artrip s.c.?*



Każdy z respondentów ankiety wybrał co najmniej dwie kompetencje, które rozwijają się u niego poprzez współpracę z firmą Artrip. Najczęściej wybierane kompetencje to „Prowadzenie warsztatów” – 22 wskazania, „Kreatywność” – 20 wskazań oraz „Radzenie sobie w trudnych sytuacjach” – 15 wskazań.

Odpowiedzi na pytanie otwarte nr 4 – „Jakie kompetencje rozwinąłeś w ostatnich miesiącach pracy z Artrip?” przedstawia poniższe zestawienie:

- umiejętność organizacji czasu, współpracy z grupą
- kreatywność, samodzielność
- projektowanie warsztatów
- kompetencje trenerskie, rozwój kreatywny
- twórczego myślenia i działania
- radzenie sobie z trudnym uczniem który zabija zajęcia
- ścisłego koordynowania grupą, zarządzania nią, radzenia sobie w trudnych sytuacjach
- współpraca z klientami, trenerskie
- trenerskie, kreatywność
- głównie radzenie sobie w nieoczekiwanych sytuacjach
- komunikacji interpersonalnej
- współpraca z klientami
- społeczne, artystyczne, komunikacyjne
- odwaga, samodzielność, kreatywność, konsekwencja, całościowe patrzenie
- pokonywania słabości i zaczynania od nowa, mimo zniechęcenia
- prowadzenia warsztatów
- samoocena, szybkość podejmowania decyzji, otwartość na zmiany, wiedza nt. nowych technik edukacyjnych i artystycznych
- kreatywne myślenie
- prowadzenia warsztatów plastycznych
- wzrost umiejętności artystycznych i technologicznych z różnych dziedzin sztuki

- otwartość na nowych ludzi, odwaga
- radzenia sobie ze stresem
- instruktora warsztatów

Jak widać, współpracownicy firmy Artrip deklarują rozwinięcie rozmaitych kompetencji związanych z prowadzeniem warsztatu, ale także kompetencji osobistych i społecznych.

Na podstawie powyższej analizy można przyjąć, że wskaźnik dotyczący wzrostu kompetencji zawodowych i społecznych pracowników firmy, założony na poziomie 30 osób, został zrealizowany.

3.7. Wzrost społecznego zaangażowania firmy na rzecz edukacji młodych

Firma Artrip s.c. przeprowadziła w ciągu ostatnich kilku miesięcy wiele działań na rzecz edukacji młodych:

- Opracowanie przewodnika stażowego, dostępnego na stronie www firmy Artrip,
- Spotkanie ze studentami Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, połączona z prezentacją oferty stażowej, która zaowocowała 9 umowami stażowymi. Umowy stażowe są dostępne w siedzibie firmy.
- Spotkanie ze studentami Wydziału Edukacji Artystycznej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, po którym 4 Studentów zgłosiło się na odbycie stażu w Artrip. Umowy stażowe z nimi są dostępne do wglądu w siedzibie firmy.
- 2 stażystów z Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie również podpisało umowy stażowe z Artrip.
- Rozmowy z władzami Uniwersytetu Pedagogicznego w sprawie partnerskiej umowy stażowej, które są kontynuowane – informacja z wywiadu z właścicielką firmy.
- Firma Artrip bierze udział w projekcie stażowym ASP Digital Design – oczekiwane jest nawiązanie kolejnych umów stażowych w ramach tego projektu do końca kwietnia 2015 roku
- Celem, który założyło sobie kierownictwo firmy Artrip, jest nawiązanie umów partnerskich w ramach programów stażowych z co najmniej jednym wydziałem uczelni artystycznej w Krakowie. Kierownictwo dąży do realizacji tego celu, chociaż po drodze wystąpiły nieprzewidziane wcześniej trudności – np. brak spójnego systemu stażowego na niektórych uczelniach, późniejsze terminy stażowe np. na ASP – np. rozpoczęcie projektu stażowego na ASP dopiero w marcu 2015 roku.
- Celem Artrip będą takie ustalenia z uczelnią, aby co najmniej dwa roczniki studentów miały wpisany program stażowy na okres kwiecień – maj, czyli wysoki sezon w działalności Artrip. Tę informację zaczerpnięto z wywiadu z właścicielką firmy.

- Aktualnie umowy stażowe są podpisane z 14 osobami – jedno miejsce pozostawiono dla studentów, którzy biorą udział w projekcie Digital Design na Akademii Sztuk Pięknych, który wystartował z opóźnieniem.

Na podstawie powyższej analizy można przyjąć, że wskaźnik dotyczący wzrostu społecznego zaangażowania firmy na rzecz edukacji młodych, założony na poziomie 15 umów stażowych, został zrealizowany na poziomie 93% z przyczyn niezależnych od Artrip. Jednocześnie realizacja tego wskaźnika w terminie do końca kwietnia 2015 roku nie jest zagrożona.

3.8. Wzrost społecznego zaangażowania firmy na rzecz dzieci z potrzebujących rodzin

Analizę danych potrzebnych do pomiaru niniejszego wskaźnika przeprowadzono na podstawie wywiadu z właścicielką firmy Artrip oraz przeglądu dokumentów, dostępnych w siedzibie firmy. Zebrano następujące informacje:

1. Od początku swojej działalności firma Artrip angażowała się w działania na rzecz dzieci z potrzebujących rodzin, jednak wcześniej były to działania ad hoc, prowadzone bez spójnego regulaminu czy procedury. Polegały na staraniach o zapewnienie możliwości wyjazdu na zielone szkoły czy uczestnictwa w warsztatach także tych dzieci, dla których rodziców wysiłek finansowy związany z takim wydarzeniem byłby niemożliwy do udźwignięcia.
2. W październiku 2014 roku opracowano regulamin dofinansowania, a także spójny formularz wniosku o dofinansowanie, który stanowi podstawę umowy dotacyjnej. Obydwa dokumenty są dostępne na stronie www firmy, a także w jej siedzibie.
3. Zaangażowanie partnerów (szkoły) w zbieranie wniosków dotacyjnych. Aktualnie (luty 2015) zebrano 21 wniosków dotacyjnych i planowana jest realizacja na ich podstawie umów dotacyjnych.

Na podstawie powyższej analizy można przyjąć, że wskaźnik dotyczący wzrostu społecznego zaangażowania firmy na rzecz dzieci z potrzebujących rodzin, założony na poziomie 15 umów dotacyjnych, został zrealizowany.

4. Ocena realizacji produktów projektu według działań

4.1. Działanie 1 – Opracowanie strategii wdrożenia CSR w firmie

Strategia wdrożenia CSR w firmie Artrip S.C. została opracowana w sierpniu 2014 roku. Obejmuje obszary: środowisko naturalne, relacje z pracownikami oraz zaangażowanie społeczne. Strategia jest dostępna na stronie www firmy oraz w jej siedzibie i zasobach elektronicznych.

Produkt do Działania 1 został zrealizowany.

4.2. Działanie 2 – Opracowanie strategii racjonalnej gospodarki odpadami i zarządzania biurem

Informacje o strategii racjonalnej gospodarki odpadami i zarządzania biurem zawiera **Polityka Środowiskowa** firmy Artrip, zatwierdzona w dniu 30.09.2014 r. Dokument jest dostępny do wglądu w siedzibie firmy oraz w jej zasobach elektronicznych. Narzędzia wspomagające realizację strategii, opracowane w ramach projektu, to Karta Przekazania Odpadu w Celu Upcyklingu oraz Protokół zdawczo – odbiorczy materiałów i narzędzi warsztatowych. Wzory obu dokumentów oraz archiwum wypełnionych dokumentów są dostępne do wglądu w siedzibie firmy, a wzory dokumentów – także w jej zasobach elektronicznych.

Produkty do Działania 2 zostały zrealizowane.

4.3. Działanie 3 – Opracowanie ekousługi w postaci edukacji ekologicznej

Model Eko-Usługi firmy Artrip został opracowany we wrześniu 2014 roku i jest dostępny do wglądu w zasobach elektronicznych firmy. Na jego podstawie zbudowano programy warsztatów opartych na edukacji ekologicznej w obszarach: ekologia, przyroda, upcyklung. Oprócz krótkich warsztatów, w ramach EKO-usługi firma opracowała także ofertę 5-dniowej Zielonej Szkoły. Wzór oferty jest dostępny w siedzibie firmy, a częściowo zamieszczony na jej stronie www. Są to nowe, opracowane w ramach projektu usługi. Dla porównania, opisy dawniej realizowanych usług, nie zawierające innowacyjnego elementu „eko”, są do wglądu w siedzibie firmy i w jej zasobach elektronicznych.

Produkty do działania 3 zostały zrealizowane.

4.4. Działanie 4 – Przygotowanie firmy do przystąpienia do programu Czysty Biznes

Firma Artrip przeszła audyt środowiskowy w programie Czysty Biznes i w dniu 30.12 2014 r. otrzymała certyfikat „Zielone Biuro”. Raport z audytu oraz certyfikat są dostępne w siedzibie firmy, a certyfikat jest ponadto dostępny na stronie www firmy Artrip.

Produkty do działania 4 zostały zrealizowane.

Realizacja działań 2, 3 i 4 została szczegółowo opisana w „Raporcie Wykonania Działań w Obszarze 1: Środowisko Naturalne”, dostępnego w zasobach elektronicznych firmy Artrip.

4.5. Działanie 5 – Opracowanie systemu rekrutacji oraz szkoleń wraz z procesem ewaluacji

Na podstawie audytu przeprowadzonego w sierpniu 2014 roku w obszarze relacji z personelem wdrożono działania związane z Obszarem 2 projektu – Relacji z Pracownikami.

W październiku 2014 roku opracowano i wdrożono Strategię Rekrutacji. Dokument Strategii jest dostępny do wglądu w siedzibie firmy oraz w jej zasobach elektronicznych. Opracowano także opisy

stanowisk pracy: Młodszy Trener, Starszy Trener, Kierownik, oraz przewodnik „Rekrutacja i selekcja pracowników”, dostępne do wglądu w siedzibie firmy oraz jej zasobach elektronicznych.

Również w październiku 2014 roku opracowano procedurę szkoleń nowych współpracowników Artrip wraz z procesem ewaluacji. Odpowiednie dokumenty (Procedura szkoleniowa, ankiety ewaluacyjne) są dostępne w siedzibie firmy oraz jej zasobach elektronicznych.

Produkty do Działania 5 zostały zrealizowane.

4.6. Działanie 6 – Opracowanie strategii programu praktyk i staży studenckich

Program praktyk i staży studenckich został przygotowany w lutym 2015 roku i obejmuje:

- Profil stażysty,
- Profil praktykanta,
- Wzór ogłoszenia rekrutacyjnego,
- Plan regulaminu współpracy z uczelnią wyższą,
- Dokument „Strategia programu praktyk i staży”.

Wyżej wymienione dokumenty są dostępne w siedzibie firmy i w jej zasobach elektronicznych.

Produkty do Działania 6 zostały zrealizowane.

4.7. Działanie 7 – Opracowanie polityki stypendialnej dla dzieci i młodzieży

Strategia polityki stypendialnej dla dzieci i młodzieży została opracowana w 2014 roku. Dokument obejmujący główne założenia tej polityki nosi tytuł „Strategia wdrożenia polityki stypendialnej” i jest dostępny w zasobach elektronicznych firmy.

Produkt do Działania 7 został zrealizowany.

4.8. Działanie 8 – Audyt końcowy z zakresu wdrożenia CSR we wszystkich obszarach

Niniejszy dokument stanowi produkt realizowany w ramach działania 8.

Produkt do Działania 8 został zrealizowany.

4.9. Działanie 9 – Informacja i komunikacja społeczna z zakresu strategii CSR

Firma Artrip wdrożyła wiele produktów, służących informacji i komunikacji społecznej z zakresu CSR. Należą do nich:

- Biuletyn dla nauczycieli, informujący o nowych produktach i strategii CSR, dostępny na stronie www firmy, a także rozsyłany w mailingach,

- Plakaty informacyjne dla studentów, dotyczące możliwości odbycia stażu w firmie Artrip, dostępne na stronie www firmy, a także w czasie eventów organizowanych dla studentów w wersji papierowej,
- Informacje o wdrożeniu wszystkich obszarów strategii CSR, których dotyczył projekt, na stronie www firmy.

Produkty do Działania 9 zostały zrealizowane.

5. Ocena stopnia wdrożenia zakładanych w projekcie procesów

5.1. Ekousługa oraz program edukacji ekologicznej

Na podstawie opisanych wcześniej dokumentów dostępnych w siedzibie firmy, w jej zasobach elektronicznych i na stronie www można wysnuć wnioski, że **ekousługa i program edukacji ekologicznej zostały wdrożone.**

5.2. Polityka gospodarowania odpadami i zarządzania biurem

Analiza faktur za materiały biurowe, certyfikatu „Zielone Biuro” i audytu przeprowadzonego przed certyfikacją, a także nowych programów warsztatów oraz faktur wystawionych za te warsztaty prowadzi do wniosku, że **polityka gospodarowania odpadami i zarządzania biurem została wdrożona.**

5.3. System rekrutacji i szkoleń

Analiza dokumentów (procedura szkoleń, procedura rekrutacji, ankiety ewaluacyjne, opisy stanowisk) pozwala na wysnuć wniosku, że **system rekrutacji i szkoleń został wdrożony.**

5.4. Program staży i praktyk studenckich

Analiza takich dokumentów, jak profil stażysty, profil praktykanta, ogłoszenie rekrutacyjne, plan regulaminu współpracy z wyższymi uczelniami, a także dokumentu „Strategia programu staży i praktyk” prowadzi do wniosku, że **program staży i praktyk studenckich został wdrożony.**

5.5. Polityka stypendialna

W ramach projektu powstały następujące dokumenty: „Wniosek o przyznanie stypendium” oraz „Procedura przyznawania dofinansowań”. Na podstawie analizy tych dokumentów oraz wywiadów przeprowadzonych z Kierownictwem firmy można stwierdzić, że **polityka stypendialna została wdrożona.**

6. Podsumowanie

Przedstawione powyżej analizy i wnioski w sekcjach dotyczących realizacji wskaźników, działań, produktów oraz stopnia wdrożenia procesów wskazują, że **projekt „Inwestując w Przyszłość” został zakończony sukcesem.**

Zrealizowano:

- Większość (7 z 8) wskaźników na poziomie 100% lub wyższym. Jeden ze wskaźników (Wzrost społecznego zaangażowania firmy na rzecz edukacji młodych) został zrealizowany do momentu powstania niniejszego dokumentu w 87% z przyczyn niezależnych od firmy Artrip. Jednocześnie firma przedstawiła dowody, że realizacja wskaźnika w terminie do 30 kwietnia 2015 r. nie jest zagrożona,
- Utworzone zostały wszystkie produkty do zaplanowanych w projekcie działań,
- Wdrożono wszystkie zaplanowane w projekcie procesy.