

Warszawa, dn. 30 października 2014

Przedsiębiorcy nie mierzą skuteczności swoich działań

Według badania przeprowadzonego przez MillwardBrown na zlecenie programu Konkordia 48% badanych firm prowadziło w ciągu ostatnich 3 lat działalność społeczną lub proekologiczną. Jednak tylko 1/3 z nich mierzy efekty tej działalności. Dokonywanie pomiarów jest częstsze wśród firm sektora publicznego, a także tych, które świadczą usługi niekomercyjne.

Według badania *"Czy mierzy się w Polsce efektywność działań społecznych"* przedsiębiorstwa prowadzące tego typu aktywności, liczą przede wszystkim na efekt zewnętrzny – czyli polepszenie wizerunku samej firmy oraz na wzmocnienie więzi łączących ją z otoczeniem. Respondenci, którzy deklarowali nie prowadzenie działań społecznych lub ekologicznych jako powód wskazywali małą skalę biznesu lub brak funduszy.

W przypadku organizacji pozarządowych sytuacja wygląda nieco lepiej - 46% mierzy efekty prowadzonej działalności społecznej lub proekologicznej. Organizacje pozarządowe prowadząc tego typu aktywności liczą przede wszystkim na efekty długofalowe, przy czym częściej jest to ważne dla organizacji o średnim stażu, natomiast – co ciekawe – istotnie rzadziej dla tych organizacji, które zajmują się usługami socjalnymi i pomocą społeczną.

"Naszą ideą jest zaszczepienie wśród firm i organizacji pozarządowych wiedzy, że gdy chce się pomagać innym, trzeba to robić dobrze. Dobrze to znaczy efektywnie, w stosunku do poniesionych nakładów. Jest to główne przesłanie programu Konkordia V, którego podsumowanie miało miejsce w październiku 2014, jako wydarzenie towarzyszące Europejskiemu Forum Nowych Idei." – mówi Jorge Gimeno, prezes fundacji Duende, organizatora konferencji Konkordia.

Działalność społeczna badanych organizacji pozarządowych koncentruje się najczęściej na pomocy społecznej, działalności w dziedzinie edukacji i ekologii oraz kultury. Pomocą społeczną częściej zajmują się większe organizacje, a rzadziej – te najmniejsze. Edukacja to z kolei częściej domena mniejszych organizacji. Kulturą zajmują się natomiast rzadziej organizacje o większym przychodzie.

Powyższe badania są efektem programu Konkordia, który koncentruje się na budowaniu partnerstw pomiędzy wrażliwym społecznie biznesem, a organizacjami pozarządowymi, które czują potrzebę profesjonalizacji swoich działań. W tym roku motywem przewodnim spotkania było mierzenie efektywności działań społecznych. Badania realizowane były na próbie 300 firm i 300 NGO.

Więcej informacji na: www.konkordia.org.pl