

# Strategia CSR

Przedsiębiorstwo Produkcyjno-  
Handlowe Sporting

Mariola Gołdyn Spółka Jawna

***sporting***

Opracowana przez Ewę Juskowiak-Krystkowiak

Zaakceptowane przez Właścicieli

Leszno, dn. 28.08.2014

## **Spis treści**

1. Działalność firmy. ....	3
2. Zaangażowanie społeczne .....	5
3. Misja firmy.....	6
4. Wizja firmy.....	7
5. Wartości firmy .....	7
6. Cele i działania strategii CSR.....	8
7. Mapa interesariuszy PPH Sporting .....	11
8. Korzyści dla interesariuszy związane z wdrożeniem strategii CSR .....	12

## **1.Działalność firmy.**

Firma Sporting już od ponad 22 lat działa na rynku oferując bardzo szeroki asortyment wiodących marek światowych takich jak: Adidas ,Nike, Reebok, Puma, Wrangler i Lee a także marki outdoorowe 4F, Alpine Pro. Nasza oferta zmienia się w ciągu roku i zależnie od sezonu dostosowujemy się do oczekiwań naszych klientów oraz wymagań rynku. Poprzez nasze działania pragniemy rozbudzić wśród naszych klientów zamiłowanie do sportu oraz aktywne jego uprawianie. Rozpoczęcie naszej działalności nastąpiło w formie spółki cywilnej spółki cywilnej w dniu 01-08-1991. Obecna forma prawna powstała na podstawie umowy spółki zawartej w dniu 26.02.2001. Podmiot powstał z przekształcenia ze spółki cywilnej na podstawie 26 paragraf 4 KSH. Jako datę rozpoczęcia działalności gospodarczej wskazano - datę rejestracji spółki jawnej w KRS tj. 27.04.2001.

Działalność oparta początkowo na prowadzeniu sprzedaży hurtowej w niedługim czasie poszła w kierunku otwierania sklepów handlu detalicznego. Nasza działalność to głównie sklepy poza granicami miasta Leszna. Rozpoczęliśmy od Kościana, następnie był Rawicz potem Poznań a od 1992 roku zaczęliśmy prowadzić swoją działalność na terenie miasta Głogowa. Tutaj jesteśmy do dziś a nasze sklepy są coraz nowocześniejsze oraz większe. W roku 1994 otworzyliśmy sklep o powierzchni: 180 m<sup>2</sup> oraz drugi mniejszy z ok 100 m- tutaj marki Wrangler i Lee oraz Levis. W tym systemie trwaliśmy 18 lat aby w marcu 2012 roku podjąć decyzję o uruchomieniu sklepu wielkopowierzchniowego: 820 m<sup>2</sup>.

Zatem od 22 marca 2012 roku Firma Sporting rozpoczyna nową działalność na powierzchni ponad 820 m<sup>2</sup>. To niepowtarzalna okazja dla naszych klientów aby w nowocześnie zaaranżowanym wnętrzu nie tylko miło spędzić czas, porozmawiać z naszymi doradcami klienta ale jednocześnie mieć

możliwość wyboru dla siebie i swoich bliskich towarów po bardzo atrakcyjnych cenach. Posiadamy profesjonalnie wyszkoloną kadrę pracowników, którzy służą w każdej sytuacji fachową poradą.

W naszej ofercie staramy się mieć produkty związane z różnymi dyscyplinami sportowymi od runningu, tenisa, footballu i fitnessu do sportów zimowych: narciarstwa, snowboardu, łyżwiarstwa. Naszym atutem jest szeroka oferta obuwia sportowego. Obuwie oferowane przez nas posiada bardzo wysoką jakość i daje gwarancję komfortu podczas użytkowania. Obuwie dla każdego przedziału wiekowego.

Dla firmy pracują pasjonaci sportu.

Przedsiębiorstwem zarządza właściciel Andrzej Gołdyn, który posiada wykształcenie wyższe oraz dzięki wieloletniej pracy posiada dobrą znajomość rynku. Właściciel nawiązał również kontakty z osobami znanymi w środowisku sportowym m.in. z Agnieszką Radwańską - najwybitniejszą Polską tenisistką. Efekt prowadzenia działalności gospodarczej od początku przemian i uwolnienia rynku w Polsce - 1991 roku pozwolił na zdobycie doświadczeń w zarządzaniu, uhonorowanym tytułami Europejczyka i Przedsiębiorcy Roku 2004 – prestiżowym tytułem nadawanym przez Prezydenta Miasta Leszna.

Poszczególnymi działami w firmie zarządza wykwalifikowana kadra z wieloletnim już stażem w firmie, a jednocześnie w wieku od 24 do 45 lat. Kadra firmy składa się z 3 osób na stanowiskach administracyjnych i 12 osób zatrudnionych w obsłudze klienta. Wśród zatrudnionych przeważają kobiety - 12 osób. PRZECIĘTNY WIEK ZATRUDNIONYCH wynosi 29 lat.

## 2. Zaangażowanie społeczne

Przedsiębiorstwo wdrożyło dobrowolne działania związane z CSR w zakresie zaangażowania społecznego:

a) w akcje społeczne o charakterze sportowym, w zakresie relacji z personelem przedsiębiorstwa - Kaizen, szkolenia, przeprowadzanie systematycznych badań zadowolenia klienta;

b) w zakresie środowiska naturalnego - segregacja odpadów, wprowadzanie elektronicznej wymiany danych.

1. Organizowany corocznie Turniej Tenisa Ziemnego dla dzieci i młodzieży w wieku ok. 5 do 17 lat we współpracy z GŁOGOWSKIM TOWARZYSTWEM TENISOWYM ma tradycję 12-letnią. Firma przygotowuje nagrody rzeczowe oraz bony SPORTING o różnych nominałach od 20 zł do 100 z. Na zasadzie współpracy, Sporting zajmuje się częścią medialną projektu i ponosi koszty akcji promocyjnej. W ramach tych działań odpowiada za: nagłośnienie turnieju poprzez drukowanie ulotek i rozdawania naszym klientom. W lokalnym radiu ELKA podawany jest na bieżąco przebieg turnieju oraz podawane są wyniki końcowe. Turniej tenisowy to także okazja do spotkań miłośników tego sportu. W turnieju startuje ok. 100 dzieci z Głogowa i okolic. Publiczność imprezy to dodatkowych ok. 100 osób. Turniej Tenisa Ziemnego dla dzieci jest już od 12 lat turniejem organizowanym pod naszym patronatem.

2. Cykliczny udział, (co roku w sierpniu) w maratonie w Karczmie Borowej - prowadzenie rozgrzewki dla uczestników, zaproszenia bezpłatne do klubu, dla maluchów balony, plany lekcji z ćwiczeniami dla malucha i zaproszeniami na zajęcia fitness dla dzieci

Przedsiębiorstwo wspiera finansowo różne akcje sportowe, promujące zdrowy tryb życia poprzez sport m.in.:

- wsparcie dla Gimnazjum nr 4 w Głogowie, Festyn sportowo-rekreacyjny „Rodzinnie i sportowo na szkolnym boisku”;
- sport Jerzy Górski- Turniej Sportowy- wsparcie, nagrody rzeczowe;
- CH Carrefour- piknik rowerowy- wsparcie, nagrody rzeczowe;
- SPR Chrobrego Głogów- Turniej piłki ręcznej dla dzieci- wsparcie, nagrody rzeczowe;
- Urząd Gminy Grebocice- MTB Obiszów- Maraton rowerowy;
- związek gminy Zagłębia Miedziowego- konkurs sportowy.

### **3.Misja firmy**

#### **NASZĄ MISJĄ JEST**

Oferowanie klientom najwyższej jakości produktów i usług spełniających ich oczekiwania, wyprzedzających ich marzenia. Stale poszerzamy swoją wiedzę oraz kompetencje, aby w profesjonalny sposób sprostać wymaganiom naszych klientów. Dla realizowania naszej misji stale powiększamy ofertę produktów i usług dostosowując ją do wymagań rynku i zmieniających się potrzeb nabywców. Dążymy do tego by być najlepszymi na rynku utrzymując stale wysoką pozycję dzięki kompleksowej obsłudze klienta oraz stale rosnącej jakości funkcjonowania i estetyki naszych sklepów.

## 4. Wizja firmy

### BYĆ LIDEREM

dbać o klienta, kreatywnie myśleć o jego potrzebach i pragnieniach

mieć w ofercie najlepsze produkty

oferować więcej od innych, szybciej od innych, lepiej od innych

być solidnym, trwałym, konkurencyjnym i ambitnym

mieć profesjonalnie wyszkoloną kadrę pracowników, pracującą z pasją

zawsze iść do przodu, walczyć z trudnościami i osiągać zamierzone cele

dbać o środowisko naturalne, otoczenie społeczne

promować zdrowy i sportowy styl życia

być firmą transparentną

### MOCNE STRONY SPORTING

**Rezerwacja** - bezpłatna rezerwacja produktów do 7 dni

**Zwrot towaru** - wymiana lub zwrot towaru w ciągu 10 dni od daty zakupu (za okazaniem paragonu, artykuły nie mogą być używane i z kompletem metek)

**Bony towarowe** - możliwość zakupu bonów towarowych o nominałach 10, 20, 50, 100 zł.

Do zrealizowania w sieci salonów **SPORTING**

**Indywidualne zamówienia** - sprowadzanie towaru pod zamówienie klienta

## 5. Wartości firmy

Nadrzędną wartością firmy jest zasada fair play.

## **6.Cele i działania strategii CSR**

Zdefiniowano 6 celów strategii:

- 1.1 Redukcja zużycia energii elektrycznej,
- 1.2 propagowanie sportu i zdrowia,
- 1.3 zaangażowany personel,
- 1.4 udoskonalanie oferty przedsiębiorstwa,
- 1.5 dzielenie się wiedzą ukrytą,
- 1.6 publikowanie raportu CSR.

Dla w/w celów ustalono szczegółowe działania:

- 1.1.1 Wymiana oświetlenia,
- 1.1.2 rozwój systemu informatycznego w celu wprowadzenia elektronicznej wymiany danych,
- 1.2.1 organizowanie Dni Sportingu,
- 1.2.2 współorganizowanie Maratonu Leszno,
- 1.2.3 współorganizowanie turnieju tenisa ziemnego w Głogowie przy współpracy z GŁOGOWSKIM TOWARZYSTWEM TENISOWYM,
- 1.2.4 udział w innych akcjach społecznych,
- 1.3.1 rozwijanie kompetencji zawodowych poprzez przeprowadzenie analizy potrzeb szkoleniowych i tworzenie programu szkoleniowego,



1.3.2 stworzenie strategii ZZL,

1.3.3 Opracowanie procedury szkoleń wewnętrznych,

1.3.4 Audyt systemu obsługi klienta,

1.3.5 Tworzenie standardów obsługi klienta,

1.3.6 Kaizen - wdrożenie i udoskonalenie,

1.4.1 wprowadzenie dodatkowej usługi przy wykorzystaniu nowoczesnej ostrzałki łyżew,

1.4.2 zmiana komfortu oświetleniowego dla klienta,

1.5.1 zróżnicowanie zespołów pracowniczych pod względem wiekowym i stażu pracy – najstarszych z najmłodszymi,

1.6.1 opublikowanie raportu CSR za 2014 rok.

Tabela nr 1

	CEL	INTERESARI USZ	DZIAŁANIA	RAMY CZASOWE	WSKAŹNIK
1. 1	Redukcja zużycia energii elektrycznej	Środowisko, klient, pracownicy	1.1.1 wymiana oświetlenia	2014- 2018	Zakup środków trwałych - 200 szt.
			1.1.2 rozwój systemu informatycznego w celu wprowadzenia elektronicznej wymiany danych	2014- 2018	Zakup sprzętu i oprogramowania
1. 2	Propagowanie sportu i zdrowia	otoczenie lok alne, klient, pracownicy	1.2.1 organizowanie Dni Sportingu 1.2.2 współorganizowanie Maratonu Leszno 1.2.3 współorganizowanie turnieju tenisa ziemnego w Głogowie przy współpracy z GŁOGOWSKIM TOWARZYSTWEM TENISOWYM	2014- 2021	Ilość uczestników

			1.2.4 udział w innych akcjach społecznych		
1.3	Zaangażowany personel	pracownicy, klient	1.3.1 rozwijanie kompetencji zawodowych poprzez przeprowadzenie analizy potrzeb szkoleniowych i tworzenie programu szkoleniowego 1.3.2 stworzenie strategii ZZL 1.3.3 Opracowanie procedury szkoleń wewnętrznych 1.3.4 Audyt systemu obsługi klienta 1.3.5 Tworzenie standardów obsługi klienta 1.3.6 Kaizen - wdrożenie i udoskonalenie	2014-2021	Wyniki raportów doradczych, opracowana dokumentacja
1.4	Udoskonalanie oferty przedsiębiorstwa	klient	1.4.1 wprowadzenie dodatkowej usługi przy wykorzystaniu nowoczesnej ostrzałki tyżew	2014-2015	Oferta, faktury
		klient	1.4.2 zmiana komfortu oświetleniowego dla klienta	2014-2016	Oferta, faktury
1.5	Dzielenie się wiedzą ukrytą	pracownicy	1.5.1 zróżnicowanie zespołów pracowniczych pod względem wiekowym i stażu pracy – najstarszych z najmłodszymi	2014-2021	Analiza wiekowa poszczególnych zespołów pracowniczych
1.6	Publikowanie raportu CSR	Środowisko, otoczenie, pracownicy	1.6.1 opublikowanie raportu CSR za 2014 rok	2015 i kolejne	Umieszczenie na <a href="http://sporting.com.pl">sporting.com.pl</a>

Ze względu na wysoki priorytet strategii CSR - odpowiedzialność za monitorowanie wskaźników, ocenę skuteczności i efektywności realizacji założonych celów ponoszą Właściciele. Managerowie dostarczają informacji pozwalających na obiektywną ocenę.

## 7. Mapa interesariuszy PPH Sporting



Wybór form komunikacji o podejmowanych działaniach w zakresie CSR

- w zakresie propagowania strategii CSR i akcji społecznych - do zastosowania wybrane formy: informacja na stronach www (sporting.com.pl; fitnessklubsporting.pl, sporting24.pl), FB, przygotowanie materiałów drukowanych, informacja na spotkaniach z pracownikami, informowanie nowozatrudnianych pracowników o strategii CSR, informowanie otoczenia poprzez np. informacje strategii w stopkach wiadomości mailowych,

- w zakresie raportu CSR - raport (obejmować będzie wszystkie obszary CSR, realizację wszystkich celów wykazanych w opracowanej strategii CSR, każdy z celów ma przypisane mierzalne wskaźniki - ich stopień realizacji zostanie przedstawiony w raporcie) na stronie www zawierający m.in. wpływ przeprowadzonych inwestycji proekologicznych zostanie opublikowany w 2015 roku (za rok 2014 oraz w latach kolejnych).

## **8. Korzyści dla interesariuszy związane z wdrożeniem strategii CSR**

Wdrożenie strategii CSR jest potwierdzeniem wysokiego potencjału innowacyjnego firmy i źródłem przewagi konkurencyjnej. Właścicielom zależy na umocnieniu wizerunku firmy jako dobrego pracodawcy, podnoszeniu kultury organizacyjnej. Działania podejmowane na rzecz pracowników zapewnią trwałe i bezpieczne miejsca pracy, spowodują wzrost poziomu kompetencji pracowników i ich motywację.

Otoczenie firmy skorzysta w związku z wdrożeniem strategii CSR - korzyści odniosą klienci, którzy będą mieli zapewniony dostęp innowacyjnej usługi. Ulegnie poprawie komfort dokonywanych zakupów przez klientów m.in. dzięki jeszcze bardziej profesjonalnej obsłudze. Działania podjęte na rzecz zaangażowania personelu, poziomu kompetencji, motywacji, wpłyną na standard obsługi klienta i w perspektywie zwiększą sprzedaż.

Otoczenie społeczne skorzysta na realizacji projektu dzięki prowadzonej promocji zdrowia w różnorodnych akcjach społecznych. Środowisko naturalne skorzysta z powodu oszczędności w zużyciu energii przekładających się na oddziaływanie na środowisko i redukcję emisji CO<sub>2</sub>.