

Spółeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach

Teoria a praktyka



Raport z monitoringu społecznej odpowiedzialności
największych polskich firm



Protest mieszkańców Żurawlowa (woj. lubelskie) przeciwko planom wydobywania gazu łupkowego przez koncern Chevron.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach

Teoria a praktyka

**Raport z monitoringu społecznej odpowiedzialności
największych polskich firm**

Warszawa, 2015

Społeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach. Teoria a praktyka.

Grzegorz Piskalski,
Fundacja CentrumCSR.PL, 2015

Publikacja wydana w ramach projektów:



Monitoring społecznej odpowiedzialności największych polskich przedsiębiorstw

Celem projektu jest zwiększenie ilości i podniesienie jakości udostępnianych przez firmy materiałów informacyjnych z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Projekt realizowany jest w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG.



Upowszechnienie społecznej odpowiedzialności biznesu jako narzędzia partycypacji publicznej i standardu dialogu przedsiębiorstw z otoczeniem społecznym

Celem projektu jest włączenie grup społecznych z otoczenia największych polskich firm – w tym lokalnych społeczności – w dialog dotyczący najważniejszych społecznych i środowiskowych aspektów ich funkcjonowania. Projekt realizowany jest w ramach Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.

Wydawca:



Fundacja CentrumCSR.PL
ul. Grażyny 15, lok. 323-325
02-548 Warszawa
Tel.: 0048 22 628 40 80

www.centrumcsr.pl
www.facebook.com/CentrumCSRPL
www.twitter.com/centrumcsrpl
www.instagram.com/centrumcsr.pl

Treść publikacji dostępna jest na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne 3.0. Polska. Komercyjne użycie niniejszej publikacji jest zabronione bez pisemnej zgody wydawców.

Publikacja wyraża wyłącznie poglądy autorów i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem instytucji finansujących projekt.

Autor:

Grzegorz Piskalski

Realizacja monitoringu:

Marta Czapnik

Redakcja tekstu:

Bartłomiej Kozek
Tadeusz Joniewicz

Projekt graficzny:

Krzysztof Warszawski

Projekt okładki:

Kajetan Łukomski

Druk:

Printvit Sp. z o.o.
ul. Wałbrzyska 11/85
02-739 Warszawa
Tel.: 0048 71 354 88 20
E-mail: info@printvit.pl
www.printvit.pl

Materiał powstał przy współpracy z:



IEH – Ethical Trading Initiative Norway
Hausmanns gate 19
0182 Oslo, Norway
Tel.: 00 47 21 09 04 90
E-mail: info@etiskhandel.no
www.etiskhandel.no/English



DNV GL Business Assurance Poland Sp. z o.o.
ul. Łużycka 6e
81-537 Gdynia
Tel.: 0048 58 51 15 020
E-mail: certification.pl@dnvgl.com
www.dnvba.com/pl

Printed in Poland

Materiał przeznaczony do dystrybucji nieodpłatnej.

Materiał wydrukowany na papierze spełniającym warunki Certyfikatu FSC.

ISBN: 978-83-937969-4-6

SPIS TREŚCI

WSTĘP	8
PODSUMOWANIE RAPORTU	10
1. CZYM JEST DLA NAS „ODPOWIEDZIALNY BIZNES”?	14
1.1 PODSTAWOWE ZASADY ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU	15
1.2 CSR A DZIAŁALNOŚĆ DOBROCZYNNNA	17
1.3 OBOWIĄZKI PAŃSTWA W ZAKRESIE CSR	18
1.4 NOWE WYZWANIA DLA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU	19
2. ANALIZA WSKAŹNIKÓW – NA ILE MONITOROWANE FIRMY UWZGLĘDNIAJĄ KLUCZOWE OBSZARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI?	20
2.1 CSR W SERWISIE WWW	21
2.2 OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA CSR	24
2.3 POLITYKA CSR	26
2.4 KODEKS ETYCZNY	28
2.5 RAPORT SPOŁECZNY	30
2.6 GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)	32
2.7 CSR W RAPORCIE ROCZNYM	33
2.8 EKOLOGIA	34
2.9 ŁAŃCUCH DOSTAW	37
2.10 PRAWA CZŁOWIEKA	39
2.11 KORUPCJA	44
2.11 REZULTATY POTWIERDZONE	45
3. ANALIZA BRANŻOWA – JAK WYPADAJĄ POSZCZEGÓLNE FIRMY NA TLE SWOJEJ KONKURENCJI?	46
3.1 AGD/RTV	47
3.2 BRANŻA BUDOWLANA	51
3.3 BRANŻA FINANSOWA	55
3.4 BRANŻA HANDLOWA	59
3.5 HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	62
3.6 MEDIA, KOMUNIKACJA, IT	66
3.7 MODA I TEKSTYLIA	69
3.8 PRZEMYSŁ CHEMICZNY	72
3.9 PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	74
3.10 PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY, SAMOCHODOWY	76
3.11 PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	80
3.12 SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	84
3.13 SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	89
3.14 SUROWCE, PALIWA, ENERGETYKA	94
3.15 TRANSPORT I LOGISTYKA	100
3.16 USŁUGI KOMUNALNE	104
4. SPÓŁKI SKARBU PAŃSTWA	107
5. METODOLOGIA PROJEKTU	113

SPIS KOMENTARZY:

1. CSR – listek figowy dla korporacji? (Ola Antonowicz-Cyglicka – Polska Zielona Sieć)	22
2. Informacje po polsku – poprzeczka nie do przeskoczenia? (Fundacja CentrumCSR.PL)	24
3. Odpowiedzialność społeczna w praktyce polskiego biznesu (Włodzimierz Biel, Dominika Zielińska – DNV GL)	27
4. Ciemna strona świata finansów (Fundacja CentrumCSR.PL)	29
5. Polski biznes niegotowy na raportowanie społeczne (Fundacja CentrumCSR.PL)	31
6. CSR w sektorze handlowym (Polska Izba Handlu)	32
7. Piękne obrazki, brudne realia (Fundacja CentrumCSR.PL)	35
8. Handlowe imperium zbudowane cudzym kosztem (Edward Gollent – Stop Wyzyskowi – Biedronka)	39
9. Codziennie niskie ceny pracy (Lech Obara – Kancelaria Radców Prawnych „Lech Obara i Współpracownicy”, Pełnomocnik Poszkodowanych Przez Sieć „Biedronka”)	42
10. Demokracja – gra skończona (Marcin Wojtalik – Instytutu Globalnej Odpowiedzialności)	41
11. Nowe technologie, wyzysk jak zwykle (Fundacja CentrumCSR.PL)	48
12. Deweloperzy trzęsą miastem (Fundacja CentrumCSR.PL)	53
13. Gwiazdki, drobny druk i frank szwajcarski (Arkadiusz Szcześniak – Ruch Społeczny Stop Bankowemu Bezprawiu)	56
14. Niewolnicy XXI wieku (Krzysztof Świątek – Tygodnik Solidarność)	60
15. Pracujemy za grosze! (Michał Kulczycki – NSZZ Solidarność Pracowników Ochrony, Cateringu i Sprzątania)	63
16. Korpobełkot dla konsumenta (Fundacja CentrumCSR.PL)	67
17. Polski trop w globalnej tragedii (Fundacja CentrumCSR.PL)	70
18. Kłamstwo ma wielkie emisje (Fundacja CentrumCSR.PL)	78
19. Bardzo gorzka czekolada (Maria Huma – Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie)	82
20. Długa kolejka po publiczne pieniądze (Fundacja CentrumCSR.PL)	87
21. Promocja – podwyżka o złotówkę! (OZZ Inicjatywa Pracownicza)	91
22. Wiercenie niemile widziane (Andrzej Bąk – Stowarzyszenie Zielony Żurawłów)	96
23. Ile naprawdę kosztuje energia? (Fundacja CentrumCSR.PL)	98
24. Pajęczyna spółek na kolei (Fundacja CentrumCSR.PL)	102
25. Klient nasz pan? (Fundacja CentrumCSR.PL)	105
26. Raportowanie pozafinansowe i jego wrogowie (Fundacja CentrumCSR.PL)	113

SPIS TABEL:

Tabela 1: AGD/RTV	50
Tabela 2: Budownictwo	54
Tabela 3: Finanse	58
Tabela 4: Handel	61
Tabela 5: Horeca, sprzątnie, ochrona, agencje pracy	65
Tabela 6: Media, komunikacja i IT	68
Tabela 7: Moda i tekstylia	71
Tabela 8: Przemysł chemiczny	73
Tabela 9: Przemysł drzewny i papierniczy	75
Tabela 10: Przemysł metalowy, maszynowy i samochodowy	79
Tabela 11: Przemysł spożywczy	73
Tabela 12: Służba zdrowia i farmacja	88
Tabela 13: Specjalne strefy ekonomiczne	93
Tabela 14: Surowce, paliwa i energetyka	99
Tabela 15: Transport i logistyka	103
Tabela 16: Usługi komunalne	107
Tabela 17: Tabela zbiorcza	116

PODZIĘKOWANIA

Przygotowanie raportu nie było łatwe i nie udałooby się, gdyby nie wysiłek i bezinteresowna życzliwość wielu osób.

Dziękujemy autorom i autorkom komentarzy, którzy podzieli się z nami wiedzą, a swoją pełną poświęcenia pracą inspirowali nas do działania. Z niektórymi z Was pracujemy od wielu lat i chcielibyśmy żeby tak pozostało.

Za wsparcie dziękujemy naszym partnerom w projekcie: DNV GL Business Assurance Poland Sp. z o.o. reprezentowanym przez Włodzimierza Biela i Dominikę Zielińską oraz Ethical Trading Initiative Norway w osobie Pera Bondevika. Bez ich wsparcia realizacja naszego projektu w takiej formie nie byłaby możliwa.

Dziękujemy autorom zdjęć, dzięki którym mogliśmy zilustrować problemy przedstawione w raporcie, a także grafikom - Krzysztofowi Warszawskiemu i Kajetanowi Łukomskiemu, którzy cierpliwie zadbali o to, żeby nasz wysiłek włożony w przygotowanie raportu zyskał należytą oprawę. Dziękujemy również za wsparcie Łukaszowi Kraszyńskiemu, twórcy internetowego narzędzia do ilustracji wyników monitoringu.

Szczególnie wdzięczni jesteśmy pracownikom i pracownicom monitorowanych firm, które doceniły wagę naszego projektu, weszły z nami w dialog i potwierdziły wyniki naszego monitoringu. Jest to ważne tym bardziej, że wyniki te nie zawsze były dla nich pochlebne. Dziękujemy zwłaszcza tym firmom, które zdecydowały się pod wpływem naszego badania na upublicznienie danych z zakresu społecznej odpowiedzialności i udowodniły w ten sposób, że niezależne projekty monitoringowe mają sens.

Nasze podziękowania kierujemy też do sponsorów. Bez ich finansowego wsparcia nasz monitoring nie byłby możliwy. Za zaufanie dziękujemy Fundacji im. Stefana Batorego (Program Obywatele dla Demokracji) oraz Ministerstwu Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (Program Fundusz Inicjatyw Obywatelskich).

Grzegorz Piskalski dedykuje raport pamięci Antoine'a - Przyjaciela naszej Fundacji, wizjonera, który bezinteresownie pomagał nam w trudnych momentach.

Zespół Fundacji CentrumCSR.PL

WSTĘP

Działalność wielkiego biznesu odciska ogromne piętno na otoczeniu. Pracodawcy w znacznym stopniu oddziałują na warunki zatrudnienia i życia, na sytuację ekonomiczną, korporacje kształtują obowiązujący styl konsumpcji. Ich przedstawiciele biorą aktywny udział w debacie publicznej, wpływają na polski model polityki społecznej i przyjmowane rozwiązania. Ingerują też w środowisko naturalne.

Wpływ firm na rzeczywistość jest tak duży, że nie powinniśmy ustawiać się wobec nich w roli petentów, ale zacząć wymagać konkretnych działań i rekompensaty niepożądanych skutków ich aktywności.

Temu właśnie w założeniu miała służyć społeczna odpowiedzialność firm (tzw. CSR, od angielskiego “corporate social responsibility”), która zgodnie z doktryną zrównoważonego rozwoju zakłada uwzględnianie społecznych i ekologicznych aspektów funkcjonowania biznesu na równi z ekonomicznymi, postulując równocześnie rozliczalność firm z ich działań w tym zakresie.

Z niepokojem obserwujemy sytuację, w której następuje przejście i prywatyzacja przez biznes dyskusji na ten temat. Tymczasem społeczna odpowiedzialność nie jest prywatną sprawą korporacji!

Debata o standardach w tym zakresie coraz bardziej odbiega w Polsce od głównego nurtu europejskiego i światowego. **Jak pokazuje nasz raport, przedsiębiorstwa bardzo swobodnie i w zależności od własnych potrzeb definiują CSR.** Udało im się narzucić swój punkt widzenia i sprowadzić dyskusję o odpowiedzialności biznesu w Polsce do działań charytatywnych, tym samym wypaczając jego sens. Wykorzystują go jako element marketingu i zrównują z PR-em.

To wszystko dzieje się pod przykrywką demokratycznego procesu z udziałem organizacji stwarzających pozory niezależności, które tak naprawdę są finansowane przez biznes. Głos partnerów obywatelskich jest pomijany i niesłyszalny. To że spółkom na nim nie zależy jest zrozumiałe. **Problemem jest fakt, iż polska administracja publiczna nie uczyniła wiele, aby włączyć społeczeństwo do prawdziwej debaty o odpowiedzialności polskiego biznesu. W efekcie przedstawiciele trzeciego sektora – związki zawodowe, organizacje konsumenckie – wycofują się z tego obszaru, nie widząc w nim swej roli.** Co więcej, instytucje publiczne nie-raz podejmują działania, które w naszej ocenie mają uchronić korporacje przed koniecznością wdrożenia regulacji z zakresu społecznej odpowiedzialności. Przykładem na to jest zaangażowanie polskich urzędników na rzecz zawężenia obszaru raportowania danych pozafinansowych i skrócenia listy firm, objętych tym obowiązkiem. Strona polska w toku prac nad Dyrektywą UE stworzyła tzw. mniejszość blokującą. Te wszystkie okoliczności sprawiają, że przedsiębiorstwa nadal narzucają swoją formę komunikacji, nie ujawniając twardych wskaźników, nie napotykając na żaden opór czy krytyczny komentarz.

Nigdzie na świecie CSR nie rozwinął się bez presji organizacji społecznych. Chcemy, aby nasz raport zainicjował szeroką dyskusję na ten temat i zmusił firmy do zwiększenia transparentności. Przyjrzelśmy się też spółkom z udziałem Skarbu Państwa, które powinny stanowić przykład dla komercyjnych podmiotów w promowaniu reguł dobrego zarządzania.

Sprawdziliśmy 227 firm w Polsce o największej skali oddziaływania. Wcieliliśmy się w rolę interesariuszy, którzy poszukują informacji o zrównoważonym rozwoju na stronach internetowych. Z tego powodu nie uwzględniliśmy anglojęzycznych serwisów czy do-

kumentów, lakonicznych deklaracji, za którymi nie szły jakiegokolwiek konkretne zobowiązania.

Analizowaliśmy, m.in. czy przedsiębiorstwa prowadzą politykę CSR, czy publikują swoje kodeksy etyczne, udostępniają kontakt do osób zajmujących się społeczną odpowiedzialnością, czy zamieszczają sprawozdania z pozafinansowej działalności, prowadzą politykę dotyczącą przestrzegania praw człowieka i dialogu z interesariuszami. Wyniki ilościowe (liczbowe) są dostępne w pierwszej części opracowania.

Czasem korporacje, mimo że spełniają wszystkie nasze kryteria, nie stosują ich w praktyce. Nie chcieliśmy pozostawiać niepełnego obrazu, dlatego w części jakościowej (opisowej) przywołaliśmy przykłady, komentarze, dające szerszą perspektywę ich działalności.

Nasze obywatelskie badanie zostało przyjęte przez firmy z zaskoczeniem. Ich przedstawiciele nie spodziewali się, że firmy mogą zostać poddane niezależnej ocenie. Cześć z nich odniosło się do rezultatów bardzo entuzjastycznie. Szczególnie w przypadku tych spółek, które dobrze wypadły. Niektórzy zaś próbo-

wali nas przekonać, że interesariusze wcale nie oczekują podobnych informacji, dlatego nie ma sensu ich zamieszczać. Zwłaszcza zadziwiające było, gdy robili to reprezentanci grup globalnych, które w krajach, gdzie mieści się ich główna siedziba, przedstawiają szczegółowe dane o społecznych i środowiskowych aspektach swojego funkcjonowania.

Inni wahali się czy potwierdzić wyniki monitoringu (każda spółka otrzymała od nas szczegółowe dane na temat tego jak wypadła). Czasem spotykaliśmy się z pytaniem czy mają zapłacić za udział w badaniu, podobnie jak za różne certyfikaty czy dyplomy, jakie otrzymują, a raczej kupują. W naszym mniemaniu najgorszą reakcją było milczenie, które jest wyrazem całkowitej obojętności. W takich przypadkach wszystkie obszerne dokumenty związane z CSR, którymi chwala się korporacje, można spokojnie wyrzucić do kosza.

Przez cały czas analizy (do marca 2016 roku) firmy mogły się z nami kontaktować i weryfikować wyniki, które publikujemy w serwisie internetowym Fundacji CentrumCSR.PL, jeśli po ukazaniu się naszej publikacji spełnią wymagane przez nas kryteria.

PODSUMOWANIE RAPORTU

WSTĘP

Raport „**Spółeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach. Teoria i praktyka**” stanowi efekt trwającego półtora roku obywatelskiego monitoringu 227 spośród najważniejszych przedsiębiorstw działających w Polsce. Na prawie 130 stronach raportu analizujemy 16 branż pod kątem 12 wskaźników kluczowych dla odpowiedzialności biznesu – od praw człowieka przez raportowanie społeczne do walki z korupcją. **Zweryfikowaliśmy zatem 2724 wskaźniki.**

Zespół Fundacji nie tylko zbadał poziom deklaracji firm, ale również dogłębnie przeanalizował kluczowe problemy społeczne generowane przez polski biznes – raport zawiera **26 komentarzy eksperckich**. Synteza „teorii” i „praktyki”, odważna analiza zarówno pozytywnych, jak i negatywnych stron polskiego biznesu, jak również odcięcie się od dobroczynności i filantropii na rzecz analizy rzeczywistego modelu biznesowego firm przesądza o innowacyjności i wyjątkowości tej publikacji.

Stanowi ona najbardziej kompleksową diagnozę aktualnej kondycji CSR w Polsce, pisaną przystępnym dla odbiorcy, dalekim od korporacyjnej nowomowy językiem.

O PROJEKCIE

Raport jest zwieńczeniem trwającego projektu pt. „Monitoring społecznej odpowiedzialności największych polskich przedsiębiorstw”, realizowanego w ramach Programu „Obywatele dla demokracji” finansowanego z Funduszy Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Jego wydanie możliwe było również dzięki wsparciu Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, w ramach projektu „Upowszechnienie społecznej odpowiedzialności biznesu jako narzędzia partycypacji publicznej i dialogu przedsiębiorstw z otoczeniem społecznym”.

Inicjatywa została wsparta merytorycznie przez międzynarodową firmę doradczą **DNV GL Business Assurance Poland Sp. z o.o.** oraz **IEH – Ethical Trading Initiative** – norweską organizację non-profit, które to podmioty były partnerami w projekcie.

Przeprowadzone przez nas metodą monitoringu obywatelskiego badanie stanowiło proces, który miał doprowadzić do osiągnięcia następujących celów:

zwiększenia **transparentności** działań z zakresu społecznej odpowiedzialności największych polskich firm, podniesienia **ilości i jakości** udostępnianych przez firmy materiałów z zakresu CSR-u, nawiązania **dialogu** i wywarcie **presji** na firmy w celu podejmowania przez nie działań z zakresu CSR-u na szerszą skalę.

METODOLOGIA CZĘŚCI BADAWCZEJ RAPORTU

Wybór firm dokonany został w oparciu o kryterium najwyższych przychodów, wielkości zatrudnienia oraz znaczenie firm dla społeczeństwa. Pod uwagę – oprócz znanych z różnych rankingach i zestawień CSR branż – wzięto także specjalne strefy ekonomiczne czy spółki świadczące usługi komunalne. To **pierwsze, realizowane przez niezależną, niepowiązaną z biznesem organizację, która samodzielnie wybrała monitorowane podmioty, nie pytając firm o zgodę.**

Zasadniczą część badawczą stanowiła analiza treści publikowanych na stronach www spółek w języku polskim. Serwisy internetowe to obecnie podstawowe źródło wiedzy o kulturze działania każdej organizacji. Pod uwagę wzięto 12 wskaźników, interesowała nas ich obecność lub brak (+ / –). Interesowały nas następujące zagadnienia:

- Obecność CSR w serwisie www;
- Obecność osoby odpowiedzialnej za CSR w firmie;
- Opublikowanie polityki CSR;
- Publikacja kodeksu etycznego;
- Opublikowanie raportu społecznego;
- Wykorzystywanie standardu GRI (Global Reporting Initiative);
- Obecność odpowiedzialności społecznej w raportach rocznych spółek z GPW;
- Podejmowanie kwestii ekologicznych;
- Objęcie odpowiedzialnością dostawców i podwykonawców;
- Obecność tematyki praw człowieka w serwisie;
- Działania antykorupcyjne;
- Potwierdzenie rezultatów badania.

Kluczową kwestią było **publikowanie materiałów w języku polskim**, gwarantujących jak najszerszy dostęp do informacji rodzimym interesariuszom. Z każdą firmą wchodziliśmy w bezpośredni dialog, zwracając się z prośbą o weryfikację uzyskanych

przez nas wyników. W momencie oddawania raportu do druku **rezultat monitoringu potwierdziło ponad 70 firm, czyli ponad 30 proc. badanych.** Często uzupełniały one publikowane dane, zdarzało się również że pomimo dochowania należytej staranności przeoczyliśmy jakiś wskaźnik – wtedy dokonywaliśmy stosownej korekty wyników.

Poza raportem zaprezentowaliśmy je za pomocą interaktywnego narzędzia, dostępnego w Internecie pod adresem www.screening.centrumcsr.pl.

CZYM JEST DLA NAS ODPOWIEDZIALNY BIZNES?

Wprowadzenie do raportu stanowi obszernie omówienie naszej wizji społecznej odpowiedzialności biznesu.

Obecnie obserwujemy duże **zniechęcenie i rozczarowanie tą koncepcją.** Dotychczasowy sposób propagowania tego zjawiska i jego skrajna komercjalizacja spowodowały, że zaufanie innych grup (niż korporacje) do CSR praktycznie nie istnieje. Organizacje ekologiczne, konsumenckie czy związki zawodowe nie widzą w jaki sposób społeczna odpowiedzialność mogłaby przyczynić się do rozwiązania ich problemów. Uważają ją za „listek figowy „. Nie wierzą, że firmy dobrowolnie rozwiążą problemy które same stworzyły. Zgadza się z tymi tezami, dlatego propagujemy inną wizję CSR.

Gościnne wypowiedzi działaczy społecznych potwierdzają nasz ogląd sytuacji. Utrudnianie działalności związkowej w specjalnych strefach ekonomicznych, protesty frankowiczów przeciwko przerezuaniu na nich kosztów ryzyka spekulacji kursami walut, walka z Chevronem o zachowanie unikatowych walorów przyrodniczych Roztocza – to tylko niektóre z poruszanych przez pozarządowych ekspertów zagadnień. W obszar globalnej regulacji korporacji wprowadza nas artykuł dotyczący TTIP. Komentarze te służą nakreśleniu lokalnego, polskiego kontekstu CSR oraz **konfrontują teorię** – czyli deklaracje samych firm **z praktyką** – czyli tym co naprawdę dzieje się w polskiej gospodarce.

Społeczna odpowiedzialność nie obejmuje dla nas działań dobroczynnych i filantropii – należy wyraźnie oddzielać odpowiedzialność na poziomie modelu biznesowego od sponsoringu. Nie należy jej utożsamiać ze strategiami zarządzania. Wybór tej czy innej strategii jest kwestią samych firm, dla szerokiego spektrum interesariuszy liczy się efekt. Strategie mogą być jedynie sposobem dojścia do pożądanego celu, a poszczególne ich elementy po-

winny być komunikowane (co było przedmiotem naszego badania).

Zgodnie z definicją przyjętą przez Komisję Europejską **„CSR to odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”.** Odpowiedzialność ta obejmuje zarówno pozytywne aspekty funkcjonowania firm, jak i te negatywne. Społeczna odpowiedzialność nie obejmuje jedynie działań fakultatywnych – obecnie rozumie się ją jako inteligentne łączenie dobrowolnych inicjatyw firm i samoregulacji z działaniami obowiązkowymi.

Postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce uległoby poprawie, gdyby firmy przeszły **od swobodnego definiowania w stronę przyjmowania międzynarodowych definicji oraz wiążących zobowiązań.** Również upowszechnienie inicjatyw sektorowych (np. zobowiązań dotyczących traktowania poddostawców) i odejście od lekceważącego traktowania osób, chcących uzyskać informacje o działaniach CSR-owych może pomóc w poprawie relacji między biznesem a społeczeństwem.

Tłumaczenie materiałów na język polski, wejście w dialog z interesariuszami, upowszechnienie łatwych do weryfikacji standardów i wskaźników czy zgoda na uregulowanie przez instytucje publiczne (zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym) najważniejszych aspektów społecznej odpowiedzialności biznesu – to wszystko działania, które pomogłyby firmom nie tylko w poprawie ich wizerunku, ale przede wszystkim w zmianie strategii swojego działania na bardziej transparentną, przyjazną ludziom i środowisku.

Spełnienie tych warunków może doprowadzić do sytuacji, w której CSR nie tylko zyska na wiarygodności w oczach interesariuszy, ale również stanie się narzędziem budowania przewagi konkurencyjnej dla firm.

NA ILE MONITOROWANE FIRMY UWZGLĘDNIAJĄ KLUCZOWE ASPEKTY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Firmom najłatwiej było spełnić kryterium obecności treści nt. społecznej odpowiedzialności w serwisie internetowym – uczyniło to 65,6 proc. firm. Nawet i tu co trzecia firma zupełnie zignorowała temat. To co przykuwa uwagę, to realizowane we własnym zakresie swobodne, dopasowane do własnych potrzeb definiowanie społecznej odpowiedzialności biznesu. **Publikowane informacje są mało konkretne, ubogie w jasne deklaracje i pozbawione weryfikowalnych danych.** Firmy nadal starają się

utrwać w świadomości odbiorców pogląd, że CSR to działania sponsorskie i filantropia (główny obszar komunikacji).

Tylko 40 proc. przebadanych przez nas przedsiębiorstw z sektora usług komunalnych uważa, że mają coś do powiedzenia w kwestii swej społecznej odpowiedzialności. Zabrakło wśród nich m.in. Miejskich Zakładów Autobusowych w Warszawie czy Katowickich Wodociągów SA., które to firmy nie zrealizowały zresztą żadnego z badanego przez nas wskaźnika.

Bardzo skromnie prezentują się niektóre polskie oddziały wielkich międzynarodowych koncernów, które nie uważają za stosowne tłumaczyć na język polski obszernych materiałów dotyczących CSR publikowanych za granicą. Wymienić tu można Accor, BSH, Jabil, Fiat, Ikea Industry czy Whirlpool.

Temat społecznej odpowiedzialności kompletnie ignorują polskie firmy, promowane w mediach nie raz jako niemal narodowe czempiony: Famur, Duda, Selena, Gołębiewski, Mieszko, Pesa czy Wawel.

Również całe, ważne dla polskiej gospodarki sektory, takie jak przemysł metalowy, maszynowy i samochodowy czy branża AGD/RTV wypadły blado. W tym pierwszym komplecie wskaźników społecznej odpowiedzialności odnotowaliśmy tylko w 1 z 19 zbadanych firm (ArcelorMittal Poland SA), w tym drugim – w żadnej, a w 3 z 12 firm nie odnotowaliśmy żadnych działań CSR-owych (Indesit, Jabil Circuit, Whirlpool Polska).

Mamy w zestawieniu również firmę taką jak **Amazon**, która nie ujawnia dosłownie żadnej informacji o sobie – nawet adresu i numeru telefonu. Znalazła się ona w sektorze handlowym, który nie wypadła w naszym monitoringu najlepiej. Brak działań CSR-owych da się zauważyć na stronach internetowych Bonarka City Center, Empik Media & Fashion, Ruch SA czy Silesia City Center.

Kwestie ekologiczne znajdują się wysoko na liście priorytetów społecznej odpowiedzialności firm – także i tu jednak znajdziemy przykłady ignorowania tego trendu, chociażby w szczególnie wrażliwym sektorze HoReCa, sprzątanie, ochrona i agencje pracy (42,8 proc.) oraz w branży moda i tekstylia (30 proc.). Na 14 zbadanych przez nas Specjalnych Stref Ekonomicznych wspomina ją jedynie ta w Słupsku, która **upubliczniła pewne dane w odpowiedzi na nasze działania**.

Obecność tematyki praw człowieka na 55,9 proc.

przebadanych firm nie gwarantuje niestety, że znajdziemy na nich informacje dotyczące przestrzegania prawa do zrzeszania się w związkach zawodowych (w polskim sektorze prywatnym jest najniższe w Europie i wynosi ok. 5%) czy dbałości o globalne łańcuchy dostaw. Firmy traktują to zagadnienie bardzo wyrętkowo.

Są sektory, w których wskaźnik ten wypada jeszcze gorzej – w branży spożywczej na 15 przebadanych firm pamiętały o nim tylko Animex – Amipol, Hortex Holding, Indykpol oraz Krajowa Spółka Cukrowa. W branży odzieżowej pozytywnie wyróżnia się firma LPP, uwikłana jednak przed laty w opisywaną przez nas w raporcie katastrofę szwalni Rana Plaza.

Potentaci tacy jak CCC, Gino Rossi, Redan czy OTCF (marka 4F) nie robią w tym temacie nic, a podobnie jak cała branża korzystają z azjatyckich szwalni. O warunkach pracy w szwalniach można przeczytać w raporcie Fundacji Kupuj odpowiedzialnie pt. „Uszyte w Polsce”.

Choć większość badanych przez nas firm zatrudnia kilkuset pracowników jedynie 22,4 proc. z nich chwali się posiadaniem w swych szeregach osoby odpowiedzialnej za CSR. Ani jednej takiej osoby nie znajdziemy w całym sektorze usług komunalnych. Dane te pokazują, że **CSR jest w bardzo ograniczonym stopniu przedmiotem zarządzania w największych polskich firmach**. Jeśli komuś już przypisano ten temat to głównie specjalistom ds. marketingu i PR.

Ciągle niezrozumiała i niedoceniana przez biznes jest kwestia łańcucha dostaw – o relacje z podwykonawcami i dostawcami dba zaledwie 37 proc. zbadanych firm. To gorzej niż obecność dedykowanej polityki CSR-owej na stronach internetowych (45,3 proc.) i niewiele lepiej niż kodeksów etycznych (32,1 proc.) czy kwestii związanych z zapobieganiem korupcji (34,8 proc.).

Jeszcze gorzej wypadło sprawdzanie dostępności raportu społecznego – na jego sporządzenie zdecydowało się **15,4 proc.** przebadanych przedsiębiorstw. Firmy, które go nie przygotowują, znalazły się nawet w najlepszym pod tym względem sektorze paliw, surowców i energetyki – to zespół elektrowni Pątnów-Adamów-Konin oraz Kompania Węglowa.

Jeśli już jakaś spółka deklaruje raportowanie społeczne, to niemal na pewno (w 94,2 proc. wypadków) decyduje się na realizowanie dobrowolnych wytycznych Global Reporting Initiative. Niestety dotyczy to jedynie grupy 35 spółek. Spośród 77 spółek

notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie 49,3 proc. zauważa tematykę odpowiedzialności społecznej w swoich raportach rocznych.

Bierność biznesu w tym zakresie zastanawia, biorąc pod uwagę że już w 2016 roku zgodnie z Dyrektywą UE w Polsce wchodzi w życie **obowiązek sprawozdawczości pozafinansowej dla wybranych dużych spółek**.

ANALIZA BRANŻOWA - JAK WYPADAJĄ POSZCZEGÓLNE FIRMY NA TLE SWOJEJ KONKURENCJI?

Obok analizy wskaźników **sprawdziliśmy również poszczególne sektory polskiej gospodarki**. Wybraliśmy ich 16, decydując się na osobne omówienie sytuacji, panującej w spółkach skarbu państwa.

Porównując sektory najlepiej poradziła sobie branża surowcowo-paliwowo-energetyczna. Ponad 90 proc. firm informuje o CSR na swojej stronie internetowej i prezentuje własną politykę w tym zakresie. Niemal 85 proc. wydaje również raporty społeczne. Firmy takie jak Energa, PGNiG, Lotos czy KGHM Polska Miedź prezentują na swoich stronach internetowych pełen pakiet oczekiwanych przez nas informacji.

Dobre wyniki obserwujemy również w sektorze finansowym – stuprocentowa obecność tematyki społecznej odpowiedzialności w serwisach internetowych oraz w giełdowych raportach rocznych, kodeks etyczny w ponad 80% przebadanych przez nas przypadków czy polityka zrównoważonego rozwoju w ponad ¾ przedsiębiorstw robi pozytywne wrażenie. Obecność wszystkich wskaźników odnotowaliśmy w przypadku: Provident Polska SA, BGŻ BNP Paribas, BPH, Millenium, ING Banku Śląskiego czy Grupy PZU.

Dobrze wypadła również branża medialno-komunikacyjna. Każda z 13 sprawdzonych przez nas firm znalazła miejsce na treści związane z tematyką odpowiedzialności społecznej na swoich stronach internetowych. Tylko 3 z nich nie uwzględniło tematyki praw człowieka.

Dobrego wrażenia nie ma się za to po sprawdzeniu wskaźników Specjalnych Stref Ekonomicznych. Żadna z 14 przebadanych stref nie publikuje kodeksu etycznego, deklaracji dotyczących zapobieganiu korupcji, dbałości o dostawców. Żadna też nie wydała raportu społecznego. 9 z nich nie podjęło jakichkolwiek działań, mogących dowodzić zainteresowania

kwestią swej społecznej odpowiedzialności. Dziwi to biorąc pod uwagę powszechną krytykę warunków pracy oraz nadużywania wsparcia publicznego przez specjalne strefy ekonomiczne.

Również branża usług komunalnych wypadła w naszym monitoringu słabo. Na 15 firm z tego sektora tylko 3 posiadają politykę odpowiedzialności społecznej, żadna z nich jednak nie deklaruje działań antykorupcyjnych. Firmy te pełnią szczególną rolę – działając często w warunkach monopolu za publiczne pieniądze świadczą usługi nieodzowne dla normalnego funkcjonowania lokalnych społeczności.

Mimo iż tylko 2 przedsiębiorstwa komunalne ignorują odniesienia do ekologii, to daje się zauważyć niedostateczną dbałość o kwestie takie jak wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii, efektywna polityka odpadowa czy oszczędne wykorzystywanie wody.

Firmy, które w żaden sposób nie odnosiły się do CSR w języku znajdziemy niestety w niejednym, badanym przez nas sektorze. W branży budowlanej to 4 z 13 (Marvipol, JW. Construction, Polnord, ProLogis), 1 z 11 w przemyśle chemicznym (Grupa Selena FM), 1 z 10 w przemyśle papierniczym i drzewnym (Paged Meble), medycznym (Grupa Polski Szpital) czy transportowym (Przewozy Regionalne).

POLSKIE REALIA

Obok analizy monitoringu zdecydowaliśmy się na **skonfrontowanie deklaracji firm z opiniami ekspertów** – zarówno z naszej fundacji, jak i organizacji społeczeństwa obywatelskiego. Przypominamy m.in. o niezamkniętych kwestiach rozliczeń sieci Biedronka z byłymi pracownikami oraz o tym jak sieć ta traktuje swoich podwykonawców, skandalu z emisjami spalin samochodów Volkswagena, pokazujemy przykłady *greenwashingu* w wykonaniu ENEL i PGE, prezentujemy również fragmenty niemożliwych do rozszyfrowania przez konsumenta umów sieci PLAY i ich zawilej terminologii.

Konstruując raport w ten sposób chcieliśmy pokazać, że **dostęp interesariuszy do informacji o przedsiębiorstwach** odgrywa istotną rolę. Sporo firm nie wykonało jeszcze tego kroku. Potrzebny jest jednak również i krok kolejny – **stała kontrola ze strony pracowników, konsumentów czy lokalnych społeczności** i sprawdzanie, czy za słowami idą również czyny.

Nigdzie na świecie CSR nie rozwinął się bez presji ze strony organizacji obywatelskich i Polska nie stanowi w tym zakresie wyjątku.

1

Czym jest dla nas
„odpowiedzialny biznes”?

1.1 PODSTAWOWE ZASADY ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Spółecznej odpowiedzialności firm nie należy utożsamiać wyłącznie ze strategiami zarządzania. W takim przypadku w ogóle nie powinna ona stanowić przedmiotu zainteresowania organizacji obywatelskich. Ich rolą nie jest doradzanie biznesowi w zakresie stosowanych strategii. Dla organizacji obywatelskich istotne są efekty działań firm, ale oczekują one także konkretnych informacji o działaniach mających

na celu zapobieżenie zanieczyszczeniu środowiska, naruszeń praw pracowniczych czy unikania zachowań korupcyjnych.

Współcześnie CSR to kombinacja działań dobrowolnych oraz legislacji na poziomie krajowym i międzynarodowym.

Definicja CSR Komisji Europejskiej

“CSR to odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo.

Poszanowanie dla mającego zastosowanie prawodawstwa, a także dla układów zbiorowych pomiędzy partnerami społecznymi, jest warunkiem wstępnym wypełniania zobowiązań wynikających z tej odpowiedzialności. Aby w pełni wypełniać te zobowiązania, przedsiębiorstwa powinny dysponować mechanizmem integracji kwestii społecznych, środowiskowych, etycznych i tych związanych z prawami człowieka, jak i problemów konsumentów ze swoją działalnością oraz podstawową strategią, w ścisłej współpracy z zainteresowanymi stronami, w celu:

- maksymalizacji tworzenia wspólnych wartości dla ich właścicieli/udziałowców i innych zainteresowanych stron i społeczeństwa jako całości;
- rozpoznawania, zapobiegania i łagodzenia ich możliwych negatywnych skutków”.

Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, KOM (2011) 681.

Podstawowym źródłem zasad odpowiedzialnego biznesu są prawa człowieka.

Zasady z zakresu praw człowieka obejmują m.in. zakaz pracy przymusowej, zakaz pracy dzieci, zakaz dyskryminacji w zatrudnieniu (ze względu na płeć, rasę, orientację seksualną, narodowość, wiek i inne), zakaz cielesnych kar dyscyplinarnych i mobbingu. Gwarantują prawo do bezpieczeństwa i higieny pracy, prawo do organizowania się w związki zawodowe, zrzeszania, do informacji i wolności słowa. To również prawo do godnego wynagrodzenia, które pozwala pracownikom utrzymać siebie i swoją najbliższą rodzinę.

Biznes powinien czerpać z szerokiego katalogu norm i standardów wypracowanych przez posiadające demokratyczny mandat organizacje międzynarodowe, jak również z prawa krajowego.

Wymienić w tym miejscu należy Powszechną Deklarację Praw Człowieka, Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Socjalnych i Kulturalnych, deklaracje i konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy, w tym Trójstronną deklarację zasad dotyczących przedsiębiorstw wielonarodowych i polityki

społecznej. W kontekście Polski nie należy zapominać o Kodeksie Pracy, Prawie Ochrony Środowiska, a w końcu i o Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Od grudnia 2016 w Unii Europejskiej obowiązywać będzie Dyrektywa ws. ujawniania informacji niefinansowych, który wprowadza jeden z fundamentów CSR – raportowanie społeczne – w obszar twardej legislacji.

Ważną rolę pełnią dokumenty tzw. *soft law*, czyli Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz Wytyczne ONZ dot. praw człowieka i biznesu, jak również Norma zarządzania ISO 26000. Dla biznesu użyteczne mogą być standardy publikowane przez prywatne organizacje, takie jak Wytyczne Global Reporting Initiative dotyczące raportowania kwestii niefinansowych czy standard AA1000SES, dotyczący budowania relacji z interesariuszami.

Należy pamiętać, że odpowiedzialność społeczna firmy nie odnosi się wyłącznie do jej bezpośrednich pracowników, ale również do podwykonawców. Większe firmy powinny przenosić na nich swoje standardy oraz pomagać im je wdrażać, w szczególności jeśli proces ten generuje koszty. Nie wystarczy, że spółka zapewni odpowiednie warunki pracy swo-

im bezpośrednim podwładnym, za to nie będzie się przejmować sytuacją osób zatrudnionych w ramach *outsorsingu*, świadczących usługi, np. sprzątania czy ochrony. Przedsiębiorstwa powinny mieć obowiązek dokonywania analizy ryzyka związanego z możliwym łamaniem praw człowieka, żeby potem nie mogły łatwo się usprawiedliwiać, iż nie miały świadomości zagrożeń, a ich pogwałcenie jest wynikiem przypadku, niedopatrzienia.

Kolejnym równie istotnym zadaniem CSR jest tworzenie przestrzeni do dialogu z interesariuszami czyli z wszystkimi, na których biznes wywiera wpływ na poziomie poszczególnych spółek czy organizacji pracodawców. To, m.in. klienci, dostawcy, administracja, inwestorzy, środowisko lokalne, itd. To oddziaływanie może być pozytywne (co obserwujemy w różnym natężeniu), ale może być również negatywne. To zrozumiałe, zawsze bowiem np. przemysł będzie ingerować w środowisko naturalne, a handel będzie produkował opakowania. Najważniejsze, aby tego nie ukrywać.

Korporacje powinny podchodzić do kwestii związanych ze swoim funkcjonowaniem kompleksowo. Nie wolno im koncentrować się jedynie na dobrych aspektach i ukrywać tych niepożądanych, bo jest to wprowadzanie opinii publicznej w błąd.

Takie wybiórcze podejście może doprowadzić np. do *greenwashingu* czyli „zielonego kłamstwa”. Jest to stwarzanie pozorów ekologicznej działalności po to, aby w odbiorze opinii publicznej zamaskować degradację środowiska naturalnego. Z taką sytuacją mamy do czynienia np. wtedy, kiedy wielki koncern energetyczny twierdzi w reklamach że jego działalność ma pozytywny wpływ na środowisko naturalne, tj. tworzy góry, jeziora i lasy.

Ta sama zasada dotyczy sfery społecznej i dialogu. **Nie da się rozmawiać o prawach pracowników pomijając związki zawodowe. Nie można przekonywać do walorów produktu, nie podając jego skutków ubocznych, co dotyczy np. leków.** Niestety, w tej chwili w reklamie mamy do czynienia raczej z komunikacją *lifestylową* niż rzetelną informacją o cechach produktów i usług. W zalewie działań marketingowych dowiemy się głównie, że wzięcie kredytu daje fantastyczne możliwości, cudowny preparat odchudzi nas w trzy dni, kosmetyki zagwarantują wieczną młodość, a najnowszy samochód da nam poczucie wolności. Wszystko co niepochlebne jest głęboko skrywane. Mogłyby to zmienić niezależne testy konsumenckie, które stanowią rzadkość. Korporacjom nie zależy na uczciwej oce-

nie jakości produktów i ich wpływu na konsumentów.

Szanujemy wolność firm do wybierania strategii społecznej odpowiedzialności. Dobrze jednak, aby była ona związana z profilem ich działalności, tzn. jeśli degradują środowisko naturalne, choć w pewnym stopniu powinny rekompensować poczynione przez siebie szkody w tym obszarze. Zupełnie inne wyzwania stoją przed bankiem i rafinerią. **Dlatego tak cenne są inicjatywy sektorowe, branżowe. Nie może obowiązywać reguła „one size fits all”, czyli jedno wyrывkowe działanie, symboliczny gest rekompensujący wszystkie zobowiązania, jakie korporacja ma wobec otoczenia.**

Uważamy, że zrównoważony rozwój powinien być oparty na standardach. Nie można budować jego obrazu w oparciu o materiały dostarczane przez spółki w dowolnie wybranej przez nie formule, bazujące na informacjach przez nie wyselekcjonowanych. Przy takim elastycznym i wybiórczym podejściu firmy zawsze będą eksponować wyłącznie tematy dla siebie korzystne, starając się ukryć te niewygodne, dające szerszy, czasem niezbyt korzystny promocyjnie obraz ich działalności.

Dane te muszą być weryfikowalne. Muszą być ustandaryzowane i ujednolicone, tak aby umożliwiać konsumentom i opinii publicznej porównanie standardów wdrażanych przez firmy w tym obszarze.

Widzimy tu również ogromną rolę państwa, które powinno w możliwie szerokim zakresie propagować akty prawne, obligujące spółki np. do raportowania działań z zakresu społecznej odpowiedzialności. Uważamy, że w perspektywie średnioterminowej konieczne jest przyjęcie międzynarodowej konwencji, które będą wiążące dla korporacji. Póki co zbyt często wykorzystują one słabość instytucjonalną krajów, w których działają. Problem ten dotyczy głównie krajów rozwijających się. **Firmy, nie mogą wywierać na rządzących presji, grożąc np. likwidacją miejsc prac czy przeniesieniem produkcji i uzależnieniem kontynuowania swojej działalności od przyjęcia przez państwo określonych legislacji.**

Przedsiębiorstwa muszą uznawać prawo do krytycznej analizy swojego funkcjonowania przez zewnętrznych interesariuszy, takich jak organizacje obywatelskie, związki zawodowe czy niezależne media. Ich rolą nie jest promocja dobrych praktyk poszczególnych spółek, bo tym zajmuje się PR, ale rzeczowa analiza wpływu ich działalności biznesowej na społeczeństwo. Muszą mieć dostęp do mierzalnych, porównywalnych informacji. **Firmy podobnie jak osoby publiczne powinny poddawać się**

powszechnemu osądowi, nie mogą walczyć z wolnością słowa. Niestety, takie sytuacje jak próba kneblowania ust, grożenie procesami za rzekome godzenie w ich dobre imię, wciąż zdarzają się zbyt często.

Zrównoważony rozwój może się przyczynić do wzrostu konkurencyjności spółki, nie jest to jednak warunek konieczny. Nie ukrywamy, że w pierwszym etapie odpowiedzialne postępowanie może przy-

czynić się do zwiększenia kosztów, ale w dłuższej perspektywie do powstania znacznych oszczędności. Podmiot, który zainwestuje w rozwiązywanie jakiegoś problemu, później poniesie mniejsze koszty jego wyeliminowania, np. jeśli degraduje środowisko w znacznym stopniu, a nie będzie podejmował działań naprawczych, odda to później w nawiązkę w postaci ogromnych odszkodowań (ilustruje to choćby niedawna afera z udziałem Volkswagena), lub doprowadzi do wyczerpania naturalnych surowców.

1.2 CSR A DZIAŁALNOŚĆ DOBROCZYNNA

Spółeczna odpowiedzialność biznesu nie jest filantropią, o czym monitorowane przez nas firmy zdają się nagminnie zapominać. Firmy często próbują zrównać ze sobą te dwie dziedziny, prześcigając się w komunikowaniu, jakie przedsięwzięcia sfinansowały. Nie negujemy ich zaangażowania w szczytne inicjatywy. **Należy jednak podkreślić, że społeczna odpowiedzialność objawia się przede wszystkim w obszarze głównej działalności biznesowej firm, a nie w trakcie wydawania pieniędzy będących częścią zysku z zasadniczej działalności.** Takie działanie może co najwyżej być określane sponsoringiem. Nie możemy nazwać odpowiedzialną np. spółki, która unika płacenia podatków w Polsce, a tym samym nie dokłada się do budżetu, nie wspiera opieki medycznej, socjalnej, ale za to przekazała jakąś kwotę na fundację, stowarzyszenie, akcję charytatywną czy inną nośną medialnie inicjatywę. Z tych powodów w naszym badaniu nie wzięliśmy pod uwagę działań sponsoringowych i filantropijnych firm.

Warto też zwrócić uwagę na fakt, że przedsiębiorstwa często autonomicznie określają, które problemy społeczne rozwiązywać i w jaki sposób. **Menadżerowie czy prezesi nie mają mandatu, żeby podejmować takie decyzje. Fundacje korporacyjne nie mogą prowadzić szantażu moralnego i sprawiać wrażenia, że są bardziej skuteczne od państwa, zastępują jego rolę.** Nie mogą stanowić konkurencji dla społeczeństwa obywatelskiego.

Takie działania powinny być podejmowane i prowadzone w partnerstwie z instytucjami publicznymi i organizacjami społecznymi o ugruntowanej pozycji. Trzeci sektor jest w Polsce bardzo rozwinięty i nie istnieją takie przypadki, żeby firmy musiały same prowadzić kampanie społeczne, tworzyć i wdrażać jakieś programy. Jeżeli spółki mają potrzebę rozwią-

zania problemu lokalnego lub globalnego, to najlepszym sposobem jest przekazanie środków wyspecjalizowanemu podmiotowi z szacunkiem dla jego autonomii i sposobów działania popartych ogromnym doświadczeniem. Przedsiębiorstwa powinny wynagradzać swoich partnerów społecznych adekwatnie do pracy, którą przeznaczają na wykonanie zadania.

Szczególnie ważne jest, aby działania w tym obszarze były transparentne. Musi być zagwarantowane, że koszt realizacji projektu społecznego przez firmy nie będzie wyższy niż to, co w ostatecznym rachunku trafia do beneficjenta. Osoba przyjmująca wsparcie nie może też być traktowana jako element działań PR. Nieprzestrzeganie tej zasady jest zaprzeczeniem dobrowolności oraz bezinteresowności i może być co najwyżej układem biznesowym. Przejrzyste postępowanie jest istotne także, aby zapobiegać przekupstwu czy nieuczciwemu czerpaniu zysków. Zdarza się bowiem, że fundacje pod płaszczykiem działań edukacyjnych prowadzą działania korupcyjne skierowane np. do lekarzy wysyłają ich na sympozja do ciepłych krajów, a w zamian oczekują sprzedaży swoich produktów.

Organizacje społeczne pracujące z biznesem muszą być bardzo ostrożne, uważać, żeby zachować swoją niezależność i integralność. Nierzadko korporacje przekazując środki starają w ten sposób kształtować opinię publiczną, a tym samym budować swój wizerunek. **Dlatego NGO-sy muszą uważać, aby nie stać się tańszym zamiennikiem dla agencji eventowych.**

1.3 OBOWIĄZKI PAŃSTWA W ZAKRESIE CSR

Państwo w myśl zasady „Protect, Respect and Remedy”, propagowanej obecnie przez ONZ, ma przede wszystkim chronić prawa człowieka, zapewnić ich przestrzeganie przez wszystkich aktorów społecznych, w tym firmy. W razie nieprawidłowości ma zaś podjąć kroki naprawcze, m.in. zapewnić sprawne i efektywne funkcjonowanie mechanizmów administracyjnych, państwowych i sądowych oraz wspierać pokrzywdzonych w dochodzeniu zadośćuczynienia lub odszkodowania od przedsiębiorstw. W Polsce specjaliści alarmują, że te standardy nie są przestrzegane, a poszkodowani pozostają osamotnieni i bezbronni w starciu z korporacją dysponującą całymi sztabami sówicie opłacanych prawników. Taka sytuacja nie może mieć miejsca. **Biznes ma zawsze przewagę nad obywatelem. Obowiązkiem rządzących jest zagwarantowanie obywatelowi pomocy.**

Szwankują również odgórne regulacje dotyczące uczciwej konkurencji. Interesy konsumentów są zagrożone przez nadmierne wpływ niektórych spółek, wykorzystujących swoją dominującą pozycję do zdobywania przewagi nad konkurentami. Np. wielki handel jest subwencjonowany przez państwo, ma możliwość optymalizacji podatkowej, a drobni przedsiębiorcy już nie. Korporacje nie mogą drenować rynku. Ich obowiązkiem jest płacenie sprawiedliwych cen dostawcom i zapewnienie godnej płacy pracownikom. Nie można dopuszczać do takich zdarzeń, kiedy np. jakiś region specjalizujący się w określonym typie produkcji dowiaduje się, że ma nagle drastycznie obniżyć koszty, bo inaczej setki ludzi stracą źródło dochodu. A wszystko w imię utrzymania wysokich zysków korporacji.

Administracja publiczna jest wielkim nabywcą dóbr i usług – wartość rynku zamówień publicznych w Polsce w 2014 roku wyniosła wg Urzędu Zamówień Publicznych 230,4 mld zł. Jednak przy wyborze ofert często zapomina o swojej społecznej powinności, kierując się wyłącznie ceną. Wg prowadzonego przez Fundację Centrum CSR.PL monitoringu stosowania zrównoważonych zamówień

publicznych w Polsce **jedynie w 1,8 proc. przetargów wprowadzono wymogi dotyczące warunków zatrudnienia, a kwestie ekologiczne uwzględniono tylko w co piątym zamówieniu.** To karygodne podejście, szczególnie, że nowelizacja ustawy o zamówieniach publicznych z 2015 roku dała możliwość szerokiego uwzględniania także innych kryteriów, m.in. klauzul społecznych zapewniających godziwe warunki pracy, aktywizację grup zagrożonych wykluczeniem (np. niepełnosprawnych, wychodzących z uzależnienia, uchodźców) oraz klauzul środowiskowych, mających za cel ograniczenie negatywnego oddziaływania instytucji na środowisko naturalne (papier ekologiczny, biodegradowalne detergenty, energooszczędny sprzęt elektroniczny itp.). **Państwo powinno wykorzystywać te narzędzia, aby eliminować z rynku nieuczciwych dostawców, a promować tych odpowiedzialnych.** W tej chwili wydawanie publicznych pieniędzy nagminnie wiąże się z równoczesnym stwarzaniem problemów społecznych. Osoby zatrudniane w ramach *outsourcingu* zarabiają tak mało, że same muszą korzystać z opieki społecznej.

Mamy też wątpliwości co do skuteczności projektów unijnych, w ramach których firmy dostały finansowe wsparcie na wdrożenie polityki CSR. Zanim zaczną obowiązywać nowe, państwo powinno dokonać ewaluacji starych i sprawdzić, na ile sensownie zostały wydane te środki. Czy coś rzeczywiście zmieniły czy po prostu zostały spożytkowane, nie przynosząc trwałych efektów?

Bardzo ważną rolę do odegrania w monitoringu standardów biznesu mają media. Zbyt często obserwujemy nadmiernie bliski związek dziennikarzy ze światem korporacji. Zdarza się, że w zamian za pochlebną relację są wysyłani na tzw. wycieczki studyjne. Zamiast interwencji, śledztw mamy do czynienia z materiałami sponsorowanymi czy insertami, które są podawane w formule sugerującą obiektywną informację. Za szczególnie ważne uważamy ustanowienie standardów w tym obszarze.

1.4 NOWE WYZWANIA DLA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Rozwój gospodarki rynkowej i komercjalizacja kolejnych przestrzeni życia społecznego powodują, że standardy odpowiedzialnego biznesu będą musiały być implementowane w coraz to nowych obszarach. Trudno wymienić wszystkie te wyzwania, ale warto wspomnieć kilka – naszym zdaniem – najważniejszych.

Problem stanowi nadmierna prywatyzacja dziedzin, które powinny być domeną państwa, a wskutek nadmiernego urynkowania zostają wyjęte spod publicznej kontroli. To np. pełzająca prywatyzacja opieki medycznej, zmniejszająca dostęp obywateli do usług i podnosząca koszty leczenia. Wielkie wyzwanie stanowi dostęp do pomocy prawnej, której wysokie koszty powodują, że obywatele zostają osamotnieni w walce o swoje prawa konsumenckie czy pracownicze wobec maszyny korporacyjnej. Podobnie jest z prywatyzacją zadań związanych z utrzymaniem technicznym obiektów użyteczności publicznej czy bezpieczeństwem, polegającą na przerzucaniu obowiązków na prywatne agencje sprzątnięcia czy ochrony ze względów oszczędnościowych. Szerokie upowszechnienie *outsourcingu* przy jednoczesnym rozstrzygnięciu przetargów w oparciu o kryterium najniższej ceny premiuje firmy nieodpowiedzialne społecznie, nie będące w stanie zagwarantować pracownikom godnych warunków pracy a podatnikom usług na przyzwoitym poziomie.

Wymienić można również ochronę prywatności obywateli, która jest nagminnie łamana przez biznes. Spamowanie skrzynek ofertami znanych marek, profilowanie reklam czy geolokalizacja sprawiają, że korporacje wiedzą o nas niemal wszystko, mogą wręcz próbować sterować naszym zachowaniem, manipulować decyzjami konsumenckimi.

Kolejny obszar to realizacja postulatu walki z globalnym ociepleniem. Dyskurs medialny i polityczny na ten temat został w dużej mierze zawłaszczony przez duże spółki energetyczne, narzucające swoje roz-

wiązania i podważające sens rozproszonej energetyki. Bez wielkiej przesady można zaryzykować tezę, że zaprzeczanie globalnemu ociepleniu stało się oficjalną doktryną polskiego sektora wydobywczego oraz energetycznego, który wydaje znaczne kwoty pochodzące ze środków publicznych na lobbings w tym obszarze, zarówno w Polsce jak i za granicą. Ze zjawiskiem tym mieliśmy także do czynienia w trakcie niedawnej debaty publicznej o wydobyciu w Polsce gazu łupkowego niebezpieczną metodą szczelinowania hydraulicznego, czy też w sprawie budowy w Polsce elektrowni jądrowej.

Wśród zadań warto wymienić zapobieganie nadmiernej liberalizacji handlu, czego skrajnym przykładem jest negocjowana w tajemnicy umowa TTIP (ang. Transatlantic Trade and Investment Partnership) dotycząca swobodnego przepływu towarów, usług, kapitału i inwestycji pomiędzy Unią Europejską czy USA. **Jej przyjęcie może doprowadzić do całkowitej erozji europejskiego modelu społecznego oraz brutalnego wymuszania przez wielkie korporacje obniżenia kosztów produkcji czy jakości zatrudnienia w Polsce pod płaszczykiem walki z pozataryfowymi barierami w handlu.** Europejscy decydenci wcale nie mają zamiaru ujawnić treści wypracowanego stanowiska opinii publicznej przed jego podpisaniem, a z wielu źródeł dochodzą informacje, że porozumienie pisane jest pod dyktando lobbystów wielkich korporacji wielonarodowych.

Następna priorytetowa sprawa to GMO – żywność modyfikowana genetycznie. Jej producenci zapewniają o korzyściach i próbują przekonać opinię publiczną, że to droga, od której nie ma odwrotu. Wyzwaniem są również testy medyczne prowadzone na zwierzętach oraz nadmierne spożycie mięsa – produkujemy go i konsumujemy znacznie więcej niż potrzebujemy. Nadal konieczna jest też walka o równe prawa kobiet i mężczyzn, co objawia się przede wszystkim w nieproporcjonalnych płacach.

2

Analiza wskaźników – na ile monitorowane firmy uwzględniają kluczowe obszary społecznej odpowiedzialności?

W ramach naszej analizy, wcieliśmy się w rolę interesariuszy firm, chcąc sprawdzić ich deklaracje w zakresie społecznego i środowiskowego zaangażowania. Używaliśmy do tego najbardziej podstawowego i równocześnie dostępnego dla wszystkich źródła wiedzy o firmie, którą jest jej serwis internetowy.

Wybraliśmy grupę 227 firm, kryterium doboru stanowiła wysokość przychodów, liczba zatrudnionych pracowników, oraz coś co określiliśmy znaczeniem firmy dla polskich konsumentów i opinii publicznej: zakresem oddziaływania na otoczenie społeczne oraz środowisko, pozycją rynkową i znaczeniem świadczonych usług dla Polaków. Firmy podzieliśmy na 16 branż.

W okresie od października 2014 do grudnia 2015 przeprowadziliśmy 2 cykle badania. Nasi analitycy badali serwisy www firm pod kątem spełnienia wskaźników określonych w metodologii projektu. Szukaliśmy dedykowanej zagadnieniem CSR części serwisu www, kontaktu do osoby odpowiedzialnej za tę tematykę, opublikowanej polityki CSR, kodek-

su etycznego, raportu społecznego (a jeśli taki jest – czy spełnia standard GRI), czytaliśmy roczny raport finansowy spółki pod kątem raportowania działań CSR, szukaliśmy deklaracji z zakresu ekologii i praw człowieka, objęcia odpowiedzialnością podwykonawców i dostawców oraz deklaracji zaangażowania w walkę z korupcją. Rezultaty staraliśmy się potwierdzać u przedstawicieli monitorowanych firm, co stanowi osobny wskaźnik. Na tym etapie badania ocenialiśmy obecność informacji na stronach internetowych firm na zasadzie zerojedynekowej.

Każdej z firm indywidualnie drogą e-mailową zostały zaprezentowane wyniki badania z prośbą o ich weryfikację. Jednak zarówno w przypadku odpowiedzi od firmy jak i jej braku, rezultaty zostały poddane do publicznej wiadomości za pośrednictwem specjalnie stworzonego narzędzia internetowego, dostępnego w naszym serwisie www.

Pełna metodologia badania stanowi załącznik do niniejszego raportu.

2.1 CSR W SERWISIE WWW

Strona internetowa to główny kanał komunikacyjny, na którym powinny znaleźć się informacje o zrównoważonym rozwoju firmy. To pierwsze i naturalne źródło, do którego zaglądną interesariusze w poszukiwaniu ważnych dla nich treści. Zapewnia też największy zasięg i pozwala ocenić, na ile jakieś zagadnienie jest istotne dla danej spółki.

Wskaźnik ten wypadł jako jeden z najlepszych w naszym badaniu. Warto podkreślić, że według przyjętej przez nas metodologii, jego spełnienie było bardzo proste – wystarczyła informacja na www o jakiegokolwiek społecznym lub środowiskowym zaangażowaniu korporacji, stąd tak wysoki wynik.

Aż 65,6 proc. wyróżnia na swojej witrynie temat związany z CSR. Tylko 34,4 proc. zupełnie ignoruje ten temat. Najlepiej wypadają branże finansowa oraz media, komunikacja, IT, gdzie 100 proc. badanych przedsiębiorstw zadeklarowało zainteresowanie zrównoważonym rozwojem. Dobrze wyglądają również surowce, paliwa, energetyka (92,3 proc.), służba zdrowia i farmacja (90 proc.), przemysł drzewny i papierniczy (80 proc.) oraz przemysł chemiczny (72,7 proc.)

Najlepsze wyniki odnotowały usługi komunalne (40 proc.) oraz specjalne strefy ekonomiczne. W przypadku tych ostatnich to zaledwie 21,4 proc.

Niektóre spółki poświęcają temu zagadnieniu odrębny dział w serwisie (podstrona, zakładka), inne z kolei tylko sygnalizują taki wymiar swojej działalności.

Zakładki poświęcone odpowiedzialności społecznej mają przeróżne nazwy. Czasem po prostu właśnie „Odpowiedzialność społeczna”, „CSR”, czy „Zrównoważony rozwój”, ale również „Nasza misja”, „Nasza wizja”, „Polityka jakości”, „Ochrona środowiska”, „Działania społeczne”, „Kodeks etyczny”, „Sponsoring”, a nawet „Zrównoważona mobilność”. Przykłady można by mnożyć. Odbiorca intuicyjnie domyśla się, gdzie ma szukać interesujących go danych, jednak zastosowanie ujednoliconego określenia z pewnością znacznie by to ułatwiło.

Mogłoby się zdawać, że to drugorzędna kwestia dla badania. Wręcz przeciwnie.

Ta tendencja doskonale pokazuje, jak wiele definicji społecznej odpowiedzialności tworzą przedsiębior-

stwa na własny użytek. Wybierając takie, a nie inne określenie od razu wskazują, na jakim zagadnieniu koncentruje się ich uwaga.

W dużej mierze spółki starają się utrwać w świadomości odbiorców pogląd, że CSR to przede wszystkim działania sponsorskie. W ten sposób włączają temat w obszar PR, pozostałe zagadnienia ważne, a nawet kluczowe z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności przemycając w innych zakładach. Narzucają w ten sposób swój punkt widzenia w dyskursie o standardach zrównoważonego rozwoju.

Odnalezienie wszystkich informacji o społecznym zaangażowaniu firmy wymaga ogromnej cierpliwości. Przykładem może być grupa CCC SA. W dziale określonym wprost jako CSR eksponuje informację o promowaniu zawodowych grup sportowych, m.in. drużyny kolarskiej. Krótką wzmiankę o propagowaniu zrównoważonego rozwoju gospodarczego i uwzględnianiu aspektów ochrony środowiska naturalnego przy realizacji inwestycji znajdziemy w zakładce „Misja/Strategia”. Z kolei pod hasłem „CCC jako pracodawca” przeczytamy: „Zatrudniamy ponad 6000 pracowników w Polsce, Czechach i na Słowacji na podstawie umowy o pracę”¹.

Korporacjom zarzucić można także, że publikowane informacje najczęściej są mało kon-

kretnie, ubogie w jasne deklaracje i pozbawione twardych, weryfikowalnych danych. W wielu przypadkach musimy im wierzyć na słowo, że jakies działania są prowadzone, nie mogąc ich sprawdzić. Zdarzają się też ogólnikowe stwierdzenia w stylu „za- leży nam na ochronie środowiska”, które nie są w żaden sposób doprecyzowane.

Część przedsiębiorstw podejmuje działania pozor- ne. Mają na swoich stronach zakładki dotyczące odpowiedzialnego biznesu, jednak są one opu- blikowane w jęz. angielskim. Tak robi, m.in. Hilton Worldwide, który na polskiej stronie ma bardzo rozbudowany dział „Odpowiedzialność społeczna” („Odpowiedzialność społeczna”, „Tworzenie możli- wości”, „Umacnianie społeczności”, „Celebrowanie kultur”, „Zrównoważone warunki życia”, „Partnerstwa”)². Odbiorca w pierwszym momencie ma wrażenie, że korporacja prowadzi komplekso- wą politykę w tym zakresie. Jednak nadzieja szybko pryska. Obojętnie, w którym z podanych tematów klikniemy, zostajemy przeniesieni na anglojęzyczną witrynę. Jest to lekceważące podejście do interesar- riuszy w Polsce.

Niektóre firmy idą jeszcze dalej, tzn. w ogóle nie udostępniają polskich wersji językowych swoich stron, np. Amazon, który rozpoczynając działalność w Polsce, nie widział konieczności publikowania żadnej informacji o tym w naszym ojczystym języku.

1 <http://firma.ccc.eu/pl/3,relacje-inwestorskie.html>, dostęp: 16.10.2015.

2 <http://pl.hiltonworldwide.com/>, dostęp: 16.10.2015.

CSR – listek figowy dla korporacji?

Aleksandra Antonowicz-Cyglicka

Kierowniczka programu „Akcja dla globalnego południa” w Polskiej Zielonej Sieci, koordynatorka współpracy PZS w zakresie wpływu międzynarodowych in- stytucji finansowych wspierających sektor prywatny



Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), miała w założeniu uwrażliwić biznes na nowe cele działalności poza tym podstawowym, jakim jest generowanie zysku. **Trudno oprzeć się wrażeniu, że CSR stał się doskonałym listkiem figowym dla sektora prywatnego.** Ludzka, ekologiczna i zrównoważona CSR-owa twarz biznesu ma swój rewers – główną działalność, w której dąży się do maksymalizacji zysków, nie dbając o koszty społeczne czy środowisko- we, płacenie podatków czy przejrzystość. To drugie oblicze jest raczej ukrywane, traktowane jako prywatna działalność, a więc i prywatna sprawa.

Tymczasem to właśnie ten obszar z racji dominacji ponadnarodowych korporacji operujących w wielu odległych zakąt- kach świata ma bardzo duży wpływ na to, jak wygląda rzeczywistość. Nowy paradygmat włączania sektora prywatnego w rozwój globalny dodaje do tego duże publiczne środki konsumowane przez biznes w postaci pożyczek lub gwarancji od banków rozwoju. Pożyczki Europejskiego Banku Inwestycyjnego, Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju, a także

azjatyckich, afrykańskich czy też krajowych banków rozwojowych (takich jak np. polski BGK) są atrakcyjnym sposobem budowania ponadnarodowych potęg. Innym rozwiązaniem są partnerstwa publiczno-prywatne. Monitoring subsydiowanych inwestycji pokazuje jednak, że publiczne pieniądze nie są gwarancją pozytywnych rezultatów.

I to już nie jest prywatna sprawa kilku procent najbogatszych. To kwestia determinacji i skuteczności ludzi, których warunki do życia pogarszają się przez działalność dużych korporacji. To obowiązek rządów krajów, w których funkcjonują te firmy i krajów, które wspierają je pieniędzmi podatników. Wreszcie jest to kwestia odpowiedzialności nas wszystkich – konsumentów.

Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka czy Wytyczne OECD dla Przedsiębiorstw wielonarodowych dotyczące prowadzenia biznesu w sposób społecznie odpowiedzialny to standardy obecnie nie do wyegzekwowania. Jednostkowe próby tworzenia prawa obligującego sektor prywatny do przejrzystego funkcjonowania (amerykański Dodd-Frank Act, Dyrektywa Rachunkowa UE, czy Rozporządzenie Komisji Europejskiej ws. samo-certyfikacji i ujawniania informacji nt. łańcucha dostaw „krwawych minerałów”) są zbyt mało zdecydowanym krokiem w kierunku przywrócenia równowagi sił pomiędzy biznesem a większością świata³.

Stajemy się świadkami sytuacji, w której korporacje projektują świat za publiczne pieniądze bez kontroli i wiążących prawnie standardów działania. W zamian oferują światu CSR. Problem z CSR jest taki, że nie promuje on biznesu nieszkodzącego ludziom i środowisku, a tylko odwraca uwagę od niewygodnych aspektów jego działalności.

Za sprawą promocji w mediach, każdy z nas słyszał o filantropijnej działalności Kulczyk Foundation kierowanej przez Dominikę Kulczyk, jednocześnie będącą osobą odpowiedzialną za *corporate responsibility policies, social activities and international relations* w Kulczyk Investments. Kto jednak słyszał o problemach mieszkańców południa Tunezji z działalnością spółki wydobywczej Winstar Tunisia B.V. zależnej od Serinus Energy Inc. będącej w portfolio Kulczyk Investments z siedzibą w raju podatkowym – Luksemburgu? Serinus Energy Inc., z pomocą pożyczki udzielonej w 2013 r. przez Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju, inwestuje w poszukiwania i wydobycie złóż ropy i gazu na południu Tunezji. Miejscowe i europejskie organizacje pozarządowe wskazują, że agresywny przemysł wydobywczy w zamkniętej zmilitaryzowanej strefie, jaką jest południe tego kraju, nie przynosi korzyści ekonomicznych lokalnej społeczności, wręcz blokuje potencjalny zrównoważony rozwój tych terenów, pogłębia istniejące niedobory wody (przemysł wydobywczy potrzebuje ogromnych jej ilości) i może prowadzić do grabieży zasobów. Dodatkowo, z racji działalności w zamkniętej strefie zmilitaryzowanej, brak jakiegokolwiek publicznej kontroli nad tym, co dzieje się na koncesjach należących do Winstar.

O tym jednak trudno usłyszeć, bo to właśnie jest to owa prywatna działalność, prywatna sprawa. I dlatego CSR musi zniknąć, aby biznes zaczął mieć jedną i bardziej możliwą do publicznej kontroli twarz.

3 Więcej na temat wsparcia publicznego dla sektora prywatnego operującego w krajach Południa: <http://globalnepoludnie.pl/Broszura-Sektor-prywatny>.

2.2 OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA CSR

Jednym z filarów społecznie odpowiedzialnego biznesu jest prowadzenie dialogu z interesariuszami. Ważne, aby ci w razie wątpliwości czy chęci uzyskania dodatkowych informacji, mieli możliwość bezpośredniego kontaktu z firmą, taki nie powinien ograniczać się jedynie do kwestii związanych ze sprzedażą czy obsługą posprzedażową. Udostępnienie takiej opcji potwierdza również, że kwestia zrównoważonego rozwoju jest traktowana przez korporację poważnie.

Najprostszym i najbardziej logicznym rozwiązaniem jest podanie bezpośredniego numeru telefonu lub adresu mailowego do konkretnego pracownika zajmującego się CSR. Komunikacja pisemna ma bardziej zobowiązujący charakter i zmusza adresata do reakcji. Ważne też, aby dane były spersonalizowane. Zupełnie inaczej przygotowuje się wiadomość do zdefiniowanej osoby niż do bliżej nieokreślonego odbiorcy.

Niestety, wyniki dla tego wskaźnika są słabe. Obecny model komunikacji odbywa się z reguły na zasadach określonych przez same przedsiębiorstwa. W większości przypadków mamy do czynienia z ich monologiem w postaci zamieszczania na stronach internetowych, w portalach społecznościowych i w mediach autorskich komunikatów. Ogranicza to dostęp obywateli do istotnych kwestii z obszaru odpowiedzialnego biznesu, kosztem deklaracji sponsorskich i działań marketingowych.

Bezpośredni kontakt CSR wskazuje zaledwie 22,4 proc. firm. Niektóre z nich (np. Enea⁴) mimo że mają rozbudowaną strategię dotyczącą zrównoważonego rozwoju, publikują jedynie adres e-mailowy

do działu CSR bez podania jego składu osobowego.

Najlepiej wypadają spółki z branży finansowej, w której e-mail do osób odpowiadających za społeczną odpowiedzialność upublicznia 64,7 proc. firm. Podobnie postępuje 53,8 proc. przedsiębiorstw z sektora surowce, paliwa, energetyka, i 50 proc. ze służby zdrowia i farmacji. **To kolejny wskaźnik, w którym specjalne strefy ekonomiczne i usługi komunalne mają najgorszy wynik. Tym razem jest to równy kolejno 7,1 proc. i 0 proc.**

Częściej na stronach można odnaleźć dane rzeczników prasowych lub specjalistów od PR (public relations). Można domniemywać, że bywają oni odpowiedzialni również za sponsoring, ale już nie jest jasne czy za całe obszerne zagadnienie, jakim jest CSR.

Czasem korporacje przekonują, że kontakt do ich fundacji jest równoznaczny ze wskazaniem kontaktu do działu CSR. W przypadku jednak, gdy firmowa organizacja zajmuje się, np. zbieraniem funduszy na dzieci, raczej ciężko stwierdzić czy bez problemu udzieli rzetelnej informacji o zapobieganiu korupcji czy przestrzeganiu praw człowieka w łańcuchu dostaw.

Utrudnianie zdobycia informacji czy możliwości zadania pytania jest szczególnie nieuczciwym podejściem w czasach, kiedy przedsiębiorstwa nie mają najmniejszych oporów, aby ingerować w naszą prywatność. **Każdego dnia atakują nas setkami reklam, spamują nasze skrzynki mailowe, zdobywają numery naszych komórek i wydzwanają o dowolnie wybranej porze. Kiedy jednak oczekujemy rewanżu, okazuje się, że dotarcie do nich jest ogromnym wyzwaniem.**

4 <https://www.enea.pl/pl/grupaenea/odpowiedzialny-biznes/kontakt>, dostęp: 19.10.2015.

Informacje po polsku – poprzeczka nie do przeskoczenia?

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Korporacje w zależności od własnych potrzeb określają ramy otwartej komunikacji z otoczeniem biznesowym i społecznym. Kluczowym z naszego punktu widzenia źródłem wiedzy o działaniach przedsiębiorstwa jest polskojęzyczny serwis internetowy. Przykładem może być Amazon, potentat handlu elektronicznego. Chociaż stworzył trzy potężne centra logistyczne, nie tylko nie posiada polskiego portalu (wyłącznie niezależny fanpage i stronę poświęconą rekrutacji www.amazon-operations.pl), ale też nie udostępnia do siebie żadnego kontaktu. W Internecie można jedynie znaleźć adresy placówek. Dostęp do firmy był dotychczas możliwy jedynie za pośrednictwem agencji prac tymczasowych, które na zasadach outsourcing'u zrekrutowały kilka tysięcy pracowników (szacunkowe dane mówią nawet o 9 tys. osób⁵). Po wykonaniu kilku telefonów okazało się, że żadna z przedstawicielek agencji nie posiada bezpośredniego numeru ani adresu e-mailowego do dolnośląskiego lub wielkopolskiego oddziału. Infolinia dedykowana koncernowi została zamknięta.

Coraz częściej polityki przedsiębiorstw rozpraszają odpowiedzialność. Łańcuch pośredników to ludzie, którzy nie stanowią części firmy, nie mogą więc bezpośrednio jej reprezentować czy wypowiadać się w jej imieniu. Brak kontaktu z lokalnym przedstawicielstwem spółki, zmusza z kolei do korzystania z zagranicznych wersji serwisów (głównie anglojęzycznych), które mogą być niezrozumiałe dla istotnej części odbiorców.

Inną równie częstą praktyką międzynarodowych koncernów jest udostępnianie treści w zakresie CSR wyłącznie w języku angielskim (m.in. Hilton Worldwide) oraz publikowanie raportów społecznych bez polskiego przekładu (np. Samsung). Znacząco ogranicza to dostęp do kluczowych informacji w zakresie oddziaływania biznesu na środowisko lokalne i społeczne, uniemożliwiając konsumentom dokonywanie świadomych wyborów w oparciu o weryfikowalne dane. Choć w Polsce obserwujemy stopniowy wzrost zainteresowania produktami i usługami zrównoważonymi, firmy wciąż zbyt rzadko informują o tych aspektach swojej działalności.

Wewnętrzna polityka prywatności przedsiębiorstw coraz częściej ogranicza bezpośredni kontakt z nimi. Oznacza to, że firmy pomimo deklarowanej otwartości, nie prowadzą dialogu społecznego z interesariuszami. Rzadko tworzą infolinie dla klientów, częściej udostępniając ogólny, zdepersonalizowany kontakt do pracowników, którzy nie mogą dysponować specjalistyczną wiedzą dotyczącą działań korporacji.

Spółki wciąż traktują odpowiedzialność i zrównoważony rozwój jako element składowy wizerunku, dlatego informują o działaniach z zakresu szeroko pojętej dobroczynności za pośrednictwem specjalistów od PR i rzeczników prasowych. Część korporacji nie udostępnia do siebie nawet adresu e-mailowego, co w dobie powszechnej cyfryzacji wydaje się niezrozumiałe.

Coraz popularniejszym kanałem komunikacji stają się formularze kontaktowe, które pozbawiają nadawcę wpływu na wybór odbiorcy. Ciekawe, że korporacje utrudniają inicjowanie kontaktu przez klienta, same inicjując go poprzez wszelkiego typu reklamy, których liczba stale rośnie. Jednocześnie coraz więcej z nich stosuje agresywną politykę marketingową.

Strategie komunikacyjne firm wciąż zbyt rzadko dostosowane są do potrzeb interesariuszy, których biznes nie identyfikuje. **Ta sytuacja ilustruje coraz powszechniejszy problem asymetrii w dostępie do informacji.** Kontakt z korporacjami odbywa się z reguły na zasadach określonych przez nie same. Firmy z kolei informują przede wszystkim o wygodnych z PR-owego punktu widzenia kwestiach, które nie uwzględniają realnego wpływu, jaki wywierają na otoczenie społeczne i środowisko.

5 <http://www.regiopraca.pl/portal/rynek-pracy/miejsca-pracy/amazon-poszukuje-pracownikow-w-polsce-oferty-pracy-poznan-wroclaw>, dostęp: 10.10.2015

2.3 POLITYKA CSR

Ocenę pozytywną otrzymywały od nas firmy, które zamieszczają na swoich stronach deklarację dotyczącą realizowanej polityki CSR, tzn. oświadczyły zainteresowanie kwestiami społecznej odpowiedzialności biznesu, kwestiami społecznymi i środowiskowymi. Jednak musiały w tych zapewnieniach wyjść poza sponsoring i filantropię.

45,3 proc. na 227 badanych korporacji spełniło nasze wymagania. Kryterium spełnia najwięcej przedsiębiorstw z obszaru surowce, paliwa, energetyka (92,3 proc.). Grupa Lotos deklaruje odpowiedzialność „za produkt, wobec pracowników, w biznesie, w Grupie Kapitałowej”⁶. Każdą z tych dziedzin dokładnie opisuje oraz informuje, jakie działania podejmuje wobec konkretnych grup interesariuszy. Dodatkowo przytacza też „Słownik terminów społecznych”, gdzie znajdziemy wyjaśnienie takich haseł jak kapitał ludzki, organizacja pozarządowa, a także

rozdzielenie podobnych pojęć jak sponsoring, zrównoważony rozwój, społeczna odpowiedzialność biznesu i społeczne zaangażowanie biznesu.

Podobnie jak w większości innych kryteriów najgorzej wyglądają na tym tle moda i tekstylia (20 proc.), HoReCa, sprzętanie, ochrona i agencje pracy (19 proc.) specjalne strefy ekonomiczne (0 proc.). Nie najlepiej wypadła również branża AGD/RTV, która uzyskała 33,3 proc. Plus przyznaliśmy jedynie firmom LG Electronics, Samsung Electronics Polska SP z o.o. Manta SA oraz Sharp Electronics (Europe) GMBH Spółka z o. o.

W wielu przypadkach przekaz związany z polityką CSR jest lakoniczny. Zdarzały się przypadki deklarowania przez firmy działalności w zgodzie ze społeczną odpowiedzialnością biznesu czy ekologią, za którymi nie szła publikacja żadnych szczegółowych informacji.

6 <http://odpowiedzialny.lotos.pl/>, dostęp 16.10.2015.



Odkrywkowa kopalnia węgla brunatnego w dolnośląskim Turowie, należąca do koncernu PGE. Jego niedawna kampania reklamowa odbywała się pod hasłem „Robimy prąd, góry, jeziora i lasy”.

Odpowiedzialność społeczna w praktyce polskiego biznesu

Włodzimierz Biel, Country Operations Manager
Dominika Zielińska, Quality Manager & Business Analytics. Obydwoje reprezentują DNV GL Business Assurance Poland Sp. z o.o.



Zmiana świadomości „rynku” i dostosowanie do nowych warunków otoczenia jest zawsze procesem długotrwałym, szczególnie wtedy gdy spełnienie standardów nie jest wymagane wprost przez przepisy prawne lub precyzyjne wskazania klientów, a tak póki co ma się sprawa z zagadnieniami CSR. Jednocześnie w regulacjach Unii Europejskiej coraz mocniej zaznaczane są wymagania zrównoważonego rozwoju, choćby poprzez wynikający z zapisów Dyrektywy 2014/95/UE, wymóg raportowania pozafinansowego dla tzw. jednostek zainteresowania publicznego. Raportowanie stanie się więc dla ok. 6000 firm w Europie, a dla kilkuset firm w Polsce nie tylko dobrą praktyką – jak obecnie – ale także wymogiem prawnym. Podobnie w otoczeniu lokalnym obserwuje się promocję CSR poprzez umieszczanie wytycznych zrównoważonego rozwoju w zakresie zamówień publicznych, co z czasem może stać się wymogiem formalnym na zasadach „business as usual”. W miarę rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce i wzrostu transparentności funkcjonowania przedsiębiorstw, należy się spodziewać coraz większego oczekiwania ze strony społeczeństwa, jak również uczestników rynku, do realizacji celów biznesowych z poszanowaniem interesów innych interesariuszy na zasadach „shared value”. Stąd głęboko wierzymy, że znaczenie kwestii CSR stanie się w ciągu kilku kolejnych lat obszarem „core biznesu” i będzie zakorzenione we wszystkich działaniach firm, począwszy od kwestii strategicznych, poprzez komunikację i raportowanie, kończąc na codziennym prowadzeniu działań operacyjnych z uwzględnieniem oczekiwań interesariuszy.

Wpieramy Klientów, by osiągnęli coraz lepsze rezultaty biznesowe przy jednoczesnym respektowaniu wartości środowiska naturalnego, zwiększaniu bezpieczeństwa ludzi i poszanowaniu wartości społecznych. Angażujemy się w propagowanie idei CSR poprzez udział w organizacjach takich jak: United Nations Global Compact, WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), Red Cross, World Wildlife Fund, Sustainia i innych.

W Polsce od ponad 10 lat promujemy ten temat wśród przedsiębiorców, m.in. poprzez szkolenia CSR, promocję rozwoju standardów ISO. Poszczególne normy ISO odnoszą się właśnie do oczekiwań wybranych, najważniejszych grup interesariuszy firmy: ISO 9001 / ISO 27001 do Klientów i Konsumentów, ISO 14001 do środowiska, OHSAS 18001 do pracowników, ISO 22000 do Konsumentów. Wiedząc jak ważny jest element podnoszenia świadomości, jako DNV braliśmy czynny udział w pracach nad wydaniem pierwszej, kompleksowo traktujące o zrównoważonym rozwoju, normy ISO 26000. Norma ta, pomimo, że nie jest standardem wg którego można przeprowadzić certyfikację, a stanowi zbiór dobrych praktyk jak wdrożyć w organizacji zasady społecznej odpowiedzialności, jest doskonałym przewodnikiem dla świadomych przedstawicieli biznesu, którzy chcą zwiększyć swoją konkurencyjność w zmieniającym się otoczeniu. Na zlecenie Ministerstwa Gospodarki wspólnie z CentrumCSR.PL opracowaliśmy także podręcznik dotyczący zrównoważonego biznesu.

Zauważamy, że nasi klienci stają coraz częściej przed wyzwaniem z zakresu celów i ryzyk ESG (environmental, social, governance) wypełniających ideę CSR. Podczas realizacji audytów systemów zarządzania wg unikalnej dla DNV metodologii Risk Based Certification zwracamy razem z naszymi Klientami uwagę na coraz więcej zagadnień z obszarów z pogranicza oddziaływań finansowych i pozafinansowych, które mają znaczenie dla efektywności realizowanych procesów biznesowych i podejmowanych przez firmy decyzji dotyczących rozwoju.

Tempo systemowego zaangażowania się przedsiębiorstw w tematykę zrównoważonego rozwoju zależy od wielu czynników m.in: presji otoczenia prawnego i społecznego, standardów branżowych w coraz bardziej globalnym charakterze otoczenia biznesowego, świadomości przyszłych trendów oraz podjętej decyzji co do pozycji konkurencyjnej (to firma decyduje czy chce pełnić rolę lidera czy naśladowcy). Widzimy również, że coraz większa liczba przedsiębiorstw z obszaru MSP, rozumiejąc potrzebę uwzględnienia zagadnień CSR, z uwagi na wymagania i zapytania pochodzące z globalnych łańcuchów dostaw, dostosowuje swoją działalność do spełniania wyższych standardów środowiskowych i społecznych, co widzimy poprzez wzrost certyfikacji ISO 14001 i OHSAS 18001 / PN-N-18001. Coraz częściej korporacje globalne, jak i polskie koncerny, dokonują oceny dostawców uwzględniającej kwestie ESG. Na dziś, za wyjątkiem kilku branż (energetyczna, budowlana), nie są to jeszcze parametry krytyczne, a jedynie pozwalające na uplasowanie się dostawcy wyżej w rankingu. Należy natomiast spodziewać się, że z czasem niektóre zagadnienia CSR będą traktowane jako „ticket to trade”, podobnie jak posiadanie certyfikatu normy ISO 9001 w momencie przystąpienia Polski do Unii Europejskiej.

2.4 KODEKS ETYCZNY

Kodeks etyczny to najprościej ujmując zbiór norm postępowania akceptowanych i wymaganych przez daną korporację. Pozwala w transparentny sposób określić najważniejsze dla niej wartości oraz zasady, jakimi kieruje się w podejmowaniu decyzji – zarówno biznesowych (dotyczących np. wyboru kontrahentów), jak i społecznych. Bardzo często zawiera prawa oraz obowiązki pracowników, dzięki czemu osoba zatrudniająca się w danej firmie otrzymuje komunikat, jakie zachowania są w niej dopuszczalne (choćby prawo do zrzeszania się, do godnej płacy), a jakie uznawane za naganne, np. dyskryminacja ze względu na płeć czy dopuszczanie się korupcji. Zawiera nie tylko standardy obowiązujące wewnątrz korporacji, ale również te dotyczące współpracy i relacji z interesariuszami.

Z punktu widzenia metodologii badania, publikacja podobnego dokumentu była ważnym aspektem, ponieważ dzięki temu spółki dostawały pozytywne oceny w wielu innych wskaźnikach, np. tych dotyczących ekologii, łańcucha dostaw, praw człowieka.

Polskie przedsiębiorstwa zdają się nie dostrzegać sensu tworzenia podobnych dokumentów. **Ma je zaledwie 32,1 proc. spółek.** Najlepiej wypadają te z sektora finansowego (82,3 proc.). W tym sektorze kodeksu nie mają jedynie Grupa Aviva, GK PKO BP SA oraz mBANK SA.

Spółki z branży surowce, paliwa i energetyka uzyskały wynik 69,2 proc. Bardzo słabo wypadają na tym tle firmy spożywcze, gdzie takim opracowaniem może wylegitymować się zaledwie 1 z 15 sprawdzonych przez nas przedsiębiorstw (6,6 proc.), analogicznie jak w przypadku branży modowej (10 proc.). **Po raz kolejny najgorsze rezultaty uzyskały specjalne strefy ekonomiczne, czyli 0 proc.**

Podobnie jak w przypadku innych wskaźników nie uwzględnialiśmy dokumentów w językach obcych, które w naszej ocenie są bezużyteczne z punktu widzenia polskiego odbiorcy.

Niektóre z firm wykorzystują fakt posiadania kodeksu do działań wizerunkowych. Tak robi np. Provident Polska SA, który był wielokrotnie krytykowany, m.in. za pobieranie opłat za tzw. obsługę domową.

O ile firmy zamieszczają na stronach kodeksy, praktycznie nie publikując informacji, jak one powstały. Czy odbywało się to na drodze konsultacji z pracow-

nikami lub ekspertami? Czy są wynikiem suwerennych decyzji zarządu? A może efektem współpracy z firmą doradczą czy zajmującą się PR?

Bardzo niewiele spółek podaje również kontakt do pracowników zajmujących się etyką, do których można zgłosić nieprawidłowości. Jednym z nielicznych przykładów jest Bogdanka, na której stronie można odnaleźć imię i nazwisko oraz adres mailowy rzecznika. – „W celu ułatwienia komunikacji z Rzecznikiem ds. etyki uruchomiony zostaje podany kanał komunikacji bezpośredniej poprzez stronę internetową spółki oraz dodatkowo skrzynki do korespondencji zlokalizowane na cechowniach Pól Bogdanka, Nadrybie i Stefanów. Komunikacja ma służyć przekazywaniu informacji w zakresie pojawiających się naruszeń Kodeksu, zaistnienia zjawisk istotnych z punktu widzenia etyki, a nie ujętych w kodeksie oraz sugestii co do usprawnienia procedur obowiązujących w spółce. Sugestie i zgłoszenia przekazywane Rzecznikowi ds. etyki mają charakter poufny”⁷ – deklaruje przedsiębiorstwo.

Inną strategię przyjęła Grupa Lotos SA, która nie udostępniła telefonu oraz adresu poczty, ale zbiera informacje o naruszeniach za pomocą szczegółowego formularza kontaktowego. Obowiązkowo należy wpisać tam imię i nazwisko osoby dopuszczającej się nieprawidłowości. Można też określić jej stanowisko, datę i miejsce, kiedy doszło do zdarzenia, jego opis. Istnieje opcja dołączenia dowodów w postaci plików oraz wpisania danych osób, które mogły być świadkiem. Anonimowość można zachować do czasu trwania wewnętrznego postępowania wyjaśniającego. Jeśli jednak firma uzna, że należy nadać sprawie dalszy tok oficjalny, zastrzega, iż ta zasada przestaje obowiązywać. Mimo, iż rozumiemy motywacje korporacji, obawiamy się, że ten zapis może działać zniechęcająco na zgłaszających.

„– Grupa LOTOS S.A. zastrzega sobie możliwość skontaktowania się w celu weryfikacji zgłoszenia i uzyskania dodatkowych informacji oraz, w razie zaistnienia potrzeby zawiadomienia właściwych organów państwowych, przekazania danych zgłaszającego tym organom”⁸ – wyjaśnia spółka.

7 http://www.lw.com.pl/pl,2,s343,kodeks_etyki.html, pobrane 16.10.2015

8 http://odpowiedzialny.lotos.pl/1073/nasza_odpowiedzialnosc/w_biznesie/kodeks_etyki, pobrane 16.10.2015

Ciemna strona świata finansów

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Chociaż instytucje finansowe wypadają najlepiej w naszym rankingu, w ich przypadku zdarza się, iż deklaracje rozmiągają się z rzeczywistością. To branża szczególnie wrażliwa, obracająca wielkimi kwotami, której konsekwencje działalności wpływają na wiele dziedzin życia. I to właśnie chęć dalszego zysku sprawia, że mówienie o etyce bywa zasłoną dymną dla nieetycznego działania. Korporacje z tego sektora udzielają kredytów na kontrowersyjne inwestycje, m.in. związane z produkcją broni, hazardem, eksperymentami genetycznymi czy niszczeniem środowiska. Grupa Allianz, jeden z największych ubezpieczycieli na świecie, mający swoje przedstawicielstwo w Polsce, jest członkiem inicjatywy Global Compact ONZ. Tym samym deklaruje przestrzeganie praw człowieka, standardów prawa pracy oraz poszanowanie środowiska naturalnego. Mimo to, jak ustaliły organizacje tworzące kampanię „Facing Finance”⁹, jest zaangażowana w dotowanie firm łamiących wszystkie te standardy. Dotuje, m.in. koncern wydobywczy Rio Tinto. Ludzie mieszkający w pobliżu kopalni „Roessing” w Namibii, w której miał 69 proc. udziałów, ciężko chorowali z powodu kontaktu z radioaktywnymi odpadami i wdychaniem szkodliwych gazów

Grupa Allianz prowadzi inwestycje poprzez swoją spółkę zależną: Allianz Global Investors (AGI). Europejski oddział AGI stosuje politykę dotyczącą kontrowersyjnego uzbrojenia, zgodnie z którą „fundusze inwestycyjne Allianz Global Investors Europe nie inwestują w spółki wytwarzające amunicję kasetową i miny przeciwpiechotne”. Polityka ta odnosi się jednak wyłącznie do funduszy zarządzanych przez AGI Europe. Spółki zależne Allianz posiadały udziały takich firm jak Textron, który jest oskarżany, m.in. o produkcję amunicji kasetowej zakazanej przez międzynarodowe prawo ze względu na rozsiewanie swojej zawartości na dużym obszarze, a tym samym szkodliwe działanie na rzecz ludności cywilnej. Ponadto Allianz posiada akcje producentów broni nuklearnej – np. EADS i Lockheed Martin.

Większość z nich nie wdrożyło też polityk dotyczących inwestycji w inne kontrowersyjne branże (tytoń, pornografia itp.). Kolejna ważna spółka-córka Allianz – Pimco – podpisała Wytyczne ONZ dot. odpowiedzialnego inwestowania (UN Principles of Responsible Investment), ponieważ zgodnie ze słowami przedstawicieli firmy – „kwestie ESG mogą odbić się na wynikach portfolio inwestycyjnego (...), wzięcie ich pod uwagę może zmniejszyć ryzyko negatywnej niespodzianki i zwiększyć długoterminową jakość portfolio inwestycyjnego”. Pomimo to, Pimco zarządza aktywami wielu kontrowersyjnych firm m.in. Anadarko, Anglo American, Barrick Gold, BHP Billiton, Coca-Cola, Rio Tinto, Royal Dutch Shell, Vale i Vedanta.

⁹ Tadeusz Joniewicz, Grzegorz Piskalski, *Bрудny zysk. Jak korporacje, banki, fundusze inwestycyjne czerpią zyski z łamania praw człowieka*, Fundacja CentrumCSR.PL, październik 2013, s.33-34.



Domagający się interwencji ze strony państwa „Frankowicze” są dowodem na to, że nawet najbardziej szczytne deklaracje dotyczące społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw czy całych branż wymagają ciągłej kontroli.

2.5 RAPORT SPOŁECZNY

Podobne opracowania to wciąż raczej rzadkość niż norma. Nie da się ukryć, że ich przygotowanie jest czasochłonne – wymaga bowiem zebrania wielu szczegółowych informacji. Warto jednak podjąć ten trud, ponieważ jest to forma, która pozwala kompleksowo przedstawić funkcjonowanie firmy oraz działania podejmowane w ramach zrównoważonego rozwoju.

Raport społeczny w ciągu ostatnich dwóch lat wydało tylko 15,4 proc. firm. W ostatnich latach w Polsce odnotowuje się w tym zakresie trend wzrostowy, choć wynik ten nadal jest bardzo daleki od zadawalającego, szczególnie w kontekście obowiązkowego raportowania społecznego, które obejmuje część polskich firm. Przedsiębiorstwa nie odnoszą się na swoich stronach do cykli raportowania (opracowania pojawiają się głównie wtedy kiedy można się czymś „pochwalić”).

Spośród wszystkich firm, które wydały sprawozdania w ciągu ostatnich dwóch lat najwięcej, bo aż 11, pochodziło z branży surowce, paliwa, energetyka. Przygotowało je aż 84,6 proc. przedsiębiorstw z tego sektora. 7 opracowań przygotowały spółki finansowe, a 3 z działu media, komunikacja, IT.

Warto podkreślić, że łącznie wszystkich publikacji było średnio około 30. Najgorzej wypadły (0 proc.) specjalne strefy ekonomiczne, usługi komunalne, RTV/AGD, a także moda. W tym ostatnim przypadku szczególnie zastanawiające jest, iż nikt nie pokusił się o stworzenie takiego dokumentu. Tym bardziej, że w ostatnich latach była to branża szczególnie narażona na krytykę, chociażby ze względu na skandaliczne warunki panujące w fabrykach, gdzie produkowana jest odzież. Głośno

było o katastrofie Rana Plaza, w której zginęło ponad 1100 osób. Raport byłby okazją, aby przedsiębiorstwa mogły w klarowny sposób pokazać czy i w jaki sposób chcą w przyszłości zapobiegać podobnym sytuacjom.

Większość spośród sporządzonych sprawozdań opiera się na ustandaryzowanych, międzynarodowych wytycznych GRI (Global Reporting Initiative) na różnych poziomach zaawansowania. Uwzględniło je 94,2 proc. podmiotów, których dotyczy wskaźnik, m.in. Energa, Tauron, Budimex czy PKN Orlen.

Większość raportów poddawanych jest też weryfikacji zewnętrznej i opiera się na wytycznych GRI, choć nie wszystkie. Niektóre firmy wydają opracowania tylko w wersji cyfrowej, inne także w wersji audio. Zdarza się, że udostępniają również inne opcje, np. dzięki specjalnym aplikacjom na stronach można wygenerować raport dotyczący tylko tych obszarów działalności korporacji, które nas interesują, np. skupić się na prawach człowieka, a niekoniecznie na kwestiach środowiskowych.

Coraz więcej ze spółek decyduje się na wydanie raportu zintegrowanego czyli zawierającego informacje o społecznej odpowiedzialności oraz dane finansowe, np. Lotos, Krajowa Spółka Cukrowa.

Niektóre korporacje wydają raport jedynie w języku angielskim (np. Samsung). Takich wydawnictw nie uwzględniliśmy w naszym monitoringu. Traktowaliśmy je jakby nie istniały. Jest to – w naszej ocenie – działanie pozorne. Absurdalne jest założenie, że wszyscy polscy interesariusze czytają w języku angielskim.

Polski biznes niegotowy na raportowanie społeczne

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL:

29 września 2014 roku Rada Unii Europejskiej przyjęła dyrektywę ws. ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy. Ma to ułatwić dostęp interesariuszom, m.in. konsumentom, pracownikom, kontrahentom, inwestorom do ważnych dla nich danych. Od dawna zabiegano o to m.in. organizacje pozarządowe z wielu krajów, w tym nasza Fundacja oraz międzynarodowe sieci do których należymy (np. ECCJ). Wskazywaliśmy na konieczność prowadzenia przez firmy transparentnej polityki oraz ustandaryzowania raportów.

Do tej pory ujawnianie danych pozafinansowych było dobrowolne. Spółki mogły robić to w wybrany przez siebie sposób i w autonomicznie określonym zakresie. Niektóre stosowały Wytyczne GRI (Global Reporting Initiative) na różnych poziomach zaawansowania. Jednak z przeprowadzonego przez naszą fundację monitoringu wynika, że to wciąż rzadkość.

Część korporacji unikało określania swojego wpływu na ekologię czy kwestie zatrudnienia. Tymczasem zakres ich oddziaływania na środowisko naturalne i rynek pracy jest ogromny. Obejmuje zarówno lokalną gospodarkę, jak i globalny łańcuch dostaw.

Zmiana przepisów ma zmusić korporacje do zwiększenia jakości i ilości publikowanych materiałów. W sprawozdaniu o swojej działalności będą musiały zdać relacje z prowadzonej przez siebie polityki dotyczącej kwestii środowiskowych, społecznych i pracowniczych, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Będą musiały też opisać, na jakim etapie wdrażania są programy dotyczące poszczególnych tematów, ich dotychczasowe efekty oraz przewidzieć, jakie negatywne skutki może pociągać za sobą aktywność danej korporacji.

Wszystko to odbywać się ma według zasady „raportuj lub wyjaśnij”. Jeśli spółka nie ujawni oczekiwanych danych chociażby w jednym obszarze, będzie musiała podać powody swojej decyzji i dobrze ją uzasadnić. Początkowo przepisy miały dotyczyć znacznie większej grupy. Jednak po negocjacjach między Radą Europejską a Parlamentem Europejskim liczbę objętych nimi podmiotów ograniczono do 30 proc. z pierwotnie planowanej. W efekcie obowiązek zostanie nałożony na ok. 6 tys. firm w Europie. W Polsce może być to ok. 300 przedsiębiorstw. Raportować będą musiały tzw. jednostki zainteresowania publicznego, m.in. z sektora bankowego, ubezpieczeniowego czy takie, które ze względu na profil swojego funkcjonowania lub wielkość, mają duże znaczenie i w istotny sposób oddziałują na społeczeństwo. Wciąż jeszcze nie sprecyzowano, które podmioty wejdą do zestawienia. Wiadomo jednak, że Polska dążyła do zawężenia zakresu jednostek objętych wymogiem sprawozdawczości w ramach Dyrektywy 2014/95/UE. W krajach Europy zachodniej: Danii, Szwecji czy Wielkiej Brytanii wprowadzono już wytyczne dla spółek skarbu państwa w zakresie raportowania ESG. W Polsce dotychczasowe rozwiązania prawne nie zachęcały firm do kompleksowego spojrzenia na CSR, traktując je jako miękkie zobowiązanie.

Uważamy, że takie podejście jest oparte na błędnych założeniach i niepotrzebnych obawach. Transparentność i społeczna odpowiedzialność nie obniża konkurencyjności firm. Wręcz przeciwnie: może ją podnosić. Interesariusze mają bowiem poczucie, że są traktowani uczciwie. To może z kolei mieć znaczny wpływ na podejmowane przez nich decyzje zakupowe.

Przepisy wchodzi w życie z końcem 2016 roku. Jeszcze nie wiadomo, jaki będzie ostateczny kształt tych regulacji. Mimo pewnej zachowawczości urzędników liczymy, że ostateczny zakres jednostek objętych wymogiem sprawozdawczości będzie jak najszerzy.

2.6 GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)

Dobrowolne Wytyczne GRI (Global Reporting Initiative) oferują zestaw wskaźników, które pozwalają w uporządkowany sposób przygotować raport społeczny, uwzględniający większość kluczowych kwestii z zakresu społecznej odpowiedzialności. W sprawozdaniach poruszone zagadnienia są wymienione w zestawieniu pełniącym rolę swoistego spisu treści, dzięki czemu łatwo można odnaleźć interesujący nas temat. Jest to najbardziej upowszechniony i uznawany w całym świecie standard raportowania społecznego.

Kryteria są aktualizowane. Najnowsze GRI G4 z 2013 roku obligują korporacje do podawania konkretnych przykładów swoich działań w poszczególnych sferach, koncentrowanie się na kluczowych temat z obszaru zrównoważonego rozwoju oraz jak objawia się to na poziomie zarządzania. Kładą też większy nacisk na kwestie związane z łańcuchem dostaw, prawa człowieka oraz pracownicze, tym samym podkreślając ich wagę.

GRI na dowolnym poziomie zastosowania uwzględnia 94,2 proc. spośród 35 spółek, bo tylko tyle spo-

śród 227 przygotowuje raport społeczny (15,4 proc. ze wszystkich objętych badaniem). Nie wszystkie deklarują, z której wersji wskaźników korzystają (m.in. Netia). Na poziomie G4 opracowane zostały raporty m.in. Taurona, Banku Millennium, Budimexu, PKN Orlen i GK Azoty.

Pozostałe firmy, których okres raportowania przypadł na lata ubiegłe skorzystały z poziomu GRI G3, z oceną od C/C+ (np. Polpharma, Pelion), B/B+ (np. Orange) oraz A/A+ (Lotos).

Najlepiej w tym obszarze, biorąc pod uwagę liczbę raportów, wypada branża finansowa. Reprezentując ją podmioty uwzględniły GRI w 6 na 6 przypadków (100 proc.) oraz media, komunikacja, IT. Firmy z sektora surowce, paliwo energetyka przygotowały 11 interesujących nas sprawozdań, ale międzynarodowe kryteria zastosowało 81,8 proc. z nich, m.in. Enea i KGHM Polska Miedź SA. Z tej możliwości nie skorzystały GK Jastrzębskiej Spółki Węglowej SA oraz RWE Polska SA.

CSR w sektorze handlowym

POLSKA IZBA HANDLU

Działania społecznej odpowiedzialności biznesu są elementem funkcjonowania większych sieci handlowych w Polsce, wśród mniejszych przedsiębiorców nie jest to jeszcze popularne. Często większe firmy handlowe mają swoje fundacje, odrębne działy zajmujące się działaniami CSR na szeroką skalę, zdają sobie sprawę, że dzisiaj jest to niemal niezbędne, tworzy dobry wizerunek marki i przekłada się na wyniki finansowe. Mniejsze firmy zaczynają dopiero zauważać i doceniać efekty takich działań, skala może być dostosowana do możliwości, mogą być to przedsięwzięcia lokalne. Głównie jest to działalność charytatywna, z racji możliwości branży spożywczej firmy często dzielą się żywnością. Ważna była zmiana przepisów w 2013 roku, od pierwszego października tego roku można oddawać żywność organizacjom pożytku publicznego bez płacenia podatku VAT. Wśród działań CSR popularne jest także prowadzenie przedsiębiorstw ekologicznych, co tworzy dobry wizerunek wśród konsumentów. Mało firm raportuje swoją działalność pozafinansową, dlatego też wymogi dyrektywy UE mogą być nowością. Ważna jest kampania informująca o tych obowiązkach, jednak powinność przygotowywania raportów z działalności pozafinansowych ma dotyczyć tylko największych firm, więc nie powinno być problemu ze sporządzeniem tych dokumentów. Co ważne ujawnianie takich danych buduje wiarygodność firmy, więc nie musi być odczytywane jako obowiązek, a raczej jako szansa na stworzenie przejrzystego wizerunku marki.

2.7 CSR W RAPORCIE ROCZNYM

Wskaźnik ten dotyczył 77 przedsiębiorstw z grupy wszystkich firm, biorących udział w badaniu. Warunkiem było notowanie na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. 38 spółek z GPW (49,3 proc.) zamieszcza w raporcie rocznym jakiegokolwiek społeczne lub środowiskowe odniesienia do swojej działalności.

Przykładem jest GK Grupy Azoty SA., która w sprawozdaniu porusza kwestie współpracy z jednostkami naukowymi, dbanie o zrównoważoną produkcję czyli minimalizację oddziaływania na środowisko naturalne, działanie na rzecz zwiększenia bezpieczeństwa instalacji i podejmowania dialogu z otoczeniem.

Odpowiedzialność społeczną uwzględnia również w raporcie rocznym z 2013 roku GRUPA BUDIMEX SA. Poświęca jej nawet oddzielny rozdział. „Budimex jest liderem raportowania odpowiedzialnego biznesu w branży budowlanej w Polsce – czytamy. – Od pięciu lat spółka publikuje raporty społeczne. W latach 2011-2012 były one przygotowywane na poziomie B+, co oznacza, że szeroki zakres opisanych wskaźników GRI został dodatkowo poddany weryfikacji przez niezależnego audytora. W roku 2013 raport odpowiedzialnego biznesu został przygotowany według najnowszych wytycznych GRI G4 i również poddany niezależnej weryfikacji. „Global Compact” to inicjatywa Sekretarza Generalnego ONZ stawiająca sobie za cel promowanie odpowiedzialności przedsiębiorstw wobec społeczeństwa. Budimex od pięciu lat jest aktywnym uczestnikiem tego projektu, co oznacza, że firma przestrzega 10 fundamentalnych zasad z zakresu praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji, a także zobowiązuje się do prowadzenia inicjatyw, które będą realizacją tych zasad¹⁰.

Aktywność tych spółek, które nie odnoszą się do zrównoważonego rozwoju ani w swoich raportach rocznych, ani w raportach społecznych z reguły ma charakter powierzchowny (filantropia, wolontariat pracowniczy). Słabo wypadają polskie firmy z przemysłu tekstylnego (11,1 proc.), które nie tylko w większości nie publikują odniesień CSR w raportach rocznych, nie wydają

raportów społecznych, ale także wybiórczo odnoszą się do praw pracowniczych i łańcucha dostaw, pomijając w ogóle problem korupcji. O zrównoważonym rozwoju w sprawozdaniach nie wspomina żadna z firm notowanych na giełdzie z branży HoReCa i RTV/AGD.

Najlepiej natomiast prezentują się podmioty z sektora finansowego (100 proc.). „– Specjalne znaczenie Bank przywiązuje do budowy długotrwałych relacji z najważniejszymi grupami swoich Interesariuszy: Klientami, Pracownikami, Dostawcami, Akcjonariuszami, Partnerami społecznymi i społecznościami lokalnymi – przekonuje w swoim raporcie GK Banku Millennium SA. – Równie istotne i stale rosnące znaczenie ma monitorowanie i ograniczanie negatywnego wpływu Banku na środowisko naturalne. W roku 2013 Bank wdrożył Kodeks Etyczny normujący zasady etycznego zachowania Pracowników Grupy w trakcie wykonywania obowiązków służbowych Zasady Kodeksu zostały zakomunikowane wszystkim pracownikom, a ich znajomość sprawdzona poprzez obowiązkowe szkolenie e-learningowe. W roku 2014 Bank zobowiązał do przestrzegania Kodeksu Etycznego również swoich dostawców. Każdy z nich biorący udział w przetargu, poprzez podpisanie oświadczenia zobowiązuje się do przestrzegania zasad zawartych w dokumencie. (...) W roku 2015 Bank będzie prowadził prace zmierzające do aktualizacji swojej polityki CSR i stworzenia średnioterminowej strategii działalności CSR dla Grupy Banku Millennium. Planowane jest również angażowanie w działania CSR szerszego grona Interesariuszy ze szczególnym uwzględnieniem partnerów biznesowych/dostawców. W roku 2014 Bank kolejny raz wszedł w skład Indeksu RESPECT pierwszego w Europie Środkowo-Wschodniej indeksu spółek społecznie odpowiedzialnych notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie oraz został wyróżniony w ogólnopolskim *Rankingu Odpowiedzialnych Firm*. Bank uznaje współpracę z instytucjami pozarządowymi i społecznymi za ważny element swojej społecznej misji. Podstawowe obszary współpracy z nimi to: Kultura, Edukacja, Działalność charytatywna”¹¹.

10 <http://raportroczny.budimex.pl/2013/>, pobrane 16.10.2015

11 <http://raportroczny.bankmillennium.pl/2014/pl/sprawozdanie-zarządu/odpowiedzialny-biznes-i-dzialalnosc-na-rzecz-spolesczenstwa>, pobrane 16.10.2015

2.8 EKOLOGIA

Na podstawie analizowanych przez nas wskaźników ilościowych można stwierdzić, że ekologia stała się najważniejszym aspektem związanym ze społeczną odpowiedzialnością firm. To kryterium spełniło aż 67,8 proc. wszystkich przedsiębiorstw – niemal dwukrotnie więcej niż deklaruje zainteresowanie łańcuchem dostaw czy zapobieganiu korupcji.

Korporacje muszą odnosić się do aspektów środowiskowych, bowiem każda z nich w sposób pośredni lub bezpośredni na nie oddziałuje.

Najlepiej wypadają podmioty z branży surowce, paliwa, energetyka. Wszystkie, które sprawdzaliśmy, spełniły to kryterium. W czołówce są także spółki przemysłu chemicznego, które uzyskały ponad 80 proc. Podobnie w przypadku przemysłu drzewnego i papierniczego, w którym 9 na 10 firm deklaruje ochronę środowiska. Szczególną wagę do racjonalnej eksploatacji zasobów naturalnych przywiązuje m.in. Black Red White SA. Z kolei Grupa Barlinek dodatkowo informuje, iż *realizuje program „Zasada 1 za 1”, gdzie w zamian za każdą zakupioną paczkę Deski Barlineckiej oznaczoną logo akcji, współfinansowane jest sadzenie jednego drzewka*¹².

Kolejnym sektorem, który plasuje się w czołówce naszego zestawienia są instytucje finansowe (88,2 proc.). Dobry wynik uzyskały też spółki zajmujące się usługami komunalnymi, które w przypadku pozostałych wskaźników plasują się na szarym końcu.

12 <http://www.barlinek.com.pl/pl/corporate/o-nas/179,grupa-barlinek.html>, dostęp: 16.10.2015.

Tym razem plusy otrzymało 86,6 proc. z nich. Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacji w Poznaniu deklaruje: „Nasi kierowcy przechodzą także szkolenia z zakresu eco-drivingu. Dzięki autobusom posiadającym elektroniczny przepływomierz paliwa, mierzącym rzeczywiste zużycie paliwa przez pojazd na zadanym dystansie, uczą się jak odpowiednia technika jazdy wpływa na oszczędności w zużyciu paliwa przez autobus. (...) Dążąc do ochrony powietrza sukcesywnie kontynuujemy zmniejszanie ilości zanieczyszczeń komunikacyjnych wprowadzanych do powietrza, przez: stosowanie paliwa ekologicznego (olej napędowy CITY bez siarki), eksploatację autobusów spełniających normę EURO 5, ochronę stref zieleni – zamiennie za zniszczoną przeprowadzamy nasadzenie drzew i krzewów, realizację program PGO – odbioru, segregacji i utylizacji odpadów przez firmy posiadające koncesje, przy jednoczesnej weryfikacji cen tych usług w celu obniżenia kosztów, mycie taboru w nowoczesnych myjniach z zamkniętym obiegiem wody i oczyszczaniem ścieków, monitoring ścieków ze wszystkich obiektów MPK Poznań Sp. z o.o. oraz środowiska gruntowo-wodnego w rejonie stacji paliw, pod kątem zawartości substancji niebezpiecznych”¹³.

Do ochrony środowiska niewielką wagę przywiązują firmy z branży HoReCA (42,8 proc.) oraz, co nieco zaskakujące, marki modowe (30 proc.). Lekceważą tę kwestię (m.in. Vistula, Monnari Trade, Gino Rossi SA) mimo że na świecie coraz większą popularnością cieszą się kolekcje odzieży eko.

13 <http://www.mpk.poznan.pl/o-mpk/ekologia>, dostęp: 16.10.2015.



Piękne obrazki, brudne realia

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Polskie firmy energetyczne, produkujące zdecydowaną większość energii z nieodnawialnych, szkodliwych dla środowiska paliw kopalnych, lubią pokazywać swą troskę o stan środowiska. Czasami idą w tym tak daleko, że krytykuje je branża reklamowa.

W 2010 roku wrocławskie stowarzyszenie Eko-Unia zaskarżyło do Rady Reklamy kampanię koncernu ENEA, która spięta została hasłami „Czysta energia, czysty biznes” oraz „Potęga wiatru. Siła wody. Korzystamy z natury, by dać Ci czystą energię”.

Zdaniem aktywistów ekologicznych takie postawienie sprawy przez koncern naruszył artykuł 8 Kodeksu Etyki Reklamy, mówiący o tym, że „reklama nie może nadużywać zaufania odbiorcy, ani też wykorzystywać jego braku doświadczenia lub wiedzy”.

Podparli się przy tym danymi ze strony internetowej ENEI, wedle których udział energetyki odnawialnej w strukturze jej nośników energii wynosił wówczas... 5,26 proc. Dla porównania węgiel kamienny miał w nim 71,3 proc., a brunatny – uznawany za najbardziej brudne paliwo kopalne – 20,09%.

Skarżony dowodził, że nie tylko nie wprowadza swych klientów w błąd, ale też na tle konkurencji jest „zieloną” firmą. Rada Reklamy nie podzieliła jednak jego argumentacji.

„W opinii Zespołu Orzekającego przedmiotowa reklama wprowadza konsumentów w błąd i wykorzystuje ich brak doświadczenia lub wiedzy, gdyż zgodnie z informacjami zawartymi w reklamie reklamodawca dostarcza czystą energię korzystając wyłącznie z natury.

Zdaniem Zespołu Orzekającego z wprowadzeniem w błąd w reklamie mamy do czynienia wówczas, gdy powstałe na podstawie reklamy wyobrażenia nie są zgodne ze stanem rzeczywistym. Decydujące znaczenie mają wyobrażenia adresatów reklamy, a nie opinii reklamujących czy agencji reklamowych.

Przyczyną niezgodnych ze stanem rzeczywistym wyobrażeń adresatów reklamy mogą być nie tylko wypowiedzi reklamowe, które są nieprawdziwe, ale również takie, które choć same są prawdziwe, mogą prowadzić do nieprawidłowych wniosków. Często zatem ocena, czy wypowiedź reklamowa wprowadza w błąd, zależy od okoliczności, w których reklama się pojawia i może być różna w zależności od konkretnej sytuacji” – czytamy na stronach Rady¹⁴.

Ekspertsi uznali przekaz ENEI za reklamę niepełną, pomijającą ważne dla klienta informacje – jak choćby ponad 91-procentowy udział węgla kamiennego i brunatnego w dostarczanej klientom energii. Zdaniem Rady nie ma usprawiedliwienia dla faktu, że koncern określił swą kampanię reklamową mianem „wizerunkowej”.

Nie była to jedyna, kontrowersyjna reklama polskiego koncernu energetycznego.

W 2013 roku Polska Grupa Energetyczna przygotowała kampanię wizerunkową pod hasłem „Robimy prąd, góry, jeziora, lasy”¹⁵, w której podkreślała inicjatywy podejmowane na rzecz ochrony środowiska. – (...) w sposób kompleksowy prezentuje rekultywacyjne i proekologiczne działania, od lat prowadzone przez Grupę Kapitałową PGE – uzasadnia na jednym ze swoich portali społecznościowych.

Tymczasem aż 90% wyprodukowanej przez GK PGE w 2014 roku energii powstało w oparciu o spalanie węgla – w tym 53,4% kamiennego i 36,8% brunatnego. Udział energetyki odnawialnej nie przekroczył nawet 5% i był minimalnie mniejszy od gazu ziemnego¹⁶.

¹⁴ <https://www.radareklamy.pl/uchwaly-ker/2010/uchwa%C5%82a-nr-zo-45-10-w-sprawie-reklamy-firmy-enea-s-a>, dostęp: 16.10.2015.

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=AdYCilii7K6s>, dostęp: 16.10.2015.

¹⁶ <http://www.gkpgge.pl/relacje-inwestorskie/grupa/kim-jestesmy>, dostęp: 16.10.2015.

Elektrownia Bełchatów jest dziś największym źródłem emisji przemysłowych w Europie – sama tylko emisja dwutlenku węgla wyniosła w 2013 roku ponad 37 milionów ton. Należąca do GK PGE elektrownia Turów okazała się w tym samym ranking 19. największym emitentem CO₂ wśród europejskich elektrowni węglowych¹⁷.

Zdaniem Greenpeace Polska elektrownie grupy PGE odpowiadać mają za ponad 2.000 przedwczesnych zgonów, spowodowanych zanieczyszczeniem powietrza toksycznymi substancjami¹⁸. To więcej niż którykolwiek inny, operujący w Polsce koncern energetyczny.

Koncern wzbudził również niemałe kontrowersje swoimi planami na kopalnie odkrywkowe węgla brunatnego na terenie gmin Gubin i Brody. Pomysł ten stał w sprzeczności z ambicjami Unii Europejskiej, dotyczącymi zmniejszania emisji gazów cieplarnianych w ramach pakietu energetyczno-klimatycznego. Pakietu, wobec którego polskie spółki energetyczne nastawione są bardzo negatywnie.

Spot „PGE. Robimy prąd, góry, jeziora i lasy” stanowi klasyczny przykład tzw. greenwashingu, czyli zabiegu marketingowego mającego na celu przekonanie odbiorców, że działalność prowadzona przez firmę jest przyjazna środowisku naturalnemu.

Greenwashing objęty jest regulacjami prawnymi w krajach takich jak Australia, Norwegia, Kanada czy też USA i uznawany za działanie celowo wprowadzające konsumentów w błąd.

17 <http://www.chronmyklimat.pl/wideo/energetyka/polska-wsrod-najwiekszych-trucicieli-europy>, dostęp: 16.10.2015.

18 http://greenpeace.pl/wegiel_zabija/, dostęp: 16.10.2015.



Puszcza Białowieża – ostatni pierwotny las niżu europejskiego, będący przestrzenią konfliktów między obrońcami przyrody a zwolennikami wykorzystywania jej do celów gospodarczych.

2.9 ŁAŃCUCH DOSTAW

Spoleczna odpowiedzialność danego przedsiębiorstwa nie może się ograniczać do jego najbliższego otoczenia, tj. dbałości o pracowników bezpośrednio zatrudnionych w firmie lub bezpieczeństwa i higieny pracy w centrali spółki. Łańcuchy dostaw nowoczesnego biznesu są niezwykle skomplikowane, obejmują niejednokrotnie setki podwykonawców i mają charakter globalny. Objęcie tego procesu monitoringiem kwestii etycznych stanowi nie lada wyzwanie, ale ignorowanie ryzyk związanych z relacjami z podwykonawcami może mieć katastrofalny wpływ na reputację firmy.

Łańcuch dostaw koncentruje się na właściwej współpracy wszystkich podmiotów, których działalność ma służyć przyniesieniu zysków danej firmie. To system wzajemnych zależności, oparty na obopólnych korzyściach. Wyklucza wszelkie antagonizmy, wykorzystywanie przewagi rynkowej, przenoszenie kosztów na kontrahentów, m.in. dostawców. W koncepcji społecznej odpowiedzialności zobowiązuje również do monitorowania przez korporacje przestrzegania standardów przez podwykonawców, m.in. zapewnianych przez nich warunkach pracy, przestrzeganiu praw człowieka czy ich wpływu na środowisko.

To kwestie, które zdają się być wciąż niezrozumiałe i niedoceniane przez biznes w Polsce. Uwzględnia je zaledwie 37 proc. firm. Najwięcej z branży surowce, paliwo, energetyka (76,9 proc.)

oraz finanse (64,7 proc.). Najmniejszą wagę przywiązują do tych kryteriów przedsiębiorstwa z sektora mody (10 proc.) oraz usług komunalnych (6,6 proc.). W tym ostatnim przypadku wyróżnia się spółka Sita Polska Sp. z o.o. zajmująca się m.in. wywozem śmieci i odpadów, rekultywacją gleb oraz segregacją i recyklingiem odpadów. „– W stosunkach z dostawcami należy się kierować zasadami sprawiedliwości i bezstronności tak, aby nie dopuszczać do powstania nadużyć i dominacji. Osoby podejmujące decyzje zakupowe powinny wykazywać się nieskazitelną postawą oraz przestrzegać obowiązujących przepisów, zwłaszcza z zakresu prawa konkurencji. Wartość, jaką jest dla nas jakość, wyraża się również poprzez włączenie do kryteriów wyboru dostawców troski o środowisko i społeczeństwo. SUEZ ENVIRONNEMENT zobowiązuje swoich partnerów handlowych, podwykonawców i dostawców do ustanowienia w ramach ich organizacji, jeśli jeszcze tego nie zrobili, zasad etycznych, środowiskowych i pracowniczych oraz do przestrzegania praktyk zgodnych z wartościami Grupy¹⁹ – informuje w Karcie Etycznej na swojej stronie.

Część firm udostępniła specjalną infolinię dla dostawców (np. Tesco) lub tworzy politykę współpracy z dostawcami (Mlekovita).

¹⁹ http://www.sitapolska.pl/upload/kartaetyczna8032011_d74.pdf, pobrane 16.10.2015



Globalne koncerny wykorzystują skomplikowaną sieć poddostawców. Biznesowa optymalizacja najczęściej oznacza wyzbywanie się odpowiedzialności. Na zdj. miejsce katastrofy przemysłowej w kompleksie Rana Plaza w Bangladeszu, gdzie zginęło przeszło 1127 osób. Produkowała ona ubrania dla wielu światowych marek.

Handlowe imperium zbudowane cudzym kosztem

Edward Gollent,
Przewodniczący Stowarzyszenia „Stop Wyzyskowi – Biedronka”

Moja firma Bog-Art dostarczała chemię i kosmetyki do Biedronki od początku jej istnienia. Dopóki był polski właściciel, nie było żadnych problemów. Współpraca układała się bardzo dobrze. Im zależało na tym, żeby mieć produkty dobre jakościowo, nam żeby mieć duże grono odbiorców. Wszystko uległo zmianie, kiedy się przejęli Portugalczycy.

Pierwsze nieprawidłowości zaczęły się mniej więcej w 1999 roku. To były nie tylko opóźnienia w płatnościach, ale też żądania uiszczenia ogromnych sum za usługi, które nie wynikały z żadnych umów i wcale nie zostały wykonane. Przykładowo w miesiącu wystawiałem faktury za dostarczony towar na kwotę 600 tys. zł, a oni odpowiadali swoją fakturą na 300 tys. zł, np. za rzekomą promocję moich produktów w gazetce. I w ten sposób potracali sobie połowę należności.

To był najwidoczniej sprawdzony już wcześniej przez nich schemat, który stosowali nie tylko wobec mnie, ale również innych przedsiębiorców. To była fikcja gospodarcza, odzwierciedlona na fakturze, tworzona w celu uniknięcia zapłaty za towar. **Sąd Najwyższy w wyroku sygn. akt IV CSK 290/09. uznał, że oszukiwanie dostawców było elementem strategii działania Biedronki.**

Dostawcy tych warunków nie akceptowali, ale pomimo że mieli świadomość nieczystych praktyk Jeronimo Martins liczyli, że sami będą traktowani inaczej i nie pozwolą wciągnąć się w nieuczciwą grę. Co w bardzo wielu przypadkach okazywało i nadal okazuje się złudne. Kiedy próbowałem wyjaśnić sprawę, odwoływałem się, tłumaczyli, że doszło do jakiejś pomyłki, mamili wizją dalszej współpracy, starali się jak najbardziej wszystko przeciągnąć w czasie. Chodziło im o to, żeby minął 2-letni termin dochodzenia roszczeń w sądzie. Tak właśnie zdarzyło się częściowo w moim przypadku. Wtedy usłyszałem: to nie nasza wina, jak pan dba o swoje interesy, nie potrafi pan ich dopilnować?

W pewnym momencie doszło do tego, że wiele firm nie chciało więcej robić dla nich dostaw. Wtedy na chwilę się z nimi ułożyli, poukładali sytuację, a potem znów wszystko zaczęło się od nowa.

Ostatecznie na drodze sądowej odzyskałem 1 mln 54 tys. zł czyli kwotę, która nie została mi wypłacona i powaliła moją firmę. Było już za późno. Straciłem dorobek życia. Bieżąca produkcja została wstrzymana, nie było pieniędzy na opłaty. Zatrudniałem ok. 60 osób, w tym niepełnosprawnych. Musiałem ich zwolnić, ludzie poszli na zasiłki.

Byłem oburzony, kiedy ważni politycy, np. premier Ewa Kopacz czy Donald Tusk publicznie chwalili Biedronkę, która działa na szkodę polskich przedsiębiorców. W innym kraju efektem wykorzystywania swojej funkcji do reklamy sieci stosującej oszukańcze praktyki byłaby dymisja.

Biedronka próbuje przekonywać, że to wszystko zaszłości, dawne sprawy, których nie należy poruszać. Obecnie Biedronka próbuje się nawet kreować na firmę społecznie odpowiedzialną. Fakty są takie, że nie rozliczyła się, m.in. ze swoimi byłymi pracownikami za należne nadgodziny. Dodajmy Biedronka pozbawiała pracowników wynagrodzeń za pracę w nadgodzinach planowo nadto metodami przestępczymi. Dlatego uruchomiliśmy licznik pokazujący dług sieci wobec nich. W tej chwili z odsetkami to już ponad 290 mln zł.

2.10 PRAWA CZŁOWIEKA

Prawa człowieka są uznawane za podstawę biznesu odpowiedzialnego społecznie i główny wyznacznik zasad, którymi powinny kierować się firmy. Podkreśla to, m.in. Organizacja Narodów Zjednoczonych, a także międzynarodowe standardy CSR (m.in. Wytyczne OECD, Norma ISO 26000 itd.). Nie można mówić o zrównoważonym rozwoju, jeśli nie szanuje się tak elementarnych zasad jak bezpieczeństwo i higiena pracy, równouprawnienie, zakaz dyskryminacji, zakaz praktyk dyscyplinarnych i mobbingu. Korporacje mają również obowiązek zapewniać godną płacę, możliwość zrzeszania się i wolność słowa.

W naszym obywatelskim badaniu skoncentrowaliśmy się na tym, czy firmy zauważają wagę tych kwestii w odniesieniu do pracowników oraz podwykonawców. Stworzone przez nas kryteria oceny w trakcie analizy jakościowej odnosiły się m.in. do zagadnień związanych z warunkami pracy i charakterem zatrudnienia.

Uznawaliśmy, że wskaźnik został spełniony w przypadku spółek należących do inicjatywy Global Compact. Podmioty, które do niej przystępują, automatycznie deklarują respektowanie zapisów Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka.

Niestety, polskie firmy nadal zbyt rzadko wskazują bezpośrednio na prawa człowieka jako źródło zasad kreowania swojej polityki i nie dostrzegają w nich także wyznacznika swoich działań. W jakimś stopniu nawiązało do nich tylko 127 czyli 55,9 proc. podmiotów objętych monitoringiem. W naszej ocenie nie jest to dobry wynik, ponieważ przedsiębiorstwa powinny traktować te normy priorytetowo. Być może błędnie zakładają, że skoro ich relacje z podwładnymi określa na polskim gruncie Kodeks Pracy oraz pomniejsze dokumenty, ich rola na tym się kończy.

W naszym zestawieniu wzorcowo wręcz wypadli przedstawiciele branży finansowej (100 proc.). Zaraz za nimi uplasowały się spółki z obszaru surowce, paliwa, energetyka (92,3 proc.) oraz z branży media komunikacja i IT oraz transport i logistyka (84,6 proc.). Fatalnie na ich tle wyglądają specjalne strefy ekonomiczne (7,1 proc.), przemysł spożywczy (26,6 proc.), moda (30 proc.) oraz usługi komunalne (33,3 proc.).

Korporacje często traktują prawa człowieka bardzo wyrывkowo, poświęcając uwagę tylko drobnym elementom zagadnienia, np. koncentrują się na informowaniu o bonusach oferowa-

nym pracownikom takich jak dostęp do prywatnej opieki medycznej czy karnety na siłownię. Nie da się nie zauważyć, iż to przede wszystkim doskonały sposób na przedstawienie pracodawcy w dobrym świetle i zachęta do udziału w rekrutacji.

Zdarza się, że przedsiębiorstwa wykorzystują prawa człowieka jako element budowania swojego wizerunku. Dotyczy to, m.in. tych zajmujących się ochroną i sprzątnięciem. Wiele z nich podkreśla na swoich internetowych stronach, wpisuje w misję i wartości fakt, że jest zakładem pracy chronionej, a tym samym wspiera niepełnosprawnych. Za tą z założeń szczytną deklaracją często przemawiają praktyczne aspekty czyli dofinansowanie miejsc pracy z Państwowego Funduszu Pracy i Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, co daje zatrudniającym znaczne oszczędności.

Nadal ogromnym problemem jest prawo do zrzeszania się w ramach organizacji chroniących interesy pracowników. Bardzo nieliczne firmy informują o tym, że mają u siebie związki zawodowe. W przypadku przeanalizowanych przez nas spółek przeszkodą w ich zakładaniu nie może być liczba pracowników. Wymóg mówi o 10 osobach tymczasem monitoring objął głównie podmioty zatrudniające kilkuset podwładnych.

Z pewnością w funkcjonowaniu związków nie pomaga pokutujący stereotyp działacza o roszczeniowej postawie i nastawieniu na wywalczenie nadmiernych przywilejów. Takie podejście i wypaczenie tematu uniemożliwia racjonalną dyskusję o warunkach pracy w polskich przedsiębiorstwach. Zapominamy, że do organizacji należy wielu tzw. szeregowych pracowników, którzy na co dzień borykają się z trudnymi warunkami jak skandalicznie niska płaca, wymuszanie nadgodzin czy błędne ewidencjonowanie czasu wykonywania obowiązków.

Ta skrzywiona perspektywa sprawia, że do związków dołącza niewielki procent uprawnionych. Z danych Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że w 2014 roku do należało do nich 1,6 mln osób czyli co piąty Polak i zaledwie 11 proc. zatrudnionych. Dodatkowo aż 66 proc. organizacji działa w podmiotach sektora publicznego²⁰. Jak widać w firmach prywatnych ta reprezentacja jest znacznie ograniczona.

20 Główny Urząd Statystyczny, „Związki zawodowe w Polsce”, Warszawa, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/gospodarka-spoleczna-wolontariat/gospodarka-spoleczna-trzeci-sektor/zwiazki-zawodowe-w-polsce-w-2014-r-,10,1.html>, dostęp: 13.07.2015.

Tymczasem Konstytucja RP z 1997 roku daje prawo do zrzeszania się, do rokowań oraz prawo do organizowania strajków pracowniczych i innych form protestu w granicach określonych w ustawie. Regulacje te poparte są zapisami zawartymi w konwencjach Międzynarodowej Organizacji Pracy (nr 87 i 98).

Nawet jeśli spółki deklarują pozorną otwartość na dialog z załogą, działacze często spotykają się z niechęcią. W lipcu 2015 roku „Solidarność” wycofała się z sieci Lidl. Nie udało się jej obronić przed zwolnieniem przewodniczących, a pracownicy bali się przyznawać, że należą do związku. W rozmowach z dziennikarzami opowiadali o karach polegających na wyznaczaniu godzin pracy uniemożliwiających spotkania się z bliskimi, o wyrzucaniu pod błahymi powodami²¹. Władze firmy zapewniają, że są chętne do rozmów, a na stronach chwala się komfortowymi warunkami, jakie zapewniają załodze, m.in. pakiet socjalny, dostęp do prywatnej opieki medycznej. Tymczasem Państwowa Inspekcja Pracy, która monitorowała sytuację w sklepach, stwierdziła aż 106 nieprawidłowości! Nałożyła karę w łącznej wysokości 30 tys. zł. Jak można się domyślić, dla przedsiębiorstwa mającego 11,5 mld obrotów w 2014 roku nie jest to specjalnie dotkliwa sankcja.

W lipcu 2015 roku związki zawodowe funkcjonujące w sieci „Biedronka” wydały oświadczenie, w którym informują, że nie mogą wchodzić na teren sklepów oraz ich zaplecza. Przedstawiciel Jeronimo Martins miał zawrzeć taki zapis w protokole skierowanym do Państwowej Inspekcji Pracy²².

Kolejnym prawem, które jest uwzględniane w coraz mniejszym stopniu jest niestosowanie form zatrudniania mających na celu unikanie wypełniania zobowiązań wobec pracownika wynikających z przepisów prawa, np. ubezpieczeniowych. W obecnych czasach stabilność zatrudniania wypierana jest przez elastyczne formy, które generują klasę tzw. pracujących biednych (ang. *working poor*) – ludzi, którzy pomimo posiadania pracy, nie są w stanie samodzielnie się utrzymać. Firmy coraz chętniej korzystają z usług agencji pracy tymczasowej, żeby zaoszczędzić na ewentualnych odprawach, urlopach, itp. Dzięki temu trudniej się też zrzeszać, nawiązywać długotrwałe relacje i walczyć wspólnie o poprawę swoich warunków. Pośrednictwo, które miało być odpowiedzią na potrzeby młodych (m.in. studentów) oraz ludzi w wieku poprodukcyjnym, stało się współczesną

patologią rynku pracy. Ludzie sprzedają swój czas coraz taniej, bo nie chroni ich ustawowe minimum. Pojawia się coraz więcej ofert pracy (niekoniecznie przez agencje), w których zleceniodawcy wyceniają roboczogodzinę po 4-5 zł/brutto. Elastyczne formy zatrudnienia mają coraz mniej wspólnego z ideą flexicurity, która im początkowo przyświecała. Dziś etat staje się luksusem.

Jedna z agencji pracy tymczasowej, Work Express zbadała zadowolenie z warunków zatrudnienia. Ankietowani zwracali m.in. uwagę na nierówne traktowanie ich względem pełnowymiarowych pracowników firmy²³.

Konflikt na linii pracownicy – pracodawcy dotyka przede wszystkim podwładnych niższego szczebla w każdym z sektorów gospodarki. Mamy do czynienia z takimi nagannymi zjawiskami jak nieprzestrzeganie norm BHP, zmniejszanie kosztów zatrudnienia za sprawą obniżenia bezpieczeństwa. Widać to zwłaszcza na przykładzie branż wrażliwych jak hutnicza, stalowa, paliwowa, gdzie szkodliwe warunki pracy nie podlegają normom BHP, a zatrudnieni (zleceniobiorcy) nie zawsze są chronieni przez Kodeks Pracy.

Pozostaje także problem mobbingu oraz praktyk dyscyplinujących w miejscu pracy. Kwestia ta często poruszana jest dodatkowo w kontekście nadużyć seksualnych. Z badań CBOS z 2014 roku wynika, że „blisko co czwarty zatrudniony (24 proc.) deklaruje, że w jego miejscu pracy zdarzały się przypadki szykanowania przez przełożonych”²⁴. Firmy coraz częściej decydują się na zamieszczenie w swoich kodeksach postępowania antymobbing’owe klauzule, które odnoszą się do szerokiego kontekstu antydyskryminacyjnego zgodnego z polityką firmy.

Deklaracje w wymiarze CSR powinny odnosić się do przestrzegania praw człowieka we wszystkich obszarach aktywności spółek. Problem polskiego rynku pracy i społecznej odpowiedzialności polega na gaszeniu pożaru, który samemu się wywołało. Brak jasno skodyfikowanych standardów staje się łatwym polem do licznych nadużyć. Państwo, którego obowiązkiem jest wspierać poszkodowanych w dochodzeniu roszczeń, nie wywiązuje się z tego zadania. Jednym z większych problemów jest znaczne niedofinansowanie instytucji kontrolnych takich jak Państwowa Inspekcja Pracy, o czym opowiadają sami jej przedstawiciele.

21 Adriana Rozwadowska, „W Lidlu związków zawodowych nie będzie”, Gazeta Wyborcza Biznes, <http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,18508862,w-lidlu-zwiazkow-zawodowych-nie-bedzie.html>, dostęp: 6.08.2015.

22 <http://www.solidarnosc.gda.pl/biedronka/?postId=47271>, dostęp: 16.10.2015.

23 <http://workexpress.pl/7640/praca-tymczasowa/najwazniejsze-wnioski-z-badania-satysfakcji-pracownikow-tymczasowych>, dostęp: 16.10.2015.

24 CBOS, „Szykany w miejscu pracy”, Warszawa, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_109_14.PDF, dostęp: 11.07.2015.



Prawo do stowarzyszania zawarte jest w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka oraz Konstytucji RP. Związki zawodowe odgrywają istotną rolę w zapewnieniu godnych warunków pracy. Uzwiązkowienie w sektorze prywatnym w Polsce oscyluje wokół 5% i należy do najniższych w UE. Na zdj. wielka demonstracja trzech central związkowych w Warszawie, 14.09.2013.



Codziennie niskie ceny pracy

Lech Obara

Kancelaria Radców Prawnych „Lech Obara i Współpracownicy”,
Pełnomocnik Poszkodowanych Przez Sieć „Biedronka”



„Biedronka” to przykład piekła stworzonego przez biznes. Media określały sklepy należące do sieci mianem współczesnych obozów pracy.

Systemowo dochodziło w nich do łamania praw zatrudnionych, m.in. do bezpiecznej i higienicznej pracy. Kobiety ręcznie rozpakowywały z ciężarówek ważący tony towar. W żadnym z ponad tysiąca sklepów nie było ani jednego wózka elektrycznego. Systematycznie zaniżano tam czas wykonywania obowiązków. Umowa określała go np. na $\frac{3}{4}$ etatu, a w rzeczywistości ludzie wyrabiali 200 proc. normy, zostawali po godzinach, nie dostawali urlopów. Można powiedzieć, że powstała portugalska faktoria w Polsce. Lekceważono wszystkie przepisy.

Zgłosiło się do nas kilkudziesięciu poszkodowanych. Zdecydowaliśmy się ich reprezentować, posłaliśmy do sądu. Sprawy trwały kilka lat, a przedstawiciele „Biedronki” cały czas przekonywali, że nie dochodziło do nieprawidłowości, że są to pojedyncze incydenty. Wszystkie procesy wygramyśmy. W postępowaniach zostało ukaranych ponad 300 osób, głównie byli to kierownicy sklepów, rejonów. Niestety, odpowiedzialności uniknęło najważniejsze szefostwo, twórcy tych patologicznych praktyk.

Wyliczyliśmy, że gdyby sieć musiała zapłacić za wszystkie nadgodziny, byłoby to 125 mln zł. Tyle kosztowała krzywda ludzi, która była podstawą kapitału założycielskiego firmy. Spółka inwestowała w proste hale, malowała je, a znaczną część zysku opierała na wykorzystywaniu pracowników.

Zwieńczeniem naszej batalii było naznaczenie przez Sąd Najwyższy „Biedronki” jako firmy naruszającej godność człowieka. Udało nam się pokazać, że bezzębne dotąd państwo może jednak pokazać zęby, tzn. uruchomić chociażby takie instytucje Państwowa Inspekcja Pracy, a Temida może stanąć po stronie zatrudnionych. Udowodniliśmy firmom, że istnieje prawo, którego muszą przestrzegać, warunki BHP, których nie mogą ignorować.

Zmiany zaczęły się w 2005 roku. Powstały związki zawodowe, dzięki czemu udało nam się wprowadzić kawałek cywilizacji do XXI wieku. I nawet jeśli ich przedstawiciele działają trochę w ukryciu, są narażeni na szykany, nie można ich zignorować w zderzeniu z trudną sytuacją. „Biedronka” wprowadziła ewidencję czasu pracy i elektroniczne wózki.

Nie udało się natomiast uzyskać znacznej części odszkodowań dla pokrzywdzonych. Sieć powoływała się na przedawnienia roszczeń. Nie dało się też zlikwidować wszystkich form wyzysku, które teraz przybierają znacznie bardziej wyrafinowane formy. Pojawiają się, m.in. sprawy o mobbing, polegający na wymuszaniu efektywności, co kończy się depresjami.

Sprawa „Biedronki” zaczęła rzutować również na inne sieci. Pokazała, że nawet jeśli są kolejki bezrobotnych u bram, nie będzie chętnych do zatrudnienia się w miejscach, które nie szanują personelu.

Sytuacja pracowników w Polsce nadal jest jednak fatalna. W postępowaniach sądowych nie przydziela się im pełnomocników z urzędu. Zdarza się to sporadycznie. Na dodatek stawka dla adwokata w takim przypadku za przygotowanie często bardzo skomplikowanych wniosków wynosi 60 zł! W takich okolicznościach pokrzywdzeni praktycznie nie mają szans w zderzeniu z wielką korporacją, która zatrudnia całe działy prawne. Tutaj potrzebna jest prawdziwa rewolucja.

Demokracja – gra skończona?

Marcin Wojtalik

Członek Zarządu Instytutu Globalnej Odpowiedzialności, Kierownik Programu Wsparcia i Rozwoju



Transatlantyckie porozumienie w dziedzinie handlu i inwestycji (TTIP) jest wyjątkową umową, gdyż ma obejmować swoim zakresem większość aspektów życia gospodarczego i społecznego w Europie i USA – bezpośrednio lub co najmniej pośrednio. Z tego powodu TTIP przykuwa uwagę nie tylko naukowców i biznesu, lecz także społeczeństw w wielu krajach UE. W ramach konsultacji społecznych dot. arbitrażu inwestycyjnego w tej umowie głos zabrano ponad 100 ekspertów, którzy jednoznacznie sprzeciwili się temu mechanizmowi w TTIP²⁵. Same konsultacje przyciągnęły bezprecedensową liczbę 150.000 uczestników, a w ciągu zaledwie roku zebrano prawie 3 mln podpisów w ramach Europejskiej Inicjatywy Obywatelskiej Stop TTIP²⁶.

Zainteresowanie TTIP wynika zarówno z niezwykle szerokiego zakresu tej umowy, jak i z głęboko niedemokratycznych jej elementów. Najbardziej znanym jest arbitraż inwestor-przeciw-państwu (ISDS), który umożliwia firmom (często transnarodowym korporacjom) pozywanie państwa o odszkodowania, gdy interesy tych firm zostały naruszone. Jak podkreślają eksperci, przywilej ten dotyczy również sytuacji, w których działania państwa są w pełni legalne²⁷. W obawie przed pozwami ze strony inwestorów parlamenty mogą się obawiać wprowadzania nowych regulacji zgodnych z prawem i interesem publicznym. Z tego powodu mechanizm ISDS planowany w umowie TTIP jest bezpośrednim zagrożeniem dla demokratycznego stanowienia i wdrażania prawa we wszystkich krajach członkowskich UE.

Drugim – mniej znanym, ale równie niebezpiecznym – elementem TTIP jest tzw. Ciało ds. współpracy regulacyjnej, czyli ciało konsultacyjne pod mocnym wpływem lobbistów wielkiego biznesu, które będzie miało możliwość opiniowania aktów prawnych pod kątem zgodności z „wolnym handlem”. Działalność tego ciała będzie osłabiać demokratyczny charakter procesu stanowienia prawa w Europie.

Należy pamiętać, że obydwa mechanizmy będą wpływały na jakość demokracji w całej Europie, a więc i w Polsce. Sytuacja naszego kraju w zakresie ISDS różni się od sytuacji krajów Europy Zachodniej, gdzie nie ma jeszcze tego mechanizmu w relacjach ze Stanami Zjednoczonymi. Jednak po ewentualnym uchwaleniu TTIP sytuacja faktycznie pogorszy się również z punktu widzenia interesów Polski. Otóż zmiana tej umowy będzie wymagała zgody całej UE (krajów członkowskich, Komisji Europejskiej i Parlamentu Europejskiego). Obecnie, Polska, jako suwerenny kraj, może żądać renegotjacji dotychczasowej umowy pomiędzy Polską a USA. Po wejściu TTIP w życie nie będzie to możliwe i niekorzystne zapisy (np. ISDS) będą praktycznie nieusuwalne.

Negatywny wpływ na demokrację na już sam tajny tryb negocjowania umowy, o którym gorąco debatował Parlament Europejski i parlamenty krajowe. Na zagrożenia dla praw człowieka związane z TTIP zwrócili uwagę eksperci ONZ²⁸, a dyskusja nt. legalności różnych aspektów TTIP toczy się w środowiskach prawniczych. W tej sytuacji poważnie szkodliwy jest brak debaty publicznej na ten temat w Polsce oraz bezrefleksyjne stanowisko polskiego rządu.

Więcej: Marcin Wojtalik, *TTIP zagrożeniem dla demokracji*, Magazyn Globalnej Odpowiedzialności nr 2, Le Monde Diplomatique Edycja Polska

²⁵ http://infarma.pl/fileadmin/templates/infarma_v1.0/design/gfx/KodeksDobrychPraktyk_Wyd_2_201014_PL.PDF, dostęp: 10.07.2015.

²⁶ J.w.

²⁷ Por. zapis wykładu dra Jana Kleinheisterkamp na London School of Economics, <http://www.lse.ac.uk/publicEvents/event-s/2015/02/20150212t1830vHKT.aspx>, dostęp: 10.07.2015.

²⁸ http://infarma.pl/fileadmin/templates/infarma_v1.0/design/gfx/KodeksDobrychPraktyk_Wyd_2_201014_PL.PDF = . . . dostęp: 10.10.2015.

2.11 KORUPCJA

Korupcja jest jedną z najgroźniejszych patologii życia społecznego. To podstawowe złamanie zasad demokracji i państwa prawa. Stanowi zagrożenie dla konkurencyjnego rynku i stabilności państw, tworzy grupy uprzywilejowane lub odwrotnie: pozbawia część odbiorców dostępu do usług czy towarów. W odpowiedzi na skalę nieprawidłowości w 2005 roku ONZ ustanowiła Konwencję Narodów Zjednoczonych przeciwko korupcji, którą w 2006 roku ratyfikowała także Polska.

Przeciwdziałanie przekupstwu i łapownictwu jest jednym z najważniejszych aspektów odpowiedzialnego biznesu. Firmom nie wolno wręczać dóbr materialnych w celu uzyskania korzystnej dla siebie decyzji, zarówno partnerom z sektora publicznego jak i prywatnego. Zabronione jest nie tylko dawanie, ale też przyjmowanie łapówek w formie gotówki, w postaci cennych prezentów, atrakcyjnych podróży czy wizyt w drogich restauracjach.

Obowiązkiem przedsiębiorstw jest jasne określenie nagannych praktyk i budowanie świadomości na temat zagrożeń wśród swoich interesariuszy: podwładnych, kontrahentów, podwykonawców. Powinny prowadzić szkolenia poświęcone tym zagadnieniom. Zadaniem korporacji jest też stworzenie tzw. mapy ryzyka czyli obszarów najbardziej narażonych na występowanie nielegalnych zachowań i bieżące monitorowanie sytuacji.

Aby wyeliminować zjawisko, niezbędna jest natychmiastowa reakcja na wszystkie niepokojące zdarzenia. Spółki powinny mieć określone i konsekwentnie stosowane procedury postępowania w takich sytuacjach. Wyznaczane kary nie mogą być symboliczne, ale powinny powodować odczuwalne konsekwencje. Muszą też dotyczyć pracowników na każdym szczeblu: od tzw. szeregowych po zarządy spółek i rady nadzorcze.

Firmy są zobligowane nie tylko do poważnego traktowania sygnałów o korupcji, ale również do ochrony interesów zgłaszających je osób. Muszą przede

wszystkim wskazać pracownika/jednostkę, która przyjmuje zawiadomienia oraz dba o odpowiedni przebieg dalszego procesu. Ich obowiązkiem jest także informowanie o naruszeniach właściwych organów, m.in. policji, prokuratury.

Spółki powinny też przygotowywać szczegółowe raporty finansowe i przeprowadzać ich audyty.

Z naszego monitoringu wynika, że problem korupcji dostrzega niewielki procent firm. Deklarację o przeciwdziałaniu temu zjawisku wyraziło zaledwie 34,8 proc. z nich. Najwięcej, co wydaje się dość zrozumiałe z sektora finansowego (88,2 proc.). Tematu nie podejmuje jedynie Grupa Aviva oraz GK PKO BP SA.

„– Pracownicy obowiązani są powstrzymać się od udziału, bezpośredniego lub pośredniego, w jakiegokolwiek, pasywnej lub aktywnej, formie korupcji” – informuje natomiast w swoim Kodeksie Etycznym GK Credit Agricole Bank Polska SA. „– Pracownicy obowiązani są odmówić przyjęcia podarunków i korzyści powodujących konflikt interesów (...). Pod żadnym pozorem, wręczenie podarunku lub innej korzyści nie może mieć na celu nakłonienia osoby obdarowywanej do działania na korzyść Banku, Klienta, lub grup Klientów, a na niekorzyść innego Klienta lub podmiotów konkurencyjnych. Przyjęcie lub zaoferowanie korzyści jest dopuszczalne, gdy jest to przedmiot reklamowy, promocyjny lub jest przedmiotem o niewielkiej wartości, zwyczajowo wręczanym w czasie uroczystych okazji i nie obliuguje do wzajemności²⁹”.

Temat choć w znacznie mniejszym stopniu interesuje podmioty z obszaru surowce, paliwa, energetyka (69,2 proc.). W ogóle nie podejmuje go branża modowa, ani specjalne strefy ekonomiczne. Słabo wypadają również usługi komunalne (13,3 proc.). Nieliczne firmy jak np. Comarch zatrudniają rzeczownika ds. etyki, który zajmuje się również praktykami korupcyjnymi.

²⁹ http://static.credit-agricole.pl/asset/k/o/d/kodeks-etyki-ca-1120104_9095.pdf, dostęp 16.10.2015

2.11 REZULTATY POTWIERDZONE

Wiele firm wykorzystuje społeczną odpowiedzialność biznesu jako pretekst do reklamy. Najczęściej chwalą się przekazywaniem pieniędzy na cele charytatywne. Czasem są to naprawdę drobne sprawy, które są rozdmuchiwane do ogromnych rozmiarów. Podczas naszego monitoringu natrafialiśmy na przedsiębiorstwa, które chełpiły się faktem, że co miesiąc pracownicy mogą oddawać końcówkę swojej wypłaty na rzecz jakiejś fundacji (tzw. *payroll*). To sytuacja dość dyskusyjna. Nie dość, że spółka nie przekazuje środków bezpośrednio ze swojego budżetu, to jeszcze należy zadać pytanie czy takim wypadku można mówić o dobrowolności? Czy raczej o wywieraniu presji na załogę, żeby pozbywała się części swojego wynagrodzenia po to, aby szefostwo mogło stworzyć wrażenie filantropii?

Niektóre korporacje podejmują większy wysiłek: przygotowują raporty, informują o swoich działaniach na rzecz środowiska, o sposobach prowadzenia dialogu z interesariuszami. Często za swój wysiłek dostają przeróżne nagrody mecenasów CSR, przynależą do zacnych gremiów, zrzeszających podmioty wykazujące podobne zaangażowanie.

Dlatego dla wielu przedsiębiorstw nasz niezależny monitoring był zaskoczeniem. Ich przedstawiciele nie spodziewali się, że ktoś może powiedzieć „sprawdzam” i wcielić się w rolę przeciętnego odbiorcy i po prostu poszukać danych o zrównoważonym rozwoju na ich stronach. Do każdego podmiotu objętego naszym analizą wysyłaliśmy maila z indywidualnymi wynikami i prośbą o potwierdzenie rezultatów.

Często słuchaliśmy tłumaczeń, że kodeksy etyki gdzieś są, ale nie są opublikowane albo że można je znaleźć na anglojęzycznych stronach. Reprezentant jednej z firm upierał się, że gdyby klient zgłosił się do niego, to udostępniłby mu wszystkie dane, nawet raporty społeczne. Na nasze dociekania czy każdorazowo tłumaczyłby dla jednej osoby kilkusetstronicowe opracowania, nie uzyskaliśmy jednoznacznej odpowiedzi. Próbowaliśmy go przekonać, że może skoro spółka funkcjonuje w Polsce, warto zrobić to raz i dobrze, żeby nikt nie musiał przechodzić podobnej drogi jak my.

Niektórzy nie mogli też pojąć, dlaczego nie uwzględniamy fundacji korporacyjnych jako społecznej odpowiedzialności. Wyjaśnialiśmy, że kluczowe dla zrównoważonego rozwoju jest to, jak firmy zarabiają, a nie wydają pieniądze. Nie do wszystkich docierały te argumenty, kurczowo bowiem trzymali się swoich autorskich definicji CSR.

Czasem okazywało się, że wystarczą niewielkie zmiany jak dopisanie na stronie kontaktu do osoby odpowiedzialnej za te kwestie, która i tak w firmie była zatrudniona i się tym zajmowała.

Ostatecznie rezultaty potwierdziło 31,2 proc. przedsiębiorstw. Niektóre pozostały z minusem, bo nie mogły się zdecydować czy zgadzają się z wynikami czy nie. Doceniamy jednak fakt, że ich przedstawiciele do nas dzwonili, pisali, komunikowali się przez portale społecznościowe i przekazywali informacje o monitoringu. Zapraszamy firmy do dalszego zgłaszania uwag. W raporcie znajdują się dane na dzień 15.12.2015 r.

3

ANALIZA BRANŻOWA – JAK WYPADAJĄ POSZCZEGÓLNE FIRMY NA TLE SWOJEJ KONKURENCJI?

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Jest to jedna z największych branż przemysłowych w Polsce, której produkcja najczęściej lokowana jest w specjalnych strefach ekonomicznych. O naszych oczekiwaniach dotyczących przestrzegania praw pracowniczych, m.in. gwarantowania stabilnego zatrudnienia, nienadużywania współpracy z agencjami zatrudnienia tymczasowego, prawa do zrzeszania się w ramach organizacji tworzonych przez zatrudnionych czy godnej płacy, więcej można przeczytać w rozdziale poświęconym właśnie SSE. Poruszamy tam również kwestie związane z dotowaniem działalności przez państwo oraz zakazu szantażowania władz przeniesieniem produkcji do innych krajów.

Inne wyzwania z zakresu odpowiedzialności społecznej stojące przed tym sektorem to m.in. ochrona środowiska. Firmy muszą prowadzić profesjonalną utylizację produktów oraz odbiór elektrośmieci od klientów. Niedopuszczalne jest stawianie dodatkowych warunków, np. wymogu, aby dokonać tożsamego zakupu w ich sieci, np. sklep przyjmie starą pralkę, jeśli konsument kupi u niego nową. Transport powinien odbywać się na koszt przedsiębiorstw. Konieczne jest prowadzenie dokładnej dokumentacji w tym zakresie, pokazującej ile szkodliwych odpadów zostało odpowiednio zeskładowanych czy w jaki sposób zostały zniszczone. Korporacje muszą też kontrolować wynajmowane przez siebie firmy zajmujące się recyklingiem i rozliczać je z przestrzegania obowiązujących przepisów.

Spółkom nie wolno też umyślnie produkować sprzętu o krótkim okresie używalności, kończącym się zazwyczaj wraz z wygaśnięciem gwarancji i narażać tym samym klientów na dodatkowe koszty (tzw. planowane postarzenie produktów). Konieczne jest także przestrzeganie praw konsumenta, tzn. do reklamacji wadliwego urządzenia, jego wymiany lub odzyskania pieniędzy, a także do zwrotu.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Przedsiębiorstwa z branży RTV/AGD w naszym badaniu wypadają średnio. Wzmianki o społecznej odpowiedzialności ma w serwisie 50 proc., ale już konkretną politykę mniej niż połowa z nich. **Kodeks etyczny opracowało zaledwie 33,3 proc., a żąd-**

na z firm nie wydaje raportu społecznego. Podmioty notowane na giełdzie czyli GK Action oraz Amica Wronki nie uwzględniają zrównoważonego rozwoju również w raportach rocznych.

Kluczowe dla tego sektora – obok warunków pracy – zadają się być kwestie związane z ochroną środowiska. Zainteresowanie nimi wyraziło 66,6 proc., m.in. Samsung. „ – Firma Samsung z dumą stosuje rygorystyczne zasady i wyraźne wytyczne z zakresu ochrony środowiska, przy jednoczesnej regularnej ocenie partnerów dostarczających jej surowce pod kątem praktyk dotyczących BHP i ochrony środowiska (...) Firma Samsung chroni środowisko poprzez działania proekologiczne, mające na celu minimalizację zużycia energii i zmniejszenie emisji związków węgla”³⁰.

To także jedno z zaledwie 33,3 proc. przedsiębiorstw, które wyraża zainteresowanie kwestiami praw człowieka. Deklaruje, że „zapewnia swoim pracownikom i członkom lokalnych społeczności środki umożliwiające im realizację własnych celów i poprawę jakości życia”³¹. Z kolei Sharp przekonuje: „Naszym celem jest również zharmonizowany rozwój, dlatego wspieramy naszych pracowników w działaniach służących zwiększeniu ich potencjału i poprawy jakości ich życia”. Precyzuje to w Kodeksie Postępowania: „Będziemy aktywnie angażowali się w stworzenie bezpiecznego środowiska pracy, przykładamy bowiem maksymalną wagę do życia ludzkiego oraz szanujemy prawo i przepisy, które regulują kwestie dotyczące bezpieczeństwa w miejscu pracy. (...) Będziemy szanowali indywidualność każdego pracownika, żeby stworzyć w miejscu pracy atmosferę, sprzyjającą indywidualnej inicjatywie i kreatywności, w której wszyscy pracownicy będą mogli w pełni rozwinąć swoje zdolności pomagające osiągnąć cele biznesowe”³².

Kwestie korupcji oraz łańcucha dostaw porusza 33,3 proc. korporacji. Osobę odpowiedzialną za CSR zatrudnia tylko jedna z nich czyli Samsung, (8,3 proc.) a wyniki potwierdziły dwie: Samsung i Amica Wronki (16,6 proc.).

30 <http://www.samsung.com/pl/aboutsamsung/samsungelectronics/corporatecitizenship/environment.html>, dostęp: 16.10.2015.

31 http://infarma.pl/fileadmin/templates/infarma_v1.0/design/gfx/KodeksDobrychPraktyk_Wyd_2_201014_PL.PDFdostęp: 16.10.2015.

32 http://www.sharp.pl/cps/rde/xchg/pl/hs.xsl/-/html/the_sharp_code_of_conduct.htm, dostęp: 16.10.2015.



Firma Chung–Hong w podwrocławskich Koberzycach produkuje podzespoły do telewizorów firmy LG. Pracownicy pod groźbą nieprzedłużenia kontraktu muszą brać nadgodziny i pracować w soboty. Otrzymują wynagrodzenie na poziomie pensji minimalnej. W 2012 roku w odpowiedzi na rosnący w siłę ruch związkowy firma ogłosiła lock-out. Warunki pracy w specjalnych strefach ekonomicznych w Polsce są bardzo złe.

Nowe technologie, wysysk jak zwykle

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

W 2013 roku przygotowaliśmy raport pt. „Warunki pracy w sektorze IT w Polsce”³³. Przeanalizowaliśmy jak wygląda m.in. przestrzeganie praw człowieka w fabrykach elektroniki w specjalnych strefach. Pod lupę wzięliśmy koncerny takie jak Sharp, Flextronics, Jabil Curit Poland i Chung Hong Holdings Limited.

Fabryka Sharp w Ostaszewie korzystała z pomocy publicznej w Pomorskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Deklarowała, że w 2011 roku zatrudnienie będzie wynosiło 5 tys. osób. Ostatecznie pracę znalazło tam tylko 1070. W 2012 roku problem ze spadającą liczbą zamówień fabryka rozwiązała zwalniając co miesiąc 29 osób, tym samym omijając procedurę zwolnień grupowych oraz konieczność wypłacania odpraw. W negocjacje włączyła się NSZZ „Solidarność” oraz szefowa SSE. Rozmowy zostały zawieszono ze względu na brak woli do ustępstw przez korporację. W końcu firma zapewniła, że kolejne 211 osób, które planuje zwolnić w 2013 roku obejmie ustawowymi gwarancjami oraz wypłaci im dodatkową bonifikatę w postaci bonu 2 tys. zł na zakup swojego sprzętu.

Ostatecznie fabryka została sprzedana nowemu słowackiemu właścicielowi UMC Poland. Jak w maju 2015 roku poinformowała toruńska gazeta „Nowości”, narzucił on nowe, znacznie wyższe normy produkcji. Pracownicy napisali do Państwowej Inspekcji Pracy list, w którym skarżą się, m.in. na to, że mogą korzystać z toalety tylko raz na osiem godzin. Spółka nie pozwoliła też PIP przeprowadzić ankiety antymobingowej w zakładzie. Jej przedstawiciele tłumaczyli dziennikarzom, że albo ludzie będą pracować więcej albo zamówienia nie będą realizowane i wszystkich trzeba będzie zwolnić³⁴.

ChungHong Electronics Poland Sp. z o.o. w 2008 roku otworzyła swoją fabrykę w Tarnobrzskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej w podstrefie Koberzyce niedaleko Wrocławia. Informacje o trudnej sytuacji w fabryce dotarły do opinii pu-

33 Tadeusz Joniewicz, Katarzyna Szyniszewska, *Warunki pracy w sektorze IT w Polsce. Studia przypadku firm: Sharp, Chung Hong, Jabil i Flextronics*, Fundacja CentrumCSR.PL: Warszawa, 2013.

34 Małgorzata Oberlen, *Firma UMC kupiła fabrykę Sharpa i ostro ruszyła z produkcją. Dla niektórych pracowników za ostro*, Nowości.pl, 29.05.2015.

blicznej dzięki Małgorzacie Maciejewskiej, doktorantce Uniwersytetu Wrocławskiego i aktywistce feministycznej. Badając sytuację kobiet w fabrykach IT postanowiła zatrudnić się w takim zakładzie i poprzez agencję pracy tymczasowej trafiła właśnie do fabryki w Kobierzycach gdzie pracowała od października do grudnia 2011 r. Bazując na swoich doświadczeniach, napisała raport o panujących tam warunkach pracy³⁵. Jak relacjonowała, podczas rekrutacji pracowników tymczasowych dochodziło do wielu uchybień. Musieli oni podpisywać się pod regulaminem, którego nie mieli możliwości przeczytać, zdarzały się też przypadki pracy bez umowy, bo brakowało odpowiednich dokumentów. Ponadto ze względu na intensywny harmonogram, zatrudnieni mieli trudności w skontaktowaniu się z przedstawicielami agencji. W skrajnym przypadku jeden z pracowników przez osiem dni z tego powodu wykonywał swoje obowiązki bez żadnej umowy. Problemem była również kwestia bezpieczeństwa pracy. Personel nie został odpowiednio przeszkolony, nie był również informowany o niebezpiecznych substancjach chemicznych używanych w procesie produkcji. Zatrudnieni nie mieli dostępu do odpowiedniej liczby toalet i ciepłej wody w czasie przerw.

Z czasem firma zaczęła odbierać etatowym pracownikom kolejne dodatki. Otrzymywali jedynie podstawową pensję, niewiele wykraczającą ponad ustawową pensję minimalną (w 2012 wynosiła ona 1500 zł brutto), którą można było powiększyć jedynie nadgodzinami lub skromną (ok. 100 zł) tzw. premią frekwencyjną za stu procentową obecność w pracy. Normy były coraz wyższe, a koncern likwidował kolejne stanowiska pracy.

W grudniu 2011 roku powstał związek zawodowy, który w 2012 roku wszedł na drogę sporu zbiorowego z pracodawcą. Negocjacje nie przyniosły efektu, dodatkowo firma zwolniła jednego z liderów protestujących. To przyspieszyło decyzję o strajku. Działacze nie czekali 5 ustawowych dni, argumentując, że decyzja o wyrzuceniu ich kolegi jest nielegalna. Kierownictwo zakładu stwierdziło, że protest jest nielegalny i zwolniło jego uczestników. Powiadomiło prokuraturę o samowolnym strajku i zażądało odszkodowań za poniesione straty w produkcji.

Jabil Circuit Poland w Kwidzynie usytuowana w województwie pomorskim tuż koło Kwidzyna także korzystała z ulg w Specjalnej Strefie Ekonomicznej. W szczytowym momencie zatrudniała ok. 5 tys. osób. Pierwsze redukcje zaczęły się w 2008 roku. Wtedy pracę straciło 400 podwładnych, a w 2010 kolejne 500. Związkowcy weszli wtedy w spór zbiorowy z korporacją. Żądali polepszenia warunków pracy, w tym podwyżek oraz zaprzestania zatrudniania na umowach częściowych (np. 1/2 i 3/4). W efekcie zostało zawarte porozumienie i te osoby, które zostały w fabryce, otrzymały umowy na pełne etaty.

Na początku 2012 roku rozpoczęła się kolejna fala zwolnień. Według szacunków Powiatowego Urzędu Pracy w Kwidzynie, w tamtym okresie nie przedłużono umów 2 tysiącom pracowników tymczasowych. Ze względu na rodzaj zatrudnienia, firma formalnie nie redukowała miejsc pracy, tak więc nie musiała ogłaszać procedury zwolnień grupowych. Związki zawodowe zawarły ze spółką porozumienie w marcu 2012 roku, które zapewniało zatrudnienie stałym pracownikom, dopóki zakład będzie zatrudniał również tych rekrutowanych przez agencje pracy tymczasowej. Koncern jako jedno z rozwiązań wprowadził zmiany na stanowiskach pracy oraz inne zakresy obowiązków, np. inżynier testu miałby przejść do produkcji, co wiązało się w większości również ze znacznym obniżeniem pensji. Osoby, które nie godziły się na gorsze warunki, otrzymywały wypowiedzenie. Firma zapowiadała także obniżki pensji nawet o 20 proc.

Druga kwestia związana z podwyżkami nie została rozwiązana. Jabil ostatecznie zaproponował ich obniżki pracownikom zakładu o 10 proc. z pominięciem zatrudnionych w administracji.

Spośród pięciu brygad pracujących na produkcji, dwie pierwsze składały się z pracowników na stałych umowach, a trzy kolejne z osób zatrudnionych przez agencje. Pracownicy stali pracowali tylko na pierwszych dwóch zmianach, natomiast agencjoni na trzecich i w święta oraz w weekendy, czyli wtedy kiedy stałym pracownikom przypadał by dodatek do wynagrodzenia np. przy pracy nocnej w wysokości 31 proc.

W 2013 roku pracę straciło kolejne 300 osób. Jednak już w kwietniu firma poinformowała, że koniunktura na rynku się poprawiła i szuka 240 pracowników.

O podobnych konfliktach i skandalicznych warunkach pracy w strefach regularnie informują media.

³⁵ Małgorzata Maciejewska, *Zmęczone ciała i bezcenne produkty. Warunki pracy kobiet w specjalnej strefie ekonomicznej*, Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego, 2012.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	AMICA WRONKI SA	-	-	-	-	-	ND	-	+	-	-	-	+
2	BSH SPRZĘT GOSPODARSTWA DOMOWEGO SP. Z O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
3	ELECTROLUX POLAND SP. Z O. O.	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
4	FLEXTRONICS SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
5	GK ACTION SA	+	-	-	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
6	INDESIT COMPANY POLSKA SP. Z O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
7	JABIL CIRCUIT POLAND. SP. Z O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
8	LG ELECTRONICS POLSKA	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
9	MANTA SA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
10	SAMSUNG ELECTRONICS POLSKA SP. Z O.O.	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
11	SHARP ELECTRONICS (EUROPE) GMBH SPÓŁKA Z O. O	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
12	WHIRLPOOL POLSKA SP Z O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-

Tabela 1: AGD/RTV



Przestrzeganie praw człowieka w globalnym łańcuchu dostaw stanowi wciąż wyzwanie dla firm z przemysłu elektronicznego. Na zdjęciu młodzi pracownicy jednej z chińskich fabryk, produkujących podzespoły dla międzynarodowych marek, m.in. Dell, Lenovo.

3.2 BRANŻA BUDOWLANA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Obowiązkiem przedsiębiorstw z tej branży w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu jest utrzymywanie uczciwych relacji z klientami. Mówi o tym chociażby Kodeks Dobrych Praktyk opracowany przez Polski Związek Firm Deweloperskich, który koncentruje się na tych zagadnieniach. Zakłada on, m.in. że firma deweloperska powinna zapewnić odpowiednie ubezpieczenie inwestycji, jasno i w zrozumiały sposób formułować umowy zawierające opis ich przedmiotu, termin rozpoczęcia inwestycji, czas realizacji, zobowiązanie, iż roboty budowlane wykonywane przez inne podmioty na rzecz firmy deweloperskiej objęte są rękojmią i co najmniej trzyletnią gwarancją. Dodatkowo obowiązkiem spółek jest natychmiastowe informowanie klienta o zmianach w harmonogramie i kosztorysie robót³⁶.

Przedsiębiorstwa muszą też zachowywać się etycznie wobec podwykonawców. Nie mogą nadużywać swojej uprzywilejowanej pozycji i przenosić na nich kosztów związanych z inwestycją, np. zaniżając ceny proponowane w ramach przetargów, doprowadzając ich z czasem do bankructwa.

Niewątpliwie priorytetem jest przestrzeganie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy, m.in. identyfikacja potencjalnych zagrożeń i zapobieganie ich występowaniu, szczególnie tych zagrażających życiu lub zdrowiu, np. poprzez ograniczanie stężenia i natężenia czynników szkodliwych wydzielanych przez materiały budowlane. Normą wyznaczającą standardy w tym zakresie jest chociażby ISO 18000.

Jednym z efektów działalności spółek z tego obszaru jest ingerencja w środowisko naturalne. Dlatego powinny stosować przyjazne mu technologie, poświadczone, np. certyfikatami serii ISO 14000. Budownictwo powinno inwestować w ekologiczne rozwiązania takie jak domy niskoenergetyczne czy oświetlenie typu LED.

Firmom nie wolno również zawłaszczać przestrzeni publicznej i odbierać do niej dostępu. Nie mogą tworzyć zamkniętych enklaw, np. grodzonych osiedli, ani dominować kosztem sąsiedztwa, np. stawiając ogromny budynek na niewielkim obszarze i odcina-

jąc otoczeniu dostęp do światła. Inwestycje powinny współgrać z otoczeniem, nie psuć jego charakteru, nie szpecić okolicy.

Zadaniem przedsiębiorstw jest także zadbanie o odpowiednią infrastrukturę związaną z inwestycją, m.in. doprowadzenie na własny koszt niezbędnych mediów czy wybudowanie dróg dojazdowych.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Firmy z branży budowlanej zdają się nie dostrzegać w wystarczającym stopniu wagi takiej dziedziny jak społeczna odpowiedzialność. W naszym zestawieniu wypadają przeciętnie. Chociaż zainteresowaniem zrównoważonym rozwojem wyraża na swoich stronach 61,5 proc., wyniki pozostałych wskaźników przeczą tak wielkiemu zaangażowaniu. Spójną politykę CSR opracowało 38,4 proc. przedsiębiorstw, tyle samo z nich uwzględnia prawa człowieka. To niepokojące w odniesieniu do sektora, dla którego kluczowym tematem powinna być troska o bezpieczeństwo pracowników. Najwięcej firm spełniło kryterium dotyczące ekologii, czyli 61,5 proc. **Zapobieganie korupcji interesuje tylko 30,7 proc., łańcuch dostaw 23 proc. Kodeks etyczny posiada niespełna co czwarta firma (23 proc.).**

Osobę odpowiedzialną za CSR zatrudniają tylko dwie firmy (15,3 proc.): Drutex SA oraz Grupa Budimex. Jednak tylko Budimex opracuje raport społeczny, stosuje w nim wytyczne GRI oraz uwzględnia ten obszar w swoich giełdowych rocznych sprawozdaniach. Ta firma spełnia najwięcej naszych wskaźników, bo aż 10. Minus otrzymała jedynie za brak kodeksu etycznego oraz potwierdzenie rezultatów. Polityka dotycząca jej społecznej odpowiedzialności jest bardzo rozbudowana. Uwzględnia zarówno prawa pracowników, jak i minimalizację szkodliwego wpływu na ekosystem. „ – Działalność budowlana Budimeksu może silnie wpływać na środowisko naturalne – informuje na swojej stronie internetowej. – Tam, gdzie ingerencja w funkcjonowanie lokalnej biosfery może być szczególnie duża potrzebne są rozwiązania pozwalające skutecznie chronić przyrodę. Dlatego też ochrona środowiska w Budimeksie oparta jest na certyfikowanym systemie zarządzania”³⁷.

36 Kodeks Dobrych Praktyk w relacjach klient – deweloper, http://www.pzfd.pl/strona,inicjatywy,kodeks_dobrych_praktyk.html, dostęp: 10.08.2015.

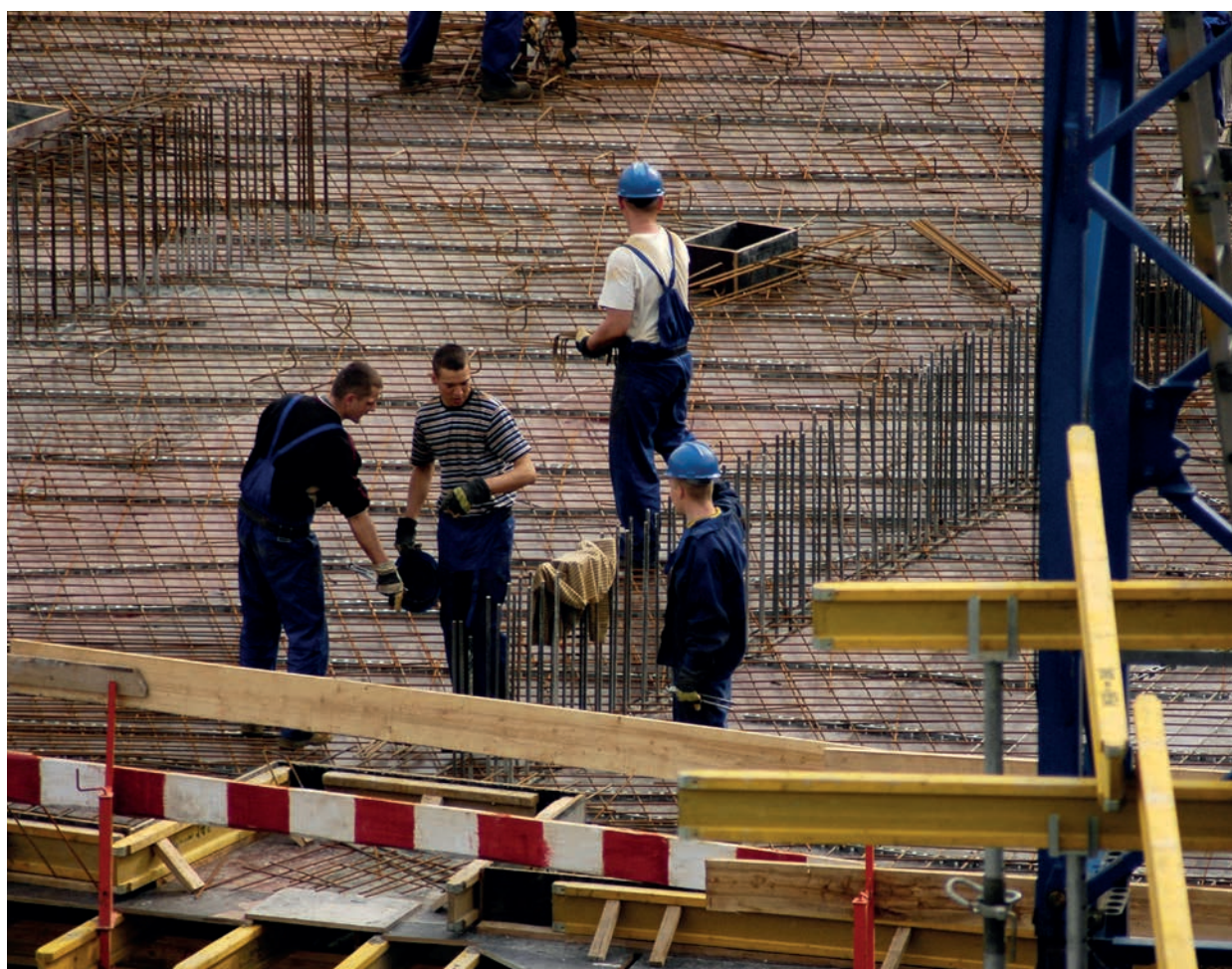
37 <http://www.budimex.com.pl/pl/zrownowazony-rozwoj/srodowisko>, dostęp: 16.10.2015.

Deklaruje, m.in. poprowadzenie dróg technologicznych w sposób zapewniający oszczędne korzystanie z terenu i minimalne przekształcanie jego powierzchni, przywrócenie terenu prac do stanu sprzed budowy, ograniczenie do minimum wycinki drzew, przenoszenie roślin w inne miejsca i realizowanie sadzeń kompensacyjnych, zabezpieczanie przed uszkodzeniem mechanicznym drzew, znajdujących się w strefie oddziaływania inwestycji, przenoszenie na nowe stanowiska płazów i gadów, żyjących wcześniej w zniszczonych przez budowę zbiornikach wodnych.

Zapewnia, że do przestrzegania tych standardów obliguje również swoich podwykonawców, którzy „są poddawani kwalifikacji wstępnej pod kątem przestrzegania zasad ochrony środowiska”.

Żadnych odniesień do społecznej odpowiedzialności nie znaleźliśmy na stronie, ani w publicznie udostępnianych dokumentach m.in. GK Marvipol oraz Polnord SA. GTC Globe Trade Centre z kolei zapewnia: – „Troska o długofalowe dobro wszystkich interesariuszy, zarówno w sensie społecznym, jak i środowiskowym, stała się jednym z integralnych elementów naszej strategii”³⁸. Koncentruje się głównie na akcjach sponsorskich, inicjatywach charytatywnych oraz zielonej idei.

38 <http://gtc.com.pl/csr/>, dostęp: 16.10.2015.



Od branży budowlanej zależy kształt naszych miast. Nieprzemysłane decyzje architektoniczne mogą zmienić krajobraz nie do poznania. Cięży na niej również szczególna odpowiedzialność za bezpieczeństwo i higienę pracy osób w nim zatrudnionych.

Deweloperzy trzęsą miastem

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Deweloperzy w coraz większym stopniu decydują o charakterze miast. Ich ekspansja postępuje w zatrważającym tempie, a wielkie biurowce powstają na najmniejszych skrawkach terenu w dogodnych lokalizacjach. Przykładem jest chociażby warszawska Wola, która dawniej miała przemysłowy charakter. W najbliższych latach ma tu powstać kilkanaście biurowców, m.in. Warsaw Spire, Mennica Legacy Tower, Art Norblin, Sienna Tower. Wszystko to ekskluzywne obiekty, mające być siedzibami wielkich firm, przez co właściwie są zamknięte na lokalne otoczenie.

Niektóre z nich, jak Spektrum Tower, powstają w bardzo bliskim sąsiedztwie bloku. Obiekt już dał poznać się mieszkańcom od nie najlepszej strony. Jak informowały media, na dachu powstał klub nocny z widokiem na panoramę miasta. Imprezy były tak głośne, że jeszcze przed jego oficjalnym otwarciem ludzie wzywali policję kilkanaście razy³⁹.

W opinii publicznej ten rejon już zyskał miano nowego Mordoru, jak dotąd nazywano Służewiec. Okazuje się, że w obu przypadkach podobne są również problemy. Chociaż współcześnie urbanistyka zakłada raczej wyprowadzania samochodów z centrów miast na rzecz publicznego transportu, podobne inwestycje wymuszają zupełnie inne działanie. Stołeczny ratusz rozważa czy nie poszerzyć ul. Grzybowskiej, wokół której będzie największe nagromadzenie nowych budynków, do dwóch jezdni. Tłumaczy to dużą liczbą osób, które będą dojeżdżać tu do pracy. Przeciwno tym planom zaprotestowały miejskie stowarzyszenia, m.in. Forum Rozwoju Warszawy, Zielone Mazowsze, Siskom, argumentując, że będzie się odbywać chociażby kosztem pieszych i zieleni⁴⁰.

Przykłady konfliktów spowodowanych działalnością deweloperów można mnożyć. Od kilku lat jest głośno o sporze pomiędzy Polnordem a Miejskim Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji w Warszawie. Firma domaga się od miasta ponad 50 mln zł rekompensaty za wybudowanie infrastruktury wodno-kanalizacyjnej na terenie Wilanowa, przyłączenie jej do miejskiej sieci i przekazanie w zarząd MPWiK. Właśnie tymi rurami woda dociera do kilkunastu tysięcy mieszkańców. Urzędnicy twierdzą jednak, że pierwotny inwestor Ryszard Krauze podpisując akt notarialny kupna terenu, w zamian za zmianę planu zagospodarowania przestrzennego zgodził się wybudować niezbędną infrastrukturę na swój koszt. Teren był odsprzedawany kolejnym spółkom, aż stał się własnością Polnordu, który postanowił dochodzić roszczeń. Deweloper argumentował, że on nigdy z miastem nie zawierał podobnej umowy. Sprawa skończyła się w sądzie.

Firmy z branży budowlanej czasem też starają się przerzucić ryzyko niepowodzenia inwestycji na swoich klientów. Na początku 2014 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przygotował raport pt. „Konsument na rynku deweloperskim”⁴¹. Kontrolerzy stwierdzili naruszenia prawa w przypadku 89 na 93 firm. Nieprawidłowości dotyczyły, m.in. obciążania nabywców kosztami w przypadku skorzystania przez niego z prawa odstąpienia od umowy deweloperskiej, żądanie od konsumenta złożenia oświadczenia a priori o prawidłowym wykonaniu przez dewelopera określonych czynności oraz o niezgłaszaniu w przyszłości roszczeń z tego tytułu, zastrzeżenie możliwość dokonania zmiany udziałów w nieruchomości wspólnej bez konieczności dokonania rozliczenia z tego tytułu, obciążanie konsumenta kosztami w sytuacji odstąpienia od umowy z przyczyn nieleżących po jego stronie, nakładanie na konsumenta nieuzasadnionych obowiązków (np. ubezpieczenia, wykończenia lokalu). Poza tym firmy zawierały w umowach „klauzule waloryzacyjne w kontekście prawa odstąpienia od umowy (w tym postanowienia waloryzujące cenę z uwagi na zmianę stawki podatku VAT, postanowienia waloryzujące cenę z uwagi na wzrost kosztów materiałów i pracy, postanowienia waloryzujące cenę z uwagi na zmiany w powierzchni nieruchomości stwierdzone podczas odbioru lokalu, lub inwentaryzacji powykonawczej) oraz postanowienia wyłączające lub ograniczające odpowiedzialność deweloperów za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy (w tym postanowienia dotyczące nieterminowego wykonania zobowiązania, postanowienia zawierające zrzeczenie się roszczeń przez konsumentów, postanowienia wyłączające odpowiedzialność w zakresie wad lokalu/budynku, postanowienia ograniczające odpowiedzialność dewelopera do określonej w umowie kary pieniężnej, postanowienia przyznające deweloperowi prawo do jednostronnej zmiany umowy lub istotnych cech świadczenia bez ważnej przyczyny wskazanej w umowie, postanowienia wprowadzające zmiany w zakresie projektu budynku/lokalu, wyposażenia, technologii, zagospodarowania terenu, wykorzystanych materiałów, instalacji, oraz postanowienia wprowadzające zmiany w zakresie powierzchni”⁴².

39 Ewa Jankowska, *Na dachu impreza życia, dookoła wielki hałas. The View Warsaw spędza sen z powiek mieszkańcom śródmieścia*, Metro.pl, 8.07.2015.

40 Krzysztof Śmietana, *Ile pasów z Woli do centrum? Nowy spór o szerokość Grzybowskiej*, Gazeta Stołeczna, 6.07.2015

41 Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, *Konsument na deweloperskim rynku*, Warszawa, styczeń 2014, str. 171-177.

42 Jw.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	DOM DEVELOPMENT SA	+	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
2	DRUTEX SA	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
3	GK MARVIPOL	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
4	GK POLIMEX-MOSTOSTAL SA	+	-	+	+	-	ND	-	+	+	+	+	-
5	GK SAINT GOBAIN	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
6	GRUPA BUDIMEX SA	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	-
7	GRUPA FAKRO	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	+
8	GTC GLOBE TRADE CENTER SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
9	J.W. CONSTRUCTION HOLDING SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
10	PANATTONI EUROPE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
11	POLNORD SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
12	PROLOGIS POLAND	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
13	STRABAG SP. Z O.O.	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-

Tabela 2: Budownictwo



Podczas robót budowlanych priorytetem jest przestrzeganie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy. To przede wszystkim identyfikacja potencjalnych zagrożeń i zapobieganie ich występowaniu, szczególnie tym zagrażających życiu lub zdrowiu pracownikom. Wg danych Państwowej Inspekcji Pracy w 2013 r. odnotowano 113 śmiertelnych wypadków w budownictwie.

3.3 BRANŻA FINANSOWA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Jest to jedna z kluczowych branż z punktu widzenia polskich interesariuszy. We współczesnym świecie praktycznie nie da się normalnie funkcjonować w społeczeństwie nie będąc klientem banku lub firmy ubezpieczeniowej. Dotyczy to zarówno indywidualnych osób (zdecydowana większość wypłat wynagrodzeń i świadczeń takich jak renta czy emerytura jest przekazywana przelewami), jak i firm. Dziś niemal żaden projekt biznesowy nie może być zrealizowany bez zewnętrznego finansowania. Bez względu na to czy chodzi o budowę sklepu czy elektrowni jądrowej, inwestorzy oprócz własnych środków zaciągają również kredyty.

Sektor finansowy to pozornie czysty biznes, kojarzący się z eleganckimi biurami i doradcami. To działalność, która na pierwszy rzut oka nie czyni wielkich szkód w otoczeniu, np. nie dewastuje środowiska jak koncerny wydobywcze.

Tymczasem jej wpływ na sferę socjalną bywa destrukcyjny. W przypadku podjęcia niewłaściwej decyzji owocuje wieloletnimi konsekwencjami, które determinują życie wielu ludzi. Dlatego przed przedsiębiorstwami z tej branży stoją szczególnie wyzwania.

Ich podstawowym zadaniem jest rzetelne informowanie konsumentów. Niedopuszczalne jest wpisywanie do umów małym drukiem warunków, które są dla nich niekorzystne i nie są wyjaśniane w klarowny sposób przed zawarciem oferty. Wszystkie zapisy powinny być przedstawiane w sposób zrozumiały, pozwalający poznać skutki danej decyzji, ich akceptację lub rezygnację z ich ponoszenia. **Nie może występować zjawisko polegające na asymetrii dostępu do informacji, tzn. do pełnej wiedzy ma dostęp wyłącznie instytucja finansowa.** Dotyczy to, m.in. pożyczek, lokat, funduszy inwestycyjnych. Nieuczciwe jest też przerzucanie na klienta indywidualnego całego ryzyka związanego z operacją, ponieważ w przeciwieństwie do korporacji nie dysponuje on mechanizmami mogącymi niwelować jej negatywne następstwa. Odpowiedzialność powinna być podzielona proporcjonalnie między obie strony.

Bankom nie wolno też żerować na interesantach, na-

rzucając dodatkowych opłat w trakcie obowiązywania kontraktu, jak chociażby znacznie podwyższać sumy za dokonywanie przelewów czy wypłat z bankomatu. Nie powinny również pobierać żadnych kwot związanych z dostępem klienta do informacji na swój temat, np. sprawdzenie salda własnego konta.

Instytucje finansowe są zobligowane do zapewnienia wszystkim uczestnikom rynku takiego samego dostępu do swojej oferty. Jeśli będą inwestowały wyłącznie w inicjatywy z wysoką stopą zwrotu, będą wspierać wyłącznie silne podmioty, przyczyniając się do pogłębiania nierówności społecznej i do dyskryminacji niektórych grup. Przykładem jest chociażby znaczna redukcja liczby udzielanych kredytów hipotecznych argumentowana kryzysem gospodarczym, która pozbawiła wiele osób możliwości zakupu własnego lokum. Banki powinny być elastyczne wobec konsumentów, bowiem obrót ich środkami zapewnia im znaczną część dochodów. Ich celem powinien być zysk, ale nie jego maksymalizacja w jak najkrótszym czasie i za wszelką cenę.

Banki w Polsce powinny zwiększyć dostęp do rynku etycznych finansów (ang. *socially responsible investment*), który jest w tej chwili w naszym kraju zjawiskiem marginalnym, ale jednocześnie bardzo szybko rozwijającą się niszą na światowym rynku produktów finansowych. Nie wolno im bowiem zarabiać na inicjatywach, które przynoszą ogromne straty w sferze socjalnej. W przypadku współpracy z dużymi kontrahentami mają obowiązek przeprowadzenia *due diligence* w zakresie praw człowieka i środowiska naturalnego, czyli sprawdzenie wpływu środowiskowego i społecznego inwestycji, np. czy nie jest związana z łamaniem praw człowieka, produkcją broni, pornografią, hazardem, narkotykami. Np. Bank Gospodarstwa Krajowego w przypadku kredytów inwestycyjnych współfinansowanych ze środków KfW (niemiecki bank państwowy), wymaga od kontrahentów oświadczenia, że nie są związani z żadną z tych dziedzin. Niestety wiele instytucji finansowych mimo że w swojej polityce deklaruje podobne zasady, wspiera nieetyczne przedsięwzięcia posiłkując się swoimi spółkami zależnymi. Instytucje finansowe powinny udostępniać dostęp do podobnych danych klientom indywidualnym, pozwalając im ulokować pieniądze w projektach zgodnych z ich światopoglądem i zasadami moralnymi, jakie wyznają.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Warto podkreślić, że ani jedna z dużych polskich instytucji finansowych nie uczestniczy w żadnej inicjatywie międzynarodowej, promującej podobne kryteria inwestowania (UN PRI, Equator Principles, Eurosif itp.).

W naszym badaniu ilościowym instytucje wypadają bardzo dobrze. Zainteresowanie kwestiami polityki odpowiedzialnej społecznie na stro-

nach internetowych wyraża 100 proc. z nich, podobnie jak prawami człowieka. Kodeks etyczny ma 82,3 proc., korupcji chce zapobiegać 88,2 proc., a nad aspektami ekologicznymi pochyla się 88,2 proc. Politykę w zakresie zrównoważonego rozwoju opracowało 76,4 proc. podmiotów, a łańcuch dostaw uwzględnia 64,7 proc. Osobę odpowiedzialną za CSR zatrudnia 64,7 proc., a 41,1 proc. przygotowuje raporty społeczne, z czego we wszystkich są stosowane wskaźniki GRI. Nawiązania do CSR w giełdowym raporcie rocznym zawiera odnotowano we wszystkich przypadkach.

Gwiazdki, drobny druk i frank szwajcarski

**Arkadiusz Szcześniak,
Ruch Społeczny Stop Bankowemu Bezprawiu**

Prawda, którą poznaliśmy po fakcie, jest taka, że większość z nas nie miała zdolności kredytowej, aby dostać takie pożyczki. Banki przeprowadzały symulacje po średnim kursie NBP. Nie uwzględniały *spreadu*. Zatajały te fakty, aby przekonać klientów, że to korzystny wybór.

Warto podkreślić, że wbrew temu, co się mówi w większości przypadków nie są to wcale kredyty walutowe, ale waloryzowane do wskazanej w umowie waluty obcej. Odbywało się to w dwojaki sposób. Jednym było udzielanie tzw. kredytów indeksowanych, tzn. bank zobowiązuje się oddać do dyspozycji kredytobiorcy kwotę wyrażoną w PLN. Po jej wypłaceniu właśnie w złotych, przelicza dług po kursie kupna CHF (indeksowanie) i od tego momentu dla konsumenta jest on wyrażony w CHF. Rata kredytu jest wstępnie wyliczana w CHF, po czym w dniu jej płacenia następuje przeliczenie do PLN na podstawie kursu sprzedaży z tabeli kursowej banku. Inną metodą były kredyty denominowane, czyli takie, gdzie wnioskowana kwota jest wyrażona od początku w CHF, na podstawie wstępnego przeliczenia wnioskowanej przez konsumenta kwoty kredytu w złotych i szacunkowo przeliczonej na CHF. Kwota „denominowana” jest więc nieznaną w chwili zawierania umowy, wypłacana i spłacana jest bowiem kwota w PLN. Analogicznie, przeliczenie „startowe” długu odbywa się według kursu kupna, raty są przeliczane z CHF na PLN po kursie sprzedaży. Tymczasem kredyt walutowy od początku jest udzielony, wypłacony i spłacany w walucie obcej. W żadnym momencie nie przelicza się go do waluty krajowej.

Najwyższa Izba Kontroli sprawdziła umowy frankowe. Okazało się, że aż w 95 proc. przypadków zawierają niedozwolone klauzule. Stwierdził to też Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznając, że banki nie mogą same ustalać kursu, po którym udzielały kredytów oraz pobierały raty. Wskazał spread jako zarobek sprzeczny z przepisami. Jako niezgodne z prawem ocenił też żądanie dodatkowego zabezpieczenia. Odtąd stosowanie podobnych klauzul jest zabronione. Są wpisywane do specjalnego rejestru prezesa UOIKK. Instytucja skierowała też sprawę przeciwko Bankowi Millennium do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumenta, który w 2010 roku potwierdził jej stanowisko. W październiku 2011 roku Sąd Apelacyjny oddalił zażalenie Banku Millennium, podzielając tym samym orzeczenie SOKiK.

Mimo, że zapadają kolejne wyroki niekorzystne dla banków, w ogóle na to nie reagują i nadal są to praktyki permanentnie przez nie stosowane. Wycinają pojedyncze zdania z uzasadnień sądu i interpretują je na własny sposób.

Reklamacje przyjmują wyłącznie w sytuacjach, kiedy chodzi o niewielkie kwoty. Tak działo się np. w kwestii ubezpieczeń pomostowych. To dodatkowa suma, którą płaci się do momentu wpisania do księgi wieczystej nieruchomości hipoteki na rzecz banku. W ten sposób koszt ryzyka jest przerzucany na klienta. Trwa to od kilku do kilkunastu miesięcy. W tym przypadku, jeśli powołamy się na konkretny przepis, banki przyznają, że jest nieobowiązujący.

Zupełnie inaczej, gdy chodzi np. o indeksację i o znacznie poważniejsze sumy. Wtedy, aby dowieść swojej racji, trzeba iść do sądu. Wymaga to wpłacenia na początek 5 proc. wartości kredytu czyli nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych. Po

pierwsze trzeba dysponować wolną gotówką, a niewiele osób posiada podobne zasoby. Do tego trzeba doliczyć niemałe wypłaty pełnomocników. Po drugie trzeba się liczyć, że sprawa będzie ciągnęła się latami. Co więcej, na końcu wszystko może się rozbić o błąd formalny, bo okaże się, że jakieś pismo nie zostało złożone w terminie, adwokat nie zjawił się na jednej sprawie albo nie jest w stanie poradzić sobie z jakimś niuanssem. I wtedy można stracić wszystko, co się w ten proces zainwestowało i nic nie odzyskać.

To właśnie z tego powodu banki kontynuują swoje naganne działania. Gdyby nie koszty sądowe, już dawno byłyby postawione pod ścianę. Te mniejsze byłyby nawet gotowe zwrócić klientom kwoty pobierane niezgodnie z prawem, ale te duże na to nie pozwolą. Związek Banków Polskich, który w głównej mierze reprezentuje zachodni biznes, nie pozwoli w niego uderzyć.

Kiedy w 2008 roku kurs franka gwałtownie podskoczył, wiele osób zaczęło mieć problem ze spłatą. Różnica w wysokości rat jest naprawdę duża. Wystarczy to pokazać na moim przykładzie. Kiedy brałem kredyt, comiesięczna należność miała wynosić 1300 zł. Nawet gdy robiłem symulację, jak będzie w przypadku, gdy CHF będzie kosztował ponad 3 zł, wychodziło mi ok. 1600 zł. Teraz płacę ponad 2 tys. zł. Żadne wyliczenia robione przez ludzi nie mogły tego przewidzieć.

Banki nie były skłonne do negocjacji czy jakichkolwiek ustępstw. Nie podejmowały żadnych rozmów, nie stosowały żadnych zachęt. Kiedy pojawiła się propozycja, aby porozumiały się z klientami w sprawie podziału odpowiedzialności za wzrost rat przed sądem polubownym, żaden bank do niej nie przystąpił.

Czasem, jeśli ktoś miał kłopot z terminowym regulowaniem należności, oferowały mu kolejny, ale znacznie droższy i obciążony niekorzystną marżą kredyt gotówkowy. W efekcie człowiek zamiast wyjść z zadłużenia popadał w pętlę, z której w żaden sposób nie mógł się wydostać.

Często banki korzystają też z potężnego narzędzia, jakim jest Bankowy Tytuł Egzekucyjny. Wystarczy nie zapłacić dwóch rat i natychmiast nakładają wierzitelność komorniczą. Oczywiście od tej decyzji można odwołać się w sądzie, ale nie oznacza to, że proces eksmisji zostaje wstrzymany. Instytucje wolą sprzedać kredyt za 30 proc. jego wartości firmie windykacyjnej, niż pozwolić człowiekowi znaleźć pracę, odbić się, tak, aby mógł znów spłacać należności. **Dzięki temu mogą wykazać dochód w danym roku i pochwalić się zyskiem. Kierują się wyłącznie motywami biznesowymi, a nie społecznymi.**

W żadnym innym państwie klienci nie są traktowani w taki sposób. W Niemczech jak ktoś ma problem ze spłatą, banki dają mu rok, żeby wyszedł na prostą. Prowadzą negocjacje, dają szansę. W Polsce nie występuje taka możliwość.

W debacie publicznej pojawia się wiele przekłamań statystycznych na temat frankowiczów. Pokazuje się, w jak dobrej są sytuacji i przekonuje, że tylko 1 proc. ma problem ze spłatą rat. Tymczasem w kredycie wypowiedzianym zadłużenie jest wykazywane w złotówkach, a nie we frankach. Dzięki temu można mówić, że to nie jest zadłużenie walutowe. Przez to chociaż w sądach jest bardzo dużo eksmisji z powodu kredytów frankowych, ciężko to wykazać. UOKiK najpierw stwierdza, że praktyki takie jak spread są nielegalne, a potem sobie zaprzecza, bo przygotowuje zestawienia informujące, w których bankach jest najniższy. A przecież powinien zrobić wszystko, aby wyeliminować zjawisko z rynku. Tym bardziej, że sam je uznał za sprzeczne z prawem.

Banki mają ogromne środki na reklamę, a tym samym możliwość propagowania swojego stanowiska. W mediach pojawiają się różni rzekomo niezależni eksperci, jak się potem okazuje, są w jakiś sposób powiązani z sektorem finansowym. My staramy się tłumaczyć sytuację, prostować niejasności, ale mamy znacznie mniejszą siłę przebicia. Byliśmy kilkadziesiąt razy w sejmie, rozmawialiśmy z posłami, ale tylko kilku przedstawicieli opozycji nas rozumie. Kiedy odbywała się specjalna komisja w sprawie frankowiczów, nasze interesy reprezentowało 5 organizacji. Całość trwała 3,5 godz. Przewodnicząca dała nam łącznie na wypowiedź 10 min. Po dwie minuty na każdego! Potem wyprosiliśmy jeszcze dodatkowe dwie. Problem kredytów toksycznych, zwanych frankowymi dotyczy ponad 500 tys. umów. Razem z rodzinami jest to blisko 2 mln. osób. Nasze stowarzyszenie połączyło ludzi, którzy nie zgadzali się na bezprawne działanie banków. Działamy za darmo, często dokładając do różnych akcji, które organizujemy. Są wśród nas prawnicy, którzy też mają kredyty we frankach i zajmują się kwestiami związanymi z przepisami. Niestety wciąż za mało osób działa aktywnie, aby pokazać nasze racje i zmusić banki do reakcji.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	BANK BGŻ BNP PARIBAS	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO	+	+	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	+
3	BANK HANDLOWY W WARSZAWIE SA	+	-	-	+	-	ND	+	+	-	+	+	-
4	BANK ZACHODNI WBK SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
5	GK BANKU BPH SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
6	GK BANKU MILLENNIUM SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
7	GK BANKU PEKAO SA	+	-	+	+	-	ND	+	+	+	+	+	+
8	GK CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA SA	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
9	GK GETIN NOBLE BANKU SA	+	-	-	+	-	ND	+	-	+	+	+	-
10	GK ING BANKU ŚLĄSKIEGO SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
11	GK PKO BP SA	+	+	+	-	-	ND	+	+	-	+	-	+
12	GRUPA ALLIANZ	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	+
13	GRUPA AVIVA	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	+	-	+
14	GRUPA PZU SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
15	MBANK SA	+	+	+	-	-	ND	+	+	-	+	+	+
16	PROVIDENT POLSKA SA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
17	RAIFFEISEN POLBANK	+	-	-	+	-	ND	+	+	+	+	+	+

Tabela 3: Finanse



Ogólnopolski ruch „Stop bankowemu bezprawiu” powstał na fali kontrowersji wokół kredytów frankowych. banki nie informowały rzetelnie klientów o ryzyku walutowym, zapisy umów okazały się kryć mnóstwo kontrowersyjnych zapisów, które aktywiści postanowili zebrać w opracowaniu „24 kłamstwa o toksycznych <<kredytach>>”.

3.4 BRANŻA HANDLOWA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Elementarną kwestią dla branży handlowej jest przestrzeganie praw pracowniczych. Ten sektor zatrudnia dużą liczbę osób nisko wykwalifikowanych, słabo opłacanych, wykonujących ciężkie prace fizyczne. Charakterystyka pracy w handlu taka pozostanie, należy jednak pamiętać, aby godnie wynagradzać tych ludzi, tzn. zapewnić stabilne wynagrodzenie i adekwatne do wykonywanej pracy warunki zatrudnienia. Przedsiębiorstwa muszą gwarantować wolność zrzeszania się, inaczej pracownicy nigdy nie będą mieć szansy na wynegocjowanie cywilizowanych warunków.

Spółki mają obowiązek zachowywać przejrzyste i uczciwe relacje z dostawcami. Nie mogą ich uzależniać od siebie w stopniu, który decyduje o ich istnieniu lub zniknięciu z rynku. Niedopuszczalne jest niewywiązywanie się przez przedsiębiorstwa z obowiązku terminowego płacenia faktur lub ustalania kilkumiesięcznych terminów płatności za dostawy – korporacje nie mogą kredytować się kosztem małych dostawców. Firmy powinny też nakładać uczciwe marże. Nie wolno im narzucać zakamuflowanych opłat np. półkowych, czyli pobierać opłat od producentów za sprzedaż ich towarów pod przykrywką kosztów marketingu czy reklamy. Podobnymi klarownymi zasadami korporacje powinny kierować się wobec agentów i franczyzobiorców. Galeria handlowe powinny nie tylko zajmować się wynajmem powierzchni, ale również monitorować warunki pracy panujące u swoich dzierżawców i interweniować w skrajnych przypadkach.

Spółki nie mogą także nadużywać swojej dominującej pozycji rynkowej, doprowadzać do eliminacji

drobnego handlu, stosując nieuczciwą politykę cenową. Ich obowiązkiem jest sumienne płacenie podatków, a nie próby ich optymalizacji czy przerzucanie obciążeń na klientów.

Bardzo ważnym zadaniem jest rzetelne informowanie konsumentów nie tylko o zaletach, ale również skutkach ubocznych czy niedoskonałościach oferowanych produktów i usług. Zamiast koncentrować się wyłącznie na działaniach wizerunkowych, przedsiębiorstwa są zobligowane także dostarczać rzetelne dane dotyczące cech produktów.

Handel zawsze będzie generował dużą ilość odpadów, w szczególności pochodzących z opakowań. Ważne, aby rekompensował ten szkodliwy wpływ na środowisko, np. promując zwrotne opakowania, rezygnując z tych wykonanych ze szkodliwych materiałów, prowadząc recykling.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Branża handlowa wypada w naszym monitoringu poniżej przeciętnej. Wprawdzie odpowiedzialność społeczną uwzględnia na swojej stronie 61,9 proc. firm, ale wskaźnik dotyczący jej polityki zaliczyliśmy w 38 proc. przypadków. Prawie połowa stanowiła ogólne deklaracje. Przedsiębiorstwa z tego obszaru za najważniejsze kryterium uznają ekologię. Spełniło je 66,6 proc. Do praw człowieka odniosło się w jakiś sposób 47,6 proc. spółek, tak samo do łańcucha dostaw. Pochwalić się kodeksem etycznym może zaledwie 23,8 proc., podobnie jak zapobieganiem korupcji. Raport społeczny wydały tylko trzy przedsiębiorstwa i tyle samo zatrudnia też osobę odpowiedzialną za kwestie zrównoważonego rozwoju (14,2 proc.).



Międzynarodowe sklepy wielkopowierzchniowe i dyskonty coraz bardziej dominują w krajobrazie polskiego handlu. Prowadzenie własnego sklepiku staje się coraz trudniejszym przedsięwzięciem...

NIEWOLNICY XXI WIEKU

Krzysztof Świątek,
Tygodnik Solidarność (Nr 29, 2015)



Podczas konferencji w Warszawie zorganizowanej 7 lipca Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji, która zrzesza właścicieli największych zagranicznych sieci działających w Polsce – Auchan Polska, Carrefour Polska, Castorama Polska, Biedronkę, Kaufland, Lidl Polska, Tesco Polska i Żabkę Polska – przedstawiła wyniki raportu zamówionego w PwC (globalnej organizacji świadczącej usługi doradcze). W analizie eksperci PwC alarmują, że jeśli analogiczne do Węgier rozwiązania prawne i podatkowe dotkną sieci handlowych, spowoduje to katastrofalne skutki dla pracowników.

Wprowadzenie zakazu handlu w niedzielę oraz ograniczenie go na terenach zabytkowych może spowodować utratę zatrudnienia przez 60 do nawet 100 tys. osób – utrzymują autorzy raportu. W odpowiedzi na pytanie „Tygodnika Solidarność” zastrzeżli jednak, że dane opracowali na podstawie... ankiet rozesyłanych do właścicieli sieci. W raporcie PwC twierdzi, że niedzielna sprzedaż stanowi 13 proc. przychodów branży. Ale nawet Jeremi Mordasiewicz z Konfederacji Lewiatan przyznał na konferencji, że gdyby wprowadzono zakaz handlu w niedzielę co najmniej 2/3 sprzedaży niedzielnej klienci dokonywaliby w inne dni.

- Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji jest polska tylko z nazwy. Tak naprawdę reprezentuje działające w naszym kraju międzynarodowe sieci. Z rękawa wyciągała już niejedne dane, np. dotyczące rzekomej redukcji zatrudnienia po wprowadzeniu wolnych niedziel. Trzeba zawsze patrzeć, kto przygotowuje analizę i na czyje zlecenie. To kolejne z sufitu wzięte dane – stanowczo komentuje Alfred Bujara, przewodniczący Sekretariatu Banków, Handlu i Ubezpieczeń NSZZ Solidarność. – My obliczyliśmy, że po zniesieniu handlu w niedziele, w pierwszym roku obroty spożywczych sieci handlowych i dyskontowych wzrosłyby od 3,5 do 7 proc. O kilka procent wzrosłyby także w drugim roku. Zgodził się ze mną dyrektor jednej z dużych sieci handlowych odpowiedzialny za dział sprzedaży. Z czego by to wynikało? Klienci zaczęliby przed niedzielami kupować więcej na zapas, tak jak dzieje się to przed świętami czy długimi weekendami.

Alfred Bujara podkreśla, że wiele sieci redukuje zatrudnienie od kilku lat. – W efekcie pracownicy są przeciążani obowiązkami, zdarza się, że harują za 2-3 osoby uprzednio zwolnione. Niedługo za te pieniądze, które oferują pracownikom hipermarkety i agencje pracy tymczasowej, ludzie nie będą chcieli się zatrudniać – wskazuje. – Jak długo można pracować bardzo ciężko za tak marne pieniądze? Już otrzymujemy sygnały, że brakuje rąk do pracy w dużych miastach. Mimo bezrobocia ludzie nie chcą zasuwać za tak nędzne pensje. Parę dni temu dzwonili do mnie pracownicy zaangażowani przez agencję pracy tymczasowej. Dostają 5 zł za godzinę. Musieliby pracować 300 godzin w miesiącu, żeby wypracować najniższą krajową netto, co oznacza harówkę 30 dni po 10 godzin dziennie! To niewolnictwo! To woła o pomstę do nieba.

Ekspert PwC, Mateusz Walewski podał podczas prezentacji raportu, że opłaty i podatki pobrane na zasadach węgierskich sięgną kwoty ok. 2,5 mld zł, co obniży zysk 17 największych (sprzedających za więcej niż 500 mln zł rocznie) sieci handlowych działających w Polsce z 2,2 mld do 31 mln zł (wg danych za rok 2013), czyli „praktycznie do zera” – jak się wyraził. Te wyliczenia są mocno wątpliwe. PiS w swoim programie mówi o 1-proc. podatku od gigantycznych obrotów sieci handlowych. Przykładowo: w 2013 roku Biedronka odnotowała obroty na kwotę ok. 32 miliardów złotych (!) czyli zapłaciłaby 320 mln zł podatku i nadal osiągnęła ogromne zyski. – **Dziesięć firm handlowych o największych przychodach zapłaciło 633 mln zł podatku dochodowego za 2012 rok – informował wiceminister finansów, Janusz Cichoń.**

Alfred Bujara podkreśla, że niska rentowność (zyski netto) sieci handlowych jest sztuczna. – Wypracowane przez polskich pracowników zyski są transferowane na zachód. Na rzecz spółek-matek sieci przekazują rozmaite opłaty – za użycie znaków towarowych, marek i to wrzucają w koszty. Proceder odbywa się w majestacie prawa i dowodzi ogromnej nieszczelności systemu podatkowego – komentuje szef Sekretariatu Handlu, Banków i Ubezpieczeń „S”.

Dyrektor generalny POHiD-u Maria Andrzej Faliński i eksperci PwC utrzymują także, że objęcie sieci handlowych podatkami spowoduje wzrost cen – najbardziej dotknie segmentu najchętniej odwiedzanego przez rodziny niezamożne: cena przeciętnego koszyka artykułów wzrośnie o 9 zł (tj. o 4,6 proc.). Dyrektor Faliński podał przy tym, że ceny artykułów

w Polsce stanowią 0,67 proc. średniej w UE. – Nie ma żadnego uzasadnienia dla podnoszenia cen w hipermarketach. W Polsce koszty pracy i wynagrodzenia pracowników są 3-4 razy niższe niż na zachodzie – to gigantyczna korzyść dla właścicieli sieci. A ceny w marketach polskich i choćby niemieckich są porównywalne. Wiele towarów jest nawet tańszych za naszą wschodnią granicą. Niech sieci handlowe podzielą się zyskiem, nie tylko z państwem, ale i z pracownikami. Także banki odnotowują ogromne zyski. Określone wykazują, ale dużo większe sumy transferują na zachód – puentuje Alfred Bujara. – **POHiD mimo że jest związkiem pracodawców, nie chce podjąć rozmów ze związkami zawodowymi na temat kwestii ogólnokrajowych, o ponadzakładowym układzie zbiorowym pracy nie wspominając.**

Nawet jeśli przyjąć, że ceny w Polsce są nieznacznie niższe niż w Niemczech, to siła nabywcza średniej pensji polskiego pracownika pozostaje dużo mniejsza. Polak za przeciętną krajową zakupi 644 litry soków owocowych i 1933 jogurty (150 ml), a Niemiec odpowiednio – 2333 litry soków i 7000 jogurtów.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	AMAZON	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
2	AUCHAN POLSKA SP. Z O.O.	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
3	BONARKA CITY CENTER	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
4	CARREFOUR POLSKA SP. Z O.O.	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
5	CENTRUM HANDLOWE ARKADIA W WARSZAWIE	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
6	CENTRUM HANDLOWE ŻŁOTE TARASY W WARSZAWIE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
7	GK NFI EMPIK MEDIA&FASHION SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
8	GRUPA ALLEGRO	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
9	GRUPA EUROCASH SA	+	-	+	-	-	ND	+	+	+	+	+	-
10	IKEA RETAIL SP. Z O.O.	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
11	JERONIMO MARTINS POLSKA SA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
12	KINGFISHER SOURCING EASTERN EUROPE	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
13	LIDL POLSKA SKLEPY SPOŻYWCZE SP. Z O.O. SP. K.	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	-	+
14	MANUFATURA ŁÓDŹ	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
15	METRO GROUP W POLSCE	-	-	-	+	-	ND	ND	-	+	+	+	-
16	ROSSMANN SUPERMARKETY DROGERYJNE POLSKA SP. Z O.O.	+	+	+	-	+	+	ND	+	+	+	-	-
17	RUCH S.A.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
18	SILESIA CITY CENTER W KATOWICACH	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
19	STARY BROWAR W POZNANIU	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
20	TESCO W POLSCE	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
21	ŻABKA POLSKA SP. Z O. O.	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-

Tabela 4: Handel

3.5 HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Podobnie jak w przypadku branży handlowej dla firm z tego sektora kluczowym zagadnieniem jest przestrzeganie praw pracowników. Według Kodeksu Pracy, firmy mają obowiązek zawierać z podwładnymi umowy zgodne z czasem i zakresem wykonywanych obowiązków. Dokument powinien wskazywać też miejsce, w którym będą realizowane oraz precyzować rodzaj czynności. Nie jest dopuszczalne zastąpienie umowy o pracę umową cywilnoprawną przy zachowaniu warunków wykonywania pracy. Nie wolno nadużywać zatrudnienia w ramach tzw. umów śmieciowych, pozbawionych dodatkowych świadczeń, co jest szczególnie zauważalne w przypadku sektora usług sprzątanania i ochrony.

Przedsiębiorstwa są zobligowane do zapewnienia bezpieczeństwa i higieny pracy oraz do terminowego wypłacania pensji, zapewniającej godny byt, tzn. takiej, która umożliwi zaspokojenie potrzeb życiowych, socjalnych i kulturalnych pracowników. Wynagrodzenie musi też uwzględniać czas poświęcony zadaniom służbowym oraz związany z tym wysiłek.

Zgodnie z przepisami Kodeksu Pracy, pracodawcy powinni zapewniać prawo do odpoczynku podwładnym, m.in. dni wolne, urlopy, a także przestrzegać prawa do co najmniej 35 godzin nieprzerwanego odpoczynku, obejmującego minimum 11 godzin ciągłej przerwy na dobę. Dyspozycyjność nie może przekraczać 8 godzin na dobę i 40 godzin w przeciętnie pięciodniowym tygodniu pracy w okresie rozliczeniowym nieprzekraczającym 4 miesięcy. Łącznie z godzinami nadliczbowymi tygodniowo nie może to być więcej niż 48 godzin w przyjętym okresie rozliczeniowym. Zadaniem spółek jest odpowiednia organizacja pracy osób zatrudnionych w systemie zmianowym.

Nagane jest również nadmierne korzystanie z pośrednictwa agencji pracy tymczasowej i eliminowanie personelu etatowego na rzecz osób przyjmowanych pozornie na zastępstwo lub w mniejszym wymiarze. Nieakceptowane jest wymaganie od podwładnych skrajnej elastyczności dotyczącej czasu wykonywania obowiązków, niepłacenie za nadgodziny oraz trzymanie ich w niepewności czy jutro nadal będą mieli zajęcie czy już nie. Firmy są też zobowiązane do zapewnienia możliwości zrzeszania się w ramach organizacji pracowniczych.

Nie należy również nadużywać statusu zakładu pracy chronionej wyłącznie celu czerpania subsydiów od państwa. To forma mająca przynosić w głównej mierze korzyści zatrudnianym, aktywizować ich i zapobiegać wykluczeniu. Jej głównym celem nie mogą być oszczędności i redukcja kosztów przez przedsiębiorstwa.

Korporacje nie mogą też ubiegać się o kontrakty kosztem swoich pracowników, tzn. nie wolno im składać ofert w skandaliczny sposób wyceniających ich zadania na 3 lub 4 złote za godzinę. Przestrzeganie tej zasady oraz eliminacja z rynku podobnych patologicznych przypadków jest również zadaniem administracji publicznej, która może stosować w ogłoszeniach przetargowych dodatkowe klauzule, zmuszające wykonawcę, np. do zatrudnienia na etat.

Spółki z branży HoReCa, ochrona, sprzątanie muszą też przykładać większą wagę do ekologicznych rozwiązań, np. zużywania energii elektrycznej, nadużywania detergentów szkodliwych dla środowiska, segregacji odpadów. W największym stopniu dotyczy to hoteli.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Podmioty reprezentujące tę dziedzinę wypadają w naszym badaniu zdecydowanie poniżej przeciętnej. Chociaż 52,3 z nich ma w serwisie zakładkę dotyczącą społecznej odpowiedzialności, politykę CSR opracowało zaledwie 19 proc. Najlepiej wypada wskaźnik dotyczący praw człowieka. Spełnia go 47,6 proc. spółek. Np. Securitas zapewnia na stronie: „Jesteśmy orędownikami uczciwych warunków pracy. **Nie jesteśmy doskonali.** Nieustannie jednak szukamy sposobu na poprawę warunków pracy osób, które reprezentują naszą firmę. Robimy to, ponieważ cenimy ich pracę. Nasza dbałość wyraża się w słuchaniu i wykorzystywaniu informacji zwrotnej”⁴³. Natomiast Grupa Konsalnet chwali się, że w uznaniu jakości współpracy i troski o współpracowników w 2012 roku otrzymała Nagrodę Lidera Dialogu od NSZZ „Solidarność”⁴⁴. Zainteresowanie kwestiami ekologicznymi wyraziło 42,8 proc. firm, a łańcuchem dostaw 19 proc. 28,5

43 <http://www.securitas.com/pl/pl/Career/Dbamy-o-Pracownikow/>, dostęp: 16.10.2015.

44 <http://www.konsalnet.pl/praca,9,1,pl>, dostęp 16.10.2015.

proc. posiada kodeks etyczny, **ale raport społeczny przygotowała zaledwie jedna firma, czyli GK Work Services SA (4,7 proc.)**, bazując przy tym na wskaźnikach GRI. Wytyczne dotyczące zapobiegania korupcji publikuje 23,8 proc. przedsiębiorstw. Żadna z 3 korporacji, która jest notowana na giełdzie nie wspomina o zrównoważonym rozwoju w swoim raporcie rocznym (GK Work Services, Grupa Impel, Sfinks Polska).

Najgorzej w naszym zestawieniu prezentują się

hotele. Żadnych kryteriów nie spełnia np. Hotel Gołębiowski. Starwood Hotels and Resorts otrzymał minusy we wszystkich rubrykach poza jedną: potwierdził rezultaty naszej analizy, a nawiązywanie kontaktu z interesariuszami uważamy za jedną z podstaw odpowiedzialnego biznesu. W przypadku obiektów publikujących zasady CSR w języku angielskim uznawaliśmy, że nie spełniają naszych wymagań poza deklaracją zainteresowania aspektami pozafinansowymi w serwisie. To dotyczy np. Hilton Worldwide Polska.



Branża ochroniarska jest jedną z tych, na której szczególnie negatywnie wpływa rosnąca, nieuczciwa konkurencja, outsourcing oraz niskie standardy, dominujące do niedawna w zamówieniach publicznych. Na zdjęciu pikietą związkowa pod sklepem sieci Ikea w 2013 roku.

Pracujemy za grosze!

Michał Kulczycki

Przewodniczący NSZZ Solidarność Pracowników Ochrony, Cateringu i Sprzątnania



Według szacunków w Polsce w ochronie zatrudnionych jest ok. 300 tys. osób. Jest ich więcej niż policjantów. Wśród nich są, m.in. konwojenci, portierzy, stróże. Pracują średnio 350-400 godzin miesięcznie. Wyrabiają dwa przeciętne etaty. Mieliśmy też ekstremalne przypadki, np. 700 godzin, podczas gdy cały miesiąc ma ich 720. Często są to ludzie z satelickich wiosek, którzy przyjeżdżają w poszukiwaniu zajęcia do większych regionów jak Mazowsze czy Śląsk, bo u nich bezrobocie sięga 40-50 proc. **Godzą się na każde warunki, chcą dostać cokolwiek, byle dzieci nie płakały, że są głodne.** Nie mają wyjścia. Pracują non stop przez cały tydzień, po 24 godziny. W poniedziałek zaczynają w jednej firmie, a potem formalnie przechodzą do trzech innych spółek córek, gdzie dalej robią dokładnie to samo. I tak do piątku, kiedy wracają do domu.

Ich zarobki to 3,50-4 zł za godzinę. To po prostu nieprzyzwoicie mało. Ostatnio widziałem ogłoszenie za 3 zł. Na miejscu pracodawcy wstydziłbym się je zamieścić.

W takim przypadku nie ma mowy o jakiegokolwiek godności. Pogwałcane są podstawowe prawa człowieka: do wynagrodzenia starczającego na główne życiowe potrzeby, do odpoczynku, do opieki i świadczeń socjalnych, do opieki zdrowotnej, umów gwarantujących stabilizację. Ludzie pracują, żeby żyć i żyją, żeby pracować. Nie mają czasu na nic innego, co odbija się na ich relacjach rodzinnych. Robiliśmy kiedyś wystawę „Powrót taty”, na której pokazaliśmy obrazki dzieci ochroniarzy. Najczęściej malowały śpiącego czy zmęczonego ojca.

Długo słyszeliśmy tłumaczenia, że wysokość stawek jest spowodowana kryzysem. Udało nam się jakoś przez niego przejść, a tymczasem widać to tylko we wzroście zatrudnienia, ale nie w lepszych zarobkach. Pozostały na tym samym poziomie. Są też podmioty, które po prostu nie chcą zapłacić więcej. Np. szpitale, które są kierowane przez prywatnych zarządców. Ich zadanie jest przede wszystkim takie, żeby nie dokładać do placówki. Wyjaśniają, że mają z Narodowym Funduszem Zdrowia kontrakty na określone kwoty i więcej nie znajdą.

Problemem jest także liczba firm zajmująca się podobnymi usługami. Samych ochroniarskich jest ponad 3 tys. Rywalizują ze sobą o kontrakty, drastycznie zaniżając stawki.

Taka sytuacja trwa od wielu lat. Dobra koniunktura była w latach 2001-2002, krótko po tym jak uregulowano zawód ochroniarza. Pracownicy musieli być wykwalifikowani, posiadać stosowane pozwolenia, przeszkolenie. Szczególnie w obiektach podlegających obowiązkowej ochronie, m.in. na lotniskach, w bankach. Na początku brakowało kadry, dlatego firmy finansowały badania medyczne, niezbędne egzaminy. Wzajemnie podkupywały sobie ludzi. Stawka godzinowa wynosiła 16-18 zł, czyli była co najmniej czterokrotnie wyższa. Potem rynek się nasycił i nastąpił krach. Wynagrodzenia zaczęły lecieć w dół. Wszystko poszło w gorszym kierunku i to nadal postępuje. W latach 2006-2007 stosunek umów cywilno-prawnych do etatów wynosił 50/50. Dziś to 70/30. Dawniej to był sposób ukrywania nadgodzin, możliwość dorobienia. Dziś stał się podstawową formą zatrudnienia. Oznacza to, że nie ma mowy, o jakimkolwiek zakresie godzin. Jeśli ktoś nie daje rady, może sobie zatrudnić podwykonawcę za 2 zł, nikogo to nie obchodzi. Usługa ma być wykonana.

Jest niewielka grupa klientów, którzy stawiają na jakość i wolą zapłacić trochę więcej, żeby mieć pewnych pracowników, np. sprawdzonych czy nie byli karani. To m.in. banki czy firmy z zagranicznym kapitałem z Niemiec, Wielkiej Brytanii, które starają się zaszczepiać u nas swoje standardy. Inaczej traktują pracownika, być może dlatego, że demokracja jest u nich bardziej dojrzała. Jednak nie zawsze to się udaje. Kilka lat temu w Polsce działała G4S, jedna z czołowych zachodnich firm zajmujących się ochroną. Do końca próbowała utrzymać pewne normy, np. pakiety socjalne. Pokazywali jak to powinno wyglądać. Niestety, nie wytrzymali z konkurencją. Wycofali się z polskiego rynku. Długo o utrzymanie etatów walczył też Securitas, ale musiał się poddać.

Od wielu lat alarmujemy, jaka jest sytuacja. Nie widać żadnej poprawy. Nie domagamy się dla ludzi z tych branż kokosów, bo zdajemy sobie sprawę, że zadania nie wymagają ogromnych umiejętności. Często wykonują je osoby z podstawowym lub średnim wykształceniem. Ale należy szanować ich pracę. Kiedy prowadzimy wśród nich ankiety, wskazują, że największym problemem są dla nich bardzo niskie płace, a nie np. niemili czy opryskliwi kierownicy. Opowiadają, że spokojnie wzięliby to na klatę, gdyby tylko dostawali większe wynagrodzenie.

Kolejne rządy przytakują, że to ważna sprawa i obiecują nam, że się nią zajmą. W Trójstronnej Komisji ds. Społecznych i Gospodarczych powstała nawet specjalna podkomisja, bo zamówienia od podmiotów publicznych w przypadku rynku ochrony stanowią ponad 40 proc., a sprzątnięcia 70 proc. I tak rozmawiamy i rozmawiamy. Wszyscy się spotykają, składają deklaracje, zapewniają, że podejmą próby regulacji, pięknie płaczą nad losem pracowników. Papier wszystko przyjmie, a potem życie toczy się swoim rytmem. Kiedyś zdarzyła się sytuacja, że na spotkanie przyszła pani z ministerstwa pracy i powiedziała, że to wolny kraj i jeśli ktoś chce, może pracować nawet za 50 gr.!

Kiedy weszła nowelizacja prawa o zamówieniach publicznych i kryterium cenowe przestało być decydujące, mieliśmy nadzieję na poprawę sytuacji. Jednak jeśli nawet zamawiający stosują klauzule społeczne, często robią to w sposób, który nie ma żadnego przełożenia na sytuację pracowników. Np. w specyfikacji zamieszczają zapis, że 10 proc. zatrudnionych to mają być niepełnosprawni. Spełnienie go nie jest problemem, bo większość firm zajmujących się ochroną i sprzątnięciem to zakłady pracy chronionej. W przypadku kiedy wpisany jest wymóg zatrudnienia na umowę o pracę, można go ominąć, zapewniając np. na 1/10 etatu. Formalnie wszystko będzie się zgadzać.

Rozmawiamy z osobami odpowiedzialnymi za zamówienia w instytucjach publicznych i tłumaczą, że po prostu boją się wybierać droższe oferty, bo wejdzie im Centralne Biuro Antykorupcyjne. Rządzący sami się w tym gubią. Urząd Zamówień Publicznych mówi, że cena nie musi być najniższa, ale jak nie jest, zarządza kontrolę. Z jednej strony władza ustanawia

płacę minimalną, a potem nie jest w stanie jej wyegzekwować. Państwowej Inspekcji Pracy najłatwiej jest wejść do największych firm, nakazać przygotowanie i przedstawienie dokumentów. Tych małych nikt nie sprawdza, np. czy są w stanie zrealizować ofertę za podaną kwotę. Działają sobie w spokoju.

Państwo, które powinno stać na straży prawa, jakie samo tworzy, zupełnie sobie z tym nie radzi.

Obawiam się, że obowiązkowe odprowadzanie składek od wszystkich umów zleceń od wysokości minimalnego wynagrodzenia za pracę, które ma obowiązywać od stycznia 2016 roku, jeszcze pogorszy sytuację i powiększy szarą strefę. Pieniądze będą płacone pod stołem.

Nic się nie zmieni, dopóki ludzie sami się nie zorganizują. Muszą zrozumieć, że jak się sami nie upomną, nikt im nie da.

Warto podkreślić, że gdyby dziś pracownicy sprzątający czy ochrona pracowali zgodnie z kodeksem 168 godzin, firmy miałyby 40 proc. wakatów.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	ACCOR POLSKA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
2	ADECCO POLAND SP. Z O.O	+	+	+	+	-	ND	ND	-	-	+	+	+
3	AGENCJA ZATRUDNIENIA TRENKWALDER	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
4	AMLUX SP. Z O. O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
5	AMREST HOLDINGS SE	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	+
6	EKOTRADE SP. Z.O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
7	GK WORK SERVICE SA	+	+	+	-	+	+	-	+	-	+	-	-
8	GRUPA IMPEL	+	-	-	+	-	ND	-	+	-	+	-	-
9	GRUPA SOLID	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
10	HILTON WORLDWIDE POLSKA	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
11	HOTEL GOŁĘBIEWSKI	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
12	INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
13	ISS POLSKA	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
14	KONSALNET SECURITY SP. Z O.O	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	+	-	-
15	LOUVRE HOTELS GROUP	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
16	MANPOWER GROUP W POLSCE	-	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
17	MCDONALD'S POLSKA SP. Z O.O	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
18	RANDSTAD POLSKA SP. Z O.O	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
19	SECURITAS POLSKA SP. Z O. O.	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
20	SFINKS POLSKA SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	+
21	STARWOOD HOTELS AND RESORTS	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+

Tabela 5: Horeca: sprzątanie, ochrona, agencje pracy

3.6 MEDIA, KOMUNIKACJA, IT

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Telekomunikacja to branża, która coraz bardziej wpływa na nasze życie. Obecnie trudno znaleźć osoby, które nie korzystają z jej usług: nie mają telefonu komórkowego, Internetu czy telewizji kablowej. Dlatego przed firmami z tego sektora stoją szczególne wyzwania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Przed wszystkim korporacjom nie wolno nadmierne wykorzystywać tej sytuacji. Nie powinny naruszać prywatności konsumentów. Operatorzy doskonale orientują się, kiedy kończą się abonamenty klientom nie tylko własnych, ale też konkurencyjnych sieci. Telesprzedawcy dzwonią do nich już kilka miesięcy wcześniej, zachęcając do zmiany dostawcy usług. Nie zwracają przy tym uwagi na godziny, przeszkadzając ludziom w pracy, nękając ich wieczorami, w dni wolne czy bladym świtem. Atakują również nasze skrzynki mailowe ogromną ilością spamu. Przedsiębiorstwa powinny powstrzymać się od podobnych praktyk, ocierających się o *stalking*.

Nagminnie próbują też przekonywać do zawierania umów drogą telefoniczną. Takie działanie jest niedopuszczalne. Firmy mają obowiązek dawać klientom możliwość dokładnego zapoznania się z zapisami dotyczącymi warunków zawieranych umów. Naganna jest również kolejna praktyka z tym związana, czyli handel danymi osobowymi.

Firmy nie mogą też ukrywać opłat w umowach, np. proponując rzekomo darmowe tablety, laptopy jako dodatek do Internetu czy telefony, które tylko pozornie kosztują nas symboliczną złotówkę, a w rzeczywistości są spłacane w wielomiesięcznych ratach.

Operatorzy muszą też zadbać o właściwą obsługę konsumentów. Nie mogą wykluczać osób starszych, nie pozostawiając im innej alternatywy niż formularz kontaktowy online czy infolinia, w której trzeba przełączać się na kolejne numery w zależności od interesującego nas tematu. Ich obowiązkiem jest tworzenie punktów, gdzie można wyjaśnić sprawę w bezpośrednim kontakcie z konsultantem.

Media są zobligowane do przekazywania rzetelnych informacji, uwzględniających różne punkty widzenia oraz do inicjowania debaty na tematy ważne dla opinii publicznej. Muszą też przeciwdziałać konse-

kwencjom komercjalizacji mediów. Oczywiście jest, że żadna telewizja ani tytuł prasowy nie utrzyma się na rynku bez reklam instytucji publicznych czy biznesu. Ważne jednak, aby wyraźnie oddzielać komunikaty sponsorowane od treści redakcyjnych i unikać uczestniczenia w przedsięwzięciach wymagających wzajemności, np. wyjazdu na *press tour*, którego efektem ma być pozytywny materiał na temat jakiejś firmy.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Branża media, komunikacja i IT wypada w naszym monitoringu dobrze. Należy podkreślić, że powodem nie jest fakt doskonałego wypełniania zobowiązań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, ale słabość innych sektorów. Wszystkie firmy uwzględniają w swoich serwisach zrównoważony rozwój. Politykę CSR ma 69,2 proc., ekologię interesuje tyle samo firm. Konieczność zapobiegania korupcji podkreśla już tylko 46,1 proc., a monitorowania łańcucha dostaw 30,7 proc. Raporty społeczne przygotowuje 23 proc. przedsiębiorstw, wszystkie korzystają przy tym ze wskaźników GRI. 6 spółek jest obecnych na giełdzie, ale o społecznej odpowiedzialności w rocznym raporcie wspominają tylko 4 (66,6 proc.). Osobę odpowiedzialną za CSR zatrudnia 30,7 proc. korporacji.

Najlepiej w naszym zestawieniu wypada Orange Polska SA. To jedna z nielicznych firm, która podczas naszej analizy spełniła wszystkie kryteria. „– Dla nas CSR to nie tylko filozofia, ale przede wszystkim podstawa codziennej działalności biznesowej, uwzględniająca oczekiwania naszych interesariuszy na każdym etapie funkcjonowania firmy – zapewnia na internetowej stronie. – To wymagało podejścia do CSR jak do istotnego elementu długoletniej strategii biznesowej. Popularyzujemy społeczną odpowiedzialność biznesu na zewnątrz organizacji. Jesteśmy aktywnym uczestnikiem dyskusji o CSR w Polsce i dzielimy się z innymi naszymi doświadczeniami i dobrymi praktykami⁴⁵”.

Spółka przyjęła też strategię CSR na lata 2013-2015, której kluczowe obszary określa jako: „bezpieczna sieć”, „integracja cyfrowa”, „czyste środowisko”, „ciekawý zespół”. W naszej ocenie zabrakło tam

45 <http://www.orange.pl/odpowiedzialny-biznes-nasze-podejscie.phtml>, pobrane 16.10.2015.

najważniejszej kwestii jaką są transparentne relacje z klientami oraz przestrzeganie praw konsumentów. Jednak korporacja zapewnia, że „w 2011–2013 przeprowadziła jeden z największych w Polsce procesów dialogu z interesariuszami według standardów AA 1000. Podstawą tych rozmów były kluczowe wyzwania społeczne”. Obejmowały, m.in. „spotkania

z organizacjami klienckimi i rzecznikami klientów, spotkania ze związkami zawodowymi, indywidualne spotkania Prezesa i managerów z przedstawicielami administracji publicznej i organizacji biznesowych oraz z liderami opinii”.

Korpobełkot dla konsumenta

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Umowom telekomunikacyjnym przyjrzała się Rada Języka Polskiego, która w sierpniu 2015 roku przygotowała ekspertyzę dla senatu. Dokument zatytułowany „Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2012-2013. Język polski w dokumentach używanych w obrocie konsumenckim”⁴⁶ czyta się jak najlepszy thriller. Niestety, jest tylko odzwierciedleniem codzienności klientów.

Specjaliści zauważają we wstępie, że operatorzy „udostępniają umowy lub aneksy do umów dopiero w momencie ich podpisywania, z całą świadomością, że klient ma tylko kilka minut na zapoznanie się z nimi i podpisanie ich. W Biurach Obsługi Klienta dostępne są na życzenie klienta tylko warunki ofert promocyjnych”⁴⁷.

Podkreślają, że firmy powinny wykazywać dobrą wolę oraz dokładać wszelkich starań, aby teksty umów były zrozumiałe w odbiorze dla tzw. przeciętnego Polaka czyli osoby o wykształceniu co najmniej gimnazjalnym. Z analizy wynika jednak, że do rozszyfrowania i zrozumienia pełnego sensu wszystkich dokumentów potrzebne jest wykształcenie wyższe i to na poziomie doktoranckim. Teksty są nieczytelne, nasycone skomplikowaną terminologią, zawierają złożone struktury składniowe. **Np. jedno zdanie w dokumencie Play miało aż 92 słowa, w tym 7,61 proc. słów trudnych.** – „Informacje dotyczące zobowiązań finansowych w umowach, choć powinny być przejrzyste, okazują się być najbardziej „mgliste” – zauważają przedstawiciele rady. – Analizując umowy, można odnieść wrażenie, że autorom szczególnie zależy na wprowadzaniu terminologii w miejscach, które tego nie wymagają, bo język ogólny dostarcza środków dla jasnego i precyzyjnego wyrażenia treści, np. zamiast używać terminu „e-mail obsługowy” można powiedzieć „podany przez abonenta adres e-mail”, zamiast „kanał składania zamówień” – „sposób składania zamówień (przez telefon lub w biurze obsługi klienta)”, zamiast „ujawnienie woli w zakresie” – „zgoda na coś”. Czasem powstają twory wręcz kuriozalne, jak np. „oświadczenie Klienta w przedmiocie braku woli kontynuowania Umowy” albo „oświadczenie może zostać dokonane przy spełnieniu (...) warunków. Część terminów można wyjaśnić, podając ich definicję lub dodając przykłady, np. pisząc o środkach porozumiewania się na odległość, można wyjaśnić, że są to np. drukowany lub elektroniczny formularz, list w postaci drukowanej lub elektronicznej itd. Nie jest to jednak, niestety, praktykowane”⁴⁸.

„Obok terminologii rozumienie umów utrudnia też nasycenie tekstu słownictwem abstrakcyjnym, np. integralność, dystrybucja, integracja, system telekomunikacyjny, roszczenia, zobowiązania, aktualizacja, synchronizacja, transmisja, identyfikacja, ekwiwalent, inkorporowany, benefit, wiarygodność. Autorzy umów nie szukają ekwiwalentów znaczeniowych dla słów trudnych i abstrakcyjnych, co mogłoby ułatwić odbiorcy zrozumienie treści przekazu. (...) W tekstach umów i dokumentach do nich dołączanych bardzo często autorzy odwołują się do treści zamieszczonych w obrębie tego samego dokumentu (do innych jego punktów, zdań), ale też do innych dokumentów – regulaminów, cenników, warunków oferty. Zrozumienie jednej wypowiedzi wymaga więc od odbiorcy znajomości postanowień innych dokumentów (jeśli są to odwołania zewnętrzne) lub wielokrotnego przechodzenia do innych fragmentów czytanego tekstu (jeśli są to odwołania wewnętrzne). (...) Nie zachęca

46 Rada Języka Polskiego, Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2012-2013. Język polski w dokumentach używanych w obrocie konsumenckim, Warszawa, 2015, s. 107-125.

47 Jw.

48 Jw.

też do czytania forma graficzna analizowanych materiałów. Są to dokumenty obszerne – mają od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy znaków. Znormalizowana strona to 1800 znaków. Wydrukowanie ich w formacie standardowym zajęłoby więc kilkanaście stron, dlatego autorzy umów, by ograniczyć liczbę stron, drukują je, wykorzystując czcionki wielkości 7 i 8 punktów, z pojedynczą interlinią. Jest to w zasadzie tekst nieczytelny. Zdarzają się dokumenty wydrukowane w układzie dwóch kolumn na stronie i wtedy czcionka jest jeszcze mniejsza – ma 6 punktów.

Przede wszystkim, można odnieść wrażenie, że umowy i inne dokumenty będące integralną częścią umów telekomunikacyjnych są przygotowane przez ich autorów tak, by zabezpieczać tylko interes nadawcy. Wydaje się, że zarówno forma graficzna, układ tekstu, jak i sposób jego opracowania (struktura składniowa, nasycenie terminologią) służą temu, by zniechęcić odbiorcę do zapoznawania się z treścią umowy” – ocenia Rada Języka Polskiego⁴⁹.

49 Jw.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	AGORA SA	+	-	-	-	-	ND	+	-	-	-	-	-
2	GK AB SA	+	-	+	-	-	ND	+	+	-	+	-	-
3	GK ASSECO POLAND SA	+	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
4	GK COMARCH SA	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
5	GK NETIA SA	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-
6	GK TVN SA	+	-	+	+	-	ND	-	-	-	+	+	-
7	MICROSOFT SP. Z O.O.	+	-	-	-	-	ND	ND	+	+	+	+	-
8	ORANGE POLSKA SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
9	P4 SP.Z.O.O.	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
10	POLKOMTEL SP. Z.O.O.	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
11	T-MOBILE SP. Z.O.O.	+	+	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	+
12	UPC POLSKA SP. Z O.O.	+	+	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
13	VECTRA SA	+	-	+	-	-	ND	ND	-	-	+	-	-

Tabela 6: Media, komunikacja i IT

3.7 MODA I TEKSTYLIA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Branża modowa jest szczególnie narażona na wszystkie kwestie z łamaniem praw człowieka w Polsce oraz w krajach rozwijających się, gdzie produkcja odbywa się po najniższych możliwych kosztach. Duża część europejskich firm właśnie tam lokuje swoje fabryki, polskie marki nie stanowią wyjątku, dlatego w swoich strategiach są zobligowane do uwzględniania kwestii globalnych. Ich zadaniem jest kontrola łańcucha dostaw: sprawdzanie czy przestrzegane są wymogi bezpieczeństwa i higieny pracy, wysokości płac robotników, monitorowanie czy jest zapewniona możliwość zrzeszania się w ramach związków zawodowych. Konieczne jest także walczenie z niewolnictwem, wykorzystywaniem dzieci. Przedsiębiorstwa powinny ujawniać wykaz swoich dostawców.

Nie wolno im także stosować optymalizacji podatkowej, np. za sprawą przenoszenia prawa do marek do tzw. rajów podatkowych. Ich obowiązkiem jest odprowadzanie składek w krajach, w których funkcjonują i wspieranie w ten sposób wydatków budżetowych na oświatę czy służbę zdrowia. Z tych świadczeń korzystają bowiem na co dzień ich pracownicy.

Ważnym zadaniem jest również ochrona ekosystemu. Produkcja odzieży nierzadko oznacza nadmierne eksploatowanie środowiska. Uprawa niektórych włókien, np. bawełny wiąże się z ogromnym zanieczyszczeniem gleby pestycydami oraz zużyciem wody. Alternatywnym wyjściem jest wykorzystywanie materiałów wtórnych, nadających się do recyklingu. Można również używać surowców organicznych, np. bawełna naturalna czy konopie.

Bardzo istotnym zagadnieniem jest poszanowanie praw zwierząt i rezygnacja z produkcji naturalnych futer. Hodowle nie tylko oznaczają zabijanie czujących istot dla błażej przyjemności, ale również czę-

sto również skażenie środowiska, np. przez niewłaściwą utylizację zwłok.

Moda musi zwracać szczególną uwagę na zagadnienia równościowe. Każdego dnia atakują nas kampanie reklamowe, w których kobiety są ukazywane w seksistowski sposób i sprowadzane do roli ładnego przedmiotu. Firmy kształtują również obowiązujący ideał piękna, a tym samym wpływają na samopoczucie, a nawet na zdrowie tysięcy osób. Dlatego nie wolno im, np. ukazywać takich ciężkich schorzeń jak anoreksja jako *lifestylu*, promować przesadnie chudych modelek czy przesadzać z poprawianiem ich zdjęć oraz usuwaniem najmniejszych niedoskonałości przy użyciu programów graficznych. Korporacje nie mogą co sezon kierując się motywacją sprzedażową kreować jedynie obowiązujących i niedoścignionych kanonów urody.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Mimo że branża modowa w ostatnich latach stała się przedmiotem wzmożonej krytyki, wyniki monitoringu pokazują, że nie zmusiło to firm do większej transparentności. **W naszym zestawieniu przedsiębiorstwa odzieżowe wypadają bardzo słabo. Chociaż zainteresowanie zrównoważonym rozwojem deklaruje w serwisie 40 proc., politykę ma opracowaną zaledwie co piąta z nich (20 proc.).** Najwięcej spółek uwzględniło czynniki ekologiczne (30 proc.), a także prawa człowieka (30 proc.). Zaledwie jedna (LPP) wyraża zainteresowanie łańcuchem dostaw oraz posiada kodeks etyczny i zatrudnia osobę odpowiedzialną za kwestie społecznej odpowiedzialności. Żadne z przedsiębiorstw nie odnosi się do sposobów zapobiegania korupcji. Na nasz e-mail z prośbą o weryfikację osiągniętych w monitoringu rezultatów odpowiedziało tylko jedno przedsiębiorstwo (Monnari).



24.04.2013 roku. W zawałonej fabryce Rana Plaza, na przedmieściach Dhaki, zginęło 1127 osób, a niemal 2000 zostało rannych. Na miejscu tragedii znaleziono metki najważniejszych koncernów odzieżowych – w tym polskiej firmy LPP, właściciela marki Cropp.

Polski trop w globalnej tragedii

FUNDACJA CENTRUM CSR.PL

23 kwietnia 2013 roku pracownicy kompleksu fabryk odzieżowych Rana Plaza w Bangladeszu z przerażeniem alarmowali przełożonych o stanie technicznym budynku, m.in. o popękanych ścianach. Początkowo miało to być centrum handlowe, jednak pod nielegalnym dobudowaniem dwóch pięter, powstała tam fabryka. Przełożeni zignorowali ich dramatyczne prośby, zapewnili, że wszystko jest w porządku i pod groźbą zwolnień kazali wrócić do obowiązków. Ludzie, pracujący za dramatycznie niskie stawki, w obawie przed utratą jedyne źródła utrzymania, nie mieli wyjścia. Zostali skazani na nieuchronny los.

Następnego dnia obiekt runął. Wszystko odbyło się w błyskawicznym tempie. Doszło do największej w dziejach katastrofy przemysłowej, która pogrzebała żywcem 1127 osób! Setki poszkodowanych trafiły do szpitala. Sprawa zbulwersowała opinię publiczną na całym świecie.

Wkrótce okazało się, że powstawały tam ubrania również dla polskiej firmy LPP. Czeski fotograf Zbynek Hrbata znalazł na zgłiszczach metki należącej do niej marki Cropp. Spółka pod naporem mediów potwierdziła te informacje, podkreślając, że sprawa dotyczy niewielkiego procentu ich asortymentu. „– Produkcja odzieży marek należących do LPP jest zlecana niezależnym producentom, których siedziby zlokalizowane są głównie w Azji. Około 19 proc. oferty powstaje w Bangladeszu. Udział ubrań produkowanych na zlecenie LPP stanowi ok. 0,3 proc. całego eksportu odzieży z tego kraju. Współpraca z producentami odbywa się poprzez agentów lokujących produkcję w różnych fabrykach. Jeden ze współpracujących z LPP agentów ulokował w tym roku produkcję części odzieży marki Cropp (0,6 proc. udziału w całości tegorocznych zamówień złożonych przez LPP w Bangladeszu) w fabryce, której siedziba mieściła się w budynku Rana Plaza” – tłumaczył Dariusz Pachla, wiceprezes zarządu LPP⁵⁰.

Na początku lipca ponad 70 firm z całego świata, zlecających produkcję w fabryce, podpisało porozumienie „Accord on fire and building safety in Bangladesh”, mające zwiększyć bezpieczeństwo pracowników w Bangladeszu. Ich celem było, m.in. sprawdzenie stanu budynków i przeprowadzenie koniecznych remontów. Początkowo LPP nie przystąpiło do inicjatywy. Przedstawiciele spółki wyjaśniali, że badają taką możliwość, ale na razie w Bangladeszu nasilają się zamieszki i dlatego nie chcą wysłać w niebezpieczny rejon swoich pracowników. Wzburzeni klienci ogłosili w Internecie bojkot jej marek. Zwracali też uwagę, że przedsiębiorstwo nie wypłaciło żadnych odszkodowań rodzinom ofiar.

⁵⁰ Metki gdańskiej marki Cropp na gruzach zawałonej fabryki w Bangladeszu. Oświadczenie LPP SA, Dziennik Bałtycki, <http://www.dziennikbaltycki.pl/arttykul/905357,metki-gdanskiej-marki-cropp-na-gruzach-zawałonej-fabryki-w-bangladeszu-oswiadczenie-lpp-sa,id,t.html?cookie=1>, dostęp: 27.05.2013.

Fala krytyki i straty wizerunkowe były ogromne. Ostatecznie LPP przyłączyło się do koalicji ACCORD, a z okazji pierwszej rocznicy tragedii wydało na swojej stronie internetowej oświadczenie: „– Tragedia w Bangladeszu poruszyła nas i zaskoczyła jednocześnie, nie chcieliśmy jednak działać pochopnie. Aby przejąć na siebie w pełni świadomie, długoterminowe zobowiązania w zakresie wsparcia ofiar Rana Plaza, potrzebowaliśmy czasu na dogłębną analizę sytuacji. W efekcie powstał kompleksowy plan działań związanych zarówno ze wsparciem finansowym poszkodowanych, jak i wzmocnieniem wewnętrznych struktur kontrolujących warunki pracy w fabrykach, z którymi współpracujemy. Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh to pionierska inicjatywa, do której przystąpiło ponad 150 firm odzieżowych oraz międzynarodowych i lokalnych organizacji pozarządowych. W ramach umowy jako zobowiązaliśmy się opłacić składki członkowskie, które zapewnią możliwość prowadzenia działań kontrolnych i szkoleniowych w fabrykach. Ponadto, podczas 5-letniego okresu obowiązującej umowy, wprowadzonych zostanie szereg działań związanych z niezależną kontrolą fabryk, a także ich modernizacją. Jako firma nie posiadamy własnych zakładów produkcyjnych, nasze ubrania szyjemy w fabrykach, z których usług, oprócz nas, korzystają także inne globalne koncerny odzieżowe, dlatego w naszym przekonaniu tak ważne jest, aby działania naprawcze dotyczyły całej branży, nie tylko poszczególnych firm”⁵¹.

Spółka pochwaliła się też, że udzieliła dobrowolnej darowizny na rzecz Wielostronnego Komitetu Koordynacyjnego Rana Plaza. Pieniądze miały być przekazane na rekompensaty dla poszkodowanych i ich bliskich. Firma nie podała jednak, ile wynosiła jej wpłata. Poinformowała, że prowadzi wzmoczoną kontrolę globalnego łańcucha dostaw. Ogłosiła też, że tworzy wewnętrzne struktury audytowe w swoim biurze przedstawicielskim w Bangladeszu. Jej pracownicy mają monitorować warunki w fabrykach czyli *de facto* firma sprawdza sama siebie. Należy zadać pytanie, czy takie rozwiązanie daje nadzieję na obiektywną ocenę sytuacji?

To z pewnością najbardziej dramatyczna, ale nie jedyna sytuacja, kiedy firma musiała ratować swoją reputację. Kolejny pretekstem, który zirytował konsumentów, była optymalizacja podatkowa. LPP umieściła prawa do swoich marek w spółkach w Zjednoczonych Emiratach Arabskich oraz na Cyprze. Dzięki temu unikała znacznej części płatności do polskiego fiskusa. Po zmasowanej krytyce w czerwcu 2015 roku firma ogłosiła, że druga z wymienionych spółek zostanie wchłonięta do rodzimego oddziału, co oznacza, że znów będzie rozliczać się w ojczystym kraju⁵².

51 <http://www.lppsa.com/informacje-prasowe/rocznica-tragedii-w-bangladeszu>, dostęp: 16.10.2015.

52 <http://www.lppsa.com/33488>, dostęp: 16.10.2015.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	BYTOM SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
2	GINO ROSSI SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
3	GK CCC SA	+	-	-	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
4	GK LPP SA	+	+	+	+	-	ND	-	+	+	+	-	-
5	MONNARI TRADE SA	+	-	-	-	-	ND	+	-	-	-	-	+
6	OTCF SP. Z O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
7	PRÓCHNIK SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
8	REDAN SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
9	VISTULA GROUP SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
10	WOJAS SA	+	-	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-

Tabela 7: Moda i tekstylia

3.8 PRZEMYSŁ CHEMICZNY

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Najważniejsza dla przemysłu chemicznego powinna być ochrona środowiska oraz działania na rzecz minimalizacji szkodliwego wpływu. Mówi o tym chociażby Światowa Karta Responsible Care. Zadaniem firm jest stosowanie najbardziej neutralnych środowiskowo procesów produkcyjnych, zapobieganie nadmiernemu powstawaniu odpadów, wykorzystywanie ich ponownie w ramach recyklingu, a także utylizacja tych szczególnie uciążliwych i oczyszczanie ścieków przemysłowych. Powinny także wykorzystywać surowce w ramach zamkniętego obiegu, zmniejszać emisję szkodliwych substancji i dbać o bezpieczne magazynowanie swoich produktów. Najważniejsze jest jednak przygotowanie analizy ryzyka, określającej jakie zagrożenia dla ekosystemu mogą być związane z działalnością danego przedsiębiorstwa i opracowanie strategii, która pomoże im zapobiegać. Korporacje powinny też określać limity zanieczyszczeń. Ich obowiązkiem jest też remediacja, czyli oczyszczanie i usuwanie zanieczyszczeń, które powstają w wyniku ich działalności oraz wypadków.

Praca w tym sektorze wiąże się ze szczególnymi zagrożeniami. Zatrudnieni mają kontakt, m.in. z materiałami i instalacjami chemicznymi mogącymi prowadzić do poparzenia, pożarów czy wybuchów, substancjami trującymi i mieszaninami pyłowymi. Dlatego koncerny muszą prowadzić regularne szkolenia, zapewniać pracownikom dostęp do nowoczesnych i bezpiecznych technologii, gwarantować niezbędną odzież ochronną.

Przedsiębiorstwa są zobligowane do opracowania polityki zapobiegania poważnym awariom. W dokumencie musi się znaleźć informacja, m.in. o zasadach postępowania załogi w takiej sytuacji oraz wytyczne dla służb ratunkowych na temat możliwych szkodliwych substancji i efektów, jakie mogą spowodować.

Wszelkie prace i inwestycje prowadzone przez firmy powinny być konsultowane ze społecznością lokalną. Mówi o tym, m.in. konwencja z Aarhus, dotycząca udziału interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem stowarzyszeń i organizacji zajmujących się ochroną środowiska. Dialog powinien dotyczyć, m.in. lokalizacji nowych zakładów czy określania bezpiecznych odległości.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Odpowiedzialność społeczną na swoich stronach uwzględnia 72,7 proc. koncernów z przemysłu chemicznego. Politykę CSR przygotowało także 72,7 proc. z nich. „ – Misja, wizja i wartości firmy oddają podejście Grupy Kapitałowej Grupa Kęty S.A. do obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu. Praktyki CSR są tu standardem nie obowiązkiem. Zarządy wszystkich spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej świadomie i dobrowolnie uwzględniają w ramach swej działalności interesy społeczne, ochronę środowiska, a także relacje z różnymi grupami interesariuszy. Bycie odpowiedzialnym nie oznacza dla Spółek Grupy jedynie spełnienia wszystkich wymogów formalnych i prawnych, lecz również zwiększone inwestycje w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska i relacje z otoczeniem firmy, czyli dobrowolne zaangażowanie”⁵³ – zapewnia Grupa Kęty.

Najważniejsza dla firm zdaje się ochrona środowiska. Kwestie związane z ekologią uwzględniło 81,8 proc. Sanockie Zakłady Przemysłu Gumowego Stomil Sanok SA deklaruje: „dostarczanie wyrobów i usług przyjaznych dla środowiska przy optymalnych kosztach, ciągłe doskonalenie Systemu Zarządzania Środowiskowego mające na celu spełnienie wszystkich uregulowań prawnych dotyczących ochrony środowiska, stałe zmniejszanie poniżej określonych norm i limitów, szkodliwego wpływu działalności Spółki na środowisko, zapobieganie zanieczyszczeniom środowiska”⁵⁴.

Prawami człowieka interesuje się 63,6 proc. korporacji. GK Boryszew SA kładzie nacisk, m.in. na poczucie bezpieczeństwa w miejscu pracy, możliwości zaangażowania w akcje na rzecz poprawy warunków pracy. „ – Pracownicy, kapitał ludzki jest taktowany jako najważniejszy z zasobów, jakim dysponuje Grupa. Kluczowym elementem polityki HR jest tworzenie warunków do wyzwalań własnej, twórczej inicjatywy w oparciu o zasady filozofii Kaizen, której podstawową regułą jest ciągłe zaangażowanie wszystkich pracowników w proces podnoszenia jakości firmy oraz wytwarzanych przez nią produktów”⁵⁵ – wyjaśnia.

53 <http://www.grupakety.com/pl/26,czym-dla-nas-jest-csr.html>, dostęp: 16.10.2015.

54 http://www.stomilsanok.com.pl/about_jakosc.xml, dostęp: 16.10.2015.

55 <http://www.boryszew.com.pl/zespol-boryszew?print=please>, dostęp: 16.10.2015.

Osobę odpowiedzialną za zrównoważony rozwój zatrudniają 2 firmy (18,1 proc.), a 45,4 proc. ma kodeks etyczny tyle samo odnosi się do korupcji i łańcucha dostaw. „– Dostarczanie innowacyjnych rozwiązań i promowanie zrównoważonego rozwoju to dwie integralne części naszej strategii. W obu z nich nasi partnerzy i dostawcy odgrywają kluczową rolę”⁵⁶ – przekonuje Henkel Polska Sp. z o.o.

Raport społeczny przygotowała tylko jedna firma GK Grupy Azoty SA, w którym wykorzystuje wskaźniki GRI. CSR w raporcie rocznym zawarły tylko 3 z 8 przedsiębiorstw, których dotyczyło to kryterium (37,5 proc.).

56 <http://www.henkel.pl/partnerzy-i-dostawcy>, dostęp: 16.10.2015.



Branża chemiczna w naszym monitoringu wypada całkiem nieźle. Jej społeczna odpowiedzialność, w obliczu nierzadko szkodliwych dla zdrowia czy środowiska substancji, jakie wykorzystuje w swojej działalności, jest szczególnie istotna.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	BRIDGESTONE POZNAŃ SP. Z O.O.	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
2	FIRMA OPONIARSKA DĘBICA SA	-	-	-	-	-	ND	+	+	-	-	-	+
3	GK BORYSZEW SA	+	-	+	+	-	ND	-	+	+	+	+	-
4	GK GRUPY AZOTY SA	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
5	GRUPA CIECH	+	-	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
6	GRUPA KĘTY	+	+	+	+	-	ND	+	+	-	+	+	+
7	GRUPA SELENA FM SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
8	HENKEL POLSKA SP. Z O.O.	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
9	MICHELIN POLSKA SA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
10	SANOCKIE ZAKŁADY PRZEMYSŁU GUMOWEGO STOMIL SANOK SA	-	-	+	-	-	ND	-	+	-	-	-	-
11	SYNTHOS SA	+	-	+	+	-	ND	-	+	+	+	+	+

Tabela 8: Przemysł chemiczny

3.9 PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Podstawowym zadaniem dla firm z tej branży jest zrównoważona gospodarka zasobami leśnymi, tzn. łącząca potrzeby ludzi, przyrody i ekonomii. Powinny podejmować działania na rzecz utrzymania zdolności produktywności, regeneracji i biologicznej różnorodności lasów, a nie inwestować wyłącznie w najbardziej opłacalne z punktu widzenia przemysłu gatunki. Przedsiębiorstwa muszą również pozyskiwać drewno biorąc pod uwagę możliwości biologiczne lasu, tzn. stosunek wielkości do przyrostu, a także sadzić nowe drzewa w miejsce tych wyciętych.

Są też zobligowane do podejmowania inicjatyw zabezpieczających obszary leśne istotne z ekologicznego punktu widzenia. Nie wolno im zmieniać lasów w inne formy użytkowania, stosować szkodliwych substancji chemicznych, powodować szkód w innych ekosystemach, wprowadzać gatunków modyfikowanych genetycznie. O tym wszystkim mówi PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes – Program Zatwierdzenia Systemów Certyfikacji Leśnej). Nakazuje również przestrzeganie praw pracowniczych i praw ludności tubylczej, wspieranie lokalnego rynku pracy, przeprowadzanie konsultacji społecznych na temat planowanych działań z okolicznymi mieszkańcami i interesariuszami oraz uwzględnianie tradycyjnych praw użytkowania gruntów. Ich zadaniem jest również ochrona siedlisk gatunków zagrożonych wyginięciem.

Spółki powinny promować recykling, wykorzystywać surowce wtórne, działać na rzecz redukcji emisji dwutlenku węgla. Ważnym zadaniem jest właściwa utylizacja odpadów przemysłowych, tak aby minimalizować ich negatywny wpływ na środowisko, m.in. przez wykorzystanie termiczne. Producenci muszą także weryfikować, z jakich źródeł pochodzi kupowane przez nich drewno i czy zostało pozyskane w legalny sposób. Oznacza to konieczność monitorowania łańcucha dostaw, prowadzenie audytów. Poświadczą to np. Certyfikat FSC CoC (Forest Stewardship Council Chain of Custody).

Komentarz do rezultatów monitoringu

80 proc. firm z przemysłu drzewnego i papierniczego uwzględnia na swojej stronie internetowej społeczną odpowiedzialność. Najwięcej, bo aż 90 proc.,

co zdaje się oczywiste dla tego sektora, przywiązuje uwagę do kwestii ekologicznych. „– Efektem zaangażowania w działalność na rzecz ochrony środowiska jest również uruchomienie w Biłgoraju nowoczesnej elektrociepłowni posiadającej certyfikat producenta zielonej energii – opisuje GK Black Red White SA. – Produkuje ona energię skojarzoną z biomasy, przetwarzając ok. 95 ton materiałów poprodukcyjnych na dobę, z możliwością produkcji energii cieplnej lub elektrycznej w zależności od potrzeb. Dzięki temu zakład produkcyjny jest częściowo samowystarczalny, a nadwyżki energetyczne są sprzedawane podmiotom zewnętrznym”⁵⁷.

Politykę CSR opracowało 50 proc. przedsiębiorstw. Prawa człowieka interesują 60 proc. z nich, a łańcuch dostaw i zapobieganie korupcji 40 proc. Kodeks etyczny posiada 30 proc. spółek. W raporcie rocznym o zrównoważonym rozwoju wspomina 25 proc. czyli 1 z 4, których ten wskaźnik dotyczy.

Przedsiębiorstwa te deklarują jednak zaangażowanie na wielu obszarach. Szwedzi koncern Arctic Paper wspiera m.in. Centrum morskich badań naukowych Sten Lovén oraz angażuje się w ochronę siedlisk lęgowych ptaków w Parku Narodowym u ujścia Warty, nieopodal swoich fabryk. Co więcej firma deklaruje otwarte poparcie dla istnienia związków zawodowych w swoich oddziałach, wymagając podobnej polityki od wszystkich partnerów biznesowych. To rzadki przykład takich działań. Podejmuje także działania zmierzające do redukcji śladu węglowego”. – Przykładem jest papiernia Arctic Paper Kostrzyn, gdzie zainwestowano bardzo poważne środki w nowoczesne i wydajne rozwiązania energetyczne – wyjaśnia na swojej stronie. – W zmodernizowanych zakładach zasilanych lokalnym gazem ziemnym (który jest znacznie czystszy paliwem niż ropa naftowa, czy węgiel) uzyskano ponad 50-procentowe zmniejszenie emisji CO₂ wynikającej z produkcji papieru oraz pełną samowystarczalność energetyczną papierni zarówno w zakresie ciepła, jak i energii elektrycznej. Firma Arctic Paper deklaruje w sposób otwarty i jednoznaczny wielkość emisji CO₂ w związku z każdym z produktów za pośrednictwem dokumentów „Paper Profile” oraz komunikatów dotyczących śladu węglowego „Carbon Footprint”, które można pobrać na naszej stronie⁵⁸.

57 <http://www.brw.com.pl/ofirmie/o-nas/>, dostęp: 16.10.2015.

58 <http://www.arcticpaper.com/pl/Start/Arctic-Paper/Sustainability/Carbon-Footprint/>, dostęp: 16.10.2015.

Tylko jedna z firm branży przemysłu drzewnego oraz papierniczego, czyli Nowy Styl Sp. z o.o. wydała raport społeczny, w którym uwzględni kryteria GRI.

Jako jedna z dwóch zatrudnia osobę odpowiedzialną za kwestie zrównoważonego rozwoju.



Sektor drzewny, papierniczy i meblarski jest jednym z filarów polskiej gospodarki. Zapotrzebowanie ze strony przemysłu na drewno jest w Polsce olbrzymie, co powoduje presję na wyręb. Kontrola źródeł pozyskiwania drewna jest kluczowa dla realizowania przez niego zasad zrównoważonego rozwoju. Na zdj. Puszcza Białowieńska.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	GK ARCTIC PAPER SA	+	-	+	+	-	ND	+	+	+	+	+	-
2	GK BLACK RED WHITE SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
3	GK FORTE SA	+	-	-	-	-	ND	-	+	-	-	-	-
4	GRUPA BARLINEK	+	+	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
5	IKEA INDUSTRY POLAND	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
6	INTERNATIONAL PAPER – KWIDZYN SP. Z O. O.	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
7	MONDI ŚWIECIE SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	+	-
8	NOWY STYL SP. Z O.O.	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
9	PAGED MEBLE SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
10	PAŃSTWOWE GOSPODARSTWO LEŚNE „LASY PAŃSTWOWE”	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	+

Tabela 9: Przemysł drzewny i papierniczy

3.10 PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY, SAMOCHODOWY

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Firmy reprezentujące omawianą branżę często ubiegają się o wielomilionowe kontrakty obejmujące np. dostawę taboru dla publicznych przewoźników. Dlatego powinny przywiązywać specjalną wagę do przeciwdziałaniu korupcji. Fabryki niektórych spośród nich ulokowane są w specjalnych strefach ekonomicznych, tym samym korzystają z dofinansowania państwa w ramach zwolnień podatkowych i subsydiów, czego nie powinny nadużywać.

Kluczowe wyzwanie dla tego sektora stanowi ochrona środowiska. Przemysł samochodowy przyczynia się do znacznego zwiększenia emisji zanieczyszczeń, m.in. tlenków azotu, węgla, związków siarki, acetyleny. Producenci powinni dążyć do wykorzystywania ekologicznych źródeł napędu i alternatywnych paliw jak gaz, bioetanol czy w końcu energie elektryczna. Zadaniem dla przedsiębiorstw jest również podejmowanie działań na rzecz redukcji hałasu. Ich rolą jest utylizacja niesprawnych pojazdów. Wskazane jest

także prowadzenie oceny cyklu życia produktu (LCA – Life Cycle Assessment), czyli technik z zakresu procesów zarządczych, które określają potencjalne zagrożenia dla środowiska i szacują konsekwencje dla ekosystemu na każdym etapie procesu produkcji, aż do utylizacji zużytego wyrobu.

Problematyczna jest też działalność hut. Ich obowiązkiem jest modernizacja procesów produkcyjnych, która prowadzi do ograniczenia emisji CO₂ i zużycia energii oraz wtórne wykorzystywanie surowców. Przemysł ciężki musi uznać fakt istnienia globalnego ocieplenia i uwzględnić to w swoich działaniach, a w szczególności powstrzymać się od finansowania działań negujących zmiany klimatu czy też reklam cechujących się tzw. *greenwashingiem*.

Korporacje powinny także na bieżąco prowadzić dialog z interesariuszami, aby monitorować jakie problemy może stwarzać ich działalność, jakie aspekty są najbardziej uciążliwe dla sąsiedztwa oraz podejmować działania naprawcze.



Przemysł ciężki związany jest z dużymi emisjami gazów cieplarnianych. Przedsiębiorstwa tego sektora walczą z pomysłami na bardziej ambitną politykę energetyczno-klimatyczną Unii Europejskiej. Na zdj. ArcelorMittal Poland S.A. Oddział w Zdzieszowicach.

Komentarz do rezultatów monitoringu

63,1 proc. firm z przemysłu metalowego, maszynowego i samochodowego wyróżnia na swoich stronach odpowiedzialność społeczną. Politykę CSR udostępnia 47,3 proc. z nich. Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o. opracowała zasady, którymi kieruje się wobec konkretnych grup interesariuszy. W przypadku klientów zobowiązuje się do dostarczania bezpiecznych, najwyższej jakości skrzyń biegów, silników oraz innych produktów i usług. Deklaruje, że pracownikom zapewnia równe szanse zatrudnienia i kariery zawodowej, wspiera indywidualny rozwój oraz bezpieczne i przyjazne warunki pracy. Wyjaśnia, że wszystkim dostawcom gwarantuje uczciwą ocenę ofert i wolną konkurencję kandydatów. Przekonuje, że prowadzi otwarty dialog i utrzymuje szczerze relacje z partnerami społecznymi w celu wzajemnego zrozumienia roli w zrównoważonym rozwoju lokalnej społeczności. Zapewnia, że udziałowcom udostępni rzetelne i terminowe informacje dotyczące wyników operacyjnych i kondycji finansowej. Firma stawia sobie także wyzwania w zakresie ochrony środowiska: „– Naszym celem jest realizacja idei Zielonej Fabryki w Zielonym Mieście rozumiana jako rozwój firmy w harmonii ze środowiskiem naturalnym poprzez minimalizowanie wpływu naszej działalności na otoczenie przyrodnicze. Nieustannie podejmujemy działania na rzecz poprawy naszych wyników środowiskowych w obszarach zużycia wody i energii oraz zmniejszenia emisji i odpadów. Staramy się budować lokalne partnerstwo na rzecz realizacji akcji pro-środowiskowych i promocji świadomości ekologicznej poprzez otwarty dialog z wieloma organizacjami i osobami zaangażowanymi w ochronę środowiska naturalnego”⁵⁹.

To właśnie ekologia jest najczęściej zauważanym obszarem przez korporacje z tego sektora (78,9 proc.). „– Działania proekologiczne nabierają coraz większego znaczenia dla producentów samochodów – informuje Volkswagen Poznań Sp. z o.o. – Inżynierowie koncernu Volkswagen także uczestniczą w światowym wyścigu o stworzenie efektywnych źródeł napędu o zerowej emisji spalin. Liczne ograniczenia sprawiają jednak, że droga do popularyzacji aut hybrydowych czy elektrycznych będzie raczej maratonem, aniżeli sprintem. Dlatego Volkswagen stawia obecnie na efektywne wykorzystanie konwencjonalnych źródeł energii. Silniki benzynowe i wysokoprężne, oparte na technologiach TSI i TDI, dzięki zmniejszeniu ich pojemności skoko-

wej (*downsizing*) stają się coraz bardziej oszczędne i czyste, nie tracąc nic ze swojej dynamiki. Pozwala to proponować klientom szeroką i dostępną cenowo ofertę ekonomicznych, ekstremalnie efektywnych i zgodnych z duchem ekologii samochodów”⁶⁰.

Prawa człowieka uwzględnia 63,1 proc. przedsiębiorstw z tego sektora. „– Poprzez kreowanie rozwoju pracowników i trwałość zatrudnienia – umowy na czas nieokreślony (ponad 97% pracowników ma umowy stałe) kształtujemy lojalność, identyfikację i przywiązanie pracowników do firmy – chwali się RAFAKO SA. (...) Dbając o zrównoważony rozwój pracowników nie zapominamy o potrzebach społecznych, socjalnych i bytowych zatrudnionych osób m.in. poprzez zapewnienie wzajemnej komunikacji, reprezentacji, warunków pracy, opieki socjalnej i bytowej oraz aktywności związanej z zainteresowaniami pozazawodowymi takimi jak sport, turystyka rekreacyjna, także szeroko rozumianej promocji zdrowia. We wszystkich działaniach adresowanych do pracowników szanujemy i przestrzegamy prawa do prywatności i swobody wyboru”⁶¹.

Kodeks etyczny ma 31,5 proc. zbadanych przez nas korporacji. Łańcuch dostaw uwzględnia 47,3 proc. Man Bus Sp. z o.o. ma specjalny Kodeks Postępowania dla dostawców i partnerów biznesowych. „– Dostawcy i partnerzy biznesowi koncernu MAN przestrzegają i wspierają obowiązujące na całym świecie przepisy o ochronie praw człowieka, jako fundamentalne i powszechnie uznawane wytyczne – czytamy. – Powyższe w szczególności oznaczają, że dostawcy i partnerzy biznesowi koncernu MAN nie stosują pracy przymusowej i nie zatrudniają dzieci. Dostawcy i partnerzy biznesowi przestrzegają przepisów konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy ILO 138 oraz 182, które określają minimalny wiek przy zatrudnianiu pracowników młodocianych. (...) Dostawcy i partnerzy biznesowi koncernu MAN nie stosują wobec nikogo dyskryminacji ze względu na pochodzenie etniczne, narodowe lub społeczne, kolor skóry, płeć, religię, światopogląd, wiek, zdrowie, orientację seksualną, poglądy polityczne (o ile jest to zgodne z zasadami demokracji i tolerancji wobec osób reprezentujących odmienne przekonania) lub ze względu na inne prawnie chronione cechy, chyba że obowiązujące prawo stanowi inaczej. Uznaje się podstawowe prawo wszystkich pracowników do tworzenia oraz wstępowania do związków zawodowych i organizacji reprezentujących interesy pracownicze. Jeśli prawo to jest ograniczone na

59 http://www.toyotapl.com/walbrzych/kat_Polityka-Odpowiedzialnego-Biznesu_118.htm, dostęp: 16.10.2015.

60 http://www.volkswagen.pl/pl/volkswagen/ochrona-_rodowiska/blu-emotiontechnologies.html, dostęp: 16.10.2015.

61 <http://www.rafako.com.pl/pracownicy>, dostęp: 16.10.2015.

mocy lokalnych przepisów, należy wspierać legalne inicjatywy o charakterze alternatywnym, mające na celu zapewnienie pracownikom możliwości reprezentowania ich interesów⁶².

Korupcji chce zapobiegać 42,1 proc. firm. ArcelorMittal Poland SA w Kodeksie Etycznym ma fragment pt.: „Oferowanie korzyści majątkowych i materialnych urzędnikom państwowym”, w którym „ArcelorMittal działać będzie zgodnie z przepisami antykorupcyjnymi obowiązującymi w krajach, w których Spółka prowadzi działalność, w tym amerykańskiej ustawy o przeciwdziałaniu praktykom korupcyjnym za granicą, dotyczącej działalności prowadzonej na skalę globalną. Nie należy oferować w sposób pośredni ani bezpośredni żadnych korzyści urzędnikom państwowym, w tym także pracownikom

62 http://www.entry.man.eu/man/media/content_medien/doc/entry_page_poland_1/man-code-of-conduct-for-suppliers-and-business-partners-v02-pl1.pdf, dostęp: 16.10.2015.

przedsiębiorstw państwowych, aby wpłynąć na ich działania lub decyzje w celu uzyskania lub utrzymania zleceń lub przekazania ich innym stronom. Ponadto należy upewnić się, że pośrednicy upoważnieni do prowadzenia interesów w imieniu Spółki cieszą się dobrą opinią i również przestrzegają powyższych wytycznych⁶³.

Firma jako jedyna z dwóch (obok GK Kopex) przygotowała też raport społeczny, uwzględniając w nim wskaźniki GRI. Osobę odpowiedzialną za CSR zatrudnia 26,3 proc. spółek. O zrównoważonym rozwoju wspominają w raporcie rocznym 2 z 5 przedsiębiorstw, których dotyczy to kryterium.

Wyniki potwierdziło 26,3 proc. przedsiębiorstw.

63 http://poland.arcelormittal.com/fileadmin/content/03_odpowiedzialnosc/03_odpowiedzialnosc/projekty_spoleczne/Program_zgodnoscii/kodeks_etyki_pol.pdf, dostęp: 16.10.2015.

Kłamstwo ma wielkie emisje

FUNDACJA CENTURUMCSR.PL

We wrześniu 2015 roku na czołówkach wszystkich gazet znalazł się Volkswagen. Jak poinformowały media, firma fałszowała dane o emisji spalin z silników diesla, a tym samym łamała ustawę o ochronie klimatu. Sprawę ujawniła amerykańska Agencja Ochrony Środowiska (EPA). Według jej ustaleń w autach było montowane specjalne oprogramowanie, dzięki któremu w czasie testów spełniały normy obowiązujące w Stanach Zjednoczonych. Jednak już po oddaniu do użytku w spalinach było ok. 40-krotnie więcej tlenków azotów. Tymczasem pojazdy były reklamowane jako przyjazne środowisku. Wybuchł skandal.

Akcje koncernu gwałtownie straciły na wartości. Jego władze rozpaczliwie zaczęły szukać wyjścia z sytuacji. Ogłosiły, że zawieszają sprzedaż w USA i zapowiedziały wypłatę ogromnych odszkodowań. Prezes stracił stanowisko. Mimo to głośno było o utracie zaufania do – podobno niezawodnej – niemieckiej technologii.

Minister transportu Niemiec poinformował, że sprawa dotyczy prawdopodobnie również krajów w Europie. Kiedy zamykaliśmy raport dziennikarze alarmowali, że podobne samochody mogą jeździć także po polskich ulicach.

To jaskrawy przykład na to, jak nieodpowiedzialność biznesu może doprowadzić do ogromnych strat nie tylko finansowych, ale również zrujnować reputację firm, którą najtrudniej odbudować.



Przemysł samochodowy jest jedną z ważnych gałęzi polskiej gospodarki. To również często jeden z większych lobbystów, walczących z bardziej rygorystycznymi normami ekologicznymi. Może jednak odegrać zupełnie inną rolę – dostawcy usług mobilności czy producenta elektrycznych aut do miejskich wypożyczalni.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	ABB POLSKA	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
2	ALSTOM POLSKA	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
3	ARCELORMITTAL POLAND SA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
4	FAMUR	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
5	FAURECIA AUTOMOTIVE POLSKA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
6	FIAT AUTO POLAND SA	-	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
7	GK INTER CARS SA	+	-	-	-	-	ND	+	+	-	-	-	-
8	GK KOPEX SA	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-
9	GK NSG (PILKINGTON)	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
10	GRUPA VALEO	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
11	MAN BUS SP. Z O.O.	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
12	NEWAG SA	-	-	+	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
13	OPEL POLSKA	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
14	POJAZDY SZYNOWE PESA BYDGOSZCZ SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
15	RAFAKO SA	+	-	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
16	SOLARIS BUS & COACH SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	+	-	-	+
17	TOYOTA MOTOR MANUFACTURING POLAND SP. Z O.O.	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
18	VOLKSWAGEN POZNAŃ SP. Z O.O.	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
19	ZF TRW AUTOMOTIVE HOLDINGS CORP	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-

Tabela 10: Przemysł metalowy, maszynowy i samochodowy

3.11 PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Obowiązkiem firm z tej branży jest przede wszystkim rzetelne informowanie konsumentów o składzie i właściwościach zdrowotnych produktów. Wszystkie dane na ten temat – termin przydatności oraz zawartość alergenów powinny umieszczać na etykiecie czcionką o wielkości umożliwiającej ich odczytanie (według rozporządzenia Parlamentu Europejskiego to najmniej 1,2 mm, na bardzo małych opakowaniach 0,9 mm).

Przedsiębiorstwa są zobligowane do zapewnienia bezpieczeństwa żywności, tzn. muszą znać źródło pochodzenia wykorzystywanych składników, kontrolować, w jakich warunkach powstają, a także zlecać niezależne i rzetelne testy jakości. Ich obowiązkiem jest regularne przeprowadzanie badań pracowników pod kątem zagrożeń sanitarno-epidemiologicznych. Nie wolno im przede wszystkim stosować inżynierii genetycznej, modyfikować w ten sposób żywności i zatajać tego faktu przed kupującymi. Podobnie z używaniem antybiotyków.

Korporacje muszą też prowadzić odpowiedzialny marketing. Nie mogą wprowadzać w błąd odnośnie konsekwencji spożywania danego produktu, np. nie wolno reklamować słodczy jako produktu zdrowotnego albo zapewniać, że asortyment z dużą zawartością tłuszczu nie przyczyni się do zwiększenia wagi. Nie powinny adresować swojego przekazu do dzieci, budować w nich negatywnych nawyków żywieniowych, przekonując, np. że zakup chipsów czy słodkości sprawi, iż znajdą uznanie w gronie rówieśników. Naganne jest również wykorzystywanie w reklamach aktorów przedstawianych jako lekarze czy dietetycy, a tym samym budowanie wiarygodności marki na fałszywych przesłankach.

Firmy nie powinny też znakować swoich produktów certyfikatami czy logami instytucji zaufania publicznego, które są przedstawiane jako przyznane przez niezależne gremium według obiektywnych kryteriów, a w rzeczywistości po prostu kupione za określoną kwotę.

Obowiązkiem spółek jest zadbanie o warunki pracy w całym swoim łańcuchu dostaw. Uprawa wielu składników (np. kakao, olej palmowy) odbywa się w krajach tzw. Globalnego Południa i wiąże się z przymusową pracą dzieci, niebezpiecznymi warun-

kami czy używaniem pestycydów, które zagrażają życiu ludzi. Warto podkreślić, że żadna polska firma nie uczestniczy w międzynarodowych porozumieniach, mających wyeliminować podobne zjawiska.

Niewątpliwie wyzwaniem dla przedsiębiorstw z tego sektora jest zadbanie o obszar, jakim jest etyczne traktowanie zwierząt. Są zobligowane do zapewnienia im odpowiednich warunków hodowli, np. odpowiedniej powierzchni w klatkach. Ich obowiązkiem jest zapobieganie nieuprawnionemu okrucieństwu i stosowanie metod uboju gwarantujących jak najmniejszy stopień cierpienia. Muszą też dbać o właściwą utylizację odpadów poubojowych, tak aby nie zagrażały środowisku.

Komentarz do rezultatów monitoringu

W naszym monitoringu firmy z branży spożywczej wypadają źle. Wprawdzie CSR w serwisie posiada 60 proc., ale wyniki kolejnych wskaźników pokazują, że to w większości czcze deklaracje. 66,6 proc. z nich koncentruje się na ekologii, często zapominając o innych kwestiach istotnych z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju. „ – Jesteśmy firmą silnie związaną z naturą, dlatego doskonale rozumiemy konieczność dbania o środowisko naturalne – przekonuje Bakoma Sp. z o.o.” – (...) Na terenie Zakładu Produkcyjnego w Elżbietowie funkcjonuje nowoczesna oczyszczalnia ścieków (...). Posiadamy niezbędne pozwolenia na pobór wody, odprowadzanie ścieków, emisję zanieczyszczeń do atmosfery oraz wytwarzanie odpadów. Wszelkie odpady są segregowane i bezpiecznie przechowywane, by uniemożliwić ich przedostanie się do środowiska. Odbiorem odpadów zajmują się tylko profesjonalne firmy, które są uprawnione do prowadzenia tego typu działalności. Na terenie naszego Zakładu Produkcyjnego znajdują się dwie instalacje odzysku energii odnawialnej. Są to tak zwane pompy ciepła, umożliwiające wykorzystanie odnawialnej energii cieplnej nagromadzonej w środowisku naturalnym. Odzyskiwanie energii jest bardzo ekologiczne, ponieważ ogranicza zużywanie nieodnawialnych źródeł energii takich jak węgiel, olej opałowy czy gaz ziemny”⁶⁴.

64 <http://bakoma.pl/o-bakomie/odpowiedzialnosc-spoleczna/ochrona-srodowiska/>, dostęp: 16.10.2015.

Na łańcuchach dostaw zwraca uwagę tylko 26,6 proc., m.in. GK Hortex Holding SA. „ – Z zaangażowaniem wspieramy krajowych dostawców wiedzą i doświadczeniem: we współpracy z Instytutem Ogrodnictwa w Skierniewicach organizujemy szkolenia z zakresu produkcji i ochrony upraw, instruktorzy z działów surowcowych Hortex na bieżąco pomagają w rozwiązywaniu problemów związanych z uprawami, wprowadzamy system wczesnego ostrzegania przed zagrożeniami związanymi z pojawianiem się szkodników. Poza firmami i grupami producenckimi Hortex współpracuje z kilkuset indywidualnymi rolnikami (...) Przestrzegamy zasad uczciwej i równej konkurencji rynkowej”⁶⁵ – dowiadujemy się na stronie internetowej spółki.

65 <http://hortex.com.pl/o-firmie/odpowiedzialnosc-spoleczna/>, dostęp: 16.10.2015.

Politykę CSR opracowało 40 proc. Korupcja interesuje tylko 2 firmy (13,3 proc.): Krajową Spółkę Cukrową oraz ANIMEX – ANIMPOL. Oba te przedsiębiorstwa otrzymały najwięcej plusów w naszym zestawieniu. Prawa człowieka zostały uwzględnione w 26,6 proc. przypadków.

Kodeks etyczny ma tylko 1 podmiot (6,6 proc.). Również tylko jeden przygotowuje raport społeczny, uwzględniając w nim wskaźniki GRI i jeden zatrudnia osobę odpowiedzialną za społeczną odpowiedzialność. W raporcie rocznym na giełdzie zagadnienia z obszaru CSR uwzględnia 1 z 4 spółek, których dotyczyło kryterium (25 proc.). Rezultaty monitoringu potwierdziły zaledwie 3 firmy (20 proc.).



Ślad ekonomiczny sektora spożywczego jest olbrzymi. Jego kondycja ma niebagatelny wpływ na poziom życia dostawców produktów – w tym tych, nierzadko żyjących na drugim końcu świata.

Bardzo gorzka czekolada

Maria Huma

Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie (www.ekonsument.pl)



Kakaowiec właściwy (*Theobroma cacao* L.) to gatunek drzewa rodzącego cenne ziarna, z których produkowane jest kakao. Roślina pochodzi z Ameryki Południowej, dokładnie z górnej Amazonii, ale obecnie uprawiana jest w pasie tropikalnym Ameryki, Azji i Afryki. Dosłowne tłumaczenie łacińskiej, nadanej przez Linneusza nazwy oznacza „napój bogów”, co nawiązuje do prekolumbijskich wierzeń indiańskich o boskiej genezie drzewa.

Uprawa kakao jest silnie uzależniona od pracy ludzkich rąk. Kakaowiec owocuje przez cały rok, jednocześnie na jednym drzewie mogą znajdować się kwiaty i dojrzałe owoce wyrastające z pnia, jak i gałęzi drzewa. Owoce zawierają 20-30 ziaren pograżonych w białym słodkim miąższu. W ciągu roku z jednego drzewa otrzymuje się pół kilograma kakao.

Z dojrzałych, ściętych i lekko sfermentowanych owoców kakaowca wydobywane są ziarna, które następnie poddawane są procesom dalszej fermentacji, suszenia, czyszczenia i pakowania. Potem ziarno trafia od rolników na eksport do krajów-producentów czekolady. Kolejne procesy jakie przechodzą ziarna kakaowca to prażenie i mielenie. W ich wyniku powstaje miazga kakaowa, która dalej w procesie tłoczenia zamienia się w masło kakaowe i suchy proszek. Otrzymane produkty używane są nie tylko do produkcji czekolady, ale także w przemyśle kosmetycznym i farmaceutycznym.

70% światowych upraw kakao zlokalizowanych jest w czterech krajach Afryki zachodniej: Wybrzeżu Kości Słoniowej (36% światowej produkcji), Ghanie (20% światowej produkcji), Nigerii (ok. 5%) i Kamerunie (ok. 5%). Kraje-producentki kakao spoza Afryki to Indonezja (11%), Brazylia (5%) i Ekwador (5%). 90% produkcji to niewielkie rodzinne farmy nieprzekraczające 5 ha.

Uprawa kakao jest podstawowym źródłem dochodu dla 5,5 miliona małych farmerów i zapewnia przeżycie 14 milionom pracowników wiejskich i ich rodzinom z krajów Globalnego Południa. Tymczasem światowy rynek czekolady (w tym handlu kakao) jest zdominowany przez kilka wielkich koncernów. Podczas gdy walczą one o coraz większe wpływy i coraz większe zyski (sięgające obecnie 70% ceny każdej tabliczki czekolady), to farmerzy ponoszą koszty coraz mniej sprawiedliwego podziału zysków, otrzymując jedynie niewielki procent (np. 6,4% w Ghanie, 5,7% na Wybrzeżu Kości Słoniowej, dla porównania w latach 80. stanowiło to 16%).

W tym samym czasie, gdy rynek czekoladowy osiąga zyski rzędu 80. miliardów dolarów rocznie, ceny ziaren kakao niezmienne od końca lat 80. maleją, co w połączeniu ze wzrostem kosztów uprawy skutkuje spadkiem przychodu, a tym samym niestabilnością ekonomiczną i zubożeniem milionów drobnych rolników. Farmerzy muszą borykać się nie tylko z zarazą, suszą, chorobami upraw czy niestabilnością polityczną własnego kraju, które to wpływają na ceny kakao, ale także ze spekulantami. Wielcy giganci handlu ziarnem kakaowym mają możliwość kształtowania cen kakao kontrolując poziom sprzedaży. Wykorzystują przy tym długą żywotność ziarna, które przechowują w magazynach. Rolnicy nie mogą sobie pozwolić na coś podobnego z uwagi na konieczność osiągnięcia przychodu ze sprzedaży ziaren i niemożność przechowania ziarna w warunkach tropikalnych.

Zubożenie rolników prowadzi do kolejnych problemów natury społecznej i ekologicznej. Rolnicy nie są w stanie zapewnić swoim pracownikom godziwej płacy, zakwaterowania w ludzkich warunkach, żywienia i opieki zdrowotnej. W celu redukcji kosztów powszechnie stało się także wykorzystywanie pracy dzieci (z efektami ubocznymi: porwaniami i handlem dziećmi, a także pracą przymusową). Obecnie szacuje się, że nawet do 2 mln dzieci pracuje na farmach kakaowych w Zachodniej Afryce. Część z nich wykonuje bardzo niebezpieczne prace, nierzadko skutkujące uszkodzeniami ciała. Dodatkowo praca pozbawia je prawa do edukacji.

Z powodu niskich przychodów rolnicy zmuszeni są także poszerzać swoje uprawy często kosztem lasów deszczowych. Źle zaplanowana uprawa skutkuje szybką degradacją gleby, a także koniecznością używania nawozów i pestycydów. Szacuje się, że straty z powodu złego utrzymania upraw sięgają nawet 40% zbiorów. Dodatkowo rolnicy często są zmuszeni zrezygnować z innych upraw i skupić się jedynie na uprawie kakao, co dodatkowo skutkuje obniżeniem bioróżnorodności.

Rolnicy kakao są liczną, ale nie mającą żadnej mocy grupą na rynku kakao. Często są bardzo słabo zorganizowani.

wani i nie mają pojęcia o możliwościach zrzeszania się. Dodatkowo są słabo poinformowani na temat rynku kakao i brak im podstawowej wiedzy z dziedziny ekonomii. Innym problemem jest nieumiejętne prowadzenie własnych farm. Dlatego są zmuszeni sprzedawać swoje zbiory na warunkach dyktowanych przez pośredników.

Twórcy kampanii *Make Chocolate Fair!* (Uczyń czekoladę sprawiedliwą!) zainicjowanej w 2013 r. przez cztery organizacje z Niemiec, Austrii, Estonii i Czech, w którą dodatkowo zaangażowani są partnerzy pochodzący z 12 innych europejskich krajów, w tym Polski, twierdzą, że należy promować zmiany w międzynarodowych relacjach handlowych. Uważają, że to na głównych graczech rynku czekolady ciąży odpowiedzialność za poprawę społecznych i ekologicznych skutków produkcji kakao. Kupowanie czekolady pochodzącej ze Sprawiedliwego Handlu jest dobrą alternatywą. Niemniej czekolada Fairtrade ma wciąż bardzo mały udział w światowym rynku.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	ANIMEX – ANIMPOL SF SP. Z O.O. SP.K.	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
2	BAKOMA SP. Z.O.O.	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
3	COLIAN HOLDING SA	+	-	+	-	-	ND	-	+	+	-	-	+
4	GK HORTEX HOLDING SA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
5	GK INDYKPOL SA	+	-	+	-	-	ND	+	+	-	+	-	+
6	GK POLSKI KONCERN MIĘSNY DUDA SA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
7	GK SOKOŁÓW (SOKOŁOWSKIE ZAKŁADY MIĘSNE SA)	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
8	GRUPA KONSPOL	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
9	GRUPA MASPEX WADOWICE	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
10	GRUPA MLEKOVITA	+	+	+	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
11	KRAJOWA SPÓŁKA CUKROWA	+	-	+	-	+	+	ND	+	+	+	+	-
12	MIESZKO SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
13	MORPOL SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
14	SM MLEKPOL	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
15	WAWEL SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-

Tabela 11: Przemysł spożywczy

3.12 SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Prawo do zdrowia to podstawowe prawo człowieka. Jest to dziedzina, na której ludzie nie oszczędzają, stąd łatwa pokusa, aby wykorzystać ich strach czy desperację do czerpania ogromnych zysków. W Polsce mamy do czynienia z pogarszaniem dostępu do bezpłatnych (pokrywanych w ramach ubezpieczenia społecznego) usług lekarskich. Dziedziny takie jak stomatologia czy ginekologia praktycznie zostały z nich wyeliminowane. Na badania, wizytę u specjalistów, zabiegi i operacje czeka się miesiącami. Następuje prywatyzacja tego obszaru, chaotyczne przemieszanie sektora państwowego z komercyjnym. W debacie publicznej coraz częściej mówi się o racjonalizacji wydatków, oszczędnościach, zapominając o tym, że nie wszystkie świadczenia mogą być i nigdy nie będą dochodowe. To nie oznacza, że można z nich zrezygnować. Coraz częściej nie mamy do czynienia ze służbą zdrowia, ale z rynkiem usług medycznych rządzących się mechanizmami czysto ekonomicznymi.

Dlatego przed firmami z branży medycznej i farmaceutycznej stoją szczególne wyzwania. Ich przedstawiciele powinni powstrzymać się przed manipulacją, przesadną krytyką usług publicznych, podsycaniem negatywnego zdania pacjentów i ich lęków, stwarzania wrażenia, że on i prywatyzacja służby zdrowia stanowią remedium na wszystkie problemy, że działają skuteczniej od państwa. Wszystkie te działania oceniamy jako prowadzone wyłącznie w celu zwiększenia swojego dochodu, a nie z troski o jakość świadczeń.

Jednym z najważniejszych wyzwań dla koncernów jest prowadzenie odpowiedzialnego marketingu. Nie wolno im zacierać granicy między produktem medycznym, a zwykłym, sugerując, że to nieszkodliwy środek pierwszej potrzeby, który można bez konsekwencji stosować praktycznie na co dzień i zająć się nim niczym cukierkami. Polacy znajdują się w światowej czołówce pod względem konsumpcji leków bez recepty i suplementów diety. Firmy nie mogą koncentrować się na rzekomo zbawiennych właściwościach preparatów, spychając w cień informację o możliwych niepożądanych skutkach. Reklama musi się opierać wyłącznie na wiarygodnych, najnowszych, a przede wszystkim rzetelnych danych i statystykach. Przedsiębiorstwa nie powinny używać wprowadzających w błąd określeń war-

tościujących jak „najlepszy”, „najszybszy” czy „najskuteczniejszy” produkt na rynku bez podawania wyników badań, które to potwierdzają. Nie mogą też stosować takich zwrotów jak „Pomogliśmy milionom zadowolonych Polaków”, ponieważ jest to informacja, której nie da się zweryfikować. Przekaz powinien być obiektywny.

Jak zwraca uwagę Rzecznik Praw Pacjenta, jednym z głównych zagrożeń związanych z branżą medyczną jest korupcja. „– Konieczne jest wskazanie jej ogromnych kosztów społecznych, gdyż proceder ten dotyczy najsłabszych (ludzi chorych, dzieci, osób starszych), a towarem korupcyjnym są wartości bezcenne – zdrowie i życie człowieka”⁶⁶ – wyjaśnia na swojej internetowej stronie.

Dlatego bardzo ważnym zadaniem jest prowadzenie transparentnej współpracy z lekarzami. Mówi o tym, m.in. „Kodeks dobrych praktyk marketingowych przemysłu farmaceutycznego, współpracy z przedstawicielami ochrony zdrowia i organizacjami pacjentów” opracowany przez Związek Pracodawców Innowacyjnych Firm Farmaceutycznych INFARMA. „ – W przypadku, gdy działania reklamowe lub promocyjne produktów leczniczych skierowane są do lekarzy pełniących funkcje publiczne w rozumieniu art. 115 § 19 Kodeksu Karnego, a w szczególności: funkcję konsultanta krajowego, konsultanta wojewódzkiego, koordynatora szpitala lub oddziału, należy zwrócić szczególną uwagę na to czy działania skierowane do tych osób nie pozostają w konflikcie z pełnionymi przez nie funkcjami i w ten sposób nie naruszają prawa – wyjaśnia. – Reklama produktu leczniczego oraz działania związane z promocją, w tym szkolenia przedstawicieli medycznych, należy prowadzić zgodnie z obowiązującym prawem, dobrymi obyczajami, przy zachowaniu wysokich standardów etycznych. (...) Spotkania promocyjne, naukowe czy zawodowe, kongresy, konferencje, sympozja oraz inne podobne wydarzenia, w tym posiedzenia ciał doradczych, wizyty w placówkach badawczych, zakładach produkcyjnych, spotkania badaczy, spotkania poświęcone planowaniu, szkoleniom oraz innym kwestiom dotyczącym badań klinicznych lub nieinterwencyjnych (na potrzeby Kodeksu zwane „spotkaniami”) organizowane czy sponsorowane przez lub w imieniu Sygnatariusza Kodeksu, muszą odbywać się w miejscu, które jest

⁶⁶ <http://www.bpp.gov.pl/dla-pacjenta/korupcja/czym-jest-korupcja/>, dostęp: 16.10.2015.

odpowiednie dla głównego celu takiego spotkania. Należy unikać miejsc, które uznawane są za ekstrawaganckie lub słynne ze względu na oferowane rozrywki. Nie należy organizować lub sponsorować bezpośrednio lub pośrednio spotkań poza granicami kraju, chyba, że jest to uzasadnione istotnymi względami merytorycznymi, organizacyjnymi, w szczególności, gdy większość zaproszonych osób pochodzi spoza kraju, w którym spotkanie jest organizowane. Przejawy gościnności oferowane uczestnikom spotkań nie powinny być nadmierne i muszą pozostawać w ścisłym związku z podstawowym celem spotkania, tj. powinny ograniczać się do pokrycia kosztów: podróży, zakwaterowania, wyżywienia oraz opłat rejestracyjnych związanych z udziałem w spotkaniu. Koszty (...) powinny dotyczyć wyłącznie uczestników spotkania a nie osób im towarzyszących, w tym członków ich rodzin. Przejawy gościnności nie mogą obejmować sponsorowania lub organizacji części rozrywkowej spotkania (np. imprez sportowych czy rekreacyjnych)⁶⁷.

Firmy powinny też informować o prowadzonych przez siebie badaniach, wskazywać ich źródła finansowania oraz publikować bieżące wyniki. Ich obowiązkiem jest przestrzeganie zasad uczciwej konkurencji. Nie wolno im wykorzystywać dominującej

pozycji na rynku, prowadzić nieuczciwej polityki cenowej, ograniczać dostępu do tańszych zamienników leków, odcinać konkurencję od źródeł dostaw, narzucać nieproporcjonalnie wysokiej marży czy szantażować wycofaniem preparatów, jeśli nie zostaną objęte refundacją.

Obowiązkiem koncernów jest również współpraca z organizacjami pacjentów na uczciwych i partnerskich zasadach. Nie mogą im narzucać swojego zdania, namawiać do bagatelizowania wyników testów medycznych, wykorzystywać ich do działań PR-owych, zachęcać do promocji swoich produktów. Powinny publikować informacje o wszelkich przyznawanych im dotacjach z dokładnym wyjaśnieniem, na jaki cel zostały przeznaczone. Ich zadaniem jest również inwestowanie w rozwój nowoczesnych technologii, stałe doszkalanie kadr i nieoczekiwanie w zamian dodatkowych korzyści.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Firmy z branży służba zdrowia i farmacja wypadają w naszym monitoringu dobrze na tle pozostałych sektorów. Informacje dotyczące społecznej odpowiedzialności znajdują się na stronie 90 proc. z nich. Politykę CSR opracowało 60 proc. przedsiębiorstw. GK Pelion SA, która jest jednym z liderów pod względem spełniania wskaźni-

67 http://infarma.pl/fileadmin/templates/infarma_v1.0/design/gfx/KodeksDobrychPraktyk_Wyd_2_201014_PL.PDF, dostęp: 16.10.2015.



Pielęgniarki w Polsce na własnej skórze doświadczają skutków urynkowienia opieki zdrowotnej. Niskie płace, przesuwanie ich z etatów na kontrakty czy wysyłanie do firm zewnętrznych sprawia, że często są zmuszone protestować – tak jak na tej demonstracji związkowej we wrześniu 2013 roku.

ków, uwzględnia nie tylko zagadnienia związane bezpośrednio ze zdrowiem, ale również chwali się inicjatywami na rzecz ochrony środowiska. Należy też do inicjatywy Global Compact, zrzeszającej podmioty deklarujące przestrzegające praw człowieka. Spółka przygotowała własny Kodeks Reklamy, w którym deklaruje: „ – Wszelkie podawane i publikowane informacje muszą być rzetelne i zgodne ze stanem faktycznym. (...) Zamieszczane w nich treści nie mogą sugerować aprobaty dla zachowań niezgodnych z prawem lub dobrymi obyczajami, jak również nie mogą wprowadzać w błąd. Wyniki badań, terminy naukowe, cytaty z publikacji technicznych lub naukowych nie mogą być używane w sposób wprowadzający w błąd. Dane statystyczne nie powinny być prezentowane w sposób sugerujący ich większą wartość niż rzeczywistość. Można powoływać się wyłącznie na aktualne i prawdziwe rekomendacje także, jeśli dotyczą własnych doświadczeń osób, które ich udzielają”⁶⁸.

Grupa Sanofi w Polsce podkreśla swoją współpracę z organizacjami pacjentów. „ – Priorytetem działań jest dobro pacjenta – jedna z nadrzędnych wartości kultury organizacyjnej – przekonuje. – Sanofi dąży do tego, by w pełni koncentrować się na pacjencie, jego potrzebach i dostępności terapii. Dodatkowo zobowiązuje się do otwartego dialogu, słuchania i pogłębiania wiedzy na temat potrzeb pacjentów i działania na ich rzecz”⁶⁹.

Firma wyjaśnia też, że dialog opiera się na kilku głównych zasadach. To m.in. poszanowanie niezależności stowarzyszeń pacjentów w odniesieniu do kształtowanych i realizowanych przez nie polityk oraz form działalności, całkowite powstrzymanie się od kierowania do stowarzyszeń pacjentów próśb czy zachęt do promowania któregośkolwiek z produktów grupy, zachęcanie do szerokiego wsparcia stowarzyszeń pacjentów, powstrzymywanie się od bycia wyłącz-

nym bądź dominującym fundatorem stowarzyszeń pacjentów lub ich poszczególnych przedsięwzięć.

Kodeks etyczny ma 40 proc. spółek, a raport społeczny wydaje 20 proc., uwzględniając przy tym wytyczne GRI (GK Pelion SA, Zakłady Farmaceutyczne Polpharma SA). Osobę odpowiedzialną za CSR zatrudnia 50 proc. przedsiębiorstw, a ochronę środowiska i prawa człowieka podkreśla 70 proc. W raporcie rocznym zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem zamieszcza 1 z 2 firm, których ten wskaźnik dotyczy (GK Pelion SA). Przeciwdziałać korupcji chce 50 proc. koncernów, m.in. Falck Medycyna Sp. z o.o.

Również 40 proc. wyraża zainteresowanie łańcuchem dostaw. „ – Przywiązujemy ogromną wagę do kontroli naszych produktów od samego początku procesu ich powstawania, dlatego starannie dobieramy dostawców, materiały i surowce – zapewnia Grupa TZMO SA (Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych SA). – Nieustannie podejmujemy kroki mające na celu kształtowanie świadomości naszych pracowników, ponieważ to dzięki osobom pracującym bezpośrednio przy produkcji nasze wyroby spełniają normy bezpieczeństwa. Chcemy mieć pewność, że do rąk Klientów trafiają jedynie produkty bezpieczne. Współpracujemy z wiodącymi na świecie dostawcami surowców, maszyn i technologii będących gwarantem najwyższej jakości komponentów, a co za tym idzie – produktu finalnego, dostarczanego bezpośrednio do Klienta”⁷⁰.

Rezultaty monitoringu potwierdziło 5 firm, czyli Grupa LUX MED, Grupa Adamed, Zakłady Farmaceutyczne Polpharma., Grupa Sanofi oraz Grupa Medicover. Warto podkreślić, że zrobiły to podmioty, które nie zawsze spełniły wszystkie wskaźniki. Przyznanie się do tego zasługuje na uznanie i daje nadzieję, że w przyszłości przełoży się na poprawę ich wyników.

68 <http://www.pelion.eu/uploads/aebf987b2d.pdf>, dostęp: 16.10.2015.

69 <http://www.sanofi.pl/pl/pl/layout.jsp?cnt=CB5F7A19-3114-46DA-A4B4-51637C408219>, dostęp: 16.10.2015.

70 http://tzmo.pl/pl_PL/content/jakosc-i-bezpieczenstwo, dostęp: 16.10.2015.

Długa kolejka po publiczne pieniądze

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Przedstawiciele podmiotów świadczących prywatną opiekę medyczną przekonują, że prywatyzacja szpitali to nieuchronna przyszłość. Oznacza bowiem skuteczniejsze zarządzanie, lepsze wykorzystywanie środków, zwiększanie oferty usług, lepsze warunki, nowe inwestycje. Najwyższa Izba Kontroli w kwietniu 2015 roku opublikowała raport, w którym przenalizowała sytuację kilkudziesięciu placówek przekształconych w spółki kapitałowe.

„–NIK wskazuje, iż przebudowa systemu ochrony zdrowia powinna prowadzić do konkurencyjności placówek o środki publiczne w oparciu o jakość i efekty świadczonych usług. Dopiero wówczas możliwe będzie zaniechanie złej praktyki, kiedy to atrakcyjnie wycenione świadczenie – a nie rzeczywiste potrzeby pacjentów – decyduje o tym, na czym koncentruje się szpital, zabiegający o środki w NFZ – poinformowała instytucja w komunikacie podsumowującym wyniki kontroli. – (...) Po przekształceniu szpitali w spółki kapitałowe nie uległy istotnej zmianie liczba i zakres wykonywanych świadczeń zdrowotnych. Liczba udzielanych świadczeń i wykonywanych badań diagnostycznych nadal zależna była jedynie od limitów określonych w kontraktach zawieranych przez szpitale z NFZ, a jakiegokolwiek likwidację oddziałów, dokonywane po przekształceniu szpitala w spółkę, wynikały głównie z ograniczenia wartości tych kontraktów, np. z uwagi na niskie zainteresowanie pacjentów określonymi usługami. Przekształcenie szpitali w spółki nie wpłynęło także na dostęp do świadczeń zdrowotnych finansowanych ze środków publicznych. Czas oczekiwania na świadczenia nadal uzależniony był od wielkości kontraktu z NFZ i mógł wynosić nawet kilka miesięcy. Natomiast w przypadku odpłatnych usług medycznych, pacjentom udzielano świadczeń bezzwłocznie.

NIK pozytywnie ocenia jednak wyraźne oddzielenie czasu przyjęć pacjentów przyjmowanych w ramach ubezpieczenia zdrowotnego NFZ, od pacjentów „komercyjnych”, uzyskujących świadczenia odpłatne. Tym samym nie potwierdziły się więc obawy dotyczące przepowiadanego w szpitalach-spółkach zjawiska „preferowania pacjentów komercyjnych”, czyli ograniczania dostępu do świadczeń dla pacjentów leczonych ze środków publicznych.

Przekształcenie SP ZOZ-ów w spółki kapitałowe nie spowodowało zmiany struktury przychodów placówek. Nadal ponad 90% przychodów szpitali pochodziło z kontraktów z NFZ, a jedynie ok. 5% stanowiły przychody z tytułu odpłatnej sprzedaży usług medycznych. (...)

Uzależnienie szpitali-spółek od jednego źródła przychodów, tj. od kontraktów z Funduszem skutkowało tym, że żaden z kontrolowanych szpitali nie wypracował narzędzi, pozwalających na bieżącą analizę lokalnego zapotrzebowania na usługi medyczne. W efekcie to nie rzeczywiste potrzeby mieszkańców, ale wartość kontraktu z NFZ wyznaczała zakres usług oferowanych przez szpitale. Tylko nieliczne szpitale prowadziły jakiegokolwiek analizy i to najczęściej na podstawie dostępnych opracowań zewnętrznych lub sprawdzania kolejek oczekujących na udzielenie określonych świadczeń w ramach kontraktów z NFZ. Szersze badanie potrzeb zdrowotnych przeprowadzono jedynie w dwóch szpitalach spośród 20 kontrolowanych (Mazowieckie Centrum Neuropsychiatrii oraz Dolnośląskie Centrum Zdrowia Psychicznego).

Przekształcenie szpitali w spółki nie spowodowało istotnej poprawy ich kondycji finansowej. W połowie przekształconych szpitali, które uzyskały dotacje na wsparcie procedury przekształceń i oddłużenie, efekty okazały się krótkotrwałe. Szpitalne spółki, podobnie, jak wcześniej ZOZ-y, nie prowadziły np. dokładnej i precyzyjnej analizy kosztów poszczególnych procedur medycznych. W konsekwencji – nie potrafiły określić, czy świadczenia, których udzieliły były dla nich rentowne, a zarządzający nie mogli wykorzystać tych danych do ewentualnej modyfikacji, czy przebudowy prowadzonej działalności.

NIK zwraca natomiast uwagę Narodowego Funduszu Zdrowia na fakt, że blisko połowa kontrolowanych szpitali (9 z 20) dysponowała specjalistycznym oprogramowaniem komputerowym, tzw. „optymalizatorem”, wskazującym możliwą do wykonania, dodatkową procedurę medyczną, która pozwalała zakwalifikować udzielane pacjentowi świadczenie (test, badanie, zabieg, itp.) do lepiej opłacanej grupy, niezależnie od rzeczywistej, medycznej potrzeby wykonania takiej procedury. NIK ostrzega, że nielegalne nie jest oczywiście samo korzystanie z programu, ale wykonywanie niepotrzebnych procedur, które niosą niepotrzebne ryzyko dla pacjenta. „Optymalizatory” umożliwiały zwiększenie przychodów szpitala, lecz ich wykorzystanie mogło skutkować szybszym wyczerpywaniem się limitu środków przyznanych przez NFZ i wydłużaniem kolejek osób oczekujących na udzielenie świadczeń. W ocenie NIK wykorzystanie takiego oprogramowania może skutkować nieefektywnym wykorzystaniem środków publicznych na leczenie pacjentów, a nawet prowadzić do ich wyłudzenia

i powinno być przedmiotem szczególnej uwagi NFZ⁷¹.

Analizując wnioski ze sprawozdania NIK trudno zatem mówić o innowacji i poprawie sytuacji. Wygląda na to, że prywatne spółki zamiast działać na rzecz poprawy jakości usług, po prostu włączyły się do istniejącego systemu finansowania ze środków publicznych i uszczknęły dla siebie kawałek tego tortu.

Również branża farmaceutyczna co chwilę boryka się z nowymi problemami. Kilka miesięcy temu postowie przyjęli nowelizację Prawa farmaceutycznego, której większość zapisów zaczęło obowiązywać w lipcu 2015 roku. Jej celem było zmniejszenie skali procederu, jakim było wywożenie leków za granicę. Hurtownie zamiast dostarczać je do krajowych aptek, sprzedawały preparaty do Niemiec czy Austrii, gdzie płacono za nie więcej. W efekcie polscy pacjenci nie mogli ich kupić.

Choć cel w założeniu był słuszny, Naczelna Izba Aptekarska alarmuje, że całkowicie pominięto zapisy gwarantujące wszystkim hurtowniom i aptekom równą dostępność do refundowanych produktów leczniczych w zakresie niezbędnym do zaspokajania potrzeb pacjentów. „– Po raz kolejny rządzący postanowili, że o kształcie i sposobie dystrybucji leków w Polsce decydować będą duże koncerny farmaceutyczne oraz wybrane przez nie hurtownie farmaceutyczne i stworzone przez nie sieci aptek – napisali przedstawiciele organizacji w liście do Ministerstwa Zdrowia. „– Po raz kolejny potwierdzono, że na rynku leków nie ma w Polsce „rządów prawa”, a mamy „rządy silniejszego”, który niestety, narzuca obecnie swoją wolę nie tylko indywidualnym aptekom i hurtowniom farmaceutycznym, ale także rządowi i Sejmowi RP”.

„– Ta skandaliczna sytuacja uniemożliwia nam prawidłowe wykonywanie zawodu farmaceuty, które ma na celu ochronę zdrowia publicznego poprzez zaspokajanie potrzeb lekowych pacjentów – dodają na swojej stronie internetowej. – Nie możemy realizować gwarantowanych ustawowo świadczeń zdrowotnych w postaci zaopatrywania pacjentów w leki refundowane. Nie możemy wykonywać obowiązków, które wynikają z umów zawieranych przez apteki z Narodowym Funduszem Zdrowia na realizację recept⁷².”

Sytuacja ma dotyczyć, m.in. leków przeciwwzakrzepowych, przeciwastmatycznych, kardiologicznych, stosowanych przy cukrzycy i chorobach nowotworowych. Dodajmy, że kiedy na początku października zamykaliśmy prace nad raportem, protest Naczelnej Izby Aptekarskiej zapoczątkowany w kwietniu 2015 roku nadal trwa.

71 <https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/nik-o-przekształcaniu-szpitali-w-spolki-kapitalowe.html>, pobrane 16.10.2015.

72 <http://www.nia.org.pl/dat/ListAptekarzyDoMinistraZdrowia.pdf>, dostęp: 16.10.2015.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	CENTRUM MEDYCZNE ENEL-MED SA	+	-	+	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
2	FALCK MEDYCYNĄ SP. Z O.O.	+	-	-	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
3	GK PELION SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
4	GRUPA ADAMED	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	+	+
5	GRUPA LUX MED	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
6	GRUPA MEDICOVER	+	-	+	-	-	ND	ND	-	-	+	-	+
7	GRUPA POLSKI SZPITAL SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
8	GRUPA SANOFI W POLSCE	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
9	GRUPA TZMO SA (TORUŃSKIE ZAKŁADY MATERIAŁÓW OPATRUNKOWYCH SA)	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
10	ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA SA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+

Tabela 12: Służba zdrowia i farmacja

3.13 SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Specjalne strefy ekonomiczne to obszar, który dotychczas nie był obejmowany badaniami dotyczącymi społecznej odpowiedzialności biznesu. Tymczasem to enklawy, gdzie swoje siedziby lokują dziesiątki dużych firm (np. Volkswagen, Electrolux, Mondi Świecie, Toyota, Michelin), zatrudniające ok. 296 tys. osób. W spółkach, które nimi zarządzają, większość głosów posiada Skarb Państwa lub samorząd województwa.

Z raportu Ministerstwa Gospodarki wynika, że do grudnia 2014 roku ich powierzchnia wynosiła ponad 18,1 tys. ha. w 162 miastach i 232 gminach. Natomiast Ministerstwo Finansów informuje, że dochody firm i spółek zarządzających strefami zwolnione od podatku na przestrzeni 15 lat przekroczyły 14,6 mld złotych. Łączna pomoc publiczna udzielona przedsiębiorstwom w nich działającym wyniosła kolejne 14,4 mld złotych⁷³. Dodatkowo rząd przedłużył okres funkcjonowania obszarów na preferencyjnych warunkach do 2026 roku.

Działalność stref w Polsce balansuje na granicy zgodności z regulacjami unijnymi. Ich utworzeniu przyświecało założenie, że będą powstawać w miejscach, gdzie występuje wysoki poziom bezrobocia strukturalnego. Celem było przyciągnięcie inwestorów.

W efekcie doszło do paradoksalnej sytuacji: firmy nie chcą lokować kapitału tam, gdzie nie ma stref. Szantażują samorządy, narzucając ich granice według własnych potrzeb. W marcu 2015 roku radni zdecydowali o utworzeniu podatkowego rajy w samym centrum Wrocławia. W dwóch powstających biurowcach ma mieścić się oddział szwajcarskiego banku UBS⁷⁴. W ten sposób Polska, gdzie i tak nie brakuje podatkowych przywilejów dla dużego biznesu, stała się zakładnikiem korporacji.

Enklawy, które miały dawać ludziom zatrudnienie, a tym samym godne życie, stały się czarnymi dziurami i siedliskiem wyzysku. Wszystkie patologie polskiego rynku pracy skupiają się w nich jak w so-

czewce. Inwestorzy notorycznie nie wywiązują się ze swoich obietnic, dotyczących np. liczby osób, które zostaną zatrudnione. Nawet jeśli zrealizują tylko ułamek z zapowiedzi, nikt ich z tego nie rozlicza, ani nie pociąga do odpowiedzialności.

Firmy mają określony profil, najczęściej jest to mało skomplikowana produkcja przemysłowa. Cechami, które są przedstawiane jako główne atuty Polski i przewaga nad konkurencją to niskie koszty pracy. Tymczasem jest to bariera w rozwoju ekonomii. Nie da się zaprzeczyć, że powstają nowe miejsca pracy, ale są one mało wartościowe. Zatrudnieni nie zarabiają tam nawet tyle, aby kupić to, co wytwarzają. Praca powinna dawać pieniądze i możliwości rozwoju, a ta w strefach nie daje nic. Ludzie przychodzą tam nie dlatego, że chcą, ale ponieważ nie mają alternatywy. W znikomym stopniu występują tam związki zawodowe. Rekrutacja jest prowadzona w dużej mierze za pośrednictwem agencji pracy tymczasowej, dzięki czemu korporacje zdejmują z siebie kolejne koszty, np. odprawy, płatnych urlopów, zwolnień chorobowych.

Nie są też ujawniane umowy, które by pokazywały, ile przedsiębiorstwo otrzymało pomocy publicznej, jak te środki zostały rozdysponowane, bo te dane są traktowane jako tajemnica handlowa. To sekretne enklawy, o których niemal nic nie wiadomo. Państwo praktycznie wycofało się z monitorowania tego obszaru. A skoro udziela subsydiów powinno oczekiwać od inwestorów spełniania określonych kryteriów społecznych i środowiskowych. W wysokorozwiniętej gospodarce nie może stawiać się jedynie w roli petenta i godzić się na narzucane warunki, ale również musi zacząć wymagać czegoś w zamian. Szczególnie przy przyznawaniu tak dużych ulg.

Obowiązkiem firm lokujących kapitał w strefach jest dotrzymywanie zobowiązań składanych przed otrzymaniem dotacji. Powinny być zobligowane do przestrzegania Wytycznych OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju), których promocją zajmuje się Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, jednocześnie odpowiedzialna za pozyskiwanie inwestorów. Tym bardziej zatem powinna ich rozliczać z zasad, które promuje.

Ich podstawą jest, m.in. respektowanie praw człowieka, niepodejmowanie działań odwetowych wobec pracowników, którzy zgłaszają praktyki sprzeczne

73 Ministerstwo Gospodarki, *Informacja o realizacji ustawy o specjalnych strefach ekonomicznych. Stan na 31 grudnia 2014 roku*, Warszawa, 2015.

74 Tomasz Matejuk, *Szwajcarski bank chce u nas otworzyć centrum usług. Radni zgodzili się na strefę ekonomiczną, ale wielu było przeciw*, Tu Wrocław, 20.03.2015

z prawem, Wytycznymi lub strategią przedsiębiorstwa. Zapisy mówią także o tworzeniu własnej polityki dotyczących naruszeń, monitorowania jej skutków oraz o posiadaniu mechanizmu kontrolnego, który pozwoli eliminować wszelkie nieprawidłowości. Przedsiębiorstwa mają obowiązek szanować prawa związkowe oraz do rokowań publicznych, przeciwdziałać wszelkim objawom dyskryminacji. Ich zadaniem jest udostępnianie informacji koniecznych do negocjacji warunków zatrudnienia, umożliwiających uzyskanie pełnego i prawdziwego obrazu wyników działalności jednostki. Chodzi, m.in. o wyniki finansowe, strukturę zatrudnienia, relacji własnościowych. W sytuacji konfliktu firmom nie wolno szantażować przeniesieniem swoich oddziałów do innego miejsca.

Koncerny są też zobligowane do oferowania pracownikom najwyższego możliwego wynagrodzenia czyli takiego, które wystarcza na zaspokojenie ich podstawowych potrzeb oraz rodzin i do zapewnienia BHP. Korporacje muszą też przedstawiać dane dotyczące swojego wpływu na środowisko, przekazywać je opinii publicznej oraz lokalnej społeczności i swoim podwładnym. Kolejnym obowiązkiem jest terminowe i uczciwe płacenie podatków obowiązujących w kraju, w którym funkcjonują i unikanie ich optymalizacji.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Na stronach internetowych stref próżno szukać odniesień do tych wartości. Nie da się ukryć, że wypadają w naszym badaniu najgorzej ze wszystkich branż i to we wszystkich wskaźnikach. **We wszystkich przypadkach uzyskały 0 proc. za wskaźniki takie jak: kodeks etyczny, korupcja, łańcuch dostaw, polityka CSR, raport społeczny.**

W pozostałych spełnianie kryteriów występuje w jednostkowych przypadkach. Odpowiedzialność społeczną w serwisie mają trzy strefy (21,4 proc.). Są to jednak raczej wzmianki o zrównoważonym działaniu niż kompleksowe rozwiązania. SEE Łódzka SA deklaruje: „Biorąc przykład z patrona Strefy, Henryka Grohmana, staramy się w naszych działaniach uwzględniać interesy społeczności lokalnej oraz wywierać pozytywny wpływ na otoczenie”⁷⁵. Wspomina o programach promujących szkolnictwo zawodowe, organizowaniu świątecznej imprezy charytatywnej, koncertów, spektakli, wystaw oraz ustanowieniu nagrody dla przedsiębiorców wspierających sztukę. To bardzo niewiele. Poruszane zagadnienia w naszej ocenie nie

75 <http://www.sse.lodz.pl/pl/o-strefie/csr>, dostęp: 16.10.2015.



Międzynarodowy koncern Amazon skorzystał z subsydiów dla biznesu, na jakie może liczyć inwestor w specjalnej strefie ekonomicznej pod Poznaniem. Dążenie do maksymalizacji zysków skutkuje wyśrubowaniem norm pracy i pogorszeniem jej warunków. Na zdj. pikietą Inicjatywy Pracowniczej, 16.12.2015.

są zgodne z prawdziwym znaczeniem odpowiedzialnego biznesu, ale wystarczyły, aby zaliczyć wskaźnik dotyczące uwzględniania tej kwestii na stronie.

Na tym tle pozytywnie wyróżnia się SEE Słupska SA. Jako jedyna uwzględniła ona w serwisie prawa człowieka, osobę odpowiedzialną za CSR oraz ekologię. Potwierdziła także rezultaty naszego badania.

W większości strefy koncentrują się bowiem na jednym odbiorcy: na inwestorach, których przekonują

o korzyściach wynikających z lokowania kapitału w danej enklawie.

Nie da się zaprzeczyć, że tworzenie nowych miejsc pracy jest ogromną wartością. Jednak należy podjąć dyskusję nie tylko o ich ilości, ale również jakości. W przeciwnym wypadku jedynym walorem Polski będzie dostarczanie taniej siły roboczej korporacjom, które nadal będą wykorzystywać swoją dominującą rolę w negocjacjach.

Promocja – podwyżka o złotówkę!

Ogólnopolski Związek Zawodowy Inicjatywa Pracownicza, Komisja Międz Zakładowa Przy Amazon Polska

Najbardziej uciążliwe są zmiany trwające 10,5 godz. Przez cały ten czas ludzie w zależności od stanowiska nie mogą usiąść, jak w przypadku *stowerów* (osoby odpowiedzialne za skanowanie produktów oraz umieszczenie ich na właściwych półkach) albo cały czas chodzą, jak w przypadku *pickerów* (pracownicy odpowiedzialni za przynoszenie z regałów towarów zamówionych przez klientów). Bywa, że w ciągu dnia pokonują nawet 20 kilometrów.

Przyjmowanie, pakowanie, pikowanie to nużące, odtwórcze zadania, w których nie wykorzystujemy naszych talentów, rozumów czy kreatywności, a jedynie nogi i ręce. Efektem są np. urazy stawów czy woda w kolanach.

Wszystkie nasze ruchy są monitorowane przez komputer, który widzi każdy wykonany przez nas skan. Dokładnie wiadomo, kiedy i do jakiego kartonu, pudła lub na jaką półkę odkładamy daną rzecz. Jeśli np. przez 5 minut w systemie nie widać żadnego ruchu, menadżer lub lider sprawdza, dlaczego jest zastój.

Podczas zmiany mamy dwie płatne 15-minutowe przerwy. Wielkość hali jest równa powierzchni 13 boisk piłkarskich, co sprawia, że po pokonaniu drogi do kantyny, zostaje z nich ok. 7 minut.

Przeciętna pensja wynosi 1,8-2 tys. zł. na rękę. Tyle zarabia się bez żadnych nadgodzin, ale osoby, które chcą spędzić choć odrobinę czasu z rodziną, nie są w stanie zostawać jeszcze dłużej. Codzienne obowiązki są wystarczająco wykańczające.

Na samym początku ludzie byli zatrudniani przez samego Amazona, a teraz w większości przez agencje pracy tymczasowej. To duży problem, bo umowy są podpisywane na dwa tygodnie, na miesiąc, nie dłużej. Wobec tymczasowo zatrudnionych stosują metodę marchewki na kiju: obiecują, że jak będą pracować wydajnie, to potem przyjmą ich na stałe, bezpośrednio do firmy. Wtedy oni wykonują obowiązki jeszcze szybciej, a tym samym zawyżają i tak wysokie już normy. Potem dowiadujemy się, że skoro dali radę, to my też powinniśmy. W ten sposób pod pozorem doceniania, jest podejmowana próba skłócania i dyscyplinowania załogi. Mamy nawet różne plakietki: stali pracownicy niebieskie, a czasowi zielone. Nam, jako związkowi zawodowemu, zależy na zniesieniu wszystkich tych podziałów, pokazaniu, że jedziemy na tym samym wózku.

Najbardziej gorącym okresem dla Amazona jest czas przedświąteczny. Wtedy dodatkowo jest zatrudnianych ok. 2 tysięcy osób, czyli ponad połowę załogi. Ci ludzie nie wiedzą, na jak długo będą mieć zajęcie. Zdarzało się, że przychodzili po świętach i z dnia na dzień, godzinę przed zakończeniem zmiany, byli informowani, iż nie są już potrzebni.

W firmie obowiązuje trzymiesięczny okres rozliczeniowy, w którym musimy przepracować wyznaczoną liczbę godzin, np. 520. Jeśli w jakimś miesiącu jest zastój, pracujemy mniej, a potem musimy to nadrobić w kolejnych i przychodzić np. pięć dni z rzędu na nocne zmiany. Taki maraton odsypia się potem co najmniej dwa dni. I nie jest to liczone jako nadgodziny.

Dostajemy grafiki miesięczne, a nie np. roczne jak w Niemczech. Przez to tylko tydzień przed obowiązywaniem następnej

rozpiski dowiadujemy się, jak będziemy pracować. Nie możemy sobie w dłuższej perspektywie wiele zaplanować.

Ostatnio zostaliśmy postawieni przed faktem dokonanym, jeżeli chodzi o nowe godziny zmian. Dotychczas dzienna trwała od godz. 6 do 16.30, a teraz od 7 do 17.30. To duże utrudnienie dla osób, które dojeżdżają z daleka. Niektórzy pokonują nawet 100 km służbowymi autobusami. Popołudniami zostanie im jeszcze mniej czasu dla rodziny. Skutkuje to również zmniejszeniem dodatków za pracę w trybie nocnym, bo teraz zmiana obejmuje mniej wliczanych w nią godzin. W tej sprawie miała być przeprowadzona ankieta, ale ostatecznie nowe rozwiązania zostały wprowadzone bez konsultacji z załogą.

Amazon jest korporacją, którą trudno przyłapać (jak na razie) na łamaniu praw pracowniczych, za to we wszystkich krajach, gdzie działa, wykorzystuje najmniej korzystne dla pracowników uregulowania, by wycisnąć z nich jeszcze więcej, czerpiąc przy tym olbrzymie zyski.

Związki zawodowe powstały dosyć szybko. Było to w grudniu 2014 roku po ok. 3 miesiącach działalności firmy w Polsce. Ich inicjatorami byli szeregowi pracownicy, którzy dopiero co przeszli przez trzymiesięczny okres próbny i dostali stałe umowy oraz liderzy najniższego szczebla, którzy wcześniej jeździli na szkolenia do Amazona zagranicę, m.in. do Niemiec czy Anglii. Zobaczyli, że ich warunki są gorsze niż ludzi zatrudnionych tam na tych samych stanowiskach, np. w Polsce nie dostajemy akcji, nie ma dodatków stażowych. Do organizacji przystąpiło do tej pory 250 osób. Nie jesteśmy zatrudnieni na związkowych etatach, stanowimy część załogi, razem pracujemy na hali. Dzięki temu wzajemnie sobie ufamy i wiemy, co ludzi boli, jakie zgłaszać postulaty.

Ujawniło się 14 pracowników, którzy otwarcie rozmawiają z zarządem, reszta członków jest anonimowa. Oficjalnie do tej pory nie było wobec nas otwartej wrogości, wszystko jest robione z uśmiechem na ustach, zgodnie z kulturą korporacyjną. Nie jesteśmy otwarcie zwalczani. Po prostu jesteśmy grzecznie ignorowani – to taki bardziej wyrafinowany sposób pokazywania, że firma nie chce liczyć się ze związkiem zawodowym.

Choć były przypadki, gdy ludzie byli publicznie zniechęceni przez dyrektora do zapisywania się do związku. Mówił, że nie ma sensu płacić jakiś składek, skoro w firmie istnieją inne darmowe możliwości zgłaszania swoich uwag. Nie zabraniał nam strajków tylko mówił, że to nieefektywna działalność, strata czasu. My jednak wiemy, że jest inaczej.

Amazon uznaje, że dał nam w tym roku podwyżki. W lipcu 2015 stawkę za godzinę podniósł szeregowemu pracownikowi o 1 zł: z 13 do 14 zł. Zarząd przekonuje, że to standardowe działania, a przegląd zarobków jest robiony każdego roku. Jednak dowiadywaliśmy się od kolegów w Niemczech, że tam przegląd był też robiony, ale płace stały w miejscu. Zmieniło się to dopiero po pierwszych strajkach. Zresztą co to za podwyżka, gdy miesiąc później obcięli do zera premię za produktywność, a ludzie na kontaktach mieli mniejsze wypłaty niż wcześniej?

Pracownicy jednak nie są bierni. Już na początku roku zorganizowaliśmy petycję przeciwko pracy w dni świąteczne – podpisała ją setka osób. W kwietniu była petycja przeciwko rosnącym normom. Tę podpisało 400 osób. Latem zbieraliśmy podpisy przeciwko zmianie godzin, już wypowiedziało się 750 pracowników.

W nocy z 24 na 25 czerwca pracownicy Amazona w Poznaniu spontanicznie spowolnili pacę, solidaryzując się ze strajkującymi kolegami i koleżankami z Niemiec. Protestowano w ten sposób również przeciwko obowiązkowemu wydłużeniu czasu pracy do 11 godzin. Załoga była przekonana, że ma nadrobić robić pracę za strajkujących kolegów zza granicy, więc nie chciała być „łamistrajkami”. Niektórzy poszli na urlopy na żądanie. Po tych wydarzeniach, by wzmocnić pozycję pracowników, komisja międzyzakładowa Inicjatywy Pracowniczej w Amazonie weszła z pracodawcą w spór zbiorowy.

Zarząd próbował wyciągnąć pokazowe konsekwencje za udział w tamtym buncie. Pięć osób, które Amazon chciał zwolnić za udział w zorganizowanym proteście podpisało porozumienie z pracodawcą i zdecydowało się odejść. Inne dwie uznają zwolnienia za niesprawiedliwe i złożyły pozew do sądu pracy. Nie zostawimy tych pracowników samych.

Jeśli chodzi o spór zbiorowy, Amazon na etapie rokowań odrzucił we wrześniu wszystkie propozycje związku. Przejście do kolejnej fazy mediacji oznaczać będzie zaostrenie konfliktu.

Nasze główne postulaty to podwyżki do co najmniej 16 zł, wprowadzenie akcji pracowniczych, stosowanie rocznych grafik, wprowadzenie uregulowań wewnątrzzakładowych dotyczących czasu przerw, tak by mogły być w pełni wykorzystane na odpoczynek i nasze sprawy osobiste oraz przyznawanie dodatku stażowego po 12 i 24 miesiącach pracy kolejno o 10 proc. i 15 proc.

Naszym celem jest też zjednoczenie pracowników Amazona z różnych krajów, abyśmy mogli porównywać warunki pracy i płacy oraz koordynować działania. Zorganizowaliśmy już jedno otwarte międzynarodowe spotkanie. Kolejne będą odbywać się co pół roku. Chcemy pokazać, że polityka firmy dotyczy nas wszystkich. W ostatnich dwóch latach doszło do kilkudziesięciu dni strajkowych w niemieckich i francuskich oddziałach. Te i inne akcje są dla Amazona bolesne i już doprowadziły do poprawy warunków pracy i do powolnego wzrostu płac w niektórych centrach logistycznych. Firma odpowiada na to przesuwaniami pracy do innych swoich filii w Niemczech albo zagranicę do Francji i Polski. Nie pozwolimy się skłócić.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	AGENCJA ROZWOJU PRZEMYSŁU SA. OD. W TARNOBRZEGU / SSE TARNOBRZESKA/ EURO-PARK WISŁOSAN	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
2	AGENCJA ROZWOJU PRZEMYSŁU SA. ODD. W MIELCU / SSE EURO-PARK MIELEC	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
3	SSE KAMIENNOGÓRSKA / SSE MAŁEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
4	SSE KATOWICKA SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
5	SSE KOSTRZYŃSKO-SŁUBICKA SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
6	SSE KRAKOWSKA / KRAKOWSKI PARK TECHNOLOGICZNY SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
7	SSE LEGNICKA SA	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
8	SSE ŁÓDZKA SA	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
9	SSE POMORSKA SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
10	SSE SŁUPSKA SA	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	+
11	SSE STARACHOWICKA SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
12	SSE SUWALSKA SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
13	SSE WARMIŃSKO MAZURSKA SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
14	SSE WAŁBRZYSKA „INVESTPARK”	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+

Tabela 13: Specjalne strefy ekonomiczne

3.14 SUROWCE, PALIWA, ENERGETYKA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Działalność branży surowce, paliwa, energetyka zawsze wiąże się ze znacznym negatywnym wpływem na środowisko naturalne. To, m.in. skażenie gleby metalami ciężkimi, jej zakwaszanie, zmiana ukształtowania terenu poprzez tworzenie hałd, wyrobisk, zwałowisk, obniżanie poziomu wód podziemnych, zaburzanie ekosystemu na danym obszarze. Tym samym branża ta może powodować liczne konflikty społeczne. Dlatego przed korporacjami z tego sektora stoją szczególne wyzwania w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Firmom wydobywczym nie wolno prowadzić rabunkowej gospodarki złóż, powinny korzystać z technologii przyjaznych środowisku i dokładnie określać miejsce prowadzonych prac, ograniczać je wyłącznie do koniecznego minimum, tak aby eksploatacja wiązała się z jak najmniejszą ingerencją w otoczenie. Wydobycie nie może odbywać się na terenie lub w bardzo bliskim sąsiedztwie enklaw objętych ochroną w ramach programu Natura 2000, parków narodowych czy krajobrazowych. Również na innych obszarach są zobligowane do uwzględniania takich kwestii jak chociażby okresy lęgowe ptaków i przerywanie działań na ten czas lub przenoszenie ich w inne rejony. Koncerny są zobligowane także do ochrony siedlisk i zwierząt na terenie inwestycji, a jeśli nie ma takiej możliwości do ich przenoszenia, odtwarzania lub nasadzeń kompensacyjnych na pobliskich terenach.

Obowiązkiem przedsiębiorstw jest udzielanie rzetelnych informacji dotyczących ich wpływu na ekosystem oraz aspektów społecznych, opartych na twardych danych oraz analizach przygotowywanych przez niezależnych ekspertów. Szczególnie ważne, aby udostępniać je lokalnej wspólnoty. Dialog prowadzony z interesariuszami musi być realny. Nie może to być jednostronna komunikacja. Muszą w nim uczestniczyć przedstawiciele różnych środowisk, np. ekologicznych. Należy prowadzić prawdziwe konsultacje, a nie tylko przekazywać skrawki wiadomości pozytywne z punktu wizerunkowego firmy i promować je w płatnych materiałach publikowanych przez media.

Nie wolno mamić opinii publicznej obietnicami, które są mało istotne z punktu prowadzenia działalności wydobywczej jak wybudowanie nowego placu zabaw czy chodnika i czynić z niego tematu zastępczego. Niwelacja negatywnych skutków powinna dotyczyć obszaru bezpośrednio związanego z funkcjonowaniem firmy.

Spółkom nie wolno dopuszczać się zjawisk określanych mianem *greenwashingu* czyli tzw. zielonego kłamstwa. Polega ono na „wybielaniu się”, wypuklaniu jednej proekologicznej inicjatywy mającej ukryć inne destrukcyjne działania lub podawanie nieprawdziwych informacji dotyczących oddziaływania na środowisko, np. używanie certyfikatów niezgodnie z prawem, tworzenie ich na własny użytek lub kupowanie w celach poprawy wizerunku.



Tereny, na których planowano wydobycie gazu łupkowego w Polsce do jednocześnie ważne obszary wodonośne. Polska – o czym mało kto wie – jest krajem mało zasobnym w wodę, ewentualne jej skażenie w wyniku eksploatacji złóż łupkowych miałyby zatem fatalne skutki ekologiczne. Przemysł wydobywczy zmienia krajobraz nie do poznania. Na zdj. tereny odwiertów gazu łupkowego.

Przedsiębiorstwa nie powinny lobbować pod przykrywką kampanii społecznych. Prowadzony przez nie marketing musi być przede wszystkim odpowiedzialny.

Korporacje mają też obowiązek relacjonować, jakie działania podejmują, aby zapobiegać takim zjawiskom jak globalne ocieplenie i nadmierna emisja CO₂. Nie wolno im bagatelizować tych kwestii, dyskredytować roli energetyki odnawialnej, ani szantażować państw i prowadzić nacisku na rzecz jak najpóźniejszego wprowadzenia rozwiązań wynikających z międzynarodowych zobowiązań z zakresu walki z globalnym ociepleniem.

Firmy muszą też dbać o uczciwe relacje z konsumentami, m.in. przygotowując umowy w sposób, który umożliwi zrozumienie zapisów przez przeciętnego klienta, jasno uzasadniać kwestie nadpłat czy konieczności uregulowania dodatkowej sumy. W tej chwili bowiem zrozumienie rozliczeń czy warunków dostawy mediów przysyłanych przez spółki, wymaga zatrudnienia eksperta.

Firmom nie wolno też nadużywać swojej pozycji wynikającej z monopolu na rynku. Nie mogą szantażować natychmiastowym odcięciem prądu lub wody, szczególnie wrażliwi odbiorcy muszą mieć zagwarantowane różne formy wsparcia, np. programy restrukturyzacji zadłużenia (w 2010 roku Zgromadzenie Ogólne ONZ przyjęło rezolucję, w której uznano dostęp do czystej wody do użytku domowego i osobistego jako prawo człowieka). Koszty walki z konkurencją nie mogą być przerzucane na użytkowników, m.in. za sprawą wysokich opłat związanych z przłączeniem do innej sieci).

Komentarz do rezultatów monitoringu

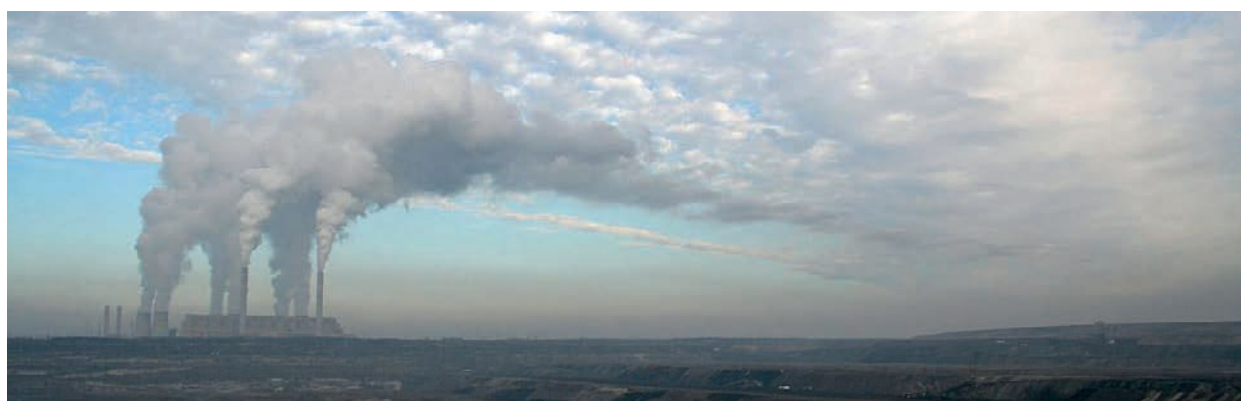
Branża surowce, paliwa, energetyka jest jedną z najlepiej wypadających w naszym zestawieniu. Odpowiedzialność społeczną w serwisie uwzględnia aż 92,3 proc. firm, tyle samo używało w naszym badaniu plus za politykę CSR.

Warto dodać, że w większości przypadków jest ona kompleksowa, obejmujące wszystkie najważniejsze zagadnienia z zakresu zrównoważonego rozwoju.

Na stronie PGNiG bez problemu znajdziemy nie tylko wszystkie badane przez nas wskaźniki, ale również dokument dokładnie opisujący Strategię Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialnego Biznesu GK PGNiG na lata 2009-2015. Opiera się na 6 filarach strategicznych dotyczących najważniejszych obszarów działania: dbałość o klienta, ochrona środowiska naturalnego, bezpieczne i przyjazne miejsce pracy, współpraca z partnerami społecznymi i biznesowymi, poszukiwanie nowych obszarów działalności biznesowej, efektywna komunikacja i marketing. I choć zamysł był słuszny, **należy podkreślić, że koncentruje się przede wszystkim na wymianianiu akcji sponsorskich oraz edukacyjnych, a nie zawiera twardych danych na temat działalności pozafinansowej.**

Wszystkie przedsiębiorstwa deklarują zainteresowanie ochroną środowiska, a prawami człowieka 92,3 proc. Kwestię zapobiegania korupcji podnosi 69,2 proc., a zainteresowanie łańcuchem dostaw wykazuje 76,9 proc.

Korporacje z tego sektora wydają najwięcej raportów społecznych. Robi to aż 84,6 proc. z nich, pozostawiając przedstawicieli innych dziedzin daleko w tyle. 81,8 proc. z nich raportuje w oparciu o standardy GRI. Kodeks etyczny ma 69,2 proc. spółek, a osobę odpowiedzialną za CSR 53,8 proc. Wyniki potwierdziło 61,5 przedsiębiorstw z branży.



Polska jest po Niemczech drugim największym emitentem CO₂ w Europie. Najwięcej CO₂ do atmosfery emituje Elektrownia Bełchatów. Zaprzeczanie globalnemu ociepleniu jest nagminne wśród najwyższego szczebla menadżerów polskiej energetyki. Na zdj. Elektrownia Bełchatów i sąsiadująca z nią odkrywka węgla brunatnego.

Wiercenie niemile widziane

Andrzej Bąk
Prezes Stowarzyszenia Zielony Żurawłów



Moja żona i ja pochodzimy z Zamościa. Dom w Żurawlowie kupiliśmy w 2008 roku i wtedy wtopiliśmy się w tutejszą społeczność. Z zawodu jestem inżynierem elektrykiem. Nigdy nie byłem ekologiem, nie działałem w żadnej organizacji, nie brałem udziału w żadnych protestach. Dopiero sytuacja z Chevronem zmusiła nas, żeby aktywnie zająć się tematem środowiska.

Firma nie opowiadała nikomu o swoich planach. Pierwsze kroki skierowała do ludzi, którzy mieli działki w pobliżu miejsca, gdzie chcieli robić odwierty. To najmniej zamożni rolnicy, dla których kilkanaście tysięcy rocznie to duże pieniądze. Podpisali z nimi umowę dzierżawy opatrzoną klauzulą tajności. Od początku było zastrzeżone, że nie wolno im o tym z nikim rozmawiać, a już w szczególności z sąsiadami. Nie mogli nawet konsultować zapisów ze swoimi prawnikami, mogli zwracać się wyłącznie do prawnika Chevrona. Gdyby złamali te obostrzenia, musieliby płacić karę.

W 2012 roku koncern podjął próbę zorganizowania spotkania. Jednak było zapowiedziane, że mogą w nim wziąć udział wyłącznie mieszkańcy czyli ok. 100 osób łącznie ze starcami i dziećmi. Nikt z zewnątrz nie miał prawa przyjść. Prawie do ostatniego momentu data była utajniona. Znał ją tylko wójt. Takie podejście było co najmniej zastanawiające.

Chcieliśmy uczestniczyć w tych rozmowach, bo już wcześniej słyszeliśmy, że lada dzień Chevron będzie coś wiercił. Docierały do nas opinie, jak dużo będzie gazu, jaka czeka nas świetlana przyszłość. Jednak we wsi było kilka osób, które zaczęły interesować się tematem. Zaczęliśmy sprawdzać, czym to pachnie.

Gdy okazało się, że spotkanie będzie 19 stycznia, zaprosiliśmy na nie ludzi z całego kraju: media, naukowców, przedstawicieli stowarzyszeń. Kiedy o godz. 15 przyjechał prezes koncernu na Polskę przed remizą, gdzie wszystko się odbywało, zaczęli go dziennikarze. Był zaskoczony, ale opowiedział przed kamerami jak będzie fantastycznie.

Po wejściu do sali zobaczył, że jest znacznie więcej osób niż się spodziewał. Zażądał od wójta, żeby wyszli, ale ludzie powiedzieli stanowcze nie. Wtedy to on wyszedł. Bał się dyskusji przy otwartej kurtynie. Zostawili z nami tylko rzeczniczkę prasową, która pokazała nam prezentację w Power Poincie z ładnymi zdjęciami. Miała nas przekonać, jakie fajne są te odwierty. Potem do godz. 21 dyskutowaliśmy z mieszkańcami, ekspertami. Po tym wydarzeniu wszyscy uznali, że są przeciwni odwiertom, poza dwoma wspomnianymi właścicielami działek.

Potem Chevron niby próbował ponawiać próby dialogu, ale odbywało się to tak, że w Urzędzie Gminy na zasadzie punktu informacyjnego miał siedzieć jakiś ich pracownik albo pani rzecznik i jeśli ktoś przyjdzie, będzie chciał o coś zapytać, to mu odpowiedzą.

Dotarliśmy do Karty Informacyjnej Przedsięwzięcia, którą inwestor składa w gminie przed uzyskaniem decyzji środowiskowej. Dowiedzieliśmy się, że Chevron musi starać się o nową koncesję, bo stara obowiązywała tylko na badania sejsmiczne, ale na wiercenie już wygasła. Koncern od początku chciał działać wbrew prawu. Pisaliśmy protesty do wójta, do starosty. Bezskutecznie.

Wskazywaliśmy, że wydano ponad dwadzieścia koncesji pokrywającymi się z Głównymi Zbiornikami Wody Podziemnej, trzema największymi w Polsce o nr 405, 406, 407. Woda w nich jest najwyższej jakości. Toksyczna chemia używana do odwiertów mogłaby wywołać skażenie. W naszym kraju zbiorniki te nie są jeszcze formalnie chronione, ale istnieje Ramowa Dyrektywa Wody Parlamentu Europejskiego, która nakazuje ustanowić ochronę do końca 2015 r.

Firma po decyzję środowiskową zgłosiła się do sąsiedniej gminy Skierbieszów. Zgodnie z ustawą decyzję środowiskową wydaje organ, który powierzchniowo ma największy udział w obszarze koncesji.

Jednak zaskarżyliśmy to postępowanie do Samorządowego Kolegium Odwoławczego, wskazując, że nie uznano nas za stronę. Tłumaczyliśmy, że powinien zostać nią sołtys, który sąsiaduje z terenem, gdzie mają być wydobywane łupki. SKO przyznało nam rację, uznając decyzję środowiskową za nieważną ze względów formalnych.

Wiedzieliśmy też, że Chevron nie może prowadzić żadnych prac na tym terenie ze względu na okres ochronny ptaków. Mimo tych wszystkich okoliczności 13 marca 2012 r. o godz. 6 rano bezczelnie wjechali ciężkim sprzętem na działkę. Skorzystali z drogi publicznej, czego nie wolno im było robić. Zorganizowaliśmy blokadę. Na miejsce przyjechali wójt, starosta, policja. Tłumaczyliśmy, że firmie nie wolno nic robić, że nie mają wymaganych prawem dokumentów. Gdyby zwykły obywatel chciał, np. postawić dom bez pozwolenia od razu dostałby mandat. Wicestarosta odpowiedział, żebyśmy się nie awanturowali, że może dziś nie mają pozwolenia, ale jutro będą mieli. Dyskusje trwały osiem godzin. W końcu przyjechały lawety, zabrały ciężki sprzęt i się wynieśli.

Od początku lokalne władze jednoznacznie opowiadały się po stronie Chevrona. Kiedy ktoś od nich dzwonił do starostwa, urzędnicy stawali na baczność i poprawiali marynarkę. Polityka była taka, żeby wydawać im niezbędne dokumenty natychmiast i w niczym nie przeszkadzać. Tłumaczyli, że wszystko jest w porządku, bo tak duża firma nie pozwoliłaby sobie na łamanie prawa. Przekonaaliśmy się, że jest wprost przeciwnie: im jest większa, tym bardziej je omija.

Mniej więcej w kwietniu 2013 roku koncern przeniósł się do sąsiedniej gminy miejscowości Ministrówka. Myśleli, że tam będzie spokojniej. Chcieli prowadzić odwierty w utulinie Skierbieszowskiego Parku Krajobrazowego. Okazało się, że ludzie też już zdążyli się dowiedzieć, z czym to się wiąże. Tam też powstał protest.

3 czerwca 2013 r. wrócili do Żurawlowa. Przywieźli kontener, agregaty prądotwórcze. Mówili, że chcą tylko postawić płot w celu „zabezpieczenia posiadania”. Ale po co, skoro nic nie miało się dziać? Rozpoczęliśmy kolejną blokadę, która tym razem trwała do 7 lipca 2014 roku czyli 400 dni. Przyjechali z firmą ochroniarską i kamerzystą, który filmował zanim jeszcze zjawiliśmy się na miejscu. Czekali, mając nadzieję, że uda nas się sprowokować. Zablokowaliśmy drogę, a na sąsiedniej prywatnej działce postawiliśmy namiot. Dzięki temu nic nie mogli nam zrobić.

Nasz protest był jak wrzód, który należało przeciąć. Chevron trwał na swoich pozycjach. Wiceminister środowiska, bagatelizując nasze argumenty, w jednym z materiałów telewizyjnych wyraził się, że sytuacja przypomina mu walkę o mur z „Zemsty” Fredry. Za wszelką cenę chcieli nam udowodnić swoją rację. Wójt był atakowany telefonami z poleceniami, aby to zakończył. Sam później przyznał, że zwątpił w sens inwestycji, kiedy poczuł z jakimi naciskami ma do czynienia. Wybrnął z tego tak, że ustanowił całodobowy dozór policyjny. Nie kazał nas spacyfikować tylko chronić. Ktoś nam podpowiedział, żebyśmy od razu założyli w miejscu protestu kamerkę internetową. To z pewnością nas uratowało. W każdej chwili przez stronę internetową można było zobaczyć, co się u nas dzieje. Przyjeżdżali do nas ludzie z całego świata: z Czech, Litwy, Niemiec, Francji, Rumunii, Danii, USA, Argentyny, RPA. Na dowód poparcia zostawiali flagi w swoich barwach narodowych. Mamy ich dziewięć.

Chevron próbował przekonywać, że wchodziliśmy na ich teren. Przywozili swoje słupki i geodetę, mierzyli na własną rękę i wyznaczali granicę omijając obowiązujące procedury wymagane prawem. Zupełnie inaczej niż było na mapach geodezyjnych.

34 osoby miały wytoczone procesy z kodeksu wykroczeń za jakieś drobne przewinienia, np. że nie posłuchali policjanta czy za przewodnictwo w nielegalnym zgromadzeniu. Ludzie dostawali wyroki nakazowe [wydawane bez konieczności przeprowadzenia rozprawy], od których się odwołali. Wszystkie sprawy zostały przez nas wygrane. Ostatnia w maju tego roku. Z perspektywy czasu myślę, że koncern chciał mieć na nas haczyk w postaci argumentu, że jesteście karani. Mógłby nam wytoczyć proces o odszkodowania. Potwierdza to sprawa cywilna, którą założyli 13 osobom. W uzasadnieniu napisali właśnie, że są to osoby karane, zapominając, iż trwa postępowanie odwoławcze.

Pisaliśmy do wszystkich organów samorządowych, a później państwowych: do Ministerstwa Środowiska, premiera, prezydenta. Nikt nie odpowiadał. Wszyscy albo bagatelizowali sprawę albo próbowali ją przemilczeć. Tematem zajął się tylko Rzecznik Praw Obywatelskich, który wszczął postępowanie. Do dziś jednak nie doczekaliśmy się żadnego finału. Ostatnie pismo, jakie od niego dostaliśmy jest z listopada 2014 roku. Raz tylko ówczesny wiceminister środowiska Piotr Woźniak zgodził się wziąć udział w telewizyjnej debacie z naszym sołtysiem. Zaproszenie odbyło się na takiej zasadzie, że dziś jest

telefon i dziś sołtys ma się stawić. Wiceminister wypowiadał się ze studia w Warszawie, a sołtys w Lublinie. Oczywiście lekceważył nasze argumenty.

Potem zostaliśmy zaproszeni na posiedzenie Komisji Rolnictwa i Ochrony Środowiska w parlamencie. Był wiceminister, przedstawiciele Chevronu. Udzielono nam głosu. Mieliśmy 3 minuty! Wiceminister mówił, że nie ma tematu, że mają wszystkie dokumenty. Sam sobie zaprzeczył, odpowiadając wcześniej na interpelację posła Sławomira Zawislaka, który złożył zapytanie w naszym imieniu. Przyznał, że koncern ma tylko koncesję na badania sejsmiczne, a nie odwierty, o czym mówiliśmy od początku. To nic nie zmieniło.

W Polsce nikt nie chciał nas słuchać. Zostaliśmy za to zaproszeni do Parlamentu Europejskiego przez europosła z francuskiej partii „Zielonych” Jose Bove na konferencję o gazie łupkowym. Sfinansował nam wyjazd, bo nie stać nas było na bilety. Tam mieliśmy swoje wystąpienie. Wstawili się za nami europosłowie z Czech, Francji, Niemiec, Wielkiej Brytanii. Skierowali pismo do premiera Donalda Tuska i ministra spraw zagranicznych Radosława Sikorskiego. Wcześniej wszystko dokładnie sprawdzili, potwierdzając nasze informacje. Zapadła cisza. Sprawa została zignorowana na tak wysokim szczeblu.

W końcu w lipcu 2014 roku Chevron wycofał się z Żurawlowa i sąsiedniej Ministrówki. Teren został uprzątnięty. W styczniu 2015 firma całkowicie zrezygnowała z obecności w Polsce, od lipca na mapie Polski nie ma już zaznaczonych koncesji Chevronu.

Niestety, takie sytuacje będą się powtarzać. Mechanizm postępowania wszystkich koncernów jest taki sam. Starają się wchodzić po cichu, obiecują korzyści, np. że w zamian wybudują place zabaw, świetlicę. Liczą na niewiedzę ludzi. Jednak będzie im coraz trudniej, bo świadomość wzrasta. Coraz więcej osób orientuje się w podobnych zagrywkach i będzie protestować przeciwko bezprawnym działaniom.



Ile naprawdę kosztuje energia?

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

W branży surowce, paliwa, energetyka znalazły się firmy kluczowe z punktu widzenia konsumentów czyli GK PGNiG SA i RWE Polska S.A. To największy dostawcy prądu i gazu do milionów polskich mieszkań. Wiele osób przekonało się, że zapomniana faktura skutkuje dość szybkim pozbawieniem odbiorców tych mediów. Spółki skutecznie egzekwują opłaty od klientów. Zdaje się jednak, że niezbyt chętnie dzielą się informacjami na temat zasadności i wysokości opłat. Oczywiście regularnie przysyłają faktury, gdzie bez problemu znajdziemy sumę do zapłacenia oraz numer konta. Gorzej z klarownym uzasadnieniem. Podobnie jak w przypadku umów telekomunikacyjnych, te wyjaśnienia są całkowicie niezrozumiałe z punktu widzenia większości konsumentów. Często nie wiadomo jak na nie zareagować. Co więcej: ciężko stwierdzić czy zmiany są dla nas korzystne czy nie. Jako przykład przytaczamy informację skierowaną do klientów przez GK PGNiG SA

19.02.2014. „Szanowni Państwo. Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo Spółka Akcyjna (dalej „PGNiG SA”) uprzejmie informuje, że Prezes Urzędu Regulacji Energetyki decyzją nr DRG-4212-15(18)/2013/652/VI/AG z dnia 17 grudnia 2013 roku zatwierdził Taryfę w zakresie dostarczania paliw gazowych Nr 6/2014 PGNiG SA (dalej „Taryfa PGNiG SA”) do dnia 31 lipca 2014 roku, sprostowaną następnie postanowieniem Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki nr DRG-4212-65(2)/2013/652/VI/AG z dnia 19 grudnia 2013. Powyższa Taryfa PGNiG SA została opublikowana w Biuletynie Branżowym URE – Paliwa Gazowe nr 106(663) z dnia 19 grudnia 2013 roku i wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2014 roku. Ponadto w dniu 17 grudnia 2013 Prezes Urzędu Regulacji Energetyki decyzją nr DRG-4212-10(19)/2013/22378/II/AIK/PD/KGa zatwierdził Taryfę nr 1 dla usług dystrybucji paliw gazowych i usług regazyfikacji skroplonego gazu ziemnego Polskiej Spółki Gazownictwa Sp. z o.o. (dalej „Taryfa PSG Sp. z o.o.”), która została opublikowana w Biuletynie Branżowym URE – Paliwa Gazowe nr 104(661) z dnia 17 grudnia 2013 roku i wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2014 roku. Zatwierdzone taryfy opracowane zostały zgodnie z zasadami określonymi w art. 44 i 45 ustawy – Prawo Energetyczne (Dz.U. z 2012 r., poz. 1059 j.t. z późn. Zmianą) oraz przepisami rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 28 czerwca 2013 roku w sprawie szczegółowych zasad kształtowania i kalkulacji taryf oraz rozliczeń w obrocie paliwami gazowymi (Dz.U. z 2013 r., poz. 820 – w dalszej części pisma zwane „rozporządzeniem taryfowym”). Przepisy rozporządzenia taryfowego wprowadzają regulację zgodnie, z którą stawki opłat dystrybucyjnych dotychczas zawarte w stawkach opłat sieciowych, zawarte są w Taryfie operatora systemu dystrybucyjnego (PSG Sp. z o.o.). W konsekwencji powyższego Taryfa PGNiG SA nie zawiera już opłat sieciowych, lecz jedynie ceny paliw gazowych i stawki opłat abonamentowych. Natomiast dotychczasowe stawki opłat sieciowych zostały zastąpione stawkami opłat dystrybucyjnych, mającymi odpowiednio zastosowanie w zależności od miejsca przyłączenia Odbiorcy. W związku z powyższym Odbiorcy pobierający paliwo gazowe na podstawie umowy kompleksowej będą rozliczani na podstawie dwóch odrębnych taryf w zakresie dostarczania (Taryfa PGNiG SA) oraz usług dystrybucji paliw gazowych (Taryfa PSG Sp. z o.o.). Do ceny za paliwo gazowe przeniesione zostały następujące koszty dotychczasowo uwzględniane w opłacie sieciowej: – koszty zakupu usługi przesyłania w punktach wejścia do systemu przesyłowego (Entry – z wyłączeniem punktów wejścia z instalacji magazynowej, oraz w punktach wyjścia z systemu przesyłowego zlokalizowanych na połączeniu z innym systemem przesyłowym), – koszty tworzenia i utrzymania zapasów (w tym zapasów obowiązkowych)”.

Następnie pismo poucza, że jeśli nie zgadzamy się na nowe warunki, możemy wypowiedzieć umowę. Tylko skąd mamy to wiedzieć? Konia z rzędem, kto odpowie na pytanie czy opłaty będą wyższe, niższe czy pozostaną bez zmian?

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	ENEA SA	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
2	ENERGA SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3	GK JASTRZĘBSKIEJ SPÓŁKI WĘGLOWEJ SA	+	-	+	-	+	-	-	+	-	+	-	-
4	GK LUBELSKI WĘGIEL BOGDANKA SA	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5	GK PGNIG	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
6	GK POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+
7	GK TAURON POLSKA ENERGIA SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+
8	GK ZESPOŁU ELEKTROWNI PĄTNÓW-ADAMÓW-KONIN SA	-	-	-	-	-	ND	-	+	-	-	-	-
9	GRUPA LOTOS SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
10	KGHM POLSKA MIEDŹ SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
11	KOMPANIA WĘGLOWA SA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
12	PKN ORLEN SA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
13	RWE POLSKA S.A.	+	-	+	+	+	-	ND	+	-	+	+	+

Tabela 14: Surowce, paliwa i energetyka

3.15 TRANSPORT I LOGISTYKA

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Jednym z najważniejszych zadań dla firm z sektora transport i logistyka jest działanie na rzecz poprawy bezpieczeństwa na drogach. Mówi o tym, m.in. dokument Dekada Działań na Rzecz Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego 2011 – 2020 (United Nations Decade of Action for Road Safety 2011-2020), ogłoszony przez ONZ w 2010 roku. Autorzy alarmują w nim, że w wypadkach drogowych każdego dnia ginie prawie 1,3 miliona ludzi, a urazów doznaje ponad 20-50 milionów więcej. Przedsiębiorstwa są zobligowane w działania na rzecz poprawy tej sytuacji nie tylko, np. przez prowadzenie akcji edukacyjnych, ale przede wszystkim koncentrując się na jakości swojego taboru. Zgodnie z zaleceniami ONZ powinny wdrażać nowe programy oceny stanu floty oraz podejmować próby zapewnienia wszystkim pojazdom motorowym minimalnego wyposażenia zapewniającego bezpieczeństwo, np. pasów bezpieczeństwa. Powinny też dążyć do promocji szerszego zastosowania technologii unikania stłuczek, których skuteczność została potwierdzona (np. elektroniczna kontrola stabilności i systemy zapobiegające blokowaniu się kół w trakcie hamowania). Spółki muszą też posiadać ważną dokumentację, świadczącą o sprawności technicznej pojazdu, jego legalności oraz przewożonego ładunku.

Obowiązkiem firm jest zapewnienie maksymalnego bezpieczeństwa zarówno swoim pracownikom, jak i pasażerom. Konieczne jest też rygorystyczne przestrzeganie zasad BHP. Szczególnie ważna jest kwestia czasu pracy. Korporacjom nie wolno zmuszać pracowników do przekraczania norm czy np. fałszowania zapisów tachografu.

Kolejnym wyzwaniem dla branży jest ochrona środowiska, a przede wszystkim redukcja emisji gazów cieplarnianych. Mówi o tym, np. „Plan utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu” Komisji Europejskiej. Firmy powinny dążyć do poprawy efektywności energetycznej pojazdów we wszystkich rodzajach transportu, stosować ekologiczne paliwa oraz optymalizować działania w łańcuchu dostaw, m.in. poprzez wybieranie w miarę możliwości alternatywnych środków komunikacji wobec samochodów jak transport kolejowy, wodny.

Dokument KE zawiera również wskazówki dla przewoźników. „– Głównymi cechami usług wysokiej jakości są: atrakcyjny rozkład jazdy, komfort, łatwy dostęp, niezawodność usług i integracja z innymi środkami transportu – precyzuje. – Dostępność informacji na temat czasu podróży oraz informacje na temat tras alternatywnych są równie ważne dla zapewnienia niezakłóconej podróży od drzwi do drzwi, zarówno dla pasażerów, jak i w odniesieniu do transportu towarów”⁷⁶.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Tematy związane z odpowiedzialnością społeczną znajdują się na stronach 76,9 proc. firm z branży transport i logistyka. 84,6 proc. deklaruje zainteresowanie ekologią. Politykę CSR opracowało 53,8 proc. przedsiębiorstw. Kodeks etyczny ma 30,7 proc., m.in. PKP SA Polskie Koleje Państwowe, w którym są poruszone, m.in. relacje z klientami indywidualnymi i biznesowymi. „– Dotrzymujemy zobowiązań wobec Klientów w trosce o ich bezpieczeństwo i wygodę. Modernizując tabor oraz unowocześniając dworce kolejowe wychodzimy naprzeciw rosnącym oczekiwaniom – zapewnia spółka. – Aby ulepszać nasze produkty i usługi oraz technologię, zwracamy uwagę na potrzeby i wyzwania rynku. Przygotowując naszą ofertę dążymy do tego, by zapewnić Klientom korzyści i komfort podczas korzystania z naszych usług (...) Udzielamy Klientom rzetelnych informacji o produktach, usługach i działalności Grupy PKP, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnice techniczne, technologiczne lub handlowe. Nie nadużywamy zaufania, nie wykorzystujemy ewentualnej niewiedzy i braku doświadczenia Klientów. Przejmujemy pełną odpowiedzialność za oferowane produkty i usługi. W przypadku gdy nie spełniają one standardów jakościowych bądź bezpieczeństwa – analizujemy przyczyny reklamacji oraz wdrażamy działania naprawcze”⁷⁷. Firma też jako jedna z nielicznych podnosi problem korupcji (38,4 proc.).

Raport społeczny w oparciu o standardy GRI opublikowały DB Schenker Sp. z o.o. oraz grupa Raben. Do praw człowieka odnosi się 84,6 proc. podmiotów, m.in. Grupa Raben Polska. „– Grupa Raben społeczną odpowiedzialność biznesu definiuje jako dialog – przekonuje na swojej stronie. –

76 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/pl/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0144>, dostęp: 16.10.2015

77 <http://pkpsa.pl/download/kodeks-etyki.pdf>, dostęp: 16.10.2015.

Pragniemy bowiem zaangażować interesariuszy do wpływania na otoczenie firmowe, które stanowi ich mikroświat. Działania podejmowane przez firmę wynikają z informacji zwrotnych uzyskanych od jej kluczowych interesariuszy – także Pracowników. Łączą nas wspólne wartości, które stanowią swoiste DNA osób zatrudnionych w Grupie Raben. Przyjazne i bezpieczne środowisko pracy jest jednym z naszych celów CSR⁷⁸.

78 <http://polska.raben-group.com/hasza-odpowiedzialnosc/pracownicy/>, dostęp: 16.10.2015.

Kwestie związane z łańcuchem dostaw porusza 46,1 proc. przedsiębiorstw, a osobą odpowiedzialną za zrównoważony rozwój zatrudnia tylko 23 proc. Spółki notowane na giełdzie są dwie i obydwie uwzględniają CSR w swoim raporcie rocznym. Rezultaty potwierdziło 38,4 proc.



Warunki pracy zawodowych kierowców – w tym, jak widać na zdjęciu, także te płacowe – pozostawiają wiele do życzenia. Na porządku dziennym pozostają praktyki narażające ich na uszczerbki na zdrowiu takie jak wielogodzinna jazda nocna.

Pajęczyna spółek na kolei

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

PKP przez wiele lat było czołowym przewoźnikiem w Polsce. Mimo spóźnień, kiepskich warunków, ciężko było znaleźć dla niego jakąkolwiek alternatywę. Z czasem jednak pasażerowie przesiedli się do samochodów i do autobusów prywatnych firm. W celu ratowania kolei rozpoczął się proces jej reformy, czyli pełzającej prywatyzacji pod pretekstem restrukturyzacji i modernizacji. Wiele wskazuje, że założenia, które miały być szansą, jeszcze bardziej przyczyniły się do trudnej sytuacji przedsiębiorstwa. Wydzielono z niego kilka podległych spółek, m.in. PKP Intercity odpowiedzialne za przewozy międzynarodowe, ekspresowe, pospieszne, PKP Cargo, odpowiedzialne za przewozy towarowe, Szybka Kolej Miejska, PKP Energetykę dostarczającą prąd kolei. Powstały też Przewozy Regionalne, których finansowanie przerzucono na samorządy województw. „ – Średnio w ciągu doby z usług Przewozów Regionalnych korzysta średnio 230 tys. osób, a na tory w całej Polsce wyjeżdża około 1800 pociągów PR. Udział firmy w rynku kolejowych przewozów pasażerskich wynosi około 30 proc.”⁷⁹ – czytamy na stronie Przewozów Regionalnych. Marszałkowie nie ukrywają, że coraz trudniej im utrzymać ten ciężar ze swoich budżetów.

Obecnie każdy podmiot zajmuje się wąskim obszarem. Współpraca między nimi pozostawia wiele do życzenia. Można pogubić się w próbie ustalenia, kto odpowiada za rozkład jazdy, kto za stan pociągów, a kto za sprzedaż biletów.

W tym wszystkim musieli odnaleźć się pasażerowie, którzy płacą coraz więcej za ciągle marne usługi. Dodatkowo często zderzają się z sytuacją, że jakaś linia z dnia na dzień została zlikwidowana albo po raz kolejny zmieniają się godziny odjazdów. Warto też podkreślić fakt, że o ile kolej w miarę funkcjonuje w obrębie jednego regionu, o tyle na trasach międzywojewódzkich jest znacznie gorzej. Połączenia są bowiem ustalane na szczeblu samorządów lokalnych.

Okazało się, że innowacyjne w zamierzeniu rozwiązanie, sprawiły, iż z roku na rok połączeń ubywa zamiast przybywać, a z usług korzysta coraz mniej osób. Potwierdzają to oficjalne dane. Z opracowania „Ocena Funkcjonowania Rynku Transportu Kolejowego i Stanu Bezpieczeństwa Ruchu Kolejowego w 2013 roku” przygotowanego przez Urząd Transportu Kolejowego wynika: „ – W latach 2010 – 2011 dynamika liczby pasażerów w pociągach osobowych pozostawała ujemna. W 2012 r. odnotowano znaczący wzrost w tym zakresie, zmieniający ten trend na dodatni. W 2013 r. w dalszym ciągu obserwujemy dodatni trend w dynamice liczby pasażerów pociągów osobowych. W przypadku przewozów w pociągach Intercity od 2008 r. odnotowywano dynamiczny spadek, który wyniósł wg liczby pasażerów na koniec 2011 r. ponad 41%. W 2012 r. zaobserwowano ciąg dalszy tego trendu, jednakże dynamika spadku zmniejszyła się do -5,73%. W 2013 r. dynamika spadku powiększyła się do poziomu -26,37%. Głównym czynnikiem wpływającym na popyt w tym segmencie rynku jest relacja ceny (która jest dwukrotnie wyższa od przewozów ekonomicznych) do czasu przejazdu (zbliżony w obu segmentach) z jednoczesną dużą elastycznością względem komfortu podróży pociągiem”⁸⁰.

We wrześniu 2015 roku Przewozy Regionalne poinformowały o „ograniczeniu komercyjnego segmentu swojej działalności, czyli połączeń interREGIO i REGIOekspres oraz interREGIObusów”. W komunikacie na stronie internetowej spółka wyjaśnia: „ – Większość pociągów uruchamianych przez Przewozy Regionalne ma zasięg regionalny i aglomeracyjny. Oznacza to, że połączenia tworzone przez spółkę na zamówienie właścicieli (samorządów wojewódzkich) obejmują swoim zasięgiem jedno województwo lub sąsiadujące ze sobą regiony, zgodnie z misją publiczną, do pełnienia której przewoźnik został powołany. Uzupełnienie oferty do tej pory stanowiły pociągi interREGIO o zasięgu ogólnokrajowym, międzynarodowe REGIOekspresy i interREGIObusy. Przewozy Regionalne zdecydowały jednak o ograniczeniu świadczenia usług w tym segmencie od 1 września. Jest to spowodowane realizowanym obecnie w firmie procesem restrukturyzacji mającym doprowadzić do uzyskania przez nią trwałej rentowności, a tym samym umożliwiającym przeprowadzenie inwestycji, m.in. w nowy tabor, na czym mają skorzystać przede wszystkim pasażerowie. W ramach restrukturyzacji, zgodnie z regulacjami europejskimi, firma zobowiązana jest do uwolnienia części rynku, co realizuje m.in. poprzez rezygnację z obsługi połączeń interREGIO. Dodatkowo restrukturyzacja oznacza szeroko pojętą optymalizację. Zdecydowana większość pociągów IR kursujących na trasach krajowych ma charakter typowo komercyjny, czyli uruchamiana jest przez firmę samodzielnie, bez jakichkolwiek dotacji. Z przeprowadzonych analiz finansowych wynika, że wpływy ze sprzedaży biletów na te połączenia nie są w stanie pokryć kosztów związanych z ich funkcjonowaniem. Nie bez znaczenia pozostaje też aspekt techniczny, a przez to również jakościowy dla podróżnych – obecnie większość pojazdów przewoźnika nie jest przystosowana do

79 <http://www.przewozyregionalne.pl/o-nas>, dostęp: 16.10.2015.

80 <http://utk.gov.pl/pl/analizy-i-monitoring/oceny-roczne/201/5555,Ocena-Funkcjonowania-Rynku-Transportu-Kolejowego-i-Stanu-Bezpieczenstwa-Ruchu-Ko.html>, dostęp: 16.10.2015.

obsługi połączeń dalekobieżnych⁸¹.

W lipcu 2015 roku media informowały, że zostanie sprywatyzowana kolejna spółka czyli PKP Energetyka. Kupcem ma być luksemburski fundusz inwestycyjny CVC Capital Partners. Specjaliści alarmują, że może być to tragiczne w skutkach, bowiem nowy zagraniczny właściciel może nie wywiązywać się właściwie z dotychczasowych zobowiązań spółki.

81 <http://www.przewozyregionalne.pl/node/18425>, dostęp: 16.10.2015.

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	CTL LOGISTICS SP. Z O.O	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
2	DB SCHENKER SP. Z O.O	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	-
3	DHL GLOBAL FORWARDING SP. Z O.O	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
4	DPD POLSKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	+
5	FEDEX EXPRESS	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
6	GRUPA KAPITAŁOWA INTEGER.PL SA	-	-	-	-	-	ND	+	+	-	+	-	+
7	GRUPA RABEN POLSKA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
8	PKP SA POLSKIE KOLEJE PAŃSTWOWE	+	-	+	+	-	ND	+	+	+	+	+	+
9	PLL LOT SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
10	POCZTA POLSKA SA	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	+	+
11	POLSKIBUS	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	+	-	-
12	PRZEWOZY REGIONALNE SP. Z O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
13	UPS POLSKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-

Tabela 15: Transport i logistyka

3.16 USŁUGI KOMUNALNE

Kluczowe aspekty odpowiedzialności dla branży

Usługi komunalne, podobnie jak analizowane przez nas specjalne strefy ekonomiczne, pozostawały na uboczu zagadnienia, jakim jest społeczna odpowiedzialność. Tymczasem to jedna z kluczowych branż zarówno z punktu widzenia sprawnego funkcjonowania regionów czy miast, jak i indywidualnych odbiorców. Efekty jej działania każdego dnia odczuwa każdy z nas. W zestawieniu uwzględniliśmy spółki zajmujące się, m.in. odśnieżaniem, sprzątaniem, odbiorem śmieci, utylizacją odpadów zwykłych i przemysłowych, oczyszczeniem szamba, świadczące usługi transportu publicznego, dostarczające wodę.

Podstawą dla firm z tego sektora powinno być prowadzenie uczciwej konkurencji i przejrzystej polityki cenowej, szczególnie w samorządach, gdzie odgrywają dominującą rolę. Nie wolno im stosować praktyk monopolistycznych, tzn. narzucać cen nieadekwatnych do świadczonych zadań, ani przerzucać na odbiorców nieuzasadnionych kosztów. Stanowi to szczególne wyzwanie w warunkach postępującej prywatyzacji tego sektora. Nie mogą również stosować zмовы cenowej, dzielić rynku zbytu, utrudniać do niego dostęp konkurencji, ustalać między sobą warunków ofert składanych w przetargach. Nie powinny również szantażować zaprzestaniem lub ograniczeniem skali wykonywanych usług ze szkodą dla konsumentów.

Zadaniem przedsiębiorstw jest również troska o warunki bezpieczeństwa i higieny pracy. Osoby zatrudnione w tej branży często mają do czynienia z trudnym otoczeniem oraz stykają się ze szkodliwymi substancjami. Dlatego podmioty są zobligowane do prowadzenia regularnych audytów bezpieczeństwa.

Niewątpliwie istotnym obszarem jest również ochrona środowiska. Firmy powinny stosować nowoczesne technologie, działać na rzecz zmniejszenia zużycia energii elektrycznej, emisji CO₂, zapylenia, wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii, redukcji liczby odpadów oraz ich prawidłowej segregacji i utylizacji.

Komentarz do rezultatów monitoringu

Wyniki naszego monitoringu pokazują, że spółki z tej branży muszą wiele nadrobić w zakresie

spółecznej odpowiedzialności. Nie da się ukryć, że lepsze wyniki uzyskały te, które główną siedzibę mają na Zachodzie. CSR w serwisie ma 40 proc. przedsiębiorstw. 33,3 proc. opracowało politykę zrównoważonego rozwoju. „– Tak jak Starożytni wierzyli, że Ziemia jest płaska tak kiedyś my wierzyliśmy, że wszystkie bogactwa naszej planety nigdy nie ulegną wyczerpaniu – pisze na swojej stronie firma SITA Polska Sp. z o.o., zajmująca się gospodarką odpadami i utrzymaniem czystości, która najlepiej wypadła w naszym zestawieniu. – Niestety od kilku dziesięcioleci wiemy już, że źródła naturalne są bardzo wrażliwe i że w przyszłości musimy zarządzać nimi zupełnie inaczej”⁸².

Wyjaśnia, że zaangażowanie w zrównoważony rozwój jest oparte na czterech głównych priorytetach: ochrona zasobów naturalnych, udział w propagowaniu idei zrównoważonego rozwoju, wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, rozwój idei zrównoważonego rozwoju z partnerami.

Jest też jedną z dwóch firm, które posiadają Kodeks Etyki (13,3 proc.). Wskaźnik ten spełnia również Veolia Poland. „ – Odpowiedzialność społeczna wobec pracowników przejawia się w następujących działaniach: – Wdrażanie aktywnych praktyk w zakresie rozwijania umiejętności zawodowych, mobilności zawodowej oraz awansu zawodowego (...) Podejmowanie na całym świecie inicjatyw w zakresie podstawowego i ustawicznego kształcenia zawodowego w celu zwiększenia niezależności, wydajności oraz zakresu odpowiedzialności pracowników. W działalności tej naszym wzorcem i punktem odniesienia jest kampus Veolia Environnement. Poprawa bezpieczeństwa i higieny pracy, przygotowywanie kampanii na rzecz zapobiegania wypadkom, wykazywanie zainteresowania obawami o choroby zawodowe. Promowanie innowacyjnych inicjatyw pracowniczych i rozwijanie ducha przedsiębiorczości, odpowiedzialności i lojalności. Zapewnianie wysokiej jakości świadczeń pracowniczych, zarówno w kategoriach ubezpieczenia (od choroby, inwalidztwa i śmierci), jak i emerytury”⁸³ – zapewnia w swoim dokumencie Veolia Poland.

Najwięcej firm deklaruje działania na rzecz ochrony środowiska (86,6 proc.). „ – Jesteśmy jedynym

82 <http://www.sitapolska.pl/zrownowazony-rozwoj.html>, dostęp: 16.10.2015.

83 <http://sekcjaecioprc.poznan.pl/pliki/veolia/Kodeks%20etyczny%20i%20odpowiedzialno%9Cci%20Veolia.pdf>, dostęp: 16.10.2015.

podmiotem na stołecznym rynku posiadającym Zintegrowany System Gospodarki Odpadami, który w sposób odpowiedzialny i przyjazny środowisku zagospodarowuje i finalnie utylizuje odpady wytworzone przez mieszkańców Warszawy. Każdy odebrany od naszych Klientów kilogram odpadów jest ewidencjonowany i transportowany do instalacji finalnej utylizacji⁸⁴ – przekonuje Miejskie Przedsiębiorstwo

Oczyszczania w Warszawie Sp. z o.o.

Prawa człowieka uwzględnia 33,3 proc. firm, a łańcuch dostaw zaledwie 6,6 proc. Przeciwdziałać korupcji chce również 13,3 proc. **Żadne przedsiębiorstwo nie przygotowuje raportu społecznego, ani nie zatrudnia osoby odpowiedzialnej za CSR.**

84 <http://www.mpo.com.pl/>, dostęp: 16.10.2015.

Klient nasz pan?

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Zagrożeniem na rynku usług komunalnych jest monopol. Brak konkurencji sprawia, że firmy mogą dyktować nieproporcjonalnie wysokie stawki za swoje zadania. Przykładem może być chociażby postępowanie prowadzone przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wobec Miejskiego Zakładu Wodociągów i Kanalizacji w Myślenicach. Instytucja uznała, że „jego działanie mogło stanowić przejaw nadużycia pozycji dominującej na rynku świadczenia usług zbiorowego zaopatrzenia w wodę i zbiorowego odprowadzania ścieków”. O co konkretnie chodzi?

Otóż przedsiębiorstwo narzuciło opłaty, które nie zostały zatwierdzone przez Radę Miasta. Dodatkowo kontrolerzy dopatrzyli się nieprawidłowości w obarczaniu mieszkańców kosztami, których nigdy nie powinni ponosić. „ – MZWiK, będąc jedynym dostawcą usług dostawy wody i odprowadzania ścieków na terenie Gminy Myślenice, w kosztach stanowiących podstawę ustalania cen ujął koszty reprezentacji i reklamy dotyczące: organizacji pikniku ekologicznego, konkursu dla szkół, banerów reklamowych promujących jakość wody, organizacji otwarcia stacji uzdatniania wody, publikacji tekstów sponsorowanych w gazecie, zakupu materiałów reklamowych – wyjaśnia w komunikacie z 12.08.2015 roku UOKiK. – Tymczasem zgodnie z przepisami regulującymi działalność dostawy wody i odprowadzania ścieków, koszty reprezentacji i reklamy nie są kosztami stanowiącymi podstawę do ustalania taryfowych cen i stawek opłat. Ustalenie cen w oparciu między innymi o te koszty mogło powodować, że ceny i stawki opłat były nieuczciwe. Warto podkreślić, że odbiorcami usług MZWiK są w 95 proc. konsumenci, a więc słabsi uczestnicy rynku, którym należy się szczególna ochrona, w tym również w zakresie kontroli zasad ustalania cen.

MZWiK uznał zasadność przedstawionych przez UOKiK zastrzeżeń i zobowiązał się do nieujmowania w kosztach stanowiących podstawę ustalania cen i stawek opłat za dostawę wody i odprowadzanie ścieków kosztów reprezentacji i reklamy. Podjął również działania mające na celu usunięcie skutków praktyki poprzez przyjęcie zobowiązania do obniżenia w następnej taryfie cen o równowartość kwestionowanych kosztów reprezentacji i reklamy. Decyzja nie jest prawomocna. MZWiK przysługuje prawo odwołania się od niej do sądu⁸⁵.

85 https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=11839 o wodociągach, dostęp: 16.10.2015

LP.	FIRMA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	VEOLIA POLAND	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
2	AQUANET SA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
3	BYŚ – WOJCIECH BYŚKINIEWICZ	-	-	+	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
4	KATOWICKIE WODOCIĄGI SA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
5	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO GOSPODARKI KOMUNALNEJ W KATOWICACH SP. Z O.O	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
6	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO KOMUNIKACYJNE W POZNANIU SP. Z O.O.	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
7	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO OCZYSZCZANIA W KRAKOWIE SP. Z O.O	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
8	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO OCZYSZCZANIA W WARSZAWIE SP. Z O.O	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
9	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI SP. Z O.O. W KRAKOWIE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
10	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI W WARSZAWIE SA	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
11	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI WE WROCŁAWIU SA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	+
12	MIEJSKIE ZAKŁADY AUTOBUSOWE SP Z O.O	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
13	REMONDIS SP.Z.O.O.	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
14	SITA POLSKA SP. Z O.O.	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
15	TRAMWAJE WARSZAWSKIE SP. Z O.O.	-	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-

Tabela 16: Usługi komunalne



Przedsiębiorstwa świadczące usługi komunalne istotnie wpływają na naszą jakość życia. Nasz monitoring każe podać w wątpliwość to, czy spora część firm z branży, choć najczęściej stanowi własność publiczną, zdaje sobie sprawę ze swego wpływu na społeczeństwo i środowisko.

4

SPÓŁKI SKARBU PAŃSTWA

Prowadzony przez nas monitoring zakłada szczególnie wnikliwą analizę stron internetowych spółek Skarbu Państwa. Powstały one w trakcie procesów przekształceń własnościowych, dokonywanych głównie przez Ministerstwo Skarbu Państwa (MSP)⁸⁶, albo zostały ustanowione przez Państwo do pełnienia określonej funkcji (np. specjalne strefy ekonomiczne). Obecnie według magazynu Forbes stanowią 20 proc. spośród największych firm i jednocześnie siedem z dziesięciu największych w Polsce. Są to podmioty o strategicznym znaczeniu, zarówno ze względu na swoje ogromne przychody jak i pozycję na lokalnym rynku (np. rola pracodawcy, podatnika).

Przedsiębiorstwa, w których udziałowcem pozostał Skarb Państwa, odpowiadają m.in. za utrzymanie bezpieczeństwa narodowego i porządku publicznego. Funkcjonują na styku biznesu i administracji. Z tego powodu są uznawane za kluczowe w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu. Potwierdza to, m.in. Strategia Sprawne Państwo 2020, która wyjaśnia, że powinny zajmować pozycję lidera w „adaptowaniu nowatorskich rozwiązań zarządczych w biznesie. Istotne jest upowszechnianie zastosowania koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, w tym przede wszystkim monitorowanie i raportowanie podejmowanych działań. Planowane rozwiązania powinny opierać się na doświadczeniach i rozwiązaniach przyjętych przez inne państwa”⁸⁷.

Jest o tym mowa również w „Rekomendacjach w zakresie wdrażania założeń koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Polsce” Zespołu ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Ministerstwie Gospodarki. Autorzy zwracają uwagę na fakt, że działania w obszarze CSR „powinny obejmować w pierwszej kolejności wyłonione po uprzedniej analizie przedsiębiorstwa państwowe, spółki Skarbu Państwa”⁸⁸. Ich rola liderów niesie za sobą zobowiązanie wychodzenia poza ramy obowiązującego prawa ku doskonaleniu innowacji społecznych i środowiskowych. Potrzebna jest promocja zrównoważonych rozwiązań na najwyższym szczeblu. Firmy realizujące zadania publiczne powinny być transparentne, podawać do wiadomości inicjatywy w zakresie społecznej odpowiedzialności, publikować kodeksy etyczne i raporty dotyczące aspektów pozafinansowych. Muszą informować interesariuszy o zgodności z prawami człowieka, współpracy z dostawcami oraz eliminowaniu korupcji. Dotyczy to zwłaszcza spółek kluczowych,

w których państwo ma większość udziałów.

Przedsiębiorstwa te są też zobowiązane do udostępniania informacji publicznej (także w Biuletynie Informacji Publicznej), która stanowi punkt wyjścia dla wpływania na ich politykę biznesową. Bez rzetelnego dostępu do tych danych nie jest możliwa weryfikacja czy wywiązują się z przyjętych zobowiązań.

29 września 2014 r. Rada Unii Europejskiej przyjęła dyrektywę ws. ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy.

Oznacza to, że firmy w sprawozdaniach ze swojej działalności będą musiały uwzględnić aspekty środowiskowe, kryteria społeczne (m.in. pracownicze), deklaracje poszanowania praw człowieka oraz polityki antykorupcyjne. Należy zauważyć, że większość analizowanych przez nas spółek skarbu państwa spełni kryteria jednostek zainteresowania publicznego, których zakres definicyjny reguluje Ustawa z dnia 7 maja 2009 r. o biegłych rewidentach i ich samorządzie, podmiotach uprawnionych do badania sprawozdań finansowych oraz o nadzorze publicznym. Oznacza to, że z końcem 2016 roku zostaną objęte przymusowym obowiązkiem raportowania w zakresie CSR.

Komentarz do rezultatów monitoringu

W naszym badaniu sprawdziliśmy czterdzieści pięć największych spółek Skarbu Państwa. Wśród nich znalazły się zarówno przedsiębiorstwa, w których akcjonariuszem jest Skarb Państwa jak i przedsiębiorstwa komunalne oraz specjalne strefy ekonomiczne. 55,5 proc z nich posiada zakładkę poświęconą zrównoważonemu rozwojowi. **Zaledwie 22,2 proc. udostępnia bezpośredni kontakt do osoby odpowiedzialnej za aspekty społeczne i środowiskowe w firmie.** Niepełna co druga (42,2 proc.) firma wdrożyła politykę w zakresie CSR. Kodeks etyczny pojawił się w serwisie 26,6 proc przedsiębiorstw. Zbliżony rezultat dotyczył udostępnionych raportów społecznych (28,8 proc.). Prawie wszystkie one wydane zostały w oparciu o wytyczne GRI (92,3 proc.). 14,2 proc. spółek notowanych na GPW w Warszawie nie odniosło się do kwestii CSR w swoich raportach rocznych. Większość spółek (64,4 proc.) publikuje informacje dotyczącej ochrony środowiska. Znacznie gorzej wypadają jednak wskaźniki: prawa człowieka (48,8 proc.), łańcuch dostaw (33,3 proc.) oraz korupcja (28,8 proc.).

Tylko pięć Spółek Skarbu Państwa spełniło łącznie wszystkie kryteria – Grupa Lotos SA, KGHM Polska Miedź, PGNiG, Energa SA i GK

⁸⁶ Ustawa z dnia 30 sierpnia 1996 r. o komercjalizacji i prywatyzacji.

⁸⁷ Strategia sprawne państwo 2020, Warszawa, 20.12.2012

⁸⁸ Rekomendacje w zakresie wdrażania założeń koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Polsce, 2011.

PZU. Największe zainteresowanie CSR odnotowujemy wśród spółek z branży energetycznej i wydobywczej. Najgorzej z kolei wypadają specjalne strefy ekonomiczne.

Z prowadzonej przez nas analizy zawartości serwisów internetowych spółek Skarbu Państwa wyłania się niejednoznaczny obraz ich zaangażowania w obszarze CSR. Strony internetowe cechuje duża różnorodność. Na tej podstawie firmy można podzielić na trzy grupy.

Pierwszą z nich tworzą podmioty, które uzyskały maksymalną ilość punktów (lub wynik zbliżony). Stanowiły one blisko 25 % zestawienia. Wskaźnik ich zaangażowania mierzony liczbą zdobytych w badaniu punktów, jest najwyższych. Koncepcja społecznej odpowiedzialności znajduje szerokie potwierdzenie w ich serwisach. Zakładka dotycząca CSR-u jest wyeksponowana, często towarzyszy temu także oddzielna (pod)strona dedykowana przykładom działalności filantropijnej i sponsorskiej. Istnieje silna korelacja pomiędzy podejmowaniem działań z zakresu zrównoważonego rozwoju, a rentownością spółki. Przykład ten potwierdzają największe firmy – PKN Orlen, Lotos,

Tauron, PGNiG – które stanowią wierzchołek listy najbogatszych przedsiębiorstw w Polsce. Należy jednak zauważyć, że ich aktywność ma silne podłoże branżowe związane z ryzykiem sektora. W oczywisty sposób wynika to z ich szkodliwego wpływu na ekologię. Przedsiębiorstwa te posiadają kompleksową politykę zwłaszcza w obszarze środowiskowym, częściej też odnoszą się do kwestii globalnych na swoich stronach internetowych (np. prawa człowieka w całym łańcuchu dostaw). Cyklicznie raportują w oparciu o międzynarodowe standardy GRI. Ich zaangażowanie wykracza poza wskaźniki w projekcie. Nad realizacją strategii społecznej odpowiedzialności czuwa przydzielony do tego pracownik lub zespół ekspertów. Istnieje widoczny podział między PR, a CSR firmy. W swoich działaniach spółki te podążają za najnowszymi trendami w zakresie zrównoważonego rozwoju (przynależność do inicjatyw międzynarodowych, raportowanie zintegrowane etc.), częściowo należą także do Respect Index, funkcjonującego w ramach Giełdy Papierów Wartościowych.

Jedyną firmą spoza branży surowce, paliwa, energetyka, która uzyskała 100 % punktów, była Grupa PZU.



Polskie Koleje Państwowe podzielono na szereg spółek. Przewozy Regionalne trafiły w ręce samorządów województw, dla których okazały się niemałym wyzwaniem finansowym. Problemy władz regionalnych stają się również problemami dla pasażerów. Sieć kolejowa kurczy się w Polsce z roku na rok.

Drugą, dużą grupę, stanowiącą ponad połowę zestawienia, są przedsiębiorstwa, które traktują CSR jako promocję swoich działań.

Nie towarzyszy temu pogłębiona refleksja nad wpływem firmy na otoczenie społeczne i środowiskowe. Koncepcję społecznej odpowiedzialności traktuje się wymiennie z takimi pojęciami jak sponsoring czy filantropia. Spółka nie identyfikuje swojego oddziaływania na interesariuszy, nie mierzy też efektywności swoich działań. Towarzyszy temu brak raportu. Dokumenty takie jak polityka CSR, kodeks etyczny pojawiają się rzadko. Wartość informacyjna tych stron jest niska, a treści dotyczące zrównoważonego rozwoju mają charakter hasłowy. Akcentowanie pewnych aspektów działalności firm wiąże się też z wymogami prawnymi dotyczącymi profilu jej działalności, np. w zakresie bezpieczeństwa (Bank Gospodarstwa Krajowego) czy ochrony środowiska (Lasy Państwowe).

Pozostałe przedsiębiorstwa odnosiły się do CSR w sposób wybiórczy i fragmentaryczny lub wcale.

W większość nie posiadały też zakładki dedykowanych kwestiom społecznym i środowiskowym. Dane dotyczące zrównoważonego rozwoju były rozproszone w serwisie i odnosiły się do pojedynczych wskaźników, uniemożliwiając wpisanie CSR w wizję firmy.

Najsłabiej w zestawieniu wypadły specjalne strefy ekonomiczne (SSE),

działające w oparciu o *Ustawę z 20 października 1994 o specjalnych strefach ekonomicznych*. Obecnie w Polsce funkcjonuje ich 14. Pierwotnie celem ich powołania było przyciągnięcie inwestorów w regiony słabiej rozwinięte gospodarczo, oferując w zamian liczne ulgi podatkowe. 23 lipca 2013 Rada Ministrów przedłużyła funkcjonowanie stref do końca 2026 roku (wstępnie zakładano, że będą działać do 2004, a później do 2020 roku). Są one zarządzane przez spółki z większościowym udziałem skarbu państwa lub przez samorządy województwa (wyjątek: SSE EURO-PARK MIELEC i TSSE EURO-PARK WISŁOSAN – zarządzane przez Agencję Rozwoju Przemysłu).

Zaledwie trzy spośród 14 SSE (Słupska, Legnicka oraz Łódzka) posiadały na swojej stronie zakładkę dedykowaną społecznej odpowiedzialności. **Słupska SSE jako jedyna ze spółek odnosiła się do problematyki praw człowieka, angażując się w działania na rzecz integracji społecznej (Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej).** Tylko ona informuje o aspektach ekologicznych swojej działalności. **Żadna ze spółek nie posiadała zin-**

tegowanej polityki CSR, nie wydaje kodeksów etycznych i nie publikuje raportów społecznych. To wynik bardzo zły.

Jednocześnie, co ciekawe SSE wypadają coraz lepiej w międzynarodowych rankingach m.in. fDi Magazine, grupy Financial Times. W 2014 roku Pomorska SSE została wyróżniona za „aktywność CSR, w tym programy dla młodych matek, stypendia dla naukowców i szkolnictwo zawodowe”⁸⁹.

Badania własne fundacji CentrumCSR.PL potwierdzają trendy zawarte w analizie przygotowanej dla rządowego Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Wynika z niej, że 60% spółek skarbu państwa nie publikuje na swoich stronach internetowych żadnych danych z zakresu ESG⁹⁰. Chociaż w naszej firmie znalazły się tylko największe firmy, co zawyżyło rezultat, to mimo wszystko trudno uznać go za zadowalający. CSR traktowany jest przez spółki w sposób pobieżny, który może być uznany za działalność promocyjną, w najlepszym przypadku powierzchowny zrównoważony rozwój. Wciąż zbyt liczna grupa firm nie dostrzega potrzeby tworzenia strategii biznesowych w oparciu o swój wpływ społeczny i środowisko. Dominuje myślenie krótkodystansowe. Biznes rośnie w siłę kosztem wpływu na lokalne społeczności i ekologię.

Komunikację ze strony spółek Skarbu Państwa należy uznać za dalece niewystarczającą.

Potwierdza to zawartość ich stron internetowych, nastawionych przede wszystkim na promocję i pozyskanie inwestorów. Serwisy powinny być tworzone i aktualizowane pod kątem potrzeb wszystkich interesariuszy, w tym przypadku podkreślić należy rolę i znaczenie lokalnych społeczności i pracowników. Celem nadzoru właścicielskiego nad tymi przedsiębiorstwami przez MSP jest m.in. zapewnienie transparentności ich działań. **W obecnym kształcenie może natomiast dochodzić do sytuacji, w których Skarb Państwa czerpie pośrednio korzyści z naruszeń norm i standardów etycznych.** Bez odpowiednich regulacji prawnych, a także promocji dobrych praktyk, stosowanych z powodzeniem na zachodzie Europy, koncepcja społecznej odpowiedzialności pozostanie obietnicą bez pokrycia. Przykład bowiem zawsze powinien iść z góry.

89 <http://www.mg.gov.pl/node/21951>, dostęp: 14.09.2015.

90 *Raportowanie ESG w przedsiębiorstwach państwowych i spółkach z udziałem skarbu państwa. Analiza przygotowana dla rządowego Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw*, 2011, s. 6.

Raportowanie pozafinansowe i jego wrogowie

FUNDACJA CENTRUMCSR.PL

Pod koniec 2016 roku zaczną obowiązywać przepisy zmuszające wybrane firmy do raportowania swojej pozafinansowej działalności. To efekt unijnej dyrektywy. Ma ułatwić dostęp interesariuszom, m.in. konsumentom, pracownikom, kontrahentom, inwestorom do istotnych dla nich danych. Od dawna zabiegały o to m.in. organizacje pozarządowe z wielu krajów, w tym nasza fundacja oraz międzynarodowe sieci do których należymy (np. ECCJ). Sprawozdania będą musiały przedstawiać tzw. jednostki zainteresowania publicznego, m.in. z sektora bankowego, ubezpieczeniowego czy takie, które ze względu na profil swojego funkcjonowania lub wielkość, mają duże znaczenie i w istotny sposób oddziałują na społeczeństwo.

Już wiadomo, że w Polsce będzie to zaledwie ok. 300 firm. Nad dostosowaniem wymogów do polskiego prawa pracuje międzyresortowy zespół w Ministerstwie Gospodarki i w Ministerstwie Finansów. Warto przypomnieć, że przedstawiciele właśnie tych instytucji w czasie negocjacji w Radzie Europejskiej z powodzeniem współtworzyli tzw. mniejszość blokującą, która domagała się zawężenia liczby korporacji objętych nowymi wymogami.

Urzędnicy cały czas przekonują, że przedsiębiorstw nie powinno się do niczego zmuszać, a jedynie zachęcać je do podejmowania działań z zakresu CSR. W takim właśnie tonie odbywają się kolejne spotkania organizowanych przez nich grup roboczych czy konferencji. Przedstawiciele firm pojawiają się na nich wyłącznie jako przykłady do naśladowania. Nie jest poruszany wątek, dlaczego CSR jest tak ważny i do jakich konkretnie negatywnych konsekwencji społecznych i środowiskowych może prowadzić brak zobowiązań w tym zakresie.

15 września 2015 podczas spotkania „Biznes a wyzwania społeczne, środowiskowe i gospodarcze kraju. Rola i odpowiedzialność”, Grażyna Henclewska, podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki podkreślała: – Rola administracji publicznej to tworzenie sprzyjających okoliczności na rzecz zrównoważonego rozwoju biznesu. Z kolei podsekretarz z Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej tłumaczył, że dyskusja o społecznych dokonaniach biznesu i jego odpowiedzialności nadmiernie zdominowana jest przez czarną wizję trudnej sytuacji na rynku pracy. Chwalił za to firmy za przyłączenie się do szczytnej inicjatywy, jaką jest Karta Dużej Rodziny. Jeden z gości panelu słusznie zauważył, iż szkoda, że to praktycznie jedyne tak duże przedsięwzięcie na rzecz rodzin, jakim może pochwalić się biznes. Na dodatek nie powstało z woli firm. Te jedynie zgodziły się w nim uczestniczyć.

Przedstawiciele resortów podkreślają, że najważniejsza jest promocja dobrych praktyk. Z ich postawy wyłania się przekaz sugerujący, że powinniśmy być wdzięczni firmom za to, że robią cokolwiek. Zapytaliśmy Ministerstwo Finansów, dlaczego zamiast działać na rzecz jak najszerszych regulacji obligujących biznes do zrównoważonego rozwoju, przyjęło wprost przeciwną postawę. – Odnośnie zabiegania przez Polskę o zmniejszenie liczby firm zobowiązanych do raportowania informacji niefinansowych uprzejmiemy wyjaśniamy, iż takie podejście wynikało z przyjętego stanowiska Rządu wobec projektu ww. dyrektywy – tłumaczą urzędnicy. – Jego kluczowym uzasadnieniem był fakt, iż w warunkach polskiej gospodarki informacje niefinansowe w znikomym stopniu są brane pod uwagę przez inwestorów oraz fakt, iż dla spółek nienotowanych na giełdzie i nie będących jednostkami zainteresowania publicznego takie dodatkowe wymogi sprawozdawcze powodowałyby wzrost kosztów, co stoi w sprzeczności zarówno z unijnym programem redukcji obciążeń administracyjnych dla przedsiębiorstw jak też priorytetem polskiego Rządu o zmniejszaniu obciążeń administracyjnych dla podmiotów gospodarczych. W przypadku tych spółek nie byłoby ewidentnej tzw. wartości dodanej, gdyż nie są to spółki poszukujące inwestorów na rykach kapitałowych.

To wyjaśnienie pokazuje, że interesariusze firm zostali sprowadzeni przez administrację wyłącznie do inwestorów. Zapomniano, m.in. o konsumentach, pracownikach, organizacjach pozarządowych, z góry składając, że ich te dane nigdy nie zainteresują. Ministerstwa starają się też uchronić spółki przed dodatkowym kosztem wynikającym z konieczności przygotowania raportów. Warto podkreślić, że to przedsiębiorstwa notujące często wielomilionowe zyski. Dodatkowo podczas wspomnianej konferencji w Ministerstwie Gospodarki Paweł Tamborski, prezes zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, wyjaśniał, że kurs akcji przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie jest bardziej stabilny niż tych, które nie podejmują tego tematu. Są traktowane jako bardziej przewidywalne, mniej obciążone ryzykiem. To w praktyce pozwala podnosić ich kapitał na rynku.

Ministerstwo Finansów zorganizowało też tzw. pre-konsultacje, których wyniki mają być pomocne w toku prac legislacyjnych nad projektem przepisów wdrażających ww. dyrektywę. W połowie czerwca na swojej stronie internetowej zamieściło

ankietę, w której zapytało uczestników, m.in. czy obecnie korzystają z informacji finansowych przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, czy zamierzają w większym stopniu uwzględniać te niefinansowe czy dane powinny być poddawane weryfikacji przez podmioty świadczące usługi atestacyjne. W ankiecie wzięło udział zaledwie 53 respondentów, w tym 13 podmiotów jako użytkownicy informacji niefinansowych oraz 40 spółek.

Przedstawiciele resortu zapewniają jednak, że projekt założeń lub projekt ustawy o zmianie ustawy o rachunkowości (nie wiadomo jeszcze jaka formuła zostanie przyjęta), będzie przedstawiony do konsultacji publicznych czyli opublikowany na stronie nie krócej niż przez 14 dni. Prawdopodobnie będzie to pierwszy kwartał 2016 roku.

Należy zastanowić się nad zasadniczą sprawą. Skoro administracja nie chce stawiać spółkom żadnych wymagań, nie podnosi im wyżej poprzeczki, chwali je za jakiegokolwiek inicjatywy nawet nie analizując dogłębnie ich wartości, dlaczego w ogóle miałyby coś robić? Dla poklasku, sławy, z dobrego serca? To jakby powiedzieć uczniom, że odtąd mają przychodzić na lekcje nie dla ocen i frekwencji, a wyłącznie dla swojej satysfakcji. Czy następnego dnia rzeczywiście zjawiliby się w szkolnych ławach czy zostaliby w nich tylko prymusi?



Na zdj. zwalowisko odkrywki „Szczerców” w KWB Belchatów.

5

METODOLOGIA PROJEKTU

Projekt „Monitoring społecznej odpowiedzialności największych polskich przedsiębiorstw” jest kilkunastopowym niezależnym audytem społecznym biznesu. W badaniu przeanalizowano informacje dotyczące wybranych aspektów społecznej odpowiedzialności biznesu (12 wskaźników), które są dostępne na ich stronach internetowych wybranych do badania firm.

Na podstawie niezależnych rankingów opiniotwórczych magazynów – „Forbes”, „Rzeczpospolita”, „Polityka” – z wykorzystaniem wiedzy ekspertów z wielu dziedzin, wybranych zostało **227** firm w Polsce o istotnym znaczeniu. Kryterium wyboru nie były wyłącznie przychody przedsiębiorstwa, ale także liczba zatrudnionych w nim pracowników, rozpoznawalność marki oraz zakres oddziaływania na otoczenie – społeczne oraz środowisko. Każdemu z czynników przypisana została ta sama waga. W zestawieniu (pomimo potencjału gospodarczego) nie znalazły się podmioty, których zakres działań z zasady nie wpisuje się w ideę zrównoważonego rozwoju. Należą do nich m.in. koncerny tytoniowe, producenci wysokoprocentowych alkoholi oraz dostawcy broni. Ponad 20% listy firm stanowią Spółki Skarbu Państwa oraz Spółki Komunalne. W monitoringu brane są pod uwagę wyłącznie informacje publikowane przez firmy w języku polskim. Informacje publikowane w języku obcym (najczęściej języku angielskim) są potencjalnie niezrozumiałe dla istotnej części polskich interesariuszy, dlatego też nie mogą być uwzględniane w ocenie.

Badanie składa się z 2 etapów:

1. Analiza stron www przedsiębiorstw. Do wyszukiwania informacji użyliśmy prostych narzędzi, których może użyć potencjalny interesariusz

– wszelkich mechanizmów (np. wyszukiwarek treści) oraz linków udostępnianych przez firmy na swoich stronach internetowych, jak również wyszukiwarki Google.

2. Dialog z firmami i weryfikacja rezultatów. W celu potwierdzenia wygenerowanych przez badacza danych, ich treść (spełnienie określonych wskaźników „+/-/nd”) zostaje firmom przedstawiona do weryfikacji. W przypadku pominięcia przez badacza którejś z informacji lub/i zmiany po stronie firmy wskaźnika, informacja taka zostaje odnotowana na stronie www.centrumcsr.pl oraz w Raporcie Podsumowującym.

Na podstawie zebranych informacji przygotowany zostanie Raport Podsumowujący, zawierający komentarz do zebranych danych. Zestawienie wyników osiągniętych przez poszczególne firmy będzie także publikowane w Internecie w formie graficznej z wykorzystaniem specjalnie stworzonego narzędzia internetowego.

Opis wskaźników

Przed przystąpieniem do opisu poszczególnych wskaźników badania należy podkreślić, że zastosowane kryteria mają charakter ilościowy. Firma mogła otrzymać ocenę pozytywną za obecność określonej informacji, ocenę negatywną za jej brak, albo nie otrzymać oceny w ogóle, jeśli kryterium jej nie dotyczyło. W badaniu ocenialiśmy obecność informacji na stronach internetowych firm na zasadzie zero-jedynkowej. Ocena jakości przedstawionych informacji zawarta zostanie jako komentarz w Raporcie Podsumowującym.

W badaniu wykorzystano 12 wskaźników:

1. CSR w serwisie www

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która posiada podstronę/zakładkę dotyczącą działań z zakresu CSR/ zrównoważonego rozwoju.

2. Osoba odpowiedzialna za CSR w firmie

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która umożliwi kontakt z osobą kompetentną w sprawach społecznej odpowiedzialności biznesu. Aby otrzymać „+”, firma musi udostępnić bezpośredni kanał kontaktu (telefon, e-mail, formularz) do takiej osoby z podaniem jej imienia i nazwiska.

3. Polityka CSR

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która zamieści na swojej stronie deklarację dotyczącą realizowanej polityki CSR (oświadczenie zainteresowania kwestiami społecznej odpowiedzialności biznesu, kwestiami środowiskowymi lub zrównoważonym rozwojem).

4. Kodeks etyczny/ kodeks postępowania

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która opublikuje na swojej stronie kodeks postępowania (kodeks etyczny). Za taki kodeks uznaliśmy zbiór zasad firmy dotyczących relacji z klientami, pracownikami, dostawcami lub/i pozostałymi interesariuszami.

5. Raport społeczny

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która udostępniła w serwisie www aktualny raport społeczny (tj. nie starszy niż 2 lata; w przypadku jeśli firma określiła inaczej swój cykl raportowania – np. co 3 lata – mógł to być raport starszy). Za raport uznawaliśmy jakąkolwiek zagregowaną i opublikowaną formę informacji o oddziaływaniach firmy na interesariuszy i środowisko.

6. Raport społeczny oparty na standardach GRI

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która zastosowała w procesie raportowania wytyczne Global Reporting Initiative (GRI). Nie badaliśmy faktycznej zgodności raportu z tymi wytycznymi – aby otrzymać ocenę pozytywną wystarczyła informacja o zastosowaniu tych wytycznych na dowolnym poziomie zaawansowania.

7. Odniesienia do CSR w raporcie rocznym

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która w jakikolwiek sposób odniesie się w swoim raporcie rocznym do kwestii społecznej odpowiedzialności i kwestii związanych z ochroną środowiska (kryterium dotyczy wyłącznie spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie).

8. Ekologia

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która odniesie się do problematyki ochrony środowiska – tj. sposobu, w jaki stara się ograniczyć negatywny i optymalizować pozytywny wpływ na środowisko naturalne.

9. Łańcuch dostaw

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która zadeklarowała zastosowania przyjętych zasad CSR w relacjach z partnerami biznesowymi, np. dostawcami i podwykonawcami.

10. Prawa człowieka

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która na swojej stronie internetowej odniesie się do ochrony praw człowieka lub wskaże na prawa człowieka jako źródło zasad stosowanych w zakresie społecznej odpowiedzialności firmy. Przez prawa człowieka rozumiemy tu zarówno odniesienie to standardów pracy na każdym etapie wytwarzania przedmiotu/usługi (uwzględnienie podwykonawców w łańcuchu dostaw), ale także troskę o szeroko pojętych interesariuszy firmy. Spółka może otrzymać pozytywną notę również za przynależność do inicjatywy Global Compact.

11. Zwalczanie korupcji

Ocenę pozytywną otrzyma firma, która zamieści na swojej stronie informację dotyczącą problematyki korupcji, np. deklarację dążenia do eliminacji wszelkich form korupcji, publikację polityki w tym zakresie, regulującej m.in. kwestie przyjmowania prezentów, kontaktów z kontrahentami.

12. Rezultaty potwierdzone przez firmę

Kryterium otrzymania oceny pozytywnej było potwierdzenie przez firmę otrzymanych w e-mailu wyników badania. Wskaźnik ten ma charakter informacyjny.

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
1	ABB POLSKA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
2	ACCOR POLSKA	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
3	ADECCO POLAND SP. Z O.O	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	+	+	+	-	ND	ND	-	-	+	+	+
4	AGENCJA ROZWOJU PRZEMYSŁU SA. OD. W TARNOBZEGU / SSE TARNOBZESKA/ EURO-PARK WISŁOSAN	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
5	AGENCJA ROZWOJU PRZEMYSŁU SA. ODD. W MIELCU / SSE EURO-PARK MIELEC	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
6	AGENCJA ZATRUDNIENIA TRENKWALDER	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
7	AGORA SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	-	-	-	ND	+	-	-	-	-	-
8	ALSTOM POLSKA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
9	AMAZON	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
10	AMICA WRONKI SA	RTV/AGD	-	-	-	-	-	ND	-	+	-	-	-	+
11	AMLUX SP. Z O. O.	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
12	AMREST HOLDINGS SE	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	+
13	ANIMEX – ANIMPOL SF SP. Z O.O. SP.K.	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
14	AQUANET SA	USŁUGI KOMUNALNE	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
15	ARCELORMITTAL POLAND SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
16	AUCHAN POLSKA SP. Z.O.O.	HANDEL	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
17	BAKOMA SP. Z.O.O.	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
18	BANK BGŻ BNP PARIBAS	FINANSE	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
19	BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO	FINANSE	+	+	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	+
20	BANK HANDLOWY W WARSZAWIE SA	FINANSE	+	-	-	+	-	ND	+	+	-	+	+	-
21	BANK ZACHODNI WBK SA	FINANSE	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
22	BONARKA CITY CENTER	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
23	BRIDGESTONE POZNAŃ SP. Z O.O.	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
24	BSH SPRZĘT GOSPODARSTWA DOMOWEGO SP. Z O.O.	RTV/AGD	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
25	BYŚ - WOJCIECH BYŚKINIEWICZ	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	+	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
26	BYTOM SA	MODA I TEKSTYLIA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
27	CARREFOUR POLSKA SP. Z.O.O.	HANDEL	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
28	CENTRUM HANDLOWE ARKADIA W WARSZAWIE	HANDEL	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
29	CENTRUM HANDLOWE ZŁOTE TARASY W WARSZAWIE	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
30	CENTRUM MEDYCZNE ENEL-MED SA	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	-	+	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
31	COLIAN HOLDING SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	+	-	-	ND	-	+	+	-	-	+
32	CTL LOGISTICS SP. Z OO	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
33	DB SCHENKER SP. Z O.O	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	-
34	DHL GLOBAL FORWARDING SP. Z O.O	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
35	DOM DEVELOPMENT SA	BUDOWNICTWO	+	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
36	DPD POLSKA	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	+
37	DRUTEX SA	BUDOWNICTWO	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
38	EKOTRADE SP. Z.O.O.	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
39	ELECTROLUX POLAND SP. Z O. O.	RTV/AGD	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
40	ENEA SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
41	ENERGA SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
42	FALCK MEDYCYNĄ SP. Z O.O.	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	-	-	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
43	FAMUR	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
44	FAURECIA AUTOMOTIVE POLSKA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
45	FEDEX EXPRESS	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
46	FIAT AUTO POLAND SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
47	FIRMA OPONIARSKA DĘBICA SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	-	-	-	-	-	ND	+	+	-	-	-	+
48	FLEXTRONICS SA	RTV/AGD	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
49	GINO ROSSI SA	MODA I TEKSTYLIA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
50	GK AB SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	+	-	-	ND	+	+	-	+	-	-
51	GK ACTION SA	RTV/AGD	+	-	-	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
52	GK ARCTIC PAPER SA	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	-	+	+	-	ND	+	+	+	+	+	-
53	GK ASSECO POLAND SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
54	GK BANKU BPH SA	FINANSE	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
55	GK BANKU MILLENNIUM SA	FINANSE	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
56	GK BANKU PEKAO SA	FINANSE	+	-	+	+	-	ND	+	+	+	+	+	+
57	GK BLACK RED WHITE SA	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
58	GK BORYSZEW SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	-	+	+	-	ND	-	+	+	+	+	-
59	GK CCC SA	MODA I TEKSTYLIA	+	-	-	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
60	GK COMARCH SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
61	GK CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA SA	FINANSE	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
62	GK FORTE SA	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	-	-	-	-	ND	-	+	-	-	-	-
63	GK GETIN NOBLE BANKU SA	FINANSE	+	-	-	+	-	ND	+	-	+	+	+	-
64	GK GRUPY AZOTY SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
65	GK HORTEX HOLDING SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
66	GK INDYKPOL SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	+	-	-	ND	+	+	-	+	-	+
67	GK ING BANKU ŚLĄSKIEGO SA	FINANSE	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
68	GK INTER CARS SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	-	-	-	ND	+	+	-	-	-	-
69	GK JASTRZĘBSKIEJ SPÓŁKI WĘGLOWEJ SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	-	+	-	+	-	-	+	-	+	-	-
70	GK KOPEX SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-
71	GK LPP SA	MODA I TEKSTYLIA	+	+	+	+	-	ND	-	+	+	+	-	-
72	GK LUBELSKI WĘGIEL BOGDANKA SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
73	GK MARVIPOL	BUDOWNICTWO	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
74	GK NETIA SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-
75	GK NFI EMPIK MEDIA&FASHION SA	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
76	GK NSG (PILKINGTON)	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	-	+	-
77	GK PELION SA	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
78	GK PGNIG	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
79	GK PKO BP SA	FINANSE	+	+	+	-	-	ND	+	+	-	+	-	+
80	GK POLIMEX-MOSTOSTAL SA	BUDOWNICTWO	+	-	+	+	-	ND	-	+	+	+	+	-
81	GK POLSKA GRUPA ENERGETYCZNA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+
82	GK POLSKI KONCERN MIĘSNY DUDA SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
83	GK SAINT GOBAIN	BUDOWNICTWO	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
84	GK SOKOŁÓW (SOKOŁOWSKIE ZAKŁADY MIĘSNE SA)	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
85	GK TAURON POLSKA ENERGIA SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+
86	GK TVN SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	+	+	-	ND	-	-	-	+	+	-
87	GK WORK SERVICE SA	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	+	+	-	+	+	-	+	-	+	-	-
88	GK ZESPOŁU ELEKTROWNI PĄTNÓW-ADAMÓW-KONIN SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	-	-	-	-	-	ND	-	+	-	-	-	-
89	GRUPA ADAMED	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	+	+
90	GRUPA ALLEGRO	HANDEL	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
91	GRUPA ALLIANZ	FINANSE	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	+
92	GRUPA AVIVA	FINANSE	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	+	-	+

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
93	GRUPA BARLINEK	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	+	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
94	GRUPA BUDIMEX SA	BUDOWNICTWO	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	-
95	GRUPA CIECH	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	-	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
96	GRUPA EUROCASH SA	HANDEL	+	-	+	-	-	ND	+	+	+	+	+	-
97	GRUPA FAKRO	BUDOWNICTWO	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	+
98	GRUPA IMPEL	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	-	+	-	ND	-	+	-	+	-	-
99	GRUPA KAPITAŁOWA INTEGER.PL SA	TRANSPORT I LOGISTYKA	-	-	-	-	-	ND	+	+	-	+	-	+
100	GRUPA KĘTY	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	+	+	+	-	ND	+	+	-	+	+	+
101	GRUPA KONSPOL	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
102	GRUPA LOTOS SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
103	GRUPA LUX MED	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
104	GRUPA MASPEX WADOWICE	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
105	GRUPA MEDICOVER	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	-	+	-	-	ND	ND	-	-	+	-	+
106	GRUPA MLEKOVITA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	+	+	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
107	GRUPA POLSKI SZPITAL SA	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
108	GRUPA PZU SA	FINANSE	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
109	GRUPA RABEN POLSKA	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
110	GRUPA SANOFI W POLSCE	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
111	GRUPA SELENA FM SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
112	GRUPA SOLID	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
113	GRUPA TZMO SA (TORUŃSKIE ZAKŁADY MATERIAŁÓW OPATRUNKOWYCH SA)	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
114	GRUPA VALEO	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
115	GTC GLOBE TRADE CENTER SA	BUDOWNICTWO	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
116	HENKEL POLSKA SP. Z O.O.	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
117	HILTON WORLDWIDE POLSKA	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
118	HOTEL GOŁĘBIEWSKI	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
119	IKEA INDUSTRY POLAND	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
120	IKEA RETAIL SP. Z O.O.	HANDEL	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
121	INDESIT COMPANY POLSKA SP. Z O.O.	RTV/AGD	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
122	INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
123	INTERNATIONAL PAPER - KWIDZYN SP. Z O. O.	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
124	ISS POLSKA	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
125	J.W. CONSTRUCTION HOLDING SA	BUDOWNICTWO	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
126	JABIL CIRCUIT POLAND. SP. Z O.O.	RTV/AGD	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
127	JERONIMO MARTINS POLSKA SA	HANDEL	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
128	KATOWICKIE WODOCIĄGI SA	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
129	KGHM POLSKA MIEDŹ SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
130	KINGFISHER SOURCING EASTERN EUROPE	HANDEL	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
131	KOMPANIA WĘGLOWA SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
132	KONSALNET SECURITY SP. Z O.O.	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	+	-	-
133	KRAJOWA SPÓŁKA CUKROWA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	+	-	+	+	ND	+	+	+	+	-
134	LG ELECTRONICS POLSKA	RTV/AGD	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
135	LIDL POLSKA SKLEPY SPOŻYWCZE SP. Z O.O. SP. K.	HANDEL	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	-	+
136	LOUVRE HOTELS GROUP	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
137	MAN BUS SP. Z O.O.	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
138	MANPOWER GROUP W POLSCE	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
139	MANTA SA	RTV/AGD	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
140	MANUFATURA ŁÓDŹ	HANDEL	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
141	MBANK SA	FINANSE	+	+	+	-	-	ND	+	+	-	+	+	+
142	MCDONALD'S POLSKA SP. Z O.O.	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
143	METRO GROUP W POLSCE	HANDEL	-	-	-	+	-	ND	ND	-	+	+	+	-
144	MICHELIN POLSKA SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	-
145	MICROSOFT SP. Z O.O.	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	-	-	-	ND	ND	+	+	+	+	-
146	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO GOSPODARKI KOMUNALNEJ W KATOWICACH SP. Z O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
147	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO KOMUNIKACYJNE W POZNANIU SP. Z O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
148	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO OCZYSZCZANIA W KRAKOWIE SP. Z O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
149	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO OCZYSZCZANIA W WARSZAWIE SP. Z O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
150	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI SP. Z O.O. W KRAKOWIE	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
151	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI W WARSZAWIE SA	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
152	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI WE WROCŁAWIU SA	USŁUGI KOMUNALNE	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	+
153	MIEJSKIE ZAKŁADY AUTOBUSOWE SP Z O.O	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
154	MIESZKO SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
155	MONDI ŚWIECIE SA	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	+	-
156	MONNARI TRADE SA	MODA I TEKSTYLIA	+	-	-	-	-	ND	+	-	-	-	-	+
157	MORPOL SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
158	NEWAG SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	+	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
159	NOWY STYL SP. Z O.O.	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
160	OPEL POLSKA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	+
161	ORANGE POLSKA SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
162	OTCF SP. Z O.O.	MODA I TEKSTYLIA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
163	P4 SP.Z.O.O.	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
164	PAGED MEBLE SA	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
165	PANATTONI EUROPE	BUDOWNICTWO	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
166	PAŃSTWOWE GOSPODARSTWO LEŚNE „LAS Y PAŃSTWOWE”	PRZEMYSŁ DRZEWNY I PAPIERNICZY	+	-	+	-	-	ND	ND	+	+	+	-	+
167	PKN ORLEN SA	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
168	PKP SA POLSKIE KOLEJE PAŃSTWOWE	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	+	+	-	ND	+	+	+	+	+	+
169	PLL LOT SA	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
170	POCZTA POLSKA SA	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	+	+
171	POJAZDY SZYNOWE PESA BYDGOSZCZ SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
172	POLKOMTEL SP. Z.O.O.	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
173	POLNORD SA	BUDOWNICTWO	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
174	POLSKIBUS	TRANSPORT I LOGISTYKA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	+	-	-
175	PROLOGIS POLAND	BUDOWNICTWO	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
176	PROVIDENT POLSKA SA	FINANSE	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
177	PRÓCNIK SA	MODA I TEKSTYLIA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
178	PRZEWOZY REGIONALNE SP. Z O.O.	TRANSPORT I LOGISTYKA	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
179	RAFAKO SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
180	RAIFFEISEN POLBANK	FINANSE	+	-	-	+	-	ND	+	+	+	+	+	+

LP.	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
181	RANDSTAD POLSKA SP. Z O.O	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
182	REDAN SA	MODA I TEKSTYLIA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
183	REMONDIS SP.Z.O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
184	ROSSMANN SUPERMARKETY DROGERYJNE POLSKA SP. Z O.O.	HANDEL	+	+	+	-	+	+	ND	+	+	+	-	-
185	RUCH S.A.	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
186	RWE POLSKA S.A.	SUROWCE, PALIWA I ENERGETYKA	+	-	+	+	+	-	ND	+	-	+	+	+
187	SAMSUNG ELECTRONICS POLSKA SP. Z O.O.	RTV/AGD	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
188	SANOCKIE ZAKŁADY PRZEMYSŁU GUMOWEGO STOMIL SANOK SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	-	-	+	-	-	ND	-	+	-	-	-	-
189	SECURITAS POLSKA SP. Z O. O.	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	+	-	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
190	SFINKS POLSKA SA	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	+
191	SHARP ELECTRONICS (EUROPE) GMBH SPÓŁKA Z O. O	RTV/AGD	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
192	SILESIA CITY CENTER W KATOWICACH	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
193	SITA POLSKA SP. Z O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
194	SM MLEKPOL	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	-	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-
195	SOLARIS BUS & COACH SA	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	+	-	-	+
196	SSE KAMIENNOGÓRSKA / SSE MAŁEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
197	SSE KATOWICKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
198	SSE KOSTRZYŃSKO-SŁUBICKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
199	SSE KRAKOWSKA / KRAKOWSKI PARK TECHNOLOGICZNY SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
200	SSE LEGNICKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
201	SSE ŁÓDZKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	+	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
202	SSE POMORSKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
203	SSE SŁUPSKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	+	+	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	+
204	SSE STARACHOWICKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
205	SSE SUWALSKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
206	SSE WAŁBRZYSKA „INVESTPARK” SP. Z O.O.	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
207	SSE WARMIŃSKO MAZURSKA SA	SPECJALNE STREFY EKONOMICZNE	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
208	STARWOOD HOTELS AND RESORTS	HORECA, SPRZĄTANIE, OCHRONA, AGENCJE PRACY	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+
209	STARY BROWAR W POZNANIU	HANDEL	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	+

LP:	FIRMA	BRANŻA	Dział CSR w serwisie www	Osoba odpowiedzialna za CSR	Polityka CSR	Kodeks etyczny	Raport społeczny	GRI	CSR w raporcie rocznym (GPW)	Ekologia	Łańcuch dostaw	Prawa człowieka	Korupcja	Rezultaty potwierdzone
210	STRABAG SP. Z O.O.	BUDOWNICTWO	+	-	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
211	SYNTHOS SA	PRZEMYSŁ CHEMICZNY	+	-	+	+	-	ND	-	+	+	+	+	+
212	T-MOBILE SP. Z O.O.	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	+	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	+
213	TESCO W POLSCE	HANDEL	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
214	TOYOTA MOTOR MANUFACTURING POLAND SP. Z O.O.	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	-
215	TRAMWAJE WARSZAWSKIE SP. Z O.O.	USŁUGI KOMUNALNE	-	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
216	UPC POLSKA SP. Z O.O.	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	+	-	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
217	UPS POLSKA	TRANSPORT I LOGISTYKA	+	-	+	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
218	VECTRA SA	MEDIA, KOMUNIKACJA I IT	+	-	+	-	-	ND	ND	-	-	+	-	-
219	VEOLIA POLAND	USŁUGI KOMUNALNE	+	-	+	+	-	ND	ND	+	-	+	+	-
220	VISTULA GROUP SA	MODA I TEKSTYLIA	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
221	VOLKSWAGEN POZNAŃ SP. Z O.O.	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	+	+	+	-	ND	ND	+	+	+	+	+
222	WAWEL SA	PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY	-	-	-	-	-	ND	-	-	-	-	-	-
223	WHIRLPOOL POLSKA SP Z O.O.	RTV/AGD	-	-	-	-	-	ND	ND	-	-	-	-	-
224	WOJAS SA	MODA I TEKSTYLIA	+	-	+	-	-	ND	-	+	-	+	-	-
225	ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLPHARMA SA	SŁUŻBA ZDROWIA I FARMACJA	+	+	+	+	+	+	ND	+	+	+	+	+
226	ZF TRW AUTOMOTIVE HOLDINGS CORP	PRZEMYSŁ METALOWY, MASZYNOWY I SAMOCHODOWY	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	+	-	-
227	ŻABKA POLSKA SP. Z O. O.	HANDEL	+	-	-	-	-	ND	ND	+	-	-	-	-

Tabela 17: Tabela zbiorcza

Autorzy zdjęć:

1. Andrzej Bąk, Stowarzyszenie Zielony Żurawłów	2
2. Anna Uciechowska, na licencji CC BY-SA 3.0 w commons.wikimedia.org	22
3. Stowarzyszenie „Stop Bankowemu Bezprawiu”	25
4. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	30
5. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	32
6. Zbynek Hrbata, zbynek.see.me	33
7. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	37
8. OZZ Inicjatywa Pracownicza	44
9. Echo Electronics na licencji CC BY-NC-SA 2.0 w HK/ flickr/gp314/	46
10. Tomasz Gutra, Tygodnik Solidarność	48
11. Dariush na licencji CC BY-NC-ND 2.0 w flickr.com	50
12. Stowarzyszenie „Stop Bankowemu Bezprawiu”	54
13. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	55
14. Profil NSZZ Solidarność Pracowników Ochrony na Facebooku	59
15. Ema Vlckova	66
16. Kowal kowal na licencji CC BY-SA 3.0 w commons.wikimedia.org	69
17. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	71
18. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	72
19. Tomasz Gutra, Tygodnik Solidarność	75
20. Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu	77
21. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	81
22. OZZ Inicjatywa Pracownicza	86
23. Flickr Simon Fraser University, na licencji CC BY 2.0 (!)	90
24. Fotopolska.eu, na licencji CC BY-SA 2.0 w commons.wikimedia.org	91
25. Andrzej Bąk, Stowarzyszenie Zielony Żurawłów	94
26. Grzegorz Piskalski / Fundacja CentrumCSR.PL	97
27. Hubert Waguła na licencji CC BY-SA 3.0 w commons.wikimedia.org	102
28. Crusier na licencji CC BY-SA 3.0 w commons.wikimedia.org	105
29. Krzych.w, na licencji CC BY-SA 4.0 w commons.wikimedia.org	108

Kim jesteśmy?

Fundacja CentrumCSR.PL istnieje od 2006 r. Zajmuje się upowszechnianiem wiedzy, prowokowaniem debaty publicznej oraz lobbingsiem w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu i stosowania zrównoważonych zamówień publicznych. Specjalizuje się w realizacji działań monitoringowych, badań, organizacji szkoleń i seminariów. Rokrocznie organizuje po kilkanaście wydarzeń gromadzących łącznie kilkaset osób.



Grzegorz Piskalski – Grzegorz Piskalski – autor metodologii monitoringu oraz raportu. Prezes Zarządu Fundacji CentrumCSR.PL, ekspert w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, autor publikacji i artykułów, menadżer projektów, aktywista 3. sektora, zaangażowany w polskie i europejskie platformy organizacji, członek zarządu Grupy Zagranica.

Inicjator wielu nowatorskich polskich i międzynarodowych projektów propagujących demokratyzację procesów ekonomicznych. Jako ekspert pracował dla organizacji pozarządowych, związków zawodowych oraz izb gospodarczych.

W ostatnich latach przeprowadził w Polsce innowacyjne projekty badawcze i edukacyjne międzynarodowych konsorcjów, m.in. „Facing Finance”, dotyczący roli praw człowieka w polityce inwestycyjnej instytucji finansowych, „Electronics Watch” propagujący etyczne zamówienia publiczne elektroniki użytkowej (oba finansowane przez UE w ramach Programu EuropeAid), duże projekty monitoringowe dotyczące stosowania zrównoważonych zamówień publicznych w Polsce i jakości społecznej odpowiedzialności biznesu w największych polskich firmach (finansowane ze środków EOG).

Magister stosunków międzynarodowych (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu), absolwent studiów podyplomowych z dziedziny integracji europejskiej oraz praw człowieka.



Marta Czapnik – badaczka w Fundacji CentrumCSR.PL, realizatorka monitoringu społecznej odpowiedzialności firm. Zajmuje się analizą zamówień publicznych pod kątem klauzul społecznych i środowiskowych oraz monitorowaniem CSR największych przedsiębiorstw w Polsce. Doktorantka Uniwersytetu Warszawskiego. Z wykształcenia socjolog. Prywatnie interesuje się problematyką szeroko pojętej inkluzji społecznej środowisk marginalizowanych.



Bartłomiej Kozek – specjalista do spraw komunikacji w Fundacji CentrumCSR.PL. Odpowiedzialny za promowanie działań organizacji, m.in. komunikację z mediami, obsługę strony internetowej oraz mediów społecznościowych. Absolwent wiedzy o kulturze w Instytucie Kultury Polskiej Uniwersytetu Warszawskiego. Publicysta magazynu „Zielone Wiadomości” oraz Trybuna.eu. Polski korespondent Zielonego Magazynu Europejskiego. Pasjami czyta o XIX wieku oraz I wojnie światowej.



Tadeusz Joniewicz – koordynator projektu „Wzmocnienie monitoringu zrównoważonych zamówień publicznych w Polsce” oraz projektu „Procure IT Fair” w Fundacji CentrumCSR.PL. Zajmuje się pisaniem raportów, case’ów, organizacją spotkań. Jest absolwentem Instytutu Nauk Politycznych oraz Studium Europy Wschodniej Uniwersytetu Warszawskiego. Oprócz CSR interesuje się integracją Bałkanów Zachodnich z UE, lubi podróżować, jest przewodnikiem turystycznym po Bieszczadach i Beskidzie Niskim.



Monitoring
zrównoważonych
zamówień publicznych
w Polsce

Zachęcamy do zapoznania się ze stroną internetową projektu:
„Wzmocnienie monitoringu zrównoważonych zamówień w Polsce”
realizowanego w ramach programu Obywatele dla Demokracji,
finansowanego z Funduszy EOG.

www.monitoringzpz.pl



Publikacja wydana w ramach projektów:

„Monitoring społecznej odpowiedzialności największych polskich przedsiębiorstw”, realizowanego w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG

„Upowszechnienie społecznej odpowiedzialności biznesu jako narzędzia partycypacji publicznej i standardu dialogu przedsiębiorstw z otoczeniem społecznym”, realizowanego w ramach Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.

Publikacja wyraża wyłącznie poglądy autorów i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem instytucji finansujących projekt.

Materiał przeznaczony do dystrybucji nieodpłatnej.

Materiał wydrukowany na papierze spełniającym warunki Certyfikatu FSC.

ISBN: 978-83-937969-4-6