



WYKORZYSTANIE KONCEPCJI SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W SPÓLKACH Z UDZIAŁEM SKARBU PAŃSTWA NA PRZYKŁADZIE ZARZĄDU MORSKIEGO PORTU GDYNIA S.A.

Agata Kaszuba

Streszczenie

Celem artykułu jest wskazanie znaczenia koncepcji CSR w spółkach z udziałem Skarbu Państwa. Można założyć, iż spółki te mogą być pierwszymi, które legislacyjne powinny podlegać obowiązkowi raportowania działań z zakresu CSR, stąd też stanowią specyficzną grupę przedsiębiorstw. Ponadto wybrany dla celów artykułu przykład – Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. (ZMPG S.A.) – ze względu na swą działalność na styku interesów społecznych i gospodarczych z dużym naciskiem na kwestie ochrony środowiska, powinien być podmiotem szczególnie predysponowanym do stosowania działań społecznie odpowiedzialnych. W artykule wskazano obszary, w jakich ZMPG S.A. realizuje zasady koncepcji CSR oraz jakie istnieją bariery i potrzeby z tym związane.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A.

Wstęp

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. corporate social responsibility – CSR) jest szeroko opisywana w literaturze przedmiotu. Nabiera ona szczególnego znaczenia jako narzędzie konkurowania na rynku. Okazuje się, że nie tylko działania czysto ekonomiczne kształtują pozycję przedsiębiorstwa na rynku, działania z zakresu odpowiedzialności społecznej względem jej interesariuszy stanowią istotne determinanty sukcesu. Celem artykułu jest wskazanie znaczenia koncepcji CSR w spółkach z udziałem Skarbu Państwa. Można założyć, iż spółki te mogą być pierwszymi, które legislacyjne powinny podlegać obowiązkowi raportowania działań z zakresu CSR, stąd też stanowią specyficzną grupę przedsiębiorstw. Ponadto wybrany dla celów artykułu przykład – Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. (ZMPG S.A.) – ze względu na swą działalność na styku interesów społecznych i gospodarczych z dużym naciskiem na kwestie ochrony środowiska, powinien być podmiotem szczególnie predysponowanym do stosowania działań społecznie odpowiedzialnych.

1. Podstawowe założenia koncepcji CSR

Koncepcja CSR (ang. corporate social responsibility – CSR) jest w centrum zainteresowań wielu badaczy. Powstało wiele opracowań naukowych i praktycznych raportów/analiz opisujących zastosowanie koncepcji CSR w organizacjach, korzyści z tego wynikające, ale i bariery oraz ograniczenia. W kontekście wielości badań nad tematyką CSR powstało także wiele określeń definiujących istotę koncepcji. Warto jednak bazować na określeniu zawartym w opublikowanym przez Komisję Europejską w październiku 2011 roku komunikacie ws. odnowionej strategii UE na lata 2011-2014 dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. W dokumencie tym przyjęto nową definicję społecznej odpowiedzialności, określając ją jako „odpowiedzialność przedsiębiorstwa za jego wpływ na społeczeństwo”¹. Nowa definicja bazuje na normie ISO 26 000, która systematyzuje wiedzę na temat szeroko rozumianej społecznej odpowiedzialności biznesu. Norma ta jest uniwersalna i może być wykorzystywana przez różne organizacje (przedsiębiorstwa, organizacje non profit, samorządy itd.). Definiuje koncepcję społecznej odpowiedzialności jako “odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko”, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa,
- bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy,
- jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania,
- jest spójne z organizacją i praktykowane w jej relacjach².

W celu doprecyzowania zaleceń normy ISO 26 000 zdefiniowano obszary społecznej odpowiedzialności, wśród których wymienia się³:

1. ład organizacyjny – to zasady i normy związane z szeroko rozumianym zarządzaniem przedsiębiorstwem, mające na celu poprawę efektywności zarządzania organizacją z uwzględnieniem interesu społecznego, poszanowania interesariuszy oraz zasad etycznych,
2. prawa człowieka – zgodnie z normą każda organizacja powinna działać w poszanowaniu wszystkich praw człowieka oraz jego godności, w szczególności praw obywatelskich, politycznych, ekonomicznych, socjalnych i kulturowych;
3. stosunki pracy – poprawne stosunki w pracy powinny obowiązywać wewnątrz organizacji, ale i poza nią – obejmują więc innych interesariuszy organizacji, niż tylko jej pracowników: podwykonawców, dostawców, konkurentów itd.;
4. środowisko – kwestie ochrony środowiska naturalnego dotyczą przede wszystkim zmniejszenia i adaptacji zmian klimatycznych oraz ochrony i regeneracji środowiska naturalnego, czyli w szczególności dbałości o jak najmniejszą skalę zanieczyszczeń emitowanych do środowiska oraz podejmowanie wszelkich kroków zmniejszających poziom zużycia zasobów naturalnych, będącego wynikiem działalności organizacji;
5. sprawiedliwe praktyki rynkowe – to w szczególności etyczne zachowania przedsiębiorstwa w relacjach z innymi organizacjami, w tym z organizacjami rządowymi, partnerami, dostawcami, wykonawcami, konkurentami oraz zrzeszeniami, których jest członkiem; chcąc być postrzegana jako podmiot stosujący uczciwe praktyki rynkowe, organizacja powinna realizować dobre praktyki służące przeciwdziałaniu nieuczciwej konkurencji, uczciwej współpracy oraz poszanowaniu praw własności, a także powinna promować aktywnie zasady odpowiedzialności społecznej w swoim otoczeniu;

¹ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela, dnia 25.10.2011 KOM(2011) 681 wersja ostateczna, s. 7, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:PL:PDF>, (dostęp 01.03.14 r.).

² <http://www.odpowiedzialnafirma.pl/o-csr/iso-26000>, (dostęp 22.02.14 r.).

³ <http://www.csrinfo.org/pl/component/content/article/2590-iso-26000-nareszcie-precyzyjna-definicja-csr> oraz <http://www.parp.gov.pl/index/index/1711>, (dostęp 20.01.14 r.).

6. relacje z konsumentami – dotyczą uczciwości i transparentności wobec konsumentów, stosowania uczciwych praktyk w zakresie marketingu produktów, uczciwych warunków umów oraz obiektywnej i rzetelnej informacji; równie ważne jest zaangażowanie organizacji w edukację rynku, w kwestie ochrony zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów, w jakość obsługi i wsparcia oraz rozpatrywania reklamacji,
7. zaangażowanie społeczne – przedsiębiorstwo powinno aktywnie wspierać społeczności lokalne, przyczyniając się do rozwiązywania ich problemów, szczególnie takich, które dotyczą jego pracowników i innych interesariuszy; należy prowadzić dialog społeczny, który z kolei angażować będzie organizacje społeczne w proces planowania i realizacji projektów społecznych, uwzględniać przy wyborze kierunków zaangażowania realne potrzeby społeczne, w tym podejmowanie inwestycji społecznych w takich obszarach, jak edukacja i kultura, zdrowie, rozwój i dostęp do technologii.

Z powyżej opisanych obszarów, w których działania organizacji powinny cechować się społeczną odpowiedzialnością, wynikają interesariusze działań społecznie odpowiedzialnych, wśród których najczęściej wymienia się⁴: właścicieli (akcjonariuszy), pracowników, klientów, dostawców, pośredników, lokalne społeczności, kredytodawców, konkurentów, instytucje rządowe i samorządowe, instytucje międzynarodowe, organizacje społeczne, media, organizacje gospodarcze, opinię publiczną. To właśnie względem tych grup interesariuszy organizacje formułują swoje cele w kontekście stosowanych strategii działania i coraz częściej te cele mają wymiar nie tylko ekonomiczny, ale i w dużej mierze społeczny. Dostrzeżenie, iż jednym z determinantów osiągnięcia celów ekonomicznych jest spełnienie celów społecznych, wydaje się być bardzo istotnym w formułowanych strategiach działania organizacji⁵.

Na ścisły związek między wartościami ekonomicznymi i społecznymi w organizacji zwracają uwagę M. E. Porter i M. R. Kramer, tworząc pojęcie wartości ekonomiczno - społecznej (ang. creating shared value – CSV). Pod pojęciem wartości ekonomiczno - społecznej autorzy tej idei rozumieją procedury i praktyki operacyjne, które zwiększają konkurencyjność przedsiębiorstwa i jednocześnie korzystnie wpływają na ekonomiczne i społeczne warunki działania ludzi. CSV opiera się na następujących zasadach:

- wartość to ekonomiczne i społeczne korzyści w stosunku do kosztów;
- wytwarzanie wartości przez przedsiębiorstwo odbywa się wspólne z lokalną społecznością;
- tworzenie wartości ekonomiczno – społecznej jest nierozdzielnie związane z konkurencyjnością;
- tworzenie wartości ekonomiczno-społecznej wiąże się z maksymalizacją zysku;
- plan działania jest właściwy dla danego przedsiębiorstwa i jest odpowiedzią na jego potrzeby;
- urzeczywistnienie wartości ekonomiczno-społecznej wymaga rekonstrukcji całego budżetu przedsiębiorstwa⁶.

Powyżej przytoczone zasady określające wartość ekonomiczno-społeczną przedsiębiorstwa (CSV) są rozwinięciem samej koncepcji CSR w kontekście uzyskiwanej wartości rynkowej związanej z działalnością każdego przedsiębiorstwa. Uzasadniają potrzebę i korzyść długofalową stosowania działań CSR w każdym przedsiębiorstwie, niezależnie od formy i skali działalności, pokazując, iż działania te są w stanie znacząco poprawić wyniki finansowe przedsiębiorstw.

⁴ J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009, s. 80.

⁵ Patrz szerzej w: A. Kaszuba, *Koncepcja społecznej odpowiedzialności organizacji w procesie formułowania strategii przedsiębiorstw*, „Zarządzanie i Edukacja”, Warszawa 2011, numer 76-77, s. 19-32.

⁶ M. E. Porter, M. R. Kramer, *Tworzenie wartości dla biznesu i społeczeństwa*, „Harvard Business Review Polska”, maj 2011, s. 36-57.

2. Koncepcja CSR w przedsiębiorstwach państwowych i spółkach z udziałem Skarbu Państwa

W polityce unijnej koncepcja społecznej odpowiedzialności ma wysoką rangę i upatruje się w niej szansy na zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw UE. Ważne jest więc właściwe spełnianie jej założeń i w sposób rzetelny i ogólnie dostępny raportowanie danych z nią związanych. Mimo, iż w Polsce raportowanie danych odnoszących się szeroko do koncepcji CSR ma charakter dobrowolny, istnieje potrzeba stworzenia spójnego wzoru raportowania dla wszystkich organizacji.

W dokumencie Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw zatytułowanym „Rekomendacje w zakresie wdrażania założeń koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Polsce” z 23 maja 2011 roku zwrócono uwagę na konieczność zwiększenia poziomu ujawniania danych ESG, czyli poszerzenia sprawozdawczości finansowej o dane w obszarze środowiskowym (ang. E – environment), społecznym (ang. S - social) oraz ładu korporacyjnego (ang. G - governance). W pierwszej kolejności zaproponowano skierowanie działań w tym zakresie do przedsiębiorstw państwowych (pp) i spółek z udziałem Skarbu Państwa (SP).

W celu zidentyfikowania potrzeb i barier w obszarze sprawozdawczości z zakresu CSR, na zlecenie Ministerstwa Gospodarki w październiku-listopadzie 2011 r. powstało opracowanie zespołu ekspertów firmy doradczej Accreo Taxand oraz dostawcy usług w zakresie Odpowiedzialnego Inwestowania GES Investment Services. Publikacja pt. „Raportowanie ESG w przedsiębiorstwach państwowych i spółkach z udziałem Skarbu Państwa” została przygotowana w ramach Grupy Roboczej ds. Odpowiedzialnych Inwestycji, działającej przy rządowym Zespole ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw.

Przygotowany raport składa się z trzech części. W pierwszej zostały uwypuklone najważniejsze informacje dotyczące zagadnienia raportowania kwestii ESG oraz znaczenia danych pozafinansowych dla analityków z rynków finansowych oraz pozostałych interesariuszy. Wskazane zostały kraje Unii Europejskiej wyróżniające się w poziomie raportowania danych ESG. Francja była pierwszym krajem, który już w latach 70-tych XX wieku zobowiązał spółki publiczne do publikowania tzw. przeglądu społecznego. Wielka Brytania jako jedna z pierwszych wdrożyła dyrektywę Modernizacji Rachunkowości i od 2006 r. zobowiązała wszystkie przedsiębiorstwa państwowe i prywatne, z wyjątkiem małych, do publikowania Sprawozdania z działalności gospodarczej, w którym mają być zawarte kwestie środowiskowe, pracownicze, społeczne. Kolejnym krajem była Szwecja, gdzie od 2008 r. przedsiębiorstwa państwowe są zobowiązane przedstawiać raporty zgodnie ze standardami Global Reporting Initiative (GRI). W Danii od 2009 r. istnieje wymóg dla 1100 największych przedsiębiorstw (spółek giełdowych i państwowych) składania sprawozdań na temat społecznej odpowiedzialności w raportach rocznych. Od 2012 r. hiszpańskie przedsiębiorstwa państwowe są zobowiązane do sporządzania raportów zrównoważonego rozwoju⁷. Przytoczone przykłady potwierdzają badania przeprowadzone przez A. Kaszubą i E. Spodarczyk w krajach unijnych Regionu Morza Bałtyckiego na temat miejsca koncepcji społecznej odpowiedzialności w polityce rządów krajów RMB. Z badania wynika, iż Szwecja jest krajem przodującym ze względu na odsetek przedsiębiorstw raportujących⁸.

⁷ Accreo Taxand oraz GES Investment Services, *Raportowanie ESG w przedsiębiorstwach państwowych i spółkach z udziałem Skarbu Państwa*, Analiza przygotowana dla rządowego Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, Warszawa 2011, s. 7-18.

⁸ Patrz szerzej w: A. Kaszuba, E. Spodarczyk, *Społeczna odpowiedzialność organizacji w wybranych krajach Regionu Morza Bałtyckiego*, Katolicka Uniwerszita v Ružomberku, Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego, Akademia Morska w Gdyni, Gmina Sztum, Spolocenska zodpovednost v podnikani. Medzinarodne socialne vedecke studie, Presov 2013, Wydawnictwo Uniwersytetu Katolickiego w Ružomberku, Słowacja, s. 67-77.

Druga część prezentuje wyniki badania przeprowadzonego wśród polskich pp i spółek z udziałem SP w zakresie zarządzania ryzykami ESG oraz raportowania danych pozafinansowych. Przebadano zostało ponad 200 przedsiębiorstw, których właścicielem w całości lub w części jest Skarb Państwa. Przeprowadzone badanie zostało podzielone na dwie części. Pierwsza część, obejmująca badanie ilościowe, polegała na dokonaniu analizy ujawniania danych ESG za pomocą metody GES Risk Rating, będącej narzędziem do zbierania oraz analizowania danych pozafinansowych dla funduszy inwestycyjnych. W ten sposób została przebadana próba badawcza, obejmująca 205 podmiotów. Główny wniosek z analizy danych to stwierdzenie, że około 60% przeanalizowanych polskich spółek nie publikuje żadnych istotnych informacji dotyczących ESG. Druga część to badanie jakościowe, przeprowadzone za pomocą metody pogłębionego wywiadu indywidualnego (26 podmiotów). Celem badania było poznanie świadomości kadry zarządzającej w zakresie zarządzania ryzykami ESG oraz oczekiwań odnośnie do przyszłych działań w obszarze wdrażania strategii CSR oraz raportowania danych pozafinansowych. Badania te zostały wsparte ankietą wysłaną do pp oraz spółek z udziałem SP (32 podmioty), zawierającą pytania w zakresie zarządzania ryzykami ESG. Analiza danych wykazała, że zarządzający pp i spółkami z udziałem SP nie znają właściwego znaczenia zagadnienia CSR oraz posiadają znikomą wiedzę w zakresie raportowania danych ESG. Około 59% podmiotów deklaruje raportowanie kwestii ESG, przeważnie jednak rozumieją to jako składanie obowiązkowych sprawozdań środowiskowych do organów administracji państwowej. Przedsiębiorstwa nie mają motywacji do szerszego raportowania i są zatrzymywane przez bariery, wśród których do największych należą brak systemu gromadzenia danych, brak zainteresowania ze strony interesariuszy oraz koszty. Tylko 31% z nich dostrzega realne korzyści płynące z większej transparentności i planuje rozszerzanie zakresu dotychczasowego raportowania. Pozytywnym sygnałem ze strony respondentów jest otwartość na szkolenia z zakresu wdrażania i raportowania danych ESG, wśród których najtrudniejsze do raportowania wydają się kwestie społeczne, jak również otwartość na wsparcie ze strony administracji centralnej⁹.

Trzecia część raportu zawiera propozycje działań dla Zespołu ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, których realizacja przyczyni się do skuteczniejszego zarządzania ryzykami ESG oraz do zwiększenia liczby i jakości ujawnianych danych pozafinansowych w pp oraz spółkach z udziałem SP. Rekomenduje się m.in.:

- rozszerzenie zakresu obowiązkowego rocznego sprawozdania o dane ESG;
- rozszerzenie informacji publikowanych w Biuletynie Informacji Publicznej (BIP);
- opracowanie wytycznych raportowania ESG zawierających jasne instrukcje, wskaźniki oraz analizę ryzyk i korzyści wynikających z raportowania ESG;
- opracowanie oraz wdrożenie schematu działań informowania o najważniejszych zmianach legislacyjnych oraz wydarzeniach w zakresie ESG oraz szerzej CSR;
- poprawę jakości i ilości danych ujawnianych na stronach internetowych pp i spółek z udziałem SP;
- podniesienie wiedzy w zakresie raportowania ESG, m.in. poprzez wprowadzenie pytań dotyczących CSR i ESG w materiałach przygotowujących do rad nadzorczych spółek z udziałem SP;
- ustanowienie osoby kontaktowej w Ministerstwie Skarbu Państwa, służącej wsparciem merytorycznym w zakresie ujawniania danych ESG dla pp i spółek z udziałem SP;
- promocję standardów dotyczących CSR m.in. ISO 26000, AA 1000, SA 8000;
- zachęcanie do brania udziału w konkursach i inicjatywach z zakresu CSR¹⁰.

Polskie Ministerstwo Skarbu Państwa intensywnie promuje ideę CSR - w lutym 2013 r. zostało wyróżnione w XVI edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu „Gazety Finansowej” za popularyzację idei CSR wśród małych i średnich przedsiębiorstw w ramach pro-

⁹ Accreo Taxand oraz GES Investment Services, *op.cit.*, s. 6 i 19-32.

¹⁰ Patrz szerzej w : Accreo Taxand oraz GES Investment Services, *op.cit.*, s. 34-40.

jektu Akademia CSR „Rozwój odpowiedzialnego biznesu” realizowanego wspólnie z redakcją „Pulsu Biznesu”¹¹.

3. Wykorzystanie koncepcji CSR w Zarządzie Morskiego Portu Gdynia S.A.

Działalność polskich portów morskich o podstawowym znaczeniu dla gospodarki narodowej - Gdyni, Gdańska i Szczecina i Świnoujścia, reguluje Ustawa Sejmu RP z dnia 20 grudnia 1996 r. o portach i przystaniach morskich. Wszystkie trzy zarządy portów to przedsiębiorstwa z dominującym udziałem skarbu państwa. Artykuł 7 ust. 1 Ustawy reguluje, że przedmiotem działalności podmiotu zarządzającego portem jest¹²:

- zarządzanie nieruchomościami i infrastrukturą portową;
- prognozowanie, programowanie i planowanie rozwoju portu;
- budowa, rozbudowa, utrzymywanie i modernizacja infrastruktury portowej;
- pozyskiwanie nieruchomości na potrzeby rozwoju portu;
- świadczenie usług związanych z korzystaniem z infrastruktury portowej;
- zapewnienie dostępu do portowych urządzeń odbiorczych odpadów ze statków w celu przekazania ich do odzysku lub unieszkodliwiania.

Wymienione powyżej działania stanowią katalog zamknięty – ustęp 2 wyklucza prowadzenie innej działalności gospodarczej niż wyżej wymieniona.

Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. (ZMPG S.A.) to spółka o charakterze użyteczności publicznej. Pod jej bezpośrednim władaniem znajdują się tereny, na których jest prowadzona działalność przeładunkowo - składowa przez spółki operacyjne, w których ZMPG S.A. posiada udziały oraz przez podmioty niezależne. Spółka realizuje, zgodnie z Ustawą, powyżej zapisaną działalność. Celem tych działań jest utrzymanie stabilnej i mocnej pozycji Portu Gdynia w regionie bałtyckim i w ramach europejskiego korytarza transportowego Północ-Południe¹³.

Działalność ZMPG S.A. i szerzej Portu Gdynia to działalność na styku interesów społecznych i gospodarczych z dużym naciskiem na kwestie ochrony środowiska. Dlatego zasady koncepcji CSR odgrywają w przypadku takiej działalności ogromną rolę. Zauważa się bardzo silne uzależnienie Portu Gdynia od otoczenia, w którym działa. Szczególnie istotne są kwestie oddziaływań na otoczenie społeczne i tworzone w nim miejsca pracy, jak i wynikające z tego wpływy podatkowe i wkład do PKB. Port Gdynia stwarza także zapotrzebowania „edukacyjne” na rozmaite umiejętności i projekty badawcze. Z kolei na porty wywierają duży wpływ uregulowania prawne, w tym środowiskowe, dotyczące ich funkcjonowania, możliwości współfinansowania inwestycji ze środków budżetowych i unijnych. W otoczeniu bliższym port morski powinien zwrócić szczególną uwagę na relacje z odbiorcami usług portowych, gdyż poziom ich obsługi w dużej mierze determinuje współpracę z danym portem. Nie bez znaczenia są także pozytywne relacje z dostawcami oraz konkurentami¹⁴.

Już w samej misji ZMPG S.A. podnosi się kwestie właściwe dla społecznej odpowiedzialności. Misją ZMPG S.A. są „konsekwentne i stale udoskonalane działania, planowane w długim horyzoncie czasowym, w celu zapewniania warunków do stabilnego i zrównoważonego rozwo-

¹¹ Ministerstwo Skarbu Państwa wyróżnione za promocję CSR, <http://www.msp.gov.pl/pl/media/aktualnosci/24883,Ministerstwo-Skarbu-Panstwa-wyroznione-za-promocje-CSR.html>, (dostęp: 02.02.14 r.).

¹² Ustawa z dnia 20 grudnia 1996 r. o portach i przystaniach morskich, Dz. U. 2002, nr 110, poz. 202, z późniejszymi zmianami, art. 7.

¹³ <http://www.port.gdynia.pl/pl/zarzad-portu/informacja-ogolna>, (dostęp 02.02.14 r.).

¹⁴ Patrz szerzej w: A. Kaszuba, *Wybrane aspekty wzajemnego oddziaływania otoczenia i portu morskiego*, [w:] Współczesne problemy rozwoju lądowo – morskich systemów transportowych, pod red. J. Dąbrowskiego, T. Nowosielskiego, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Instytut Transportu i Handlu Morskiego, Gdańsk 2013, s. 189-201.

ju sektora usługowego Portu Gdynia, poprzez rozwój infrastruktury, wspieranie dobrych praktyk rynkowych i dbałość o dobro otoczenia społecznego”¹⁵. Określenia zrównoważony rozwój, wspieranie dobrych praktyk rynkowych i dobro otoczenia społecznego to obszary CSR zawarte w normie ISO 26000. Jednak obecnie ZMPG S.A nie posiada sformalizowanej strategii CSR.

Identyfikacji elementów CSR w działalności ZMPG S.A. dokonał K. Gromadowski w pracy pt. „Problemy integracji działań CSR z ogólną strategią Portu Gdynia na podstawie benchmarkingu z Portem Rotterdam”. W opracowaniu określono, iż elementy CSR w ZMPG S.A. są częściowo uregulowane lub zadeklarowane w Regulaminie Organizacyjnym, który określa zadania realizowane przez poszczególne działy spółki oraz uniwersalne obowiązki i uprawnienia pracowników. Zapisy regulaminu zawierają bezpośrednie lub pośrednie odniesienia do obszaru CSR, w tym¹⁶:

- dział Public Relations – prowadzi komunikację wewnętrzną i zewnętrzną w spółce, organizuje konferencje prasowe i spotkania z innymi interesariuszami (w tym wizyty w porcie uczniów i studentów), a także spotkania pracownicze;
- dział personalny – realizuje szkolenia pracowników oraz praktyki uczniowskie i studenckie,
- dział administracyjny – organizuje badania profilaktyczne pracowników, prowadzi działalność socjalną, finansowaną z zakładowego funduszu świadczeń socjalnych oraz przygotowuje spotkania i pomoc socjalną dla emerytów i rencistów;
- dział ochrony środowiska – ma za zadanie prowadzenie ewidencji ilości, rodzajów oraz warunków powstania i zdanía odpadów pochodzących ze statków zawijających do portu, prowadzenie ewidencji liczby i rodzajów źródeł emisji, substancji szkodliwych do atmosfery - związanych z działalnością spółki i innych podmiotów portowych, monitoring czystości wód basenów portowych, monitoring emisji hałasu do atmosfery, badania czystości gleby na terenach portu i osadów dennych w akwenach portowych, ogólne monitorowanie działalności podmiotów funkcjonujących w Porcie Gdynia w zakresie ochrony środowiska, badania nad innowacyjną metodą wykorzystania zanieczyszczonych osadów dennych, pozyskanych po pogłębianiu portu do budowy placów portowych;
- dział marketingu – realizuje działalność sponsoringową (zgodną z wytycznymi Zarządzenia nr 5 Ministra Skarbu Państwa z dnia 13 lutego 2009r., w sprawie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa), w oparciu o regulamin zatwierdzony przez Radę Nadzorczą, która prowadzona jest na podstawie corocznie przyjmowanego planu; pozytywne relacje z kluczowymi klientami budują sponsorowane przez ZMPG S.A. imprezy o charakterze masowym, w tym rozgrywki sportowe i spektakle lokalnych teatrów a także wsparcie dla inicjatyw społecznych, naukę i szkolnictwo wspiera sponsoring branżowych konferencji, organizowanych przez lokalne uczelnie, koła naukowe i stowarzyszenia.

W przytoczonym powyżej opracowaniu zostały zamieszczone także wyniki badania przeprowadzonego przez K. Gromadowskiego na próbie 52 osób i instytucji. Badanie dotyczyło preferencji i oczekiwań interesariuszy odnośnie budowania strategii CSR dla Portu Gdynia. Wyniki wskazują na mierny wśród respondentów poziom wiedzy o CSR, tym niemniej należy wysoko ocenić fakt, że ankietowani złożyli wiele własnych propozycji. CSR kojarzono głównie z promocją i kształtowaniem wizerunku przedsiębiorstwa, a część ankietowanych uznała, że CSR ma podłoże w zobowiązaniach etycznych właścicieli i pracowników przedsiębiorstw. Zaledwie kilka osób uznało możliwość wykorzystania CSR do obniżki kosztów i powiększenia efektywności. Liczni respondenci wyrazili obawę o finansowe obciążenia związane z realizacją zadań CSR. Pozytywnym zjawiskiem, były opinie wiążące rozwój działań CSR z pracą nad

¹⁵ Strategia rozwoju Portu Gdynia do 2015 r., <http://www.port.gdynia.pl/pl/oporcie/strategia-rozwoju/64-strategia-rozwoju-portu?showall=1>, (dostęp 20.01.14 r.).

¹⁶ K. Gromadowski, *Problemy integracji działań CSR z ogólną strategią Portu Gdynia na podstawie benchmarkingu z Portem Rotterdam*, Wydawnictwo PRET S.A. Warszawa 2013, s. 15-16.

poprawą integracji i klimatu wśród załogi przedsiębiorstwa. Ważne, iż badani, zarówno grupa pracowników, jak osoby spoza przedsiębiorstwa, wykazali (prawie w 100%) aprobatę dla wdrażania strategii CSR w Porcie Gdynia. Otrzymano kilka odpowiedzi wyraźnie wskazujących na rolę ZMPG S.A., jako portowego lidera w promowaniu standardów CSR¹⁷.

Wyniki badania i specyfika działalności prowadzonej przez ZMPG S.A. wyraźnie wskazują na zasadną potrzebę stworzenia strategii CSR i traktowanie jej jako współistniejącej z ogólną strategią Portu Gdynia. Pewne pozytywne działania z zakresu CSR są dostrzegane przez instytucje zewnętrzne – 14 lutego 2014 r. ZMPG S.A. został nagrodzony w konkursie „Pomorski Pracodawca Roku 2013” w kategorii duże przedsiębiorstwa.

Zakończenie

W artykule zwrócono uwagę na istotę koncepcji CSR, która jest uznawana za niezbędną do zastosowania dla uzyskania konkurencyjnej pozycji na rynku. Często jednak przedsiębiorstwa nie posiadają sformalizowanej strategii CSR, a działania w analizowanym zakresie są nieświadome i raczej wynikają z intuicji aniżeli wiedzy decydentów. Także wiele polskich przedsiębiorstw nie raportuje publicznie danych pozafinansowych dotyczących ich działań społecznie odpowiedzialnych – w 2012 r. było to 41 raportów, z czego 28 wg standardu GRI. Do 30.09.2013 roku zanotowano 22 raporty wg standardu GRI¹⁸. Niską świadomością na temat CSR i raportowania działań z nią związanych cechują się pp i spółki z udziałem SP. Wiele z nich nie ma motywacji do szerszego raportowania i są zatrzymywane przez bariery, wśród których do największych należą brak systemu gromadzenia danych, brak zainteresowania ze strony interesariuszy oraz koszty. Niewiele z nich dostrzega realne korzyści płynące z większej transparentności i planuje rozszerzanie zakresu dotychczasowego raportowania. Okazuje się jednak, iż w opisanym w artykule przypadku ZMPG S.A., mimo braku formalnej strategii CSR, stosuje się wiele działań społecznie odpowiedzialnych przez poszczególne działy przedsiębiorstwa, a dla spójności i pełnej koordynacji tych działań wskazane byłoby stworzenie dokumentu traktującego o strategii CSR i będącego mocno skorelowanym z nadrzędną strategią działania ZMPG S.A. Zalecanym jest także stworzenie na poziomie legislacyjnym obowiązującego wzoru raportowania działań z zakresu CSR, opartego najlepiej na międzynarodowym standardzie GRI. Wydaje się, iż zasadnym byłoby objęcie obowiązkiem raportowania na początku pp i spółki z udziałem SP i traktowanie tego jako rozszerzenia ich corocznych raportów z działalności.

Literatura

1. Accreo Taxand oraz GES Investment Services, *Raportowanie ESG w przedsiębiorstwach państwowych i spółkach z udziałem Skarbu Państwa*, Analiza przygotowana dla rządowego Zespołu do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, Warszawa 2011
2. Adamczyk J., *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009
3. Gromadowski K., *Problemy integracji działań CSR z ogólną strategią Portu Gdynia na podstawie benchmarkingu z Portem Rotterdam*, publikacja pokonferencyjna uczestników Akademii Podyplomowej MBA, dofinansowana z Europejskiego Funduszu Społecznego, Wydawnictwo PRET S.A., Warszawa 2013 r.
4. Kaszuba A., Spodarczyk E., *Społeczna odpowiedzialność organizacji w wybranych krajach Regionu Morza Bałtyckiego*, Katolicka Univerzita v Ružomberku, Szkoła Wyższa

¹⁷ Ibidem, s. 17-20.

¹⁸ Raportowanie odpowiedzialnego biznesu 2013, CSRinfo, http://www.csrinfo.org/images/stories/Publikacje_2013/raportowanie_csr_w_polsce_2013.pdf, (dostęp: 14.02.14 r.).

- im. Bogdana Jańskiego, Akademia Morska w Gdyni, Gmina Sztum, Spółeczna zodpovednost v podnikani. Medzinarodne socialne vedecke studie, Presov 2013, Wydawnictwo Uniwersytetu Katolickiego w Ružomberku, Słowacja
5. Kaszuba A., *Koncepcja społecznej odpowiedzialności organizacji w procesie formułowania strategii przedsiębiorstw*, „Zarządzanie i Edukacja”, Dwumiesięcznik Szkoły Wyższej im. Bogdana Jańskiego, numer 76-77, maj-czerwiec/lipiec-sierpień, Warszawa 2011
 6. Kaszuba A., *Wybrane aspekty wzajemnego oddziaływania otoczenia i portu morskiego*, [w:] Współczesne problemy rozwoju lądowo – morskich systemów transportowych, pod red. J. Dąbrowskiego, T. Nowosielskiego, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Instytut Transportu i Handlu Morskiego, Gdańsk 2013
 7. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Bruksela, dnia 25.10.2011 KOM(2011) 681 wersja ostateczna, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:PL:PDF>
 8. Ministerstwo Skarbu Państwa wyróżnione za promocję CSR, <http://www.msp.gov.pl/pl/media/aktualnosci/24883,Ministerstwo-Skarbu-Panstwa-wyroznione-za-promocje-CSR.html>
 9. M.E. Porter M.E., Kramer M.R., *Tworzenie wartości dla biznesu i społeczeństwa*, Harvard Business Review Polska, 2011 maj
 10. Ustawa z dnia 20 grudnia 1996 r. o portach i przystaniach morskich, Art. 7, Dz. U. z 2002, nr 110, poz. 202, z późniejszymi zmianami
 11. <http://www.port.gdynia.pl/>
 12. <http://www.odpowiedzialnafirma.pl/>
 13. <http://www.csrinfo.org/>
 14. <http://www.parp.gov.pl/>

USING THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN COMPANIES WITH THE STATE TREASURY BASING ON PORT OF GDYNIA AUTHORITY SA

Summary

The purpose of the article is to show the importance of CSR in companies with the State Treasury. It can be assumed that these companies should as the first obligatory reporting of CSR activities, and therefore constitute a specific group of companies. Also as an example, selected in this article - Port of Gdynia Authority SA (PGA SA) - due to its activity at the interface of social and economic interests with a strong focus on environmental protection, should be highly predisposed to the use CSR. The article identifies areas in which the PGA SA implements CSR and what the barriers and needs associated with it are.

Keywords: corporate social responsibility, Port of Gdynia Authority SA

Agata Kaszuba
Akademia Morska w Gdyni

ul. Morska 81-87, 81-225 Gdynia
e-mail: a.kaszuba@wpit.am.gdynia.pl