

W kierunku społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw górniczych

Towards the social responsibility of mining enterprises



Dr inż. Anna Bluszcz*)



Dr inż. Anna Kijewska, doc. w Pol. Śl. *)

Treść: W artykule omówiono koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i potrzebę jej wdrażania w przedsiębiorstwach górniczych. Przedstawiono wpływ czynników pozafinansowych, społecznych i środowiskowych na decyzje inwestorów oraz wartość spółek w różnych horyzontach czasowych. Widząc potrzebę i korzyści z wdrażania strategii CSR na świecie wprowadza się różnego rodzaju indeksy i standardy raportowania działań w CSR. W Polsce od niedawna jest to RESPECT Index, do którego wchodzi również niektóre spółki górnicze. Omówiono również korzyści, jakie mogą odnieść przedsiębiorstwa górnicze z działalności zgodnej z koncepcją CSR raportowania tejże działalności zgodnie z ustalonymi standardami.

Abstract: This paper presents the concept of corporate social responsibility (CSR) and the need for its implementation in mining enterprises. The influence of social and environmental factors on the decisions of investors and the value of companies in different time horizons has been presented. Taking the need for and benefits of implementing a CSR strategy around the world, there have been introduced different types of indexes and reporting standards in CSR activities. For instance, in Poland it is the RESPECT Index which also includes some mining enterprises. We also discussed the benefits to be gained from the activities of a mining enterprise, in accordance with the concept of CSR reporting this activity, pursuant to the established standards.

Słowa kluczowe:

Spoleczna odpowiedzialność biznesu (CSR), wartość przedsiębiorstw górniczych, standardy raportowania CSR

Key words:

Corporate Social Responsibility (CSR), value of mining enterprise, CSR reporting standards

1. Wprowadzenie

Wśród ciągłych zmian warunków rynkowych jedna rzecz wydaje się być stała, tj. poszukiwanie najlepszej drogi do pomnażania majątku przedsiębiorstw, czyli do wzrostu ich wartości. Jednak aby określić wartość niezbędne jest narzędzie jej pomiaru. W bogatym dorobku literatury w tym zakresie ważne miejsce zajmują metody i narzędzia pomiaru wartości, do których możemy zaliczyć EVA, MVA, DCF, FCF, CFROI, VA [2], [3], [4, s. 35-50]. Różnorodność podejść do zagadnienia wartości przedsiębiorstw górniczych wymaga z jednej strony specjalistycznego aparatu pomiarowego dostosowanego do uwarunkowań przedsiębiorstw górniczych, a z drugiej strony niezbędne są badania i rozważania w zakresie

sposobów i strategii osiągania najlepszych wyników w długim horyzoncie czasu.

Value-based management to podejście do zarządzania przedsiębiorstwem ukierunkowane na maksymalizację zysków dla właścicieli/udziałowców (*shareholders*) uwzględniające jednocześnie interesy wszystkich interesariuszy (*stakeholders*) przedsiębiorstw górniczych. Interesariusze to osoby/grupy, które mają materialny lub niematerialny udział w przedsiębiorstwie [9, s. 25] i wywierają wpływ bezpośredni lub pośredni w dążeniu organizacji do osiągnięcia zamierzonych celów [18, s.292]; są to m.in. związki zawodowe, pracownicy, klienci, społeczność lokalna, administracja państwowa, organizacje ekologiczne, dostawcy, dawcy kapitałów.

Eksploatacja podziemna złóż węgla kamiennego ze względu na swój charakter znacząco ingeruje w szeroko rozumiane interesy wymienionych grup interesariuszy, dlatego też przedsiębiorstwa górnicze w swoich założeniach strategicz-

*) Politechnika Śląska, Wydział Górnictwa i Geologii, Gliwice

nych powinny uwzględniać aspekty zarówno społeczne jak i środowiskowe. Działania zintegrowane zarówno z celami strategicznymi, jak również operacyjnymi, prowadzone na bazie etycznych zachowań biznesowych i opartych na korzystnych relacjach z interesariuszami w perspektywie ekonomicznej, socjalnej i środowiskowej stanowią koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu. Z punktu widzenia nauk ekonomicznych ten sposób zarządzania powinien przyczyniać się w perspektywie długoterminowej do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Można powiedzieć zatem, że wprowadzenie zasad społecznej odpowiedzialności w biznesie stanowi nowe strategiczne wyzwanie dla spółek górniczych (tym bardziej giełdowych), które należy rozpatrywać nie poprzez pryzmat kosztów, lecz jako inwestycje, które poprzez zapewnienie realizacji celów szerszej grupy interesariuszy mogą warunkować osiągnięcie celu głównego, jakim jest wzrost wartości przedsiębiorstw górniczych.

2. Czym jest CSR i jakie są tego korzyści ?

W literaturze przedmiotu m.in. w [6], [19], [13] spotykamy wiele definicji CSR (*Corporate Social Responsibility*), czyli społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (biznesu). W szerszym ujęciu koncentrują się na tym czym są lub czym powinny być relacje pomiędzy globalnymi korporacjami, rządami państw i ludnością. W trochę węższym ujęciu koncentrują się na relacjach pomiędzy korporacjami a społecznościami, w których funkcjonują. Inna grupa definicji koncentruje się na relacjach pomiędzy przedsiębiorstwami i ich interesariuszami.

Norma ISO 26000 definiuje społeczną odpowiedzialność jako odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, zapewniana poprzez przejrzyste i etyczne postępowanie, które [26]:

1. Przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa.
2. Uwzględnia oczekiwania interesariuszy.
3. Jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania.
4. Jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach.

W odniesieniu do przedsiębiorstw górniczych CSR oznacza również długofalową strategię działania tychże przedsiębiorstw, uwzględniającą współpracę z grupami interesariuszy jako podstawę tworzenia wartości przedsiębiorstwa. Aktywna współpraca z dostawcami i klientami w łańcuchach dostaw służy skróceniu cykli w czasie i obniżeniu kosztów, zaangażowanie interesariuszy umożliwia szerszy dostęp do wiedzy, dywersyfikację ryzyka, a także wykorzystywanie pojawiających się szans; a te elementy w dobie dzisiejszego turbulentnego otoczenia, stają się warunkiem koniecznym dla osiągnięcia wzrostu wartości. Przejawów społecznej odpowiedzialności należy upatrywać w czterech wymiarach działalności przedsiębiorstw [12, s.37]:

- ekonomicznym (dążeniu do wzrostu przedsiębiorstwa poprzez poprawę efektywności),
- etycznym (poprzez uwzględnienie etycznych zachowań w biznesie z punktu widzenia norm społecznych),
- socjologicznym (utrzymanie miejsc pracy i szansa na rozwój pracowników),
- środowiskowym (minimalizacja negatywnych skutków prowadzonej działalności).

Norma ISO 26000 wymienia siedem głównych obszarów społecznej odpowiedzialności, które winny być traktowane holistycznie. Są to prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienia

konsumenckie oraz zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej. Stanowią one niejako filary CSR oparte na tzw. *Corporate Governance*, czyli ładzie korporacyjnym [26].

U podstaw koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw górniczych znajduje się fundamentalna w ekonomii idea współdziałania w gospodarce rynkowej. Często określa się to podejście jako strategię osiągania podwójnej, obopólnej korzyści, czyli strategię *win-win* [14, s. 6]. Według podstawowej definicji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa górnicze działające w zgodzie z CSR uwzględniają kwestie społeczne i środowiskowe w swoich procesach decyzyjnych oraz rozliczają się z wpływem podejmowanych decyzji i działań na społeczeństwo. Decyzje te powinny być podejmowane w sposób etyczny i przejrzysty, przyczyniać się do zrównoważonego rozwoju, biorąc pod uwagę oczekiwania zainteresowanych stron (*stakeholders*) w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa krajowego i międzynarodowego oraz obowiązującymi w całej organizacji i we wszystkich relacjach zewnętrznych [10].

Mówiąc w skrócie, społeczna odpowiedzialność organizacji może obejmować finansową wiarygodność, korporacyjną etykę i zakres gospodarczej, społecznej i środowiskowej wartości dodanej [22, s. 77].

3. Jak przekonać inwestorów – RESPECT INDEX – spółki społecznie odpowiedzialne na giełdzie

Odpowiedzialny biznes to odpowiedzialność przedsiębiorstwa za ich wpływ na społeczeństwo i środowisko. Poszanowanie dla mającego zastosowanie prawodawstwa, a także dla układów zbiorowych pomiędzy partnerami społecznymi jest warunkiem wstępnym wypełniania zobowiązań wynikających z tej odpowiedzialności. Aby 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 [29]:

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

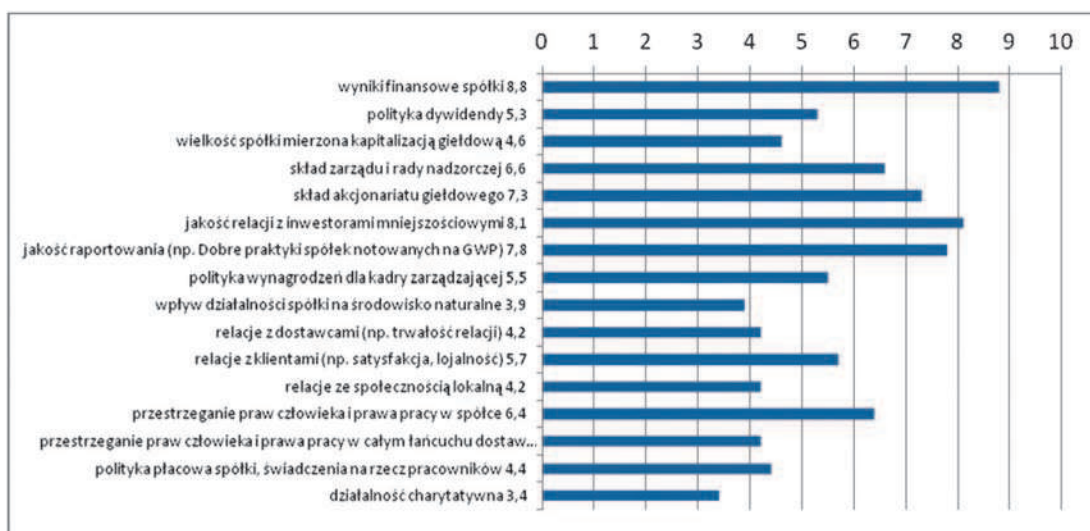
Chociaż termin ang. CSR - *Corporate Social Responsibility* pojawił się w Polsce stosunkowo niedawno, to działania charakterystyczne dla CSR funkcjonują na rynku kapitałowym od początku jego istnienia. Jednym z założeń działań w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu jest komunikacja i budowanie dobrych relacji z interesariuszami firmy, czyli pracownikami, partnerami biznesowymi, klientami, społecznością lokalną i akcjonariuszami. Spółki giełdowe natomiast, jako podmioty publiczne, muszą nieustannie dbać nie tylko o wynik finansowy, ale również o relacje z otoczeniem biznesowym. Łamanie zasad ochrony środowiska czy konflikt z pracownikami może kosztować spółkę notowaną dużo więcej, niż chwilowe problemy wizerunkowe. Wszystkie zachowania, które są niezgodne z zasadami etyki biznesu (nie wspominając o zasadach prawa) mają odzwierciedlenie w cenie akcji emitenta [24].

Ostatnie badania naukowe potwierdzają istnienie korelacji pomiędzy skuteczną polityką firm w zakresie ochrony środowiska czy też zrównoważonego rozwoju a ich ponadprzeciętnymi wynikami finansowymi. Z badań firmy Mercer przeprowadzonych przez J.F. Gorte w 2009 r. wynika, że firmy, które skutecznie radzą sobie z kwestiami społecznymi lub środowiskowymi, z reguły mają niższe koszty kapitału,

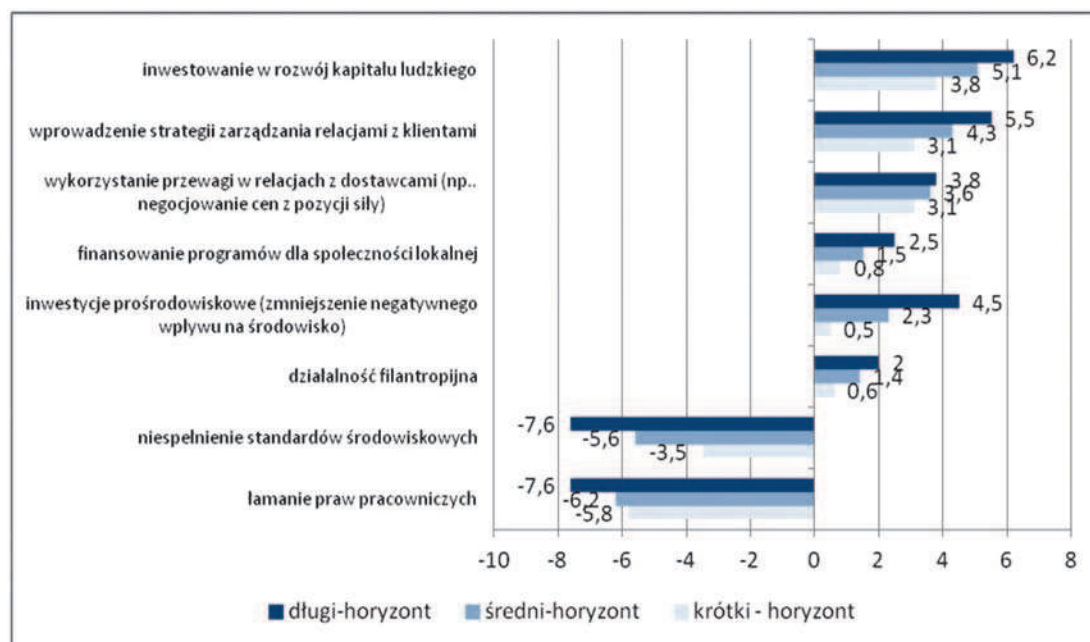
wynikające z mniejszego ryzyka. Oznacza to, że lepsze zarządzanie ryzykiem środowiskowym pomaga firmom ograniczyć wahania wartości dla akcjonariuszy i poziomy zysku [15].

Perspektywa wprowadzenia kolejnych spółek górniczych na giełdę wymaga poznania czynników wpływających na podejmowanie decyzji inwestycyjnych przez zarządzających. Wyniki takich badań przygotowanych przez Pracodawców RP na zlecenie Ministerstwa Gospodarki przedstawiono na rysunkach 1 i 2. Badania zostały przeprowadzone przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, portal Odpowiedzialne-Inwestowanie.pl oraz Korporację Badawczą Pretendent w 2010 r. i dotyczyły badania świadomości społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw oraz jej znaczenia w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych wśród inwestorów instytucjonalnych na polskim rynku kapitałowym. Uczestnikami badania byli przedstawiciele podmiotów sektora finansowego, odpowiedzialni za zarządzanie aktywami. Celem badania

była weryfikacja wiedzy i postaw zarządzających odnośnie uwzględniania w decyzjach inwestycyjnych kryteriów środowiskowych, społecznych i związanych z ładem korporacyjnym. Jak pokazano na rysunku 1, główną miarę atrakcyjności spółek dla inwestorów stanowią wyniki finansowe oraz relacje z inwestorami mniejszościowymi, jakość raportowania, skład akcjonariatu, zarządu i rad nadzorczych spółek. Na kolejnym miejscu znajdują się czynniki świadczące o etycznych zasadach prowadzenia biznesu, takie jak: przestrzeganie praw człowieka i prawa pracy, relacje z klientami, dostawcami oraz społecznością lokalną oraz wpływ działalności spółek na środowisko naturalne i działalność charytatywna [25]. Można przypuszczać, że wyniki te związane są z wymaganiami w zakresie obligatoryjnego raportowania wyników finansowych, a zarazem braku konieczności raportowania czynników pozafinansowych, których znaczenie wzrasta w ostatnich latach w świecie.



Rys. 1. Wpływ czynników pozafinansowych na decyzje inwestycyjne osób zarządzających, źródło: [25]
 Fig. 1. Impact of intangible factors on investment decisions of managers, source: [25]



Rys. 2. Wpływ wybranych czynników społecznych i środowiskowych na wartość spółek giełdowych, źródło: [25]
 Fig. 2. Impact of selected social and environmental factors on stock companies

Jak wynika z rysunku 2, w opinii inwestorów w perspektywie długoterminowej najważniejszymi czynnikami wpływającymi na wartość spółek są inwestycje w rozwój kapitału ludzkiego oraz wprowadzenie strategii zarządzania relacjami z klientami, natomiast łamanie praw pracowniczych i niespełnienie standardów środowiskowych ma ujemny wpływ na wartość spółek.

Spółki notowane na giełdzie powinny podejmować działania w zakresie wdrażania strategii odpowiedzialnego biznesu, podjąć komunikację z interesariuszami w znaczących kwestiach oraz zaplanować działania w zakresie raportowania CSR. Warto dodać, że spółki notowane na zagranicznych rynkach wdrożenie koncepcji CSR traktują jako dobrą praktykę. Wyniki badania „Etyczne inwestowanie 2011” [7, s. 26-27] pokazały, że 59% badanych inwestorów indywidualnych słyszało o idei CSR lub odpowiedzialnych inwestycjach, 39% badanych zainwestowałoby w fundusz, którego polityka inwestycyjna oprócz tradycyjnych kryteriów ekonomicznych opierałaby się o względy etyczne, o ile wyniki funduszu byłyby przynajmniej przeciętne, 27% jeżeli wyniki byłyby ponadprzeciętne, a 11% nawet jeżeli byłyby nieznacznie niższe od przeciętnych.

Aż 79% polskich menedżerów uważa, że CSR przynosi korzyści w postaci poprawy wizerunku i reputacji [16]. Perspektywa pozyskania kapitałów z giełdy staje się szansą dla przedsiębiorstw górniczych, planowanie zatem działań w kierunku wejścia na giełdę nie powinno odbywać się z pominięciem rozważanych w artykule zagadnień.

Analiza poziomu zaangażowania spółek górniczych notowanych na GPW w realizację kwestii społecznej odpowiedzialności biznesu na podstawie publikacji [20], [23, s. 411] oraz informacji zawartych na stronach internetowych tychże spółek wykazała aktywne zaangażowanie ich zarządów w realizację zasad i wytycznych CSR. Zobowiązania i deklaracje zarządów stanowią wstępną fazę rozwoju strategii CSR w przedsiębiorstwach górniczych prowadzącą do kolejnej fazy, polegającej na wypracowaniu formuły w zakresie publikacji informacji związanych z prowadzonymi działaniami w drodze dialogu i komunikacji z grupami interesariuszy.

W 2009 r. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie wprowadziła pierwszy w Europie Środkowej i Wschodniej

indeks spółek odpowiedzialnych społecznie – RESPECT Index (rys. 3). RESPECT to akronim słów określających filary CSR: *Responsibility, Ecology, Sustainability, Participation, Environment, Community, Transparency*. Do badania przedsiębiorstw notowanych na GPW w Warszawie przyjęto bowiem taką definicję odpowiedzialności społecznej, zgodnie z którą jest ona strategią zarządzania i koncepcją podejścia do prowadzenia biznesu, a nie narzędziem marketingowym czy PR-owym. RESPECT index jest z jednej strony wskaźnikiem koniunktury, czyli narzędziem pozwalającym inwestorom realnie oceniać spółki i tworzyć własne portfele inwestycyjne, a z drugiej strony platformą informacyjną dla spółek i inwestorów, którzy uznają za istotne takie czynniki jak: etyczne prowadzenie biznesu, transparentność w kontaktach z interesariuszami czy dbanie o środowisko.

Indeks tworzą najpłynniejsze spółki giełdowe, będące uczestnikami WIG20, mWIG40 i sWIG80, które spełniają wymogi CSR. Udział pojedynczej spółki jest ograniczony do 10%. Obecnie do indeksu wchodzi między innymi JSW, KGHM, PGE, TAURONPE.

4. Co, komu i w jakim zakresie raportować?

Przy ocenie spółek inwestorzy oprócz danych finansowych coraz częściej biorą pod uwagę informacje pozafinansowe, jak też podejście menedżerów do zarządzania CSR.

Ponieważ istnieje silna współzależność pomiędzy przedsiębiorstwami górniczymi a społeczeństwem, a górnicza działalność wpływa na inne podmioty i odwrotnie – działania podmiotów cywilnych, administracji i rządów mają znaczące konsekwencje dla kopalń – to budowanie pozytywnych relacji z interesariuszami nabiera istotnego znaczenia. Zatem odpowiedzialne zarządzanie przedsiębiorstwami górniczymi wymaga identyfikacji kluczowych relacji z otoczeniem oraz analizy i oceny w jaki sposób ich decyzje kształtują i definiują system społeczny i gospodarczy, którego są częścią. Aktualnie możliwy staje się do zaobserwowania trend, w którym centralnym punktem rozważań staje się interesariusz (w miejsce inwestora), który pozostaje w interakcji z przedsiębiorstwem, wpływa na jego działania i odczuwa skutki jego aktywności.



Rys. 3. Wartość indeksu RESPECT

Fig. 3. Value of RESPECT Index

źródło: [29]

Stąd też wynika potrzeba informacyjna i zainteresowanie interesariuszy szerszym ujęciem zagadnień wynikających z prowadzonej działalności, od kwestii ekonomicznych po kwestie środowiskowe i społeczne, z uwzględnieniem wymiaru etycznego; tak więc sposób komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem poprzez system raportowania musi nieustannie ewoluować. Sposoby raportowania kwestii CSR stanowią narzędzie pomiaru realizacji celów strategicznych przedsiębiorstw w badanych obszarach ekonomicznym, społecznym i środowiskowym. Zakres raportów i ich forma należy do decyzji zarządów spółek. Przykładowe zagadnienia zamieszczono w tablicy 1.

Odbiorcami informacji zawartych w raportach CSR są interesariusze przedsiębiorstw. Każda organizacja może zyskać wsparcie w procesach zarządzania relacjami z interesariuszami poprzez wykorzystanie serii standardów i wytycznych; są to między innymi: *ISO 26000*, *Global Reporting Initiative (GRI)* oraz grupa Norm *AA1000*.

Celem opracowania Międzynarodowej Normy *ISO 26000* było uzyskanie przez wszystkie zainteresowane środowiska ogólnosiwiatowego konsensusu w zakresie: definicji i zasad odpowiedzialności społecznej, kluczowych zagadnień oraz wytycznych w zakresie wprowadzenia zasad odpowiedzialności społecznej w działania całej organizacji. Nie ogranicza się tylko do społecznej odpowiedzialności biznesu. *ISO 26000* ma stanowić pomoc dla organizacji w ich wkładzie w zrównoważony rozwój i uzupełniać inne instrumenty i inicjatywy w zakresie odpowiedzialności społecznej [28].

Wytyczne *Global Reporting Initiative (GRI)* stanowią wzorzec raportowania kwestii odpowiedzialności biznesowej i zrównoważonego rozwoju dla firm na całym świecie; szerszą analizę przedstawiono w publikacji [17].

Podstawowym założeniem grupy norm *AA1000* jest budowanie relacji, prowadzenie dialogu i angażowanie interesariuszy celem budowy wartości przedsiębiorstwa, stymulowania innowacyjności, zarządzania ryzykiem, dzięki świadomości

otoczenia zewnętrznego organizacji. Standardy te określają wytyczne do strategicznego, taktycznego podejścia przedsiębiorstwa do odpowiedzialności i do relacji z interesariuszami [11; 82-83].

Standard *AA1000APS* zawiera Zasady Odpowiedzialności (*AccountAbility Principles Standard*), do których należą takie zasady jak: włączenie (*inclusivity*) – udział interesariuszy w rozwijaniu i osiąganiu przez organizację odpowiedzialnego i strategicznego podejścia do zrównoważonego rozwoju; istotność (*materiality*) – identyfikacja kluczowych kwestii oraz reagowanie (*responsiveness*) – decyzje i działania podjęte w reakcji na proces angażowania interesariuszy [11, s. 83-84]. Zasady *AA1000APS* są kompatybilne z istniejącymi na rynku zasadami zawartymi w wytycznych raportowania *Global Reporting Initiative* czy normie *ISO 26000*.

Standard *AA1000AS* Weryfikacja (*AccountAbility Assurance Standard*) umożliwia szeroko zakrojoną weryfikację realizacji zasad *AccountAbility* oraz jakości raportowanych informacji dotyczących działalności organizacji, w szczególności w zakresie zarządzania i wyników. Stanowi unikalne narzędzie na rynku, gdyż pozwala on nie tylko ocenić zgodność danych ze stanem faktycznym, ale również określić w jakim stopniu proces raportowania odpowiada trzem zasadom *AccountAbility* [27].

AA1000SES Zaangażowanie Interesariuszy (*AccountAbility Stakeholder Engagement Standard*) jest typowym standardem narzędziowym „how to”, pokazującym, w jaki sposób można przeprowadzić proces angażowania interesariuszy, w tym w formie dialogu. Standard podaje liczne praktyczne wskazówki i jest przydatny dla każdego menedżera, który zajmuje się budowaniem relacji, nie tylko dla menedżera CSR [27].

Proces ewolucji systemów zarządzania przedsiębiorstwem począwszy od zarządzania jakością, środowiskiem, bezpieczeństwem, poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu; która prowadzi do zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw pokazano na rysunku 4.

Tablica 1. Przykładowe kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością w trzech wymiarach
Table 1. Selected issues of social responsibility presented in three dimensions

EKONOMICZNYM	SPOŁECZNYM	ŚRODOWISKOWYM
<ul style="list-style-type: none"> - sprawozdanie z wartości dodanej VA wraz z dystrybucją na pracowników, budżet państwa, dawców kapitałów i samo przedsiębiorstwo górnicze; szerzej w: [5, s. 461-471], - sprawozdania finansowe: bilans, rachunek wyników, cash flow, - najważniejsze sukcesy, szanse i ryzyka dla przedsiębiorstwa górniczego, - zastosowanie kluczowych strategii, praktyk, innowacji 	<ul style="list-style-type: none"> - wspieranie inicjatyw społeczności lokalnych, - praktyki zatrudnienia, rozwój pracowników, - poziom bezpieczeństwa pracy, - relacje z dostawcami, klientami, interesariuszami, - wymiar etycznych praktyk stosowanych w górnictwie, 	<ul style="list-style-type: none"> - zużycie zasobów naturalnych, zanieczyszczenie powietrza, wody, emisje gazów, ścieki, gospodarka odpadami, - działalność na rzecz ochrony środowiska i rekultywacji terenów

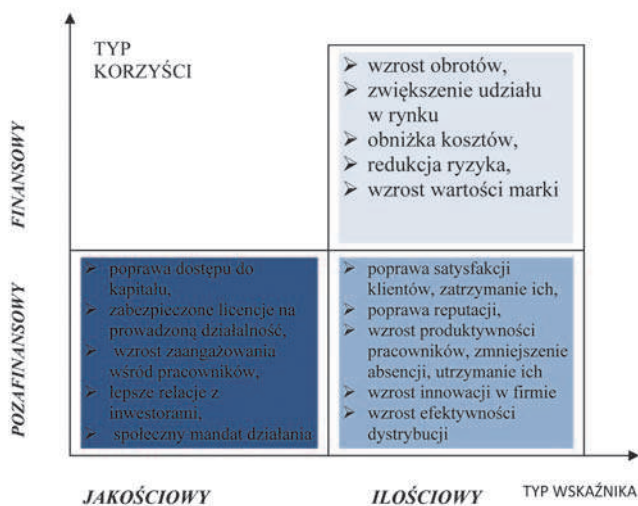
Źródło: opracowanie własne



Rys. 4. Ewolucja systemów zarządzania
Fig. 4. Evolution of management systems
 źródło: opracowanie własne

5. Czy to się opłaca?

Badania wpływu zastosowania koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu na wyniki finansowe przedstawiła M. Weber [21] opracowując wskaźniki, nośniki wartości, koszty oraz wskaźniki ryzyka związanego z CSR. Wpływ wskaźników obrazujących CSR na korzyści o charakterze finansowym i pozafinansowym przedstawia model na rysunku 5.



Rys. 5. Model wpływu CSR na przedsiębiorstwo

Fig. 5. Model of CSR impact on the company

źródło: [1] oraz [21]

Odpowiedzialny biznes oznacza dobrowolne zaangażowanie przedsiębiorstwa górniczego w realizację działań na rzecz lokalnej społeczności, pracowników, ochrony środowiska i dialog społeczny z interesariuszami, do których zaliczamy m.in. dawców kapitałów, budżet państwa, pracowników, klientów itd. W perspektywie długookresowej przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw górniczych, przynosząc wymierne pozytywne efekty, takie jak:

- zachęcenie inwestorów do współpracy z partnerami prowadzącymi działalność poprzez przejrzyste i etyczne zasady oraz dobre relacje z interesariuszami,
- pozytywne reakcje akcjonariuszy na zaangażowanie spółki w CSR (ale też przeciwnie, negatywne reakcje po ujawnieniu szkodliwych działań przedsiębiorstwa dla środowiska lub społeczności) [8],
- wzrost lojalności konsumentów w stosunku do przedsiębiorstw górniczych budujących pozytywny wizerunek poprzez zaangażowanie społeczne,
- wzrost konkurencyjności poprzez wdrożenie zasad CSR na rynkach światowych,
- podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej spółek górniczych, w których podkreśla się, że największą wartością jest człowiek, a od jego zaangażowania, umiejętności i decyzji zależy los współpracowników czy efektywność spółki,
- przyczynianie się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu społecznego i odpowiedzialności za los przyszłych pokoleń.

6. Podsumowanie

Zaprezentowane w artykule zagadnienia stanowią jedynie fragment szerokiej gamy tematycznej związanej ze społeczną

odpowiedzialnością górnictwa jako podstawy zrównoważonego rozwoju. Temat CSR jest tym bardziej aktualny, że w Unii Europejskiej toczona jest debata dotycząca wprowadzenia wymogu raportowania CSR, co znajduje swoje odzwierciedlenie w wielu publikacjach związanych ze standardami raportowania i zintegrowanym raportowaniem. Spółki górnicze, nie tylko te notowane na GPW w Warszawie, wykazują zaangażowanie w kwestie odpowiedzialnego biznesu, a jest to kolejny etap działań strategicznych w kierunku zrównoważonego rozwoju branży. Zatem dla górnictwa wdrażanie strategii CSR i wypracowanie standardów raportowania dostosowanych do specyfiki górnictwa węgla kamiennego to niezwykle ważna kwestia, przynosząca efekty zarówno w poprawie wizerunku branży poprzez przejrzysty sposób komunikacji z interesariuszami, łatwiejszego pozyskiwania kapitału, jak też wzrostu wartości poszczególnych spółek w perspektywie długoterminowej.

Literatura

1. Anam L., Szul-Skjoeldkrona E., Zamościńska E.: Jak zyskać na odpowiedzialności. CSR w strategiach spółek giełdowych. Wydawca CSRinfo. Warszawa 2012.
2. Bluszcz A., Kijewska A.: Pomiar ekonomicznej wartości przedsiębiorstwa górniczego. „Przełąd Górniczy” 2013, nr 4.
3. Bluszcz A., Kijewska A.: Koszt kapitału a wartość spółki górniczej. „Wiadomości Górnicze” 2014, nr 3.
4. Bluszcz A., Kijewska A.: Strategia wzrostu wartości szansą dla rozwoju przedsiębiorstwa górniczego, w: A. Bluszcz (red.): Szanse i bariery rozwoju przemysłu górniczego. Wydawnictwo Śląsk. Katowice 2013.
5. Bluszcz A. Kijewska A., Sojda A.: Generowanie wartości dodanej dla interesariuszy przez spółkę górnica, w: J. Brzóska, J. Pyka (red.): Nowoczesność przemysłu i usług w warunkach kryzysu i nowych wyzwań. Wydawnictwo TNOIK. Katowice 2013.
6. Bogacz P.: Corporate identity jako podstawowy element tworzenia wizerunku nowoczesnego przedsiębiorstwa górniczego. „Przełąd Górniczy” 2011, nr 9.
7. Czerwionka M.: Inwestowanie etyczne GPW, „Akcjonariusz” 2011, nr 4.
8. Flammer C.: Corporate Social Responsibility and Stock Prices: The Environmental Awareness of Shareholders. MIT Sloan School of Management. http://deloitte.wsj.com/riskandcompliance/files/2013/10/ESG_MIT_Study1.pdf (dostęp luty 2014)
9. Freeman R.E.: Strategic Management. A Stakeholder Approach. Pitman, Boston 1984.
10. International Standard ISO 26000 Guidance on social responsibility.
11. Jabłoński A.: Modele zrównoważonego biznesu. W budowie długoterminowej wartości przedsiębiorstw z uwzględnieniem ich społecznej odpowiedzialności. Difin, Warszawa 2013.
12. Jaki A.: Wycena przedsiębiorstwa. Przesłanki, procedury, metody. Oficyna Ekonomiczna. Kraków 2004.
13. Konieczna R., Kulczycka J.: Znaczenie CSR w przedsiębiorstwach sektora górniczego w Polsce. „Przełąd Górniczy” 2012, nr 3.
14. Kuraszko I.: Społeczna odpowiedzialność biznesu i ekonomia społeczna. PWE, Warszawa 2007.
15. Lubin D. A., Esty D. C.: Imperatyw zrównoważonego rozwoju. „Harvard Business Review” Polska, marzec 2012, s. 96-107.
16. Menedżerowie 500/Lider CSR 2010, Forum odpowiedzialnego Rozwoju i GoodBrand&Company 2010.
17. Mossakowska T., Wasilewski M.: Czy górnictwo jest w stanie przyjąć paradygmat zarządzania jakim jest CSR? „Przełąd Górniczy” 2011, nr 10.
18. Ogródnik M., Mieszaniec J.: Metoda analizy interesariuszy jako innowacyjna koncepcja w zarządzaniu przedsiębiorstwem górnica, w: Knosala R. (red.): Komputerowo zintegrowane zarządzanie. Oficyna Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Zarządzania Produkcją, Opole 2010.

19. *Ogrodnik R.*: Korzyści wynikające z implementacji zasad społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. „Przeгляд Górnicy” 2011, nr 9.
20. *Urbisch J.*: Model biznesowy GK JSW – w kierunku zrównoważonego rozwoju. „Przeгляд Górnicy” 2013, nr 9.
21. *Weber M.*: The business case for corporate social responsibility. A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*. 26/2008, s. 247-261.
22. *Ziółkowski B.*: Ewolucyjne podejście do ekoinnowacji i zrównoważonego rozwoju – ujęcie systemowe. Poligrafia WSD. Rzeszów 2012.
23. *Zagórowski J., Urbisch J.*: Zrównoważona konkurencyjność Grupy Kapitałowej Jastrzębskiej Spółki Węglowej. pod red. A. Karbownika, Paradygmat sieciowy. Wyzwania dla teorii i praktyki zarządzania. Wydawnictwo Politechniki Śląskiej. Gliwice 2013.
24. <http://www.seg.org.pl/en/node/994> (dostęp luty 2014)
25. www.pracodawcyrp.pl (dostęp luty 2014)
26. http://www.pkn.pl/sites/default/files/discovering_iso_26000.pdf (dostęp luty 2014)
27. <http://www.aa1000.pl/standardy-aa1000> (dostęp luty 2014)
28. <http://www.pkn.pl/iso-26000> (dostęp luty 2014)
29. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/> (dostęp luty 2014)

Przypominamy!

Na łamach Przeglądu Górniczego trwa **KONKURS O NAGRODĘ IMIENIA PROFESORA BOLESŁAWA KRUPIŃSKIEGO**

na

*najlepszy artykuł upowszechniający doświadczenia kopalń
podziemnych w zakresie działań skutkujących poprawą
bezpieczeństwa górniczego i ekonomicznej efektywności
eksploatacji złóż.*

Doświadczenia, które gromadzą się w kopalniach są istotnym źródłem wiedzy i postępu. Dzielimy się swymi doświadczeniami!

