



Joanna KULCZYCKA*, Herbert WIRTH**

Spółeczna odpowiedzialność w strategiach firm górniczych w Polsce

Streszczenie: W referacie przedstawiono rozwój idei społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce. Omówiono rolę CSR w strategii zarządzania przedsiębiorstw, w tym w szczególności przedsiębiorstw przemysłu wydobywczego. Scharakteryzowano istotne działania na rzecz CSR wybranych przedsiębiorstw górniczych w aspektach środowiskowych, pracowniczych, regionalnych i innych oraz sposoby informowania i raportowania o podjętej w tym zakresie działalności, m.in. przez takie firmy jak: KGHM Polska Miedź SA, PGE.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, przedsiębiorstwa górnicze, raportowanie

Corporate social responsibility in strategy of mining companies in Poland

Abstract: The development of corporate social responsibility (CSR) in Poland has been presented in the paper. The role of CSR in company's management strategy, including mining companies, the main achievements in CSR of mining companies concerning ecological, social, local and other aspects, as well as methods of its reporting have been described. Some case studies based on achievements of KGHM Polska Miedź SA or PGE have been included.

Key words: corporate social responsibility, mining companies, reporting

1. Geneza i istota społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)

Idea odpowiedzialności społecznej dotycząca dobrowolnych działań w zakresie ochrony środowiska naturalnego i aspektów społecznych w działalności przedsiębiorstw, zyskała na popularności w latach dziewięćdziesiątych. Wraz z jej rozwojem pojęcie społecznej odpo-

* Dr, IGSMiE PAN, Kraków.

** Dr inż., KGHM Polska Miedź SA.

wiedzialności biznesu (CSR – *Corporate Social Responsibility*) zostało wprowadzone w wielu dokumentach i strategiach UE i poszczególnych krajów. Przykładowo, w Zielonej Księdze Komisji Europejskiej z 2001 r. CSR zdefiniowano jako koncepcję, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie decydują się działać na rzecz lepszego społeczeństwa i czystszej środowiska naturalnego (Green Paper... 2001). Podkreślano, iż odpowiedzialność społeczna nie oznacza jedynie dostosowywania się do wymagań prawnych w tym zakresie, ale także prowadzenia dodatkowych działań w zakresie inwestowania w kapitał ludzki, ochronę środowiska oraz relacje z interesariuszami. W 2002 r. Komisja przedstawiła pierwszy komunikat określający europejską strategię na rzecz promowania CSR i jej wpływ na gospodarkę i społeczeństwo (Komunikat... 2002). Następnie w marcu 2006 r. został opublikowany kolejny komunikat pt. *Realizacja partnerstwa na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia: uczynienie Europy liderem w zakresie odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw* (Komunikat... 2006). Wskazano w nim, iż przedsiębiorstwa europejskie są już silnie zaangażowane w działalność na rzecz CSR, ale UE pragnie nadać CSR większe znaczenie polityczne, zachęcić przedsiębiorstwa do zwiększenia wysiłków w tym obszarze oraz uczynić Europę – w interesie konkurencyjnych przedsiębiorstw oraz zrównoważonej gospodarki rynkowej – liderem w zakresie CSR. Bazując na dotychczasowej definicji CSR uszczegółowiono jej pojęcie uznając ją jako *koncepcję dobrowolnego uwzględnienia przez przedsiębiorstwa problematyki społecznej i ekologicznej w działalności komercyjnej i w ich stosunkach z zainteresowanymi stronami*.

Przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie często mylnie jest określane jako podmiot, który przeznaczając znaczne środki pieniężne na filantropię czy ochronę środowiska. Działalność przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie jest natomiast elementem strategii biznesowej, która pozostaje w ścisłej współzależności i bezpośrednio oddziałuje na pozostałe jego cele strategiczne. Działalność odpowiedzialna społecznie nie może jednak wpływać negatywnie na konkurencyjność firmy, a cele biznesowe i społeczne muszą się uzupełniać. Podstawą jest uznanie, że przedsiębiorstwo egzystuje w szerszym kontekście socjologicznym jako członek społeczeństwa, a nie jego autonomiczna i niezależna część. Oznacza to, że przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie powinno tak kształtować relacje ze wszystkimi grupami swoich interesariuszy, by osiągać biznesowe cele maksymalizując jednocześnie ich korzyści, a co najważniejsze – nie naruszając ich interesów. Trwałość i charakter tego układu ma wpływ na jego efektywne funkcjonowanie, poprzez realizację następujących zadań (Paliwoda-Matiolańska 2007):

- dostarczanie produktów lub usług odpowiadających na potrzeby społeczeństwa,
- tworzenie wartości ekonomicznej i uczciwe jej redystrybuowanie,
- tworzenie miejsc pracy odpowiadających zasadom ekonomicznym, prawnym i humanistycznym,
- wspieranie lub przynajmniej nieograniczanie rozwoju pracowników,
- kontynuowanie i rozwijanie swojej działalności w poszanowaniu zasobów naturalnych i ludzkich,
- solidarne wspieranie wszelkiej aktywności i działalności innych przedsiębiorstw, instytucji oraz organizacji.

Szczegółowy zakres i rodzaj działań „odpowiedzialnych społecznie” zależy jednak od uwarunkowań lokalnych, rynkowych, branżowych itp. Pierwsze próby określania zakresu działań społecznie odpowiedzialnych oraz wprowadzania standardów dotyczących raportowania ich działalności zostały zapoczątkowane w latach 60. i 70. XX w. w USA i w Eu-

ropie. Ustalono wówczas, iż powinnością biznesu jest informowanie interesariuszy o własnej działalności społecznej. Natomiast ogólnosiwiatowy standard dostarczający wskazówek dla raportowania kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych funkcjonowania przedsiębiorstwa – tzw. *triple bottom line* uznawany jest za początek *Global Reporting Initiative*¹ (GRI). Od 2010 r. raport społeczny przedstawia skondensowany obraz zarządzania organizacją i publikuje wyniki odpowiedzialnego społecznie prowadzenia działalności gospodarczej. Uwzględnione są społeczne, etyczne i ekologiczne aspekty funkcjonowania firmy oraz kontakty z interesariuszami (m.in. z pracownikami, z klientami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną).

Istotne znaczenie w kreowaniu CSR miały również inne dokumenty, np. *Trójstronna deklaracja zasad dotyczących przedsiębiorstw wielonarodowych i polityki społecznej Międzynarodowej Organizacji Pracy MOP* (zawarta w Genewie w 2000 r.) zachęcająca wielonarodowe przedsiębiorstwa do rozwiązywania trudności mogących powstać w wyniku ich działań w goszczących ich krajach. Stała się ona podstawą światowych porozumień ramowych zawieranych pomiędzy wielonarodowymi przedsiębiorstwami i międzynarodowymi branżowymi związkami zawodowymi, np. ICEM (*International Federation of Chemical, Energy, Mine and General Workers' Union*), IMF (*International Metal Workers Union*) itp., zawierających postanowienia o wynagrodzeniach, warunkach pracy i inne.

Dla branży górniczej podejmowano też próby uszczegółowienia zakresu CSR, np. przez *Global Mining Initiative*, utworzoną w 1999 r. przez dziewięć największych firm górniczych na świecie. W kolejnych latach w CSR dla górnictwa zaangażowane były zarówno międzynarodowe organizacje branżowe i nieformalne stowarzyszenia, np. *International Council on Mining and Metals* (www.icmm.com), *The Extractive Industry Transparency Initiative* (www.eiti.org), jak i organizacje i rządy poszczególnych krajów, np. w Kanadzie, gdzie opracowano najpierw *CSR guidelines of the Prospectors and Developers Association of Canada* (2007 r.), a następnie *Building the Canadian Advantage: A CSR Strategy for the International Extractive Sector* (www.international.gc.ca).

W efekcie tych działań społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) dla producentów przestaje być traktowana jako inicjatywa, a staje się istotnym elementem strategii biznesowej, która przenika przez wszystkie zachodzące w niej procesy biznesowe stając się istotnym czynnikiem wspomagającym zarządzanie przedsiębiorstwem.

2. Strategia społecznej odpowiedzialności biznesu jako czynnik wspomagający zarządzanie przedsiębiorstwem

Strategia społecznej odpowiedzialności wymaga porzucenia tradycyjnych modeli zarządzania na rzecz rozwiązań charakteryzujących się etycznym uwrażliwieniem organizacji.

¹ GRI powstała w 1997 r. jako partnerstwo *Coalition of Environmentally Responsible Economies* (CERES) oraz Programu Środowiska ONZ (UNEP). Zadaniem GRI było opracowanie wytycznych dla raportów zrównoważonego rozwoju, którymi większe przedsiębiorstwa, a także rządy i organizacje pozarządowe mogą się posługiwać w celu standaryzowanej prezentacji ich działań w zakresie ekonomii, ekologii i na rzecz społeczeństwa, by przyczynić się w ten sposób do lepszego zrozumienia ze strony interesariuszy i oraz umożliwić porównywalność raportów na poziomie globalnym. Aktualna wersja wytycznych *Global Reporting Initiative* dotyczących raportowania to GRI G3.

Jest niezbędne, aby przyjętą strategię odpowiedzialności społecznej uczynić obowiązującą dla całej organizacji i zawrzeć ją w kodeksie etycznym (Piekarz 2006) oraz aby „motorem” podejmowanych działań był poziom motywacyjny członków organizacji. Zakłada się, że w miejsce bodźców zewnętrznych powinna pojawić się motywacja wewnętrzna, budowana na zasadach zaufania, swobody działania. Pożądanym stanem jest wytworzenie długoterminowej dyspozycji i skłonności do określonego zachowania, zwanej nastawieniem. Nastawienie powinno zastąpić ukształtowany głównie dyscypliną model zachowań pracowniczych odnoszony do ściśle zdefiniowanych pojedynczych działań, określonych w czasie i przestrzeni (Steimann, Olbrich 2001). Nastawienie rozstrzyga w dużej mierze o efektywności planowania strategicznego, zorientowanego na etykę biznesu.

Odpowiedzialność społeczna wymaga modelu zarządzania, którego ideę można oprzeć na następujących przesłankach (Piekarz 2006):

- wprowadzanie wewnętrznego rynku w przedsiębiorstwie. Proces ten wymaga radykalnych przeobrażeń w strukturze organizacyjnej, której trzon tworzą autonomiczne centra odpowiedzialności. To rozwiązanie redukuje stopień zhierarchizowania struktur na rzecz ich elastyczności, sprzyja powstawaniu mechanizmów samokontroli, współdziałania, zastępuje zachowania pracowników nastawieniem i gotowością do pracy;
- zespolenie konserwatywnych wartości rynkowych (zysk, konkurencja) z liberalnymi wartościami demokracji (współpraca, dobrobyt). Należy dodać, że zysk stanowi w dalszym ciągu podstawowy cel działania przedsiębiorstwa, ale ograniczony dodatkowymi względami;
- rozbudowanie systemu informacyjnego;
- wzrost stopnia zaufania kierownictwa przedsiębiorstwa zarówno do kierowników niższego szczebla, jak i pozostałych uczestników organizacji.

Przedsiębiorstwa przyjmujące perspektywę zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu uwzględniają, prognozują oraz maksymalizują ekonomiczną, środowiskową oraz społeczną wartość z korzyścią dla wszystkich interesariuszy.

Najprościej ideę CSR przedstawia koncepcja „3E” (etyka, ekologia, ekonomia), która oznacza, że na podstawowym poziomie odpowiedzialności firma:

- działa zgodnie z prawem i społecznie przyjętymi normami etycznymi,
- chroni środowisko naturalne,
- maksymalizuje swoją wartość ekonomiczną, czyli przynosi zyski udziałowcom.

Koncepcja „3E” jest fundamentem wielu firm odpowiedzialnych społecznie czy standardów prowadzenia sprawozdawczości w zakresie odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw. Z zarządzaniem odpowiedzialnością społeczną wiąże się stosowanie narzędzi dostosowanych do konkretnych obszarów działalności firmy. Przykładowo, w zakresie relacji z inwestorami należą do nich zasady ładu korporacyjnego i dobre praktyki spółek notowanych na giełdzie, w obszarze ochrony środowiska – polityka środowiskowa firmy oraz wdrażane w niej certyfikaty środowiskowe (np. ISO 14001), a w zakresie relacji z pracownikami, dostawcami czy kontrahentami – wewnętrzne i branżowe kodeksy etyczne, wewnętrzne regulaminy. Odpowiedzialność społeczna – jako integralna część strategii i filozofia zarządzania – powinna być również analizowana w kontekście zarządzania ryzykiem w firmie.

3. CSR w raportach firm produkcyjnych

Światowa Inicjatywa Sprawozdawcza GRI w latach 2003–2006 opracowała ogólnodostępne wytyczne, mające zastosowanie do sprawozdawczości na temat gospodarczych, ekologicznych i społecznych aspektów działalności, produktów i usług dowolnego przedsiębiorstwa (GRI-3). Są one dostępne również w języku polskim (www.globalreporting.org) w wersji ogólnych wytycznych, jak i zestawu proponowanych wskaźników oraz poziomów aplikacji. Wśród wskaźników z zakresu ochrony środowiska zaproponowano 30 różnych wskaźników ujętych w aspekty, tj. surowce/materiały, energia, woda, bioróżnorodność, emisje/ścieki/odpady, produkty i usługi, transport, zgodność z przepisami, ogólny – dotyczący wydatków na inwestycje z zakresu ochrony środowiska. Dane określające proponowane wskaźniki znajdują się zazwyczaj w systemie zarządzania środowiskiem organizacji raportującej lub w jej innych dokumentach wewnętrznych. Informacje można również, jeśli są dostępne, uzyskać z ocen wpływu na środowisko i społeczeństwo oraz/albo oszacowań cyklu życia i od innych organizacji w łańcuchu dostaw. Z kolei wskaźniki ekonomiczne dotyczą m.in.:

- płatności na rzecz instytucji państwowych, tj. wszystkich podatków płatnych przez spółkę (od osób prawnych, dochodowe, od nieruchomości itp.) oraz odnośne kary płatne na szczeblu międzynarodowym, krajowym oraz lokalnym,
- inwestycji w społeczność – dotyczy dobrowolnego wkładu i inwestowania funduszy w szeroko pojmowaną społeczność, gdzie docelowymi beneficjentami są jednostki spoza organizacji. Obejmuje to składki na cele charytatywne, organizacje pozarządowe i instytucje badawcze, fundusze wsparcia infrastruktury społeczności lokalnej (np. obiekty rekreacyjne) oraz bezpośrednie koszty programów społecznych (w tym wydarzenia artystyczne i edukacyjne).

W ostatnim czasie został uruchomiony *Sethi CSR Monitor* będący pierwszą próbą systematycznej analizy korporacyjnych raportów odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju, publikowanych przez największe korporacje z całego świata. *Sethi CSR Monitor* klasyfikuje i porównuje informacje zawarte w sprawozdaniach CSR i zrównoważonego rozwoju według 12 elementów: ochrony środowiska, obywatelstwa korporacyjnego, komunikacji zarządów, zapewnienia integralności, zaangażowania interesariuszy, ogólnych stosunków pracowniczych, traktowania pracowników produkcji, zarządzania łańcuchem dostaw, kodeksów postępowania, ładu korporacyjnego, przekupstwa i korupcji oraz reputacji firmy. Badanie, którym objęto 477 raportów zrównoważonego rozwoju i CSR z bazy danych 1225 firm z 23 branż i 43 krajów wykazało, iż Europa i Australia są liderami pod względem jakości raportów w przeciwieństwie do firm z Ameryki Północnej. Do sześciu spółek z najwyższą ogólną oceną należą: BHP Billiton (metale i górnictwo, Australia), Bayer (opieka zdrowotna, Niemcy), UniCredito Italiano (finanse, Włochy), Iberdrola (energetyka, Hiszpania), BT Group (telekomunikacja, Wielka Brytania) oraz L’Oreal (dobra konsumpcyjna, Francja). Ogólna jakość obecnego zestawu raportów CSR i zrównoważonego rozwoju wskazuje na potrzebę znacznej poprawy. Ponad 60% sprawozdań w bazie danych miało wynik poniżej 50% maksymalnej punktacji do osiągnięcia. CSR Monitor pokazuje, że wysokiej jakości sprawozdania CSR pomagają firmom poprawiać swoją reputację i w przyszłości ograniczać ryzyko związane z nowymi regulacjami, finansową niepewnością, naciskami opinii publicznej i organizacjami pozarządowymi, czy publicznym niezadowoleniem (www.respectindex.pl).

4. CSR w Polsce

Dynamiczny rozwój strategii CSR, datowany w Polsce na początek XXI w., jest ściśle związany z napływem dużej liczby inwestorów zagranicznych. CSR w Polsce cieszy się rosnącym zainteresowaniem kadry menedżerskiej, instytucji otoczenia biznesu, inwestorów oraz administracji państwowej, stopniowo stając się wyznacznikiem ładu korporacyjnego oraz priorytetem w budowaniu kompleksowej strategii rozwoju firmy. Istotne znaczenie miała również realizacja przez UNDP w 2007 r. projektu *Podstawy polityki RP w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Analiza, diagnoza, rekomendacje* realizowana w ramach projektu *Accelerating CSR Practices in the New EU Member States and Candidate Countries as a Vehicle for Harmonization, Competitiveness and Social Cohesion in EU*. W ramach projektu zidentyfikowano kluczowe aspekty oraz ramy merytoryczne i operacyjne przyszłej polityki publicznej w zakresie CSR. Celem zapewnienia spójności i koordynacji inicjatyw podejmowanych w ramach upowszechniania koncepcji CSR, Zarządzeniem nr 38 z dnia 8 maja 2009 r. powołany został *Zespół do spraw Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw* stanowiący organ pomocniczy Prezesa Rady Ministrów. Celem prac Zespołu jest przygotowywanie rekomendacji dla administracji rządowej, związanych z promocją i wprowadzaniem w życie zasad CSR. Pracom Zespołu przewodniczy przedstawiciel ministra właściwego do spraw gospodarki w randze podsekretarza stanu.

Ministerstwo Gospodarki uruchomiło rządową stronę internetową (www.csr.gov.pl), która stanowić ma nie tylko swoistego rodzaju centrum wiedzy na temat bieżących wydarzeń w zakresie CSR, lecz również platformę wymiany doświadczeń na temat koncepcji oraz kierunków rozwoju CSR w Polsce. Ponadto Ministerstwo Gospodarki, odpowiadając na potrzeby małych i średnich przedsiębiorstw zleciło w 2008 r. przygotowanie podręcznika dotyczącego CSR *Zrównoważony biznes, podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw*, którego celem jest dostarczenie wiedzy na temat dostępnych narzędzi i praktyk w obszarze CSR, które mogą przyczynić się do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Wiele inicjatyw na rzecz wdrażania CSR w przedsiębiorstwach podejmują też organizacje pozarządowe, np. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Wielkopolski Związek Pracodawców, który zrealizował – w ramach projektu *Wielkopolska Liderem CSR* – 11 konferencji lokalnych poświęconych CSR oraz konkurs na wielkopolskiego lidera CSR w 2009 r., nagradzane w trzech kategoriach: dbałość o lokalny rynek pracy, dbałość o warunki pracy pracowników oraz dbałość o środowisko. Istotne znaczenie dla promocji CSR ma w Polsce działalność Forum Odpowiedzialnego Biznesu, którego misją jest upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska (www.odpowiedzialnybiznes.pl), oraz utworzona przez firmę CSRifo platforma komunikacyjno-edukacyjna, poświęcona społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonemu rozwojowi.

Istotne znaczenie dla promocji i rozwoju CSR w Polsce ma utworzony 19 listopada 2009 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie indeks spółek odpowiedzialnych społecznie, tzw. RESPECT index. Obecnie notowanych jest 16 firm, w tym: KGHM, PKN Orlen, PGNiG.

5. CSR w strategiach firm górniczych w Polsce

Z badań ankietowych prowadzonych w 2007 r. w ramach projektu *Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce* wynika, iż w większości przedsiębiorstw CSR postrzegana była jako działalność z zakresu *public relation*, a nie jako odrębna strategia podmiotów (www.odpowiedzialnybiznes.pl). W ostatnich latach – jak wynika z raportów publikowanych corocznie przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu CSR – dla wielu firm staje się ona sposobem prowadzenia biznesu. Badania ankietowe prowadzone w 2009 r. przez firmę konsultingową Braun& Partners Polska i PKPP Lewiatan w ujęciu sektorowym w Polsce, w których analizie poddano 3 największe firmy z 13 wybranych sektorów, wykazały, iż najbardziej wiarygodny CSR mają firmy sektora paliwowego (uzyskując 48 punktów ze 100 możliwych), natomiast firmy z sektora górniczego znalazły się dopiero na 8 miejscu (23 punkty), z sektora energetycznego – na miejscu 11 (17 punktów), a z sektora metali – na 13 (15 punktów). Niestety, tylko nieliczne przedsiębiorstwa górnicze w Polsce podają informacje o działalności w zakresie CSR, a sama działalność wydobywcza – szczególnie górnictwa odkrywkowego – postrzegana jest jako szczególnie szkodliwa dla środowiska (Górecki, Sermet 2010). Pojawiają się jednak i w tym sektorze liderzy, rzetelnie informujący o swojej działalności na rzecz środowiska, społeczności czy przejrzystości działań. Firma Tarmac Kruszywa deklaruje działania dla zminimalizowania wpływu na środowisko poprzez opracowaną i wdrożoną specjalnie *Politykę środowiskową* i działania wykraczające poza wymogi prawne. Firma podejmuje zadania związane z rozwojem bioróżnorodności, tworzy zbiorniki wodne i siedliska ptaków (Fudala 2009). Lafarge Cement dołączył do grona partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu, deklarując działalność w tym zakresie.

W 2010 r. opracowano deklarację społecznej odpowiedzialności spółek linii biznesowej *Wydobycie i Wytwarzanie Polskiej Grupy Energetycznej*. Stwierdza się w niej, iż misją PGE jest budowanie jej wartości poprzez efektywne wydobycie węgla, wytwarzanie energii elektrycznej, ciepła oraz świadczenie usług przy zachowaniu wysokich standardów ekologicznych i zasad społecznej odpowiedzialności. Będąca w grupie Kopalnia Węgla Brunatnego Bełchatów dobrowolnie przyjęła strategię uwzględniającą w swej działalności aspekty społeczne, etyczne i ekologiczne oraz relacje z różnymi grupami interesariuszy, a Zarząd Kopalni Bełchatów przyjął uchwałą *Deklarację społecznej odpowiedzialności spółek Grupy BOT*. Stwierdzono, iż społeczna odpowiedzialność jest elementem strategii rozwoju spółki i wpływa na budowanie konkurencyjnej przewagi przedsiębiorstwa. Realizacja celów spółki odbywa się m.in. poprzez minimalizowanie szkodliwego wpływu na środowisko naturalne, spowodowanego prowadzoną działalnością, wdrażanie technologii przyjaznych środowisku, podnoszenie świadomości oraz upowszechnianie wiedzy ekologicznej wśród pracowników i społeczności lokalnej, ciągłe doskonalenie w obszarze związanym z oddziaływaniem na środowisko naturalne, dbałość o zachowanie najwyższych standardów w dziedzinie zarządzania i rozwoju kadr, troskę o pracowników, wspieranie programów i inicjatyw z różnych sfer życia społecznego poprzez angażowanie się w promowanie kultury i sztuki, popularyzowanie zdrowego stylu życia, edukację, oświatę, wypoczynek, a także różne dyscypliny sportowe w ramach działań sponsorskich, wspieranie instytucji i stowarzyszeń działających na rzecz osób potrzebujących oraz społeczności lokalnej w ramach działań dobroczynnych.

KGHM Polska Miedź SA zintensyfikował działania na rzecz CSR, działając w obszarach (www.kghm.pl):

- pracowniczych, gdzie wdrożono System Zarządzania Potencjałem Społecznym wspomagający strategię biznesową Spółki poprzez rozwój systemu kształcenia i doskonalenia, planowania karier i zarządzania kompetencjami oraz zarządzania wiedzą, optymalizację procesu rekrutacji i adaptacji, system ocen pracowniczych, system komunikacji wewnętrznej i kształtowanie kultury organizacyjnej, zapewnienia odpowiedniej motywacji pracowników. W efekcie prowadzonych działań KGHM zajął trzecie miejsce w rankingu Uniwersum „Idealny Pracodawca” w 2010 r. w kategorii inżynieria;
- regionalnych, gdzie KGHM podjął działania zmierzające do usunięcia zagrożeń wynikających z monokultury przemysłu miedziowego. W tym celu firma dąży do harmonijnej współpracy z samorządami lokalnymi, umożliwiając wspólne inicjowanie nowych form działalności gospodarczej. Polityka firmy wobec regionu oznacza przede wszystkim działania zmierzające do utrzymania dotychczasowych miejsc pracy, prowadzenia działalności prospołecznej, inicjowania lokalnych i regionalnych przedsięwzięć pobudzających aktywność gospodarczą, dywersyfikacji struktury Spółki oraz tworzenie nowych podmiotów gospodarczych;
- wspierania działalności społecznie użytecznej, które jest realizowane poprzez sponsoring w ramach samego KGHM oraz poprzez działalność specjalnie w tym celu utworzonej Fundacji Polska Miedź. Fundacja prowadzi działalność charytatywną dla instytucji i osób fizycznych. Wspiera naukę i oświatę, ochronę i promocję zdrowia, kulturę i sztukę, ochronę dóbr kultury i tradycji, upowszechnianie kultury fizycznej i sportu itp. Z pomocy Fundacji korzysta rocznie ponad półtora tysiąca osób – to głównie działania w dziedzinie ochrony zdrowia oraz pomocy społecznej. Fundacja zawsze wspiera ofiary klęsk żywiołowych – huraganu w Legnicy, powodzi na Ziemi Kłodzkiej, obecnie powodzi w Bogatyni. KGHM partycypuje w organizacji oraz obejmuje patronat nad znaczącymi przedsięwzięciami, które są skierowane do społeczności regionu i całego kraju. W 2009 r. były to m.in. Festiwal Teatralny Miasto, Dymarki Kaczawskie, wystawa w Muzeum Archeologiczno-Historycznym w Głogowie „Już nigdy...”. Ponadto firma zacieśnia współpracę z uczelniami wyższymi i stwarza swoisty pomost między przemysłem i środowiskiem naukowym. W 2009 r. KGHM był zaangażowany organizacyjnie i finansowo w licznych konferencjach i sympozjach naukowych, takich jak Kongres Górnictwa Rud Miedzi, Miedziowe Wiosenne Warsztaty Onkologiczne, Jubileusz 90-lecia Akademii Górniczo-Hutniczej. Działalność KGHM Polska Miedź SA w obszarze CSR została doceniona przez Forum Darczyńców, które w roku 2009 przyznało firmie II miejsce w ogólnopolskim Rankingu „Lider Polskiej Filantropii”. Obiektywnym miernikiem wielowymiarowego społecznego zaangażowania KGHM jest zakwalifikowanie spółki do firm objętych wskaźnikiem RESPECT INDEX. Z kilkuset firm notowanych na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych jedynie 16 zostało w ubiegłym roku objętych tym indeksem. Szczegółowy audyt decydujący o nadaniu tego indeksu ocenia właśnie społeczną odpowiedzialność biznesu, wrażliwość na problemy ekologiczne, komunikację z otoczeniem, udział w życiu lokalnej społeczności itp.

Podobnie jak KGHM, spółki z grupy kapitałowej są zaangażowane w działalność na rzecz społeczności lokalnej, np. KGHM Ecoren – organizowanie wakacyjnego turnieju dla dzieci i młodzieży z Zagłębia Miedziowego, jak i z wdrażanie przedsięwzięć z zakresu edukacji ekologicznej.

Inny przykład zastosowania CSR stanowi ZGH Bolesław SA, który skoncentrował swoją działalność na zapewnieniu produktów i usług o coraz wyższej jakości, opracowując i przyjmując w 2009 r. politykę jakości ZGH Bolesław, w której dąży m.in. do budowania trwałych i partnerskich relacji z klientami.

Zakończenie

Wiele firm górniczych w Polsce podejmuje szereg działań z zakresu CSR, co potwierdzają wyniki statystyczne dla całej branży (tab. 1). Dotyczą one w szczególności działań z zakresu ochrony środowiska, promowania lokalnego zatrudnienia, inwestycji w nowe przedsięwzięcia, wydatków na B+R, poziomu wynagrodzenia itp. Jednak najczęściej brak jest ogólnie dostępnych informacji z tego zakresu, a firmy wydobywcze rozpoczynające inwestycje traktowane są często przez lokalną społeczność jako zagrożenie. Konieczne jest wyliczenie, jaka część środków finansowych z prowadzonej działalności wydobywczej pozostaje w budżetach administracji lokalnej i centralnej, jaki jest przewidywany poziom zatrudnienia itp. Dlatego wskazane jest wprowadzenie skoordynowanych działań CSR w całej branży górniczej oraz opracowanie branżowych standardów raportowania zawierających wspólną deklarację i misję. Zawierać ona może zarówno aspekty dotyczące bieżącej działalności firm z uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych, jak i strategicznych długoterminowych celów, np. dotyczących zagospodarowania terenów pogórniczych, wraz ze wskazaniem zamierzeń takiego zagospodarowania terenów, aby mogły one stać się miejscem rozwoju lokalnego biznesu. Takie plany (*action plan*) są opracowywane dla wybranych obszarów w Małopolsce w ramach projektu *Sigma for Water* (Interreg IVC). Wprowadzając CSR jako długofalową strategię zarządzania, firmy wydobywcze mogą zwiększyć swoje przewagi konkurencyjne, jak i zmniejszać ryzyka powstania sytuacji kryzysowej. Istotne jest zatem, aby wspólnie określały i raportowały podejmowane działania w następujących obszarach:

- środowisko, tj. odpowiadanie na zmieniające się przepisy prawne, wdrażanie systemów zarządzania środowiskowego, uwzględnienie kwestii środowiskowych w procesie planowania i zarządzania, wdrażanie niskoemisyjnych technologii, realizacja projektów badawczych, zapobieganie degradacji terenu i rekultywacja, przenoszenie wymagań środowiskowych na łańcuch dostaw;
- społeczeństwo, tj. wdrażanie inwestycji efektywnościowych, zapewniających ograniczenie kosztów, opracowanie i wdrażanie programów skierowanych do odbiorców wrażliwych społecznie, minimalizacja oddziaływania inwestycji na społeczności lokalne, realizacja i ewaluacja programów zaangażowania społecznego, prowadzenie otwartego dialogu z interesariuszami, pozyskiwanie lokalnej kadry, realizacja projektów wolontariatu pracowniczego, prowadzenie programów edukacyjnych lub programów zaangażowania społecznego związanych z prowadzonym profilem działalności, odpowiedzialne inwestycje;

TABELA 1. Wybrane wskaźniki określające działalność branży górniczej w porównaniu do sektora przemysłowego ogółem

TABLE 1. Chosen indicators determining corporate social responsibility for mining sector versus industrial sector

Wyszczególnienie		2000	2005	2007	2008
Podmioty gospodarcze [szt.]	ogółem	231 394,0	202 133,0	208 193,0	213 025,0
	górnictwo	b.d.	1 282,0	1 483,0	1 456,0
Pracujący w przemyśle [osoby]	ogółem	3 134 400,0	2 912 100,0	3 142 900,0	3 103 300,0
	górnictwo	223 200,0	185 100,0	180 300,0	184 600,0
Produkcja globalna [mln zł]	ogółem	513 085,2	736 068,5	927 650,9	988 738,0
	górnictwo	27 080,1	34 987,7	39 934,0	45 504,6
Wynagrodzenie [zł/osobę]	ogółem	1 942,3	2 375,8	2 702,3	2 979,2
	górnictwo	3 210,1	4 347,1	4 882,6	5 419,9
Nakłady inwestycyjne – ceny bieżące [mln zł]	ogółem	13 254,6	11 596,6	15 447,5	19 075,9
	górnictwo	1 464,5	2 622,9	3 182,6	3 990,8
Nakłady na ochronę środowiska – ceny bieżące [mln zł]	ogółem	2 970,1	2 411,5	3 415,9	4 246,8
	górnictwo	93,2	136,5	108,2	61,3
Nakłady na szkolenie personelu [mln zł]	ogółem	135,3	43,5	64,6	227,9
	górnictwo	0,2	0,4	0,7	135,5

Źródło: GUS

- pracownicy, tj. priorytetowe traktowanie aspektów bezpieczeństwa i higieny pracy, aktywne pozyskiwanie kadry lub wspieranie zatrudnienia, wdrożenie programów etycznych i ich ewaluacja, troska o rozwój pracowników i ich rodzin, wdrażanie programów socjalnych, realizacja programów skierowanych do pracowników w kontekście prowadzonej restrukturyzacji, badanie satysfakcji pracowników i programy motywacyjne, prowadzenie otwartego dialogu z pracownikami, przenoszenie wymagań na łańcuchach dostaw;
- rynek (ekonomia), tj. odpowiadanie na zmieniające się przepisy prawne i regulacyjne, odpowiedzialne zarządzanie relacjami z dostawcami i partnerami biznesowymi, poprawa efektywności funkcjonowania celem zwiększenia zysków, zachowanie zasad transparentności i uczciwej konkurencyjności, proaktywne zarządzanie ryzykami, troska o obsługę klienta ze szczególnym uwzględnieniem działań w zakresie przyłączeń, reklamacji, zmiany dostawcy, realizacja projektów badawczych oraz rozwój biznesu, wdrażanie innowacyjnych technologii, prowadzenie programów partnerskich, wdrażanie programów etycznych oraz etyka w biznesie.

Literatura

Fudala M., 2009 – Przemysł społecznie odpowiedzialny. Surowce i maszyny budowlane 4.
Green Paper Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility; COM(2001) 366 final z dnia 18.07.2001 r.

- Górecki J., Sermet E., 2010 – Społeczna odpowiedzialność górnictwa. Surowce i maszyny budowlane 1. Komunikat Komisji Europejskiej dotyczący odpowiedzialności biznesu. Wkład biznesu w zrównoważony rozwój. COM (2002) 347 z dnia 2.07.2002 r.
- Komunikat Komisji dla Parlamentu Europejskiego, Rady i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego Realizacja Partnerstwa na Rzecz Wzrostu Gospodarczego i Zatrudnienia: Uczynienie Europy Liderem w Zakresie Odpowiedzialności Społecznej Przedsiębiorstw, COM(2006) 136, z dnia 22.03.2006 r.
- Paliwoda-Matiolańska A., 2007 – Odpowiedzialność społeczna w kształtowaniu rozwoju przedsiębiorstwa. Akademia Ekonomiczna, Kraków.
- Piekarz H., 2006 – Idea społecznej odpowiedzialności we współczesnym przedsiębiorstwie. Zeszyty naukowe nr 700; Akademia Ekonomiczna, Kraków .
- Steimann H., Olbrich T., 2001 – Zarządzanie etyką. Zintegrowane kierowanie procesami etycznymi i ekonomicznymi, Organizacja i Kierowanie nr 1 (103).

Źródła internetowe:

<http://eiti.org/>

<http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/PolishLanguagePage.htm>

<http://www.icmm.com/page/746/emergency-response>

<http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/ds/csr-strategy-rse-strategie.aspx>

www.kghm.pl

<http://www.respectindex.pl/csr/artykuly/baza-wiedzy-csr/monitor-raportow-csr-,5338,1>

www.odpowiedzialnybiznes.pl

www.stat.gov.pl

