

GOŁASZEWSKA-KACZAN Urszula¹

Spółeczna odpowiedzialność firm z branży transportowo-logistycznej

WSTĘP

Koncepcja społecznej odpowiedzialności zyskuje coraz szersze grono zwolenników. Dyskusja na temat tego, czy przedsiębiorstwo może i powinno być społecznie odpowiedzialne, przeradza się w poszukiwanie obszarów tej odpowiedzialności oraz narzędzi i metod, które mogą być wykorzystane, aby połączyć interes przedsiębiorstwa z realizacją celów i roszczeń interesariuszy. Rozpatrywana idea zakorzenia się we wszystkich sektorach i branżach, wśród podmiotów gospodarczych o różnej wielkości.

Celem niniejszego opracowania jest odpowiedź na pytanie, czy koncepcja społecznej odpowiedzialności realizowana jest także przez przedsiębiorstwa z branży transportowo-logistycznej. Jest to szczególnie interesujące ze względu na fakt, iż oddziaływanie tej branży na otoczenie, szczególnie na środowisko naturalne, należy ocenić jako negatywne.

Do analizy zostały wybrane firmy duże, które znalazły się na liście największych firm w Polsce. Założyć bowiem można, iż z racji na swoją pozycję i udział w rynku, mogą być one wzorem dla innych przedsiębiorstw, między innymi w obszarze społecznej odpowiedzialności. Dodatkowo, poziom realizowanych zysków pozwala tym firmom na angażowanie się w działalność odpowiedzialną, bez szkody dla efektywności jednostki. W opracowaniu wykorzystano dostępną literaturę przedmiotu oraz materiały internetowe obrazujące najlepsze praktyki w tym zakresie.

1. SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA

Chcąc ukazać istotę koncepcji społecznej odpowiedzialności, zacząć można od próby opisanego zbioru trzech słów: społeczeństwo, odpowiedzialność, przedsiębiorstwo. W takim zestawieniu pojęcie to oznacza „relacje zachodzące między przedsiębiorstwami czy innymi organizacjami i społecznościami. Opisuje także zakres odpowiedzialności powstający po obu stronach tych relacji. Społeczność należy rozumieć w możliwie najszerszym sensie, tak aby objąć wszystkich potencjalnych interesariuszy organizacji, czyli tych którzy mogą mieć jakkolwiek interes w jej obecnej lub przyszłej działalności.” [2, s.9]

W literaturze przedmiotu brak jest jeszcze spójnego spojrzenia na istotę tej koncepcji. Pomimo różnych podejść, wydaje się jednak, że można ideę tą sprowadzić do stwierdzenia, że przedsiębiorstwo poza własnym, podstawowym celem gospodarczym, jakim jest zysk, realizuje także dobrowolnie cele różnych grup interesariuszy, wykraczając przy tym poza minimalne wymogi prawne.

Próbę ujednoczenia podejść do społecznej odpowiedzialności podjęto w ramach opublikowanej w 2010 roku normy ISO 26000. Norma ta propaguje następującą definicję społecznej odpowiedzialności: jest to odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, zapewnianą poprzez przejrzyste i etyczne postępowanie, które: [16]

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa,
- uwzględnia oczekiwania interesariuszy,
- jest zgodne z zobowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania,
- jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach

Działania społecznie odpowiedzialne realizowane mogą być w różnych obszarach. Biorąc pod uwagę usytuowanie grup interesariuszy, w stosunku do których mogą być podejmowane te starania,

¹Dr hab. Urszula Gołaszewska-Kaczan Uniwersytet w Białymstoku Wydział Ekonomii i Zarządzania

wyróżnić można wewnętrzny (działania np. w stosunku do pracowników, właścicieli) i zewnętrzny (działania w stosunku do klientów, dostawców itd.) obszar aktywności. Z kolei wskazana wcześniej norma ISO 26000 wyodrębnia obszary społecznej odpowiedzialności ze względu na charakter zagadnienia, którego działania odpowiedzialne dotyczą. Są to: [13]

1. Ład organizacyjny – obszar ten dotyczy zasad i norm odnoszących się do szeroko rozumianego zarządzania firmą. Dobre praktyki z tego obszaru powinny stawiać sobie za cel poprawę efektywności zarządzania organizacją z uwzględnieniem interesu społecznego, poszanowania interesariuszy oraz zasad etycznych.
2. Prawa człowieka – społeczna odpowiedzialność w tym obszarze dotyczy poszanowania praw człowieka oraz jego godności, w szczególności praw obywatelskich, politycznych, ekonomicznych, socjalnych i kulturowych. W polskich warunkach dobre praktyki realizowane w ramach tego obszaru powinny wynikać np. z potrzeby przeciwdziałania wszelkiej dyskryminacji lub wzmacniania ochrony praw pracowniczych.
3. Praktyki z zakresu pracy- ten obszar kładzie nacisk na relacje z pracownikami, ale także pewnych aspektów współpracy z podwykonawcami, dostawcami, konkurencją.. Dobre praktyki z tego obszaru, wychodząc ponad obowiązki wynikające z przepisów prawa, powinny mieć na uwadze warunki pracy i opiekę społeczną, bezpieczeństwo i higienę pracy, rozwój społeczny (szkolenia), potrzebę prowadzenia stałego dialogu społecznego oraz utrzymywania otwartych i uczciwych relacji z podmiotami współpracującymi.
4. Środowisko naturalne - działania z tego obszaru obejmują przede wszystkim zagadnienie zmniejszenia i adaptacji zmian klimatycznych oraz ochronę i regenerację środowiska naturalnego. Dlatego dobre praktyki z tego właśnie obszaru powinny być ukierunkowane na mierzoną obiektywnie dbałość o jak najmniejszą skalę zanieczyszczeń emitowanych do środowiska oraz podejmowanie wszelkich kroków zmniejszających poziom zużycia zasobów naturalnych, będącego wynikiem działalności organizacji.
5. Uczciwe praktyki operacyjne – dotyczą walki z korupcją, odpowiedzialnego angażowania się firmy w działalność polityczną ale także uczciwej konkurencji, promowania społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości oraz poszanowania praw własności,
6. Zagadnienia konsumenckie – w tym obszarze zwraca się uwagę na stosunek do konsumentów. W szczególności na uczciwe praktyki w zakresie marketingu produktów i usług, uczciwe warunki umów oraz obiektywną i rzetelną informację. W ramach tego obszaru ważna jest również edukacja rynku, zaangażowanie w kwestie ochrony zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów, jakość obsługi i wsparcia oraz rozpatrywania reklamacji. Na tych właśnie zagadnieniach powinny skupiać się dobre praktyki z zakresu relacji z konsumentami.
7. Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej – obszar ten obejmuje działania z zakresu wspierania społeczności lokalnej. Dobre praktyki z tego obszaru powinny być ukierunkowane na prowadzenie dialogu społecznego, który winien angażować organizacje społeczne w proces planowania i realizacji projektów społecznych, uwzględnianie przy wyborze kierunków zaangażowania realnych potrzeb społecznych, w tym podejmowanie inwestycji społecznych w takich obszarach, jak edukacja i kultura, zdrowie, rozwój i dostęp do technologii.

Różnorodność działań możliwych do realizacji w każdym z obszarów decyduje o innowacyjności strategii społecznej odpowiedzialności, o możliwości jej wykorzystania w każdym przedsiębiorstwie, niezależnie od branży czy wielkości.

Wprowadzenie idei społecznej odpowiedzialności do przedsiębiorstwa pozwala realizować szereg korzyści, zarówno w wymiarze wewnętrznym, jak i zewnętrznym. Pokazują to wyniki badań przeprowadzonych w 2011 roku na zlecenie PARP-u. Badane przedsiębiorstwa, działające na obszarze Polski, jako korzyści z podejmowania działań społecznie odpowiedzialnych wskazują:

- 74% -wpływ na wizerunek przedsiębiorstwa
- 58% - wpływ na motywację pracowników
- 45% - wpływ na przychody

- 42% - wpływ na relacje z otoczeniem
- 21% - wpływ na oszczędności
- 18% - wpływ na stabilność, przewidywalność biznesu
- 9% - zdobywanie wiedzy rynkowej
- 2% - wpływ na zarządzanie ryzykiem [15]

Można więc uznać, że społeczna odpowiedzialność staje się wręcz instrumentem konkurencyjności i sprawdzają się słowa P.Kotlera, który twierdził, iż prospołeczne wizerunki firm staną się jednym z najistotniejszych czynników budowania preferencji klientów [14, s.180].

2. SPECYFIKA BRANŻY TRANSPORTOWO-LOGISTYCZNEJ

Sektor transportowo-logistyczny należy do złożonych sektorów gospodarki i obejmuje zarówno firmy zajmujące się transportem, jak i logistyką, spedycją, oraz innymi usługami wspomagającymi transport. Różnorodność i odmienność działalności w sektorze powoduje, że w badaniach i analizach trudno jest czasami odnosić się do całego sektora. Jednakże zagadnienia społecznej odpowiedzialności mogą być odnoszone do wszystkich podmiotów z analizowanej branży.

Sektor transportowo-logistyczny stanowi gałąź gospodarki bez której niemożliwy byłby rozwój i wzrost gospodarczy. Wzrost znaczenia sektora związany jest zarówno z globalizacją, ekonomią skali produkcji, dążeniem do poprawy jakości obsługi klienta, jak i z rozwojem konkurencji, czy presją na obniżkę kosztów. [21, s.62] Na poziomie przedsiębiorstwa transport i logistyka zabezpieczają sprawne działanie firmy, realizację procesów wewnętrznych, dystrybucję produktów, ale także umożliwiają kontakty społeczne, czy kreowanie wizerunku.

Sektor ten dynamicznie się rozwija. Przykładowo według raportu Eurostat, Polska zajęła w 2011 roku drugie miejsce w Unii Europejskiej pod względem wielkości przewozów transportem drogowym. Polskie przedsiębiorstwa transportu samochodowego wykonały 207,7 mld tonokilometrów. Polscy przewoźnicy prowadzą też w kategorii przewozów międzynarodowych. W 2011 roku wykonali oni 90,1 mld tonokilometrów w transporcie międzynarodowym i kabotażowym. Polska była przy tym jedynym krajem, którego przewoźnicy osiągnęli wzrosty we wszystkich odległościach. Pozostałe państwa UE odnotowały spadki w przewozach, zwłaszcza na większych odległościach. [18]

Niestety transport jest przy tym sektorem gospodarki „o najbardziej szkodliwym wpływie na środowisko naturalne i zdrowie. Sektor ten jest odpowiedzialny za wygenerowanie około 19% dwutlenku węgla czyli około 984 megaton [...] Jest to problem, który dynamicznie się pogłębia wraz dynamiką rozwoju gospodarczego Świata. [...] Ponieważ transport jest powiązany ze wszystkimi działami gospodarki i jego rozwój warunkuje ich rozwój i odwrotnie, zatem wynika stąd jasno jak bardzo ważny jest właściwy rozwój tego sektora.” [10]




















Transport przyczynia się do degradacji środowiska naturalnego i negatywnie oddziałuje na samego człowieka. W skali Unii Europejskiej jest źródłem niemal 54% całkowitej emisji tlenków azotu, 45% tlenku węgla, 23% niemetanowych lotnych związków organicznych (NMLO) oraz 23% pyłów PM₁₀ i 28% pyłów PM_{2,5} (cząstek stałych o średnicy odpowiednio 0 i 2,5 μm). Odpowiada również za ponad 41% emisji prekursorów ozonu troposferycznego oraz 23% emisji CO₂ i niemal 20% innych gazów cieplarnianych. [1, s.115]

Taki wpływ na otoczenie powoduje, że branża transportowo-logistyczna powinna dostrzegać swoją społeczną powinność i podejmować działania społecznie odpowiedzialne w różnych obszarach, w szczególności w obszarze środowiska naturalnego.

3. BRANŻA TRANSPORTOWO-LOGISTYCZNA NA LIŚCIE 500 NAJWIĘKSZYCH FIRM W POLSCE

Jak zaznaczono we wstępie, analiza działań społecznie odpowiedzialnych w branży transportowo-logistycznej, przeprowadzona będzie w oparciu o firmy z tego sektora, które znalazły się na liście 500 największych firm w Polsce, (liście stworzonej przez Politykę). Takich firm w 2012 roku odnotowano 29. Podstawowe informacje o tych firmach przedstawia tabela 1.

Tab.1 Podstawowe informacje o firmach branży transportowo-logistycznej [8]

L.p.	Pozycja na Liście 500	Nazwa	Przychody ze sprzedaży w tys. zł	Przychody ogółem w tys. zł	Zysk brutto w tys. zł	Zysk netto w tys. zł	Zatrudnienie
1	43	PKP Cargo SA, Warszawa 	4 607 445	4 801 838	292 705	216 736	23 670
2	52	PKP Polskie Linie Kolejowe SA, Warszawa	4 251 009	4 766 951	b.d.	b.d.	b.d.
3	80	PLL LOT SA, Warszawa 	3 305 700	3 467 500	-76 800	-157 100	2 028
4	135	Grupa Raben, Gądko 	2 017 803	b.d.	b.d.	b.d.	4 670
5	147	PKP Intercity SA, Warszawa 	1 847 826	1 989 450	-18 905	-20 128	7 408
6	151	Polska Żegluga Morska PP, Szczecin 	1 812 961	1 908 867	-218 870	-234 613	3 694
7	190	Schenker Sp. z o.o., Warszawa 	1 338 720	1 351 812	71 009	56 545	1 720
8	237	Havi Logistics Sp. z o.o., Warszawa	1 032 043	1 032 800	4 719	b.d.	301
9	281	Przewozy Regionalne Sp. z o.o., Warszawa	794 993	1 886 493	-54 083	-54 083	11 778
10	284	Przeds. Spedycyjne Trade Trans Sp. z o.o., Warszawa	776 968	788 200	3 784	2 694	377
11	293	Miejskie Zakłady Autobusowe Sp. z o.o., Warszawa	749 648	758 382	18 679	6 650	4 813
12	295	FM Polska Sp. z o.o., Mszczonów 	746 143	747 777	22 350	16 844	2 504
13	301	Tramwaje Warszawskie Sp. z o.o., Warszawa 	718 919	763 714	104 624	84 000	3 684
14	319	PP Porty Lotnicze, Warszawa 	670 306	770 139	91 117	58 218	2 392
15	320	Grupa DPD Polska, Warszawa 	669 171	b.d.	b.d.	b.d.	1 707
16	338	Koleje Mazowieckie - KM Sp. z o.o., Warszawa 	628 110	669 896	6 810	8 007	2 660
17	360	GK Pekaes SA, Warszawa 	585 104	603 133	-13 692	-13 397	920
18	377	Pol-Miedź Trans Sp. z o.o., Lubin	561 960	568 160	11 648	9 022	1 040
19	396	GK ZUE SA, Kraków 	518 140	527 085	4 624	3 426	852
20	411	Grupa DSV w Polsce, Warszawa 	487 530	496 176	31 378	25 628	579
21	427	GK OT Logistics SA, Szczecin 	466 773	490 882	31 923	25 434	641
22	428	ROHLIG SUUS Logistics SA, Piaseczno 	465 245	465 245	b.d.	b.d.	760
23	432	Gefco Polska Sp. z o.o., Warszawa	458 390	458 390	b.d.	b.d.	335
24	445	JAS-FBG SA, Katowice 	438 885	441 720	14 279	11 074	916
25	454	Kuehne + Nagel Sp. z o.o., Gądko	427 400	427 400	b.d.	b.d.	1 800
26	462	MPK SA, Kraków 	417 764	449 732	-16 254	-16 254	2 303
27	491	Grupa Delta Trans, Świętochłowice 	369 029	382 760	16 034	12 709	1 172
28	499	DHL Global Forwarding	360 738	364 125	24 811	19 745	233

		Sp. z o.o, Warszawa					
29	500	Adampol SA, Białystok	359 397	363 911	22 409	17 933	380

Jak widać wyszczególnione przedsiębiorstwa są znaczącymi pracodawcami na skalę krajową, zdecydowana większość z nich odnotowuje bardzo wysokie zyski, ich sukces, realizowane strategie mogą być więc punktem odniesienia dla działań innych, mniejszych firm w sektorze. Ich przykład może także zachęcić pozostałe firmy do podejmowania działań społecznie odpowiedzialnych. Czy firmy te jednak takie działania podejmują, czy włączają do swojego funkcjonowania idee społecznej odpowiedzialności?

O próbę odpowiedzi na to pytanie pokusili się już twórcy listy 500 Polityki. Lista 500 powstaje od 20 lat, natomiast od 2011 roku została ona uzupełniona o informacje dotyczące właśnie społecznej odpowiedzialności analizowanych firm.

Okazuje się, iż w analizowanej branży aż 16 firm zostało oznaczonych tzw. listkiem odpowiedzialności. Listek ten otrzymują firmy, które podejmują działania społecznie odpowiedzialne. Skalę tych działań odzwierciedla kolor listka. Najbardziej nobilitujący jest listek złoty.

Można stwierdzić, że firmy, które zostały wyróżnione złotym listkiem CSR, stanowią awangardę w zakresie działań społecznie odpowiedzialnych. Dla tych podmiotów realizacja wytycznych zawartych w normie ISO 26000 jest podstawowym elementem strategicznych działań w biznesie. Wyróżnione firmy deklarują, że zbudowały strategię CSR lub zrównoważonego rozwoju oraz działają na podstawie ustalonego w firmie kodeksu etyki. Wykazują aktywność we wszystkich obszarach społecznej odpowiedzialności. A efekty swoich działań, których część jest weryfikowana przez zewnętrznych audytorów, przedstawiają cyklicznie w raportach dotyczących CSR. [17] W rozpatrywanej branży transportowo- logistycznej znalazła się jedna firma, która zasłużyła na to wyróżnienie. Jest to Schenker sp. z o.o.

Firmy, które zadeklarowały uwzględnianie w swojej codziennej działalności istotnych, ale jeszcze nie wszystkich rozwiązań z normy ISO 26000, zostały wyróżnione srebrnym listkiem CSR. W analizowanej branży były dwie takie firmy - Grupa Raben, Grupa DPD Polska.

Natomiast białym listkiem oznaczono grupę przedsiębiorstw, które dopiero wprowadzają wybrane rozwiązania z obszaru odpowiedzialnego biznesu i stopniowo starają się je doskonalić i rozszerzać. Znaczące jest to, że rozumieją i doceniają potrzebę wdrażania rozwiązań CSR.[17] Biały listek przyznano 13 firmom transportowym i logistycznym.

Analizując przedstawione informacje stwierdzić należy, że 16 spośród 29 firm, a więc ponad połowa, wykazuje zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością. Co prawda dla większości są to jeszcze działania okazjonalne, jednak sam fakt zainteresowania tą ideą i podejmowane próby działań w tym zakresie zasługują na podkreślenie.

4. PRZYKŁADY DZIAŁAŃ SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNYCH FIRM BRANŻY TRANSPORTOWEJ I LOGISTYCZNEJ

Aby ocenić społeczną odpowiedzialność firm danej branży, warto przyjrzeć się konkretnym działaniom, za które wybrane przedsiębiorstwa uzyskały listki odpowiedzialności.

Analizę należy zacząć od lidera, czyli wspomnianej firmy Schenker. O zaangażowaniu tej firmy dowiedzieć się możemy sięgając do raportów „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”. Raporty te naświetlają wybrane zagadnienia z zakresu CSR oraz przedstawiają przykłady działań społecznie odpowiedzialnych w różnych obszarach.

Schenker swoją aktywność prospołeczną zgłosił do raportu już w 2004 roku. Była to aktywność z zakresu „praktyki z zakresu pracy” – polegająca na działalności wolontarystycznej pod nazwą „Wolontariat pracowniczy – Schenker”. Zainicjowane wtedy akcje trwają do dnia dzisiejszego, chociaż nazwa aktywności została zmieniona. Każdego roku realizowane są dwie edycje programu: Świąteczny Czas Pomagania oraz Zielony Czas Pomagania. Zespoły pracowników – w ramach konkursu – zgłaszają autorskie projekty na rzecz lokalnych społeczności.

W roku 2005 firma przygotowała i opublikowała po raz pierwszy swój raport społeczny, z kolei w 2010 roku zgłosiła praktykę - Badanie społeczności lokalnych „DB Schenker jako Preferowany Sąsiad” w ramach obszaru „zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej”. Było to podyktowane poczuciem odpowiedzialności za wpływ na otoczenie. W 2011 roku do Raportu zgłoszono kolejną praktykę, tym razem w obszarze „środowisko” - szkolenia i mistrzostwa w zakresie ecodrivingu. Szkolenia są skierowane do wszystkich przewoźników i kierowców współpracujących z DB Schenker Logistics. W tym samym roku w obszarze „praktyki z zakresu pracy” utworzono Szkołę Liderów DB Schenker Logistics 40+. Jest to program podnoszenia kwalifikacji i doskonalenia umiejętności menedżerskich dla doświadczonych liderów – pracowników firmy z wieloletnim stażem w kierowaniu zespołem. [19] Dodać należy, iż przedsiębiorstwo posiada swój kodeks etyczny.

W 2011 roku Schenker Sp. z o.o. została uznana za najbardziej odpowiedzialną firmę w kategorii "Transport, usługi, handel" i drugą w Rankingu ogólnym w ramach Rankingu Odpowiedzialnych Firm organizowanego przez Dziennik Gazetę Prawną.

W 2013 roku firma znalazła się w gronie laureatów konkursu „Pracodawca Jutra 2013”, konkursu wyłaniającego podmioty, które w przemyślny sposób prowadzą efektywne działania na rzecz przygotowania młodych osób do wejścia na rynek pracy oraz otrzymała wyróżnienie dla Darczyńcy 15-lecia z okazji jubileuszu działalności Federacji Polskich Banków Żywności. [9]

Przytoczone przykłady, dobitnie pokazują zarówno różnorodność działań społecznie odpowiedzialnych, jak i skalę tych działań i tłumaczą zasadność przyznania firmie złotego listka CSR.

Z kolei odznaczona srebrnym listkiem firma Raben, w ramach swojej strategii społecznej odpowiedzialności, organizuje przykładowo dla swoich pracowników Tydzień CSR. W ramach tej akcji od poniedziałku do piątku zatrudnione w Grupie Raben osoby otrzymywały newslettery informujące o celach CSR firmy oraz sposobach ich realizacji. Pracownicy mieli również możliwość uczestniczenia w warsztatach dotyczących zdrowego odżywiania, możliwość przebadania ciśnienia krwi oraz poziomu glukozy w miejscu pracy oraz wspierania akcji charytatywnych. Mogli zapoznać się z nowymi formami aktywności sportowej, takimi jak np. trickboard. Zaproponowano im również zajęcia z fizjoterapeutką, która wskazywała prawidłowe postawy na stanowisku pracy oraz sugerowała ćwiczenia korygujące. Newslettery i akcje dotyczyły pięciu celów CSR Grupy Raben: troski o zdrowie oraz bezpieczeństwo; partnerstwa, dialogu oraz współpracy z interesariuszami; zapewnienia atrakcyjnych warunków pracy oraz utrzymania najlepszych pracowników; kompensowania negatywnego wpływu na środowisko; promowania jakości oraz roli transportu i usług logistycznych. [3]

Firma chwali się również działaniami w 2010 roku, który w Grupie Raben był Rokiem Przedsiębiorczości. Firma podejmowała szereg działań służących jej wzmacnianiu. Jednym z nich był konkurs „Pomysłodajnia”. Celem konkursu było zachęcenie pracowników do zachowań przedsiębiorczych mających na celu polepszenie warunków własnego miejsca pracy oraz usprawnienie procesów zachodzących w firmie. W okresie od lipca do listopada 2010 ze wszystkich spółek Grupy Raben zgłoszono 63 projekty. W wyniku wdrożonych pomysłów zmniejszono o około 20% zużycie papieru – m.in. dzięki drukowaniu dwustronnemu; zwiększono wydajność w magazynie poprzez zainstalowanie specjalnych zegarów z podziałem na godziny co-packingu, załadunku itp. Pomysły są realizowane w zgodzie z metodą Kaizen, dzięki czemu wymagają niewielkich nakładów finansowych. Z kolei dla pracowników była to nie tylko korzyści w postaci nagród finansowych, ale także satysfakcja z wdrożenia własnej koncepcji oraz element integracyjny. [4]

Druga z firm, które otrzymały srebrny listek to DPD Polska. Jak deklaruje sama firma - DPD Polska buduje odpowiedzialność społeczną biznesu w trzech głównych obszarach: Planeta, Ludzie, Społeczność.

W ramach działań z pierwszego obszaru przedsiębiorstwo uzyskało w lipcu 2011 roku certyfikat ISO 14001:2004, potwierdzający wdrożenie i stosowanie systemu zarządzania środowiskowego. W ramach tego obszaru firma zobowiązała się także do edukacji środowiskowej wewnątrz organizacji i w jej otoczeniu, racjonalizacji wykorzystania i ochrony zasobów naturalnych, wzmocnienia bezpieczeństwa ekologicznego i ochrony przed skutkami sytuacji kryzysowej, odpowiedzialnej gospodarka odpadami oraz redukcji emisji CO2 [7]

Z kolei w obszarze Ludzie działania firmy zostały skoncentrowane na tworzeniu dobrej atmosfery w pracy, prawidłowej adaptacji nowych pracowników, stworzeniu warunków pracy przyjaznych rodzicom, doskonaleniu relacji z pracownikami, tworzeniu bezpiecznych warunków pracy, wspomaganie rozwoju zawodowego pracowników. [6]

Ważnym dla firmy obszarem jest także Społeczność. Na działania firmy w tym obszarze, zgodne z zasadą zrównoważonego rozwoju, składają się więc przykładowo akcje społeczne: wewnętrzna kampania przeciwko paleniu papierosów oraz Noworoczna Paczka DPD Polska, realizowana we współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem. DPD Polska działa również na szczeblu regionalnym, angażując się nie tylko w sponsoring sportowy, ale i akcje charytatywne – pracownicy firmy zbierają prezenty noworoczne dla dzieci z placówek opiekuńczych PCK, plastikowe korki na wózek inwalidzki, datki dla potrzebujących. Firma wspiera edukację i kulturę. [5]

Jak wspomniano wcześniej firmy mogły zostać odznaczone także białym listkiem CSR. Jest to swego rodzaju forma zachęty do większego zaangażowania i nagroda za podejmowane próby. Taki listek otrzymała m.in. największa z firm w branży transport i logistyka - PKP CARGO SA.

Analizując działania prospołeczne przedsiębiorstwa wskazać można zaangażowanie w obszarze „praca” oraz „zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych”. Przykładem akcji z pierwszego obszaru może być udział biegaczy z PKP CARGO w Otwartych Drużynowych Mistrzostw Polski w Maratonie. Jest to element szerszej akcji firmy, która propaguje wśród pracowników aktywny tryb życia. Spółka w 2012 r. uruchomiła program „Firma przyjazna bieganiu”, mający na celu promocję biegania, jako najbardziej dostępnej formy zdrowego stylu życia. Projekt zakłada, że przynajmniej raz w roku pracownicy PKP CARGO będą reprezentowali firmę podczas dużego wydarzenia biegowego. Ponadto Spółka nawiązała współpracę z organizacją nonprofit działającą w obszarze organizacji biegów charytatywnych i promuje łączenie aktywności sportowej pracowników z pomocą dla innych. „Bieganie z sercem”, bieganie dla dzieci potrzebujących wsparcia, to jeden z filarów projektu.

Przedsiębiorstwo podjęło też decyzję o realizacji działań profilaktycznych, zmierzających do ochrony pracowników przed skutkami stresu zawodowego, przy współpracy z profesjonalnym partnerem - Zakładem Psychologii Pracy Instytutu Medycyny Pracy w Łodzi. W ramach współpracy zostaną zdiagnozowane zagrożenia psychospołeczne występujące na różnych stanowiskach pracy w PKP CARGO SA., a następnie zaproponowane zostaną działania profilaktyczne których celem będzie poprawa psychospołecznych warunków pracy w Spółce. [12]

Z kolei w 2013 roku redakcja tygodnika „Wprost” wręczyła PKP CARGO wyróżnienie za troskę o zabytki polskiego kolejnictwa. Firma sprawuje bowiem mecenat nad parowozownią Wolsztyn i skansenem kolejowym w Chabówce. Organizuje w nich coroczne imprezy, w których parowozy podziwiają dziesiątki tysięcy osób [11]

WNIOSKI

Przedstawione fakty świadczą o tym, iż przedsiębiorstwa branży transportowo-logistycznej wykazują dużą świadomość wagi działań społecznie odpowiedzialnych i przekonanie to przekładają na rzeczywistą aktywność.

Jednak w CSR, jak stwierdza B.Rok, istotna jest nie tylko reakcja na oczekiwania interesariuszy, ale również to, na ile te oczekiwania „wpisują się w „trendy”, ważne tematy, wydarzenia. Ważne jest również to, w jakim stopniu menedżerowie są w stanie odczytać prawdopodobne przyszłe oczekiwania, jeszcze nie wyrażone bezpośrednio.” [20, s.147] Przedsiębiorstwa nie mogą więc poprzestać na dotychczasowych sukcesach, muszą prowadzić stały dialog z interesariuszami. Wydaje się to szczególnie ważne w analizowanej branży, która ze względu na swoje znaczenie i oddziaływanie na otoczenie, powinna propagować społecznie odpowiedzialne działania we wszystkich obszarach.

Streszczenie

Sektor transportowo-logistyczny odgrywa bardzo ważną rolę w gospodarce, jednocześnie jednak negatywnie oddziałuje na otoczenie. Konieczne wydaje się więc propagowanie wśród firm tego sektora idei

społecznej odpowiedzialności. Koncepcja społecznej odpowiedzialności zakłada bowiem, że firma ponosi odpowiedzialność za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko. W artykule przedstawiono pokrótce ideę społecznej odpowiedzialności oraz scharakteryzowano działania społecznie odpowiedzialne wybranych firm branży transportowo-logistycznej (zaliczonych do 500 największych firm w Polsce). Wykazano, iż większość przedsiębiorstw z tego sektora prowadzi aktywną działalność prospołeczną w różnych obszarach CSR.

Corporate Social Responsibility in transport and logistics firms

Abstract

The transport and logistics sector plays a very important role in the economy, but at the same time negatively affects its surroundings. Therefore it seems necessary to popularise the idea of CSR among firms from this sector. CSR assumes that a company is responsible for the consequences of its decisions and actions for the society and the environment. In the article the idea of CSR was presented and characteristics of CSR were shown, with examples drawn from some of the largest firms from the transport and logistics sector (included on the list of 500 biggest companies in Poland). It was also demonstrated that most companies from this sector actively engage in CSR activities in various areas.

BIBLIOGRAFIA

1. Badyda A.J., *Zagrożenia środowiskowe ze strony transportu*, Nauka 2010, nr4.
2. Geryk M., *Społeczna odpowiedzialność uczelni*, OW SGH, Warszawa 2012.
3. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/praktyka-csr/dobre-praktyki/wyszukiwarka-dobrych-praktyk/baza-dobrych-praktyk/tydzien-csr---grupa-raben,6977.html> [dostęp 10.02.2014]
4. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/pl/praktyka-csr/dobre-praktyki/wyszukiwarka-dobrych-praktyk/baza-dobrych-praktyk/konkurs-pomyslodajnia---grupa-raben,4506.html> [dostęp 10.02.2014]
5. http://www.dpd.com.pl/DPD-community.asp?ID_kat=4&ID=38&Mark=8&Go=80 [dostęp 11.02.2014]
6. http://www.dpd.com.pl/DPD-people.asp?ID_kat=4&ID=38&Mark=8&Go=80 [dostęp 11.02.2014]
7. http://www.dpd.com.pl/DPD-planet.asp?ID_kat=4&ID=38&Mark=8&Go=80 [dostęp 11.02.2014]
8. <http://www.lista500.polityka.pl/rankings/show/industry:159> [dostęp 9.02.2014]
9. http://www.logistics.dbschenker.pl/log-pl-pl/start/informacje-dla-mediow-dbschenker/2013_notatki_prasowe___/ [dostęp 10.02.2014]
10. <http://www.ostembio.pl/departament-transportu> [dostęp 10.02.2014]
11. <http://www.pkp-cargo.pl/pl/about/462/34/CSR.html#1> [dostęp 10.02.2014]
12. <http://www.pkp-cargo.pl/pl/about/463/34/CSR.html#1> [dostęp 10.02.2014]
13. ISO 26000, <http://www.odpowiedzialnafirma.pl/o-csr/iso-26000> [dostęp 10.02.2014]
14. Kotler P., *Konkurencyjność a charakter społeczny*, w: *Organizacja przyszłości*, red. Hesselbein F., Golgsmith M., Beckhard R., Business Press, Warszawa 1998.
15. *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu wraz z opracowaniem zestawu wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach*, Warszawa 2012, <http://badania.parp.gov.pl/files/74/75/77/13078.pdf> [dostęp 9.02.2014]
16. Pawłowska Z., *Norma PN-ISO 26000. Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, <http://www.mg.gov.pl/files/upload/17274/Wytyczne%20dotyczące%20społecznej%20odpowiedzialności.pdf> [dostęp 9.02.2014]
17. Pichola I., Rudzki R., *Firmy z listkiem – test odpowiedzialności*, <http://www.lista500.polityka.pl/articles/show/59> [dostęp 9.02.2014]
18. *Polski rynek transportowy numerem jeden na świecie* <http://logistyka.infor.pl/transport/artykuly/669875,polski-rynek-transportowy-numerem-jeden-w-europie.html>, [dostęp 9.02.2014]

19. Raport *Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2012*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2013.
20. Rok B., *Podstawy odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu*, Wyd. Poltext, Warszawa 2013,
21. Rosa G., *Konkurencja na rynku usług transportowych*, Wyd. C.H.Beck, Warszawa 2013.