



Article citation info:

Turoń, K., Golba, D., Czech, P. The analysis of progress CSR good practices areas in logistic companies based on reports “Responsible Business in Poland. Good Practices” in 2010-2014. *Scientific Journal of Silesian University of Technology. Series Transport*. 2015, **89**, 163-171. ISSN: 0209-3324. DOI: 10.20858/sjsutst.2015.89.17.

Katarzyna TUROŃ¹, Dagmara GOLBA², Piotr CZECH³

THE ANALYSIS OF PROGRESS CSR GOOD PRACTICES AREAS IN LOGISTIC COMPANIES BASED ON REPORTS “RESPONSIBLE BUSINESS IN POLAND. GOOD PRACTICES” IN 2010-2014

Summary. The article presented the analysis of progress CSR good practices areas in logistic companies. Authors considered areas of good practices, which were reported by DB Schenker and Raben Group to “Responsible Business in Poland. Good Practices” from 2010 to 2014. The authors also verified the occurrence of niche in logistic CSR areas, which could be used by the other companies that starts their CSR activities.

Keywords: corporate social responsibility, CSR in logistic companies, good practice CSR

ANALIZA KIERUNKU ROZWOJU OBSZARÓW DOBRYCH PRAKTYK CSR FIRM LOGISTYCZNYCH NA PODSTAWIE RAPORTÓW „ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE. DOBRE PRAKTYKI” W LATACH 2010-2014

Streszczenie. W pracy przedstawiona została analiza kierunku rozwoju obszarów dobrych praktyk CSR firm logistycznych na polskim rynku.

¹ Faculty of Transport, Silesian University of Technology, Krasińskiego 8 Street, 40-019 Katowice, Poland. E-mail: katarzynaturon@gmail.com

² Faculty of Management Sciences, Jagiellonian University, Łukasiewicza 4 Street, 30-348 Cracow, Poland. E-mail: dagmara.golba@gmail.com

³ Faculty of Transport, Silesian University of Technology, Krasińskiego 8 Street, 40-019 Katowice, Poland. E-mail: piotr.czech@polsl.pl

Rozpatrzone zostały obszary dobrych praktyk CSR zgłoszone przez firmy DB Schenker oraz Raben Group do raportów „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” w latach 2010-2014. Dokonano również sprawdzenia, czy w obszarach dobrych praktyk pojawiają się nisze, które mogą stać się kartą przetargową dla mniejszych firm logistycznych, które pragną rozpocząć swoją działalność w obszarze CSR.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, CSR w firmach logistycznych, dobre praktyki CSR

1. WSTĘP

Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR *ang. Corporate Social Responsibility*) to koncepcja, która budzi wiele kontrowersji. Przez jednych uważana jest za przejaw altruizmu, inni znowu twierdzą, że to przykład doskonale dobranego narzędzia marketingowego [1].

Niezależnie od poglądów należy przyznać, że idea CSR jest tematem modnym, dzięki czemu staje się częścią strategii wielu organizacji szcycących się własnymi inicjatywami na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu.

Dobre praktyki CSR, czyli działania, programy i projekty firm, które zgodne są z normą ISO 26000 od 2002 roku wyróżniane są przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu w publikacjach pt. „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki.” Coroczne raporty powstają na podstawie zgłoszenia przez firmy własnych, realizowanych w danym roku, działań na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu. Rejestracja odbywa się na przełomie grudnia i stycznia przez wypełnienie bezpłatnego formularza internetowego. Głównym warunkiem ukazania się danej praktyki w raporcie jest konieczność realizowania jej w roku, który podsumowywany jest publikacją, oraz jej adekwatność z podstawowymi założeniami CSR. Przedsiębiorstwa mogą również zgłaszać swoje działania trwające dłużej niż przez okres jednego roku, które opublikowane były we wcześniejszych raportach. Wówczas praktyki zaliczane są do działań długoterminowych [2].

Każdego roku firmy reprezentujące wiele różnych branż zgłasza swoje inicjatywy do kolejnych raportów Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Nie inaczej dzieje się w przypadku przedsiębiorstw, których główną działalnością jest logistyka. Czy jednak kierunek ich działań jest ściśle określony i pokrywa się z praktyką długoterminową?

Celem pracy jest analiza tendencji, jakie prezentują obszary dobrych praktyk CSR firm logistycznych DB Schenker oraz Raben Group przedstawionych w raportach „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” w latach od 2010 do 2014, jak również próba nakreślenia niszy obszarowej, w której mogą zaistnieć pozostałe firmy logistyczne, aby móc konkurować z tak dużymi potentatami rynku logistycznego, np DB Schenker czy Raben Group.

2. DOBRE PRAKTYKI CSR

Dobre praktyki CSR przedstawione w raportach Forum Odpowiedzialnego Biznesu podzielone są zgodnie z obszarami normy ISO 26000, czyli międzynarodowej normy dotyczącej społecznej odpowiedzialności. Wyróżniono siedem kategorii: ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienia konsumenckie, zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej.

Kategorie wchodzące skład poszczególnych obszarów normy ISO 26000 zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1

Charakterystyka obszarów normy ISO 26000

Obszar normy	Kategorie wchodzące w skład poszczególnych obszarów
Ład organizacyjny	<ul style="list-style-type: none"> – Compliance, – dialog z interesariuszami, – etyka, – raportowanie, – zarządzanie.
Prawa człowieka	<ul style="list-style-type: none"> – Kobiety w biznesie, – różnorodność.
Praktyki z zakresu pracy	<ul style="list-style-type: none"> – Bezpieczeństwo w miejscu pracy, – dialog z pracownikami, – firma przyjazna rodzicom, – integracja pracowników, – partycypacja pracownicza, – przeciwdziałanie nadużyciom, – rekrutacja i adaptacja, – szkolenia i rozwój, – wolontariat pracowniczy, – work-life balance, – wsparcie pracowników, – zdrowie pracowników.
Środowisko	<ul style="list-style-type: none"> – Bioróżnorodność, – certyfikacja, – edukacja ekologiczna, – ekobiuro, – ekobudownictwo, – ekofektywność, – ekoprodukty, – programy prośrodowiskowe, – recycling, – zrównoważony transport.
Uczciwe praktyki operacyjne	<ul style="list-style-type: none"> – Dialog z dostawcami, – edukacja rynku, – przeciwdziałanie nadużyciom, – relacje z dostawcami, – relacje z interesariuszami.

cd. tabeli 1

Zagadnienia konsumenckie	<ul style="list-style-type: none"> – Dostępność produktów i usług, – edukacja konsumentów, – odpowiedzialna konsumpcja, – odpowiedzialny marketing, – ułatwienia dla klientów, – zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów.
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych	<ul style="list-style-type: none"> – Aktywność fizyczna, – bezpieczeństwo na drodze, – dobry sąsiad, – działania charytatywno-filantropijne, – edukacja dorosłych, – edukacja dzieci i młodzieży, – kampania społeczna, – kultura i sztuka, – marketing zaangażowany społecznie, – profilaktyka zdrowotna, – rozwój przedsiębiorczości, – tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji, – wsparcie organizacji pozarządowych, – współpraca z uczelniami.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [3]

3. ANALIZA OBSZARÓW DOBRZYCH PRAKTYK CSR W FIRMACH LOGISTYCZNYCH W LATACH 2010-2014 NA PRZYKŁADZIE RABEN GROUP I DB SCHENKER

Na podstawie raportów „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” z lat 2010-2014 przeanalizowano obszary i kategorie, w jakich swoje działania przedstawiały firmy logistyczne DB Schenker oraz Raben Group. Wyniki analizy zamieszczone zostały w tabelach 2-5, natomiast w tabeli 6 zestawienie wszystkich działań w latach 2010-2014.

Tabela 2

Obszary dobrych praktyk CSR firm logistycznych przedstawionych w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. 2010”

Obszar ISO 26000	Kategoria	Firma	
		DB Schenker	Raben Group
Ład organizacyjny	Partycypacja pracowników w zarządzaniu		+
	Dialog z interesariuszami	+	
Praktyki z zakresu pracy	Wolontariat pracowniczy	+	
RAZEM		2	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie [4]

Tabela 3

Obszary dobrych praktyk CSR firm logistycznych przedstawionych w raporcie
„Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. 2011”

Obszar ISO 26000	Kategoria	Firma	
		DB Schenker	Raben Group
Ład organizacyjny	Raportowanie	+	
Praktyki z zakresu pracy	Szkolenia i rozwój	+	
Środowisko	Edukacja ekologiczna	+	
RAZEM		3	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie [5]

Tabela 4

Obszary dobrych praktyk CSR firm logistycznych przedstawionych w raporcie
„Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. 2012”

Obszar ISO 26000	Kategoria	Firma	
		DB Schenker	Raben Group
Środowisko	Zrównoważony transport	+	
Praktyki z zakresu pracy	Zdrowie pracowników		+
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	+	
RAZEM		2	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie [6]

Tabela 5

Obszary dobrych praktyk CSR firm logistycznych przedstawionych w raporcie
„Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. 2013”

Obszar ISO 26000	Kategoria	Firma	
		DB Schenker	Raben Group
Uczciwe praktyki operacyjne	Relacje z dostawcami	+	
Ład organizacyjny	Compliance	+	
Środowisko	Zrównoważony transport	+	+
	Ekobiuro		+
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Edukacja dzieci i młodzieży	+	
	Wsparcie organizacji pozarządowych	+	
	Marketing zaangażowany społecznie		+
	Kampania społeczna		+
RAZEM		5	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie [7]

Tabela 6

Obszary dobrych praktyk CSR firm logistycznych przedstawionych w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki. 2014”

Obszar ISO 26000	Kategoria	Firma	
		DB Schenker	Raben Group
Uczciwe praktyki operacyjne	Edukacja rynku	+	
	Relacje z dostawcami		+
Ład organizacyjny	Compliance	+	
	Zarządzanie	+	
Środowisko	Ekofektywność	+	
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Bezpieczeństwo na drodze		+
Praktyki z zakresu pracy	Bezpieczeństwo w miejscu pracy		+
	Zdrowie pracowników		+
	Wolontariat pracowniczy		+
RAZEM		4	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie [8]

Tabela 7

Zestawienie obszarów dobrych praktyk CSR firm logistycznych przedstawionych w raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” w latach 2010-2014

Obszar normy ISO 26000	Kategoria praktyki	2010	2011	2012	2013	2014
Ład organizacyjny	Compliance				+	+
	Zarządzanie					+
	Partycypacja pracowników w zarządzaniu	+				
	Dialog z interesariuszami	+				
	Raportowanie		+			
Prawa człowieka						
Praktyki z zakresu pracy	Bezpieczeństwo w miejscu pracy					+
	Zdrowie pracowników			+		+
	Szkolenia i rozwój		+			
	Wolontariat pracowniczy					+
Środowisko	Ekofektywność					+
	Zrównoważony transport			+	+	
	Ekobiuro				+	

cd. tabeli 7

	Edukacja ekologiczna		+			
Uczciwe praktyki operacyjne	Edukacja rynku					+
	Relacje z dostawcami				+	+
Zagadnienia konsumenckie						
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych	Bezpieczeństwo na drodze					+
	Edukacja dzieci i młodzieży				+	
	Wsparcie organizacji pozarządowych				+	
	Marketing zaangażowany społecznie				+	
	Tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji			+		

Źródło: opracowanie własne na podstawie [4, 5, 6, 7, 8]

Otrzymane wyniki pokazują, że wraz z upływem czasu wzrosła ilość obszarów dobrych praktyk CSR. Może to świadczyć o wspomnianej na początku modzie na biznes społecznie odpowiedzialny, jak również o większym zainteresowaniu samych klientów tematyką CSR. Obszarami, gdzie zainteresowanie firm w okresie 2010-2014 było największe, są: ład organizacyjny oraz środowisko.

Na podstawie otrzymanych wyników można stwierdzić, że na przełomie lat 2010-2014 w zgłoszonych do raportów dobrych praktykach firm DB Schenker oraz Raben Group nie występują praktyki z obszarów: prawa człowieka i zagadnienia konsumenckie. Może być to wskazówka dla mniejszych firm logistycznych, które nie tylko chcą wyróżnić się na rynku, ale także konkurować z tak dużymi „graczami”, jak DB Schenker czy Raben Group. Podsumowując, w latach 2010-2014 w raportach dobrych praktyk CSR Forum Odpowiedzialnego Biznesu wymieniono 16 działań DB Schenker i 11 działań Raben Group.

W analizie skupiono się tylko na praktykach trwających w okresie danego roku, z pominięciem praktyk długoletnich. Należy również wspomnieć, że autorzy skupili się tylko na obszarach i kategoriach danych praktyk – nie podawano natomiast szczegółowego opisu konkretnej praktyki, ponieważ praca ma zachęcić do własnego poszukiwania rozwiązań w danym obszarze, a nie do kopiowania działań już istniejących.

4. PODSUMOWANIE

Wyróżnione przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu dobre praktyki DB Schenker i Raben Group mogą stanowić podpowiedź i drogowskaz do wyboru własnego obszaru działań na rzecz CSR. W analizie skupiono się tylko na praktykach trwających w okresie danego roku, z pominięciem praktyk długoletnich. Należy również wspomnieć, że autorzy skoncentrowali się tylko na obszarach i kategoriach danych praktyk – nie podawano natomiast szczegółowego opisu konkretnej praktyki. Działo się tak ze względu na to, że praca ma

zachęcić do własnego poszukiwania rozwiązań w danym obszarze, a nie do kopiowania działań już istniejących. Nie chodzi tu więc o to, aby konkurencyjne do DB Schenker i Raben Group firmy wprowadzały dokładnie te same praktyki – w wielu przypadkach byłoby niemożliwe, np. przez inną skalę działania czy też mniejsze możliwości finansowe – ale o zachęcenie i propagowanie idei CSR wśród podmiotów z różnych grup.

Warto zauważyć, że więcej praktyk krótkoterminowych wyróżniono wśród działań realizowanych przez DB Schenker. Należy jednak pamiętać o tym, że to firmy same zgłaszają dobre praktyki – rzeczywistych działań firm w zakresie CSR okazać może się zatem znacznie więcej.

Na uwagę zasługuje również brak wyróżnienia praktyk w obszarze praw człowieka czy relacji konsumenckich. Jednym z powodów braku dobrych praktyk w obszarze relacji konsumenckich może być fakt, że zarówno Raben Group, jak i DB Schenker swoje główne obszary działalności koncentrują na współpracy z innymi przedsiębiorstwami czy organizacjami, nie zaś na świadczeniu usług detalistom, stąd klasyfikacja tej grupy interesariuszy nie jako kluczowej, ale takiej, dla której najważniejsze i najbardziej cenne będzie wsparcie w zakresie zaangażowania społecznego i w ten sposób walki z problemami społecznymi.

Podsumowując, przeprowadzona analiza pokazała, że ilość raportowanych dobrych praktyk CSR w firmach logistycznych w kolejnych latach jest coraz większa. Głównymi kierunkami rozwoju jest ład organizacyjny i obszar środowiska, co doskonale wpisuje się w aktualne trendy rozwojowe przedsiębiorstw. Określenie szczegółowych dobrych praktyk skoncentrowanych na wspomnianych obszarach i dodanie do nich aktywności w zakresie praw człowieka oraz zagadnień konsumenckich może stać się receptą na sukces nie tylko na arenie CSR, ale również i logistycznej.

References

1. Barczyński Andrzej. 2012. Społeczna odpowiedzialność biznesu, empatia, altruizm – wyrafinowane narzędzie marketingu czy socjotechnika? In *Aktualne zagadnienia prawa pracy i polityki socjalnej (zbiór studiów)*, edited by Bolesław Maciej Ćwiertniak, 305-341. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”. ISBN 978-83-61991-18-2. [In Polish: Corporate social responsibility, empathy, altruism - a sophisticated tool for marketing or social engineering? In *Current issues of labor law and social policy (collection of studies)*].
2. *Odpowiedzialny Biznes*. “Dobre praktyki CSR – przedłużony termin zgłoszeń”. [In Polish: *Responsible Business*. “Good practices of CSR - extended the application deadline”]. Available at: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/czas-na-zgloszenia-dobrych-praktyk-csr/>
3. *Odpowiedzialny Biznes*. “Encyklopedia CSR”. [In Polish: *Responsible Business*. “Encyclopedia of CSR”]. Available at: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/iso-26-000/>
4. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. 2011. *Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2010*. Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu. ISBN 978-83-920938-8-6. [In Polish: Responsible Business Forum. 2011. *Report of Responsible Business in Poland. Good Practices 2010*].
5. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. 2012. *Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2011*. Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu. ISBN 978-83-932564-2-6. [In Polish: Responsible Business Forum. 2012. *Report of Responsible Business in Poland. Good Practices 2011*].

6. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. 2013. *Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2012*. Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu. ISBN 978-83-932564-7-1. [In Polish: Responsible Business Forum. 2013. *Report of Responsible Business in Poland. Good Practices 2012*].
7. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. 2014. *Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2013*. Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu. ISBN 978-83-932564-9-5. [In Polish: Responsible Business Forum. 2014. *Report of Responsible Business in Poland. Good Practices 2013*].
8. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. 2015. *Raport Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki 2014*. Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu. ISBN 978-83-940034-1-8. [In Polish: Responsible Business Forum. 2015. *Report of Responsible Business in Poland. Good Practices 2014*].

Received 12.04.2015; accepted in revised form 05.09.2015



Scientific Journal of Silesian University of Technology. Series Transport is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License