

Zespół do Przeprowadzenia i Opracowania
Badań Ankietowych Dotyczących Problematyki
Społecznej Odpowiedzialności
Przedsiębiorstw Energetycznych

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW ENERGETYCZNYCH W ŚWIETLE BADAŃ ANKIETOWYCH

RAPORT

Zespół w składzie:
Iwona Figaszewska
Przewodnicząca Zespołu

Członkowie Zespołu:
Agnieszka Dobroczyńska
Agnieszka Dębek

Warszawa, 30 czerwca 2009

Spis treści

Wstęp	3
I. Wprowadzenie do badań ankietowych	4
1. Charakterystyka metodologii badania	4
2. Wyniki formalne	6
3. Synteza	7
II. Szczegółowe wyniki badań ankietowych	9
1. SOB – ujęcie deklaratywne i programowe	9
1.1. Zrozumienie kategorii SOB	9
1.2. Obecność SOB w koncepcjach rozwoju firmy, autonomiczne strategie	13
2. Zarządzanie SOB	19
2.1. Odpowiedzialność za SOB	19
2.2. Procedury zarządcze	21
3. SOB w realizacji	24
3.1. Autoregulacja	25
3.2. SOB wobec środowiska pracowniczego	26
3.3. SOB wobec środowiska naturalnego	29
3.4. SOB wobec środowiska lokalnego	31
3.5. SOB – biznesowe elementy definicji SOB	33
3.6. Korzystanie z dorobku ERGEG	35
4. Ocena działania SOB	38
4.1. Raportowanie zewnętrzne	38
4.2. Audyt w firmie	40
4.3. Nagrody	41
5. SOB wobec odbiorcy wrażliwego społecznie	41
5.1. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie	42
5.2. Rejestry odbiorców wrażliwych społecznie	44
5.3. Współpraca przedsiębiorstw energetycznych z Ośrodkami Pomocy Społecznej	46
5.4. Przedpłatowe układy pomiarowo-rozliczeniowe, tzw. liczniki przedpłatowe	49
5.5. Wstrzymanie dostaw energii elektrycznej/gazu/ciepła	51
5.6. Samoodłączenie się odbiorców od sieci	53
5.7. Zadłużenie odbiorców	54
5.8. Podejmowane działania mające na celu pomoc odbiorcom w uniknięciu wstrzymania dostaw energii, gazu czy ciepła	55
5.9. Koszty pomocy odbiorcom	57
6. Podsumowanie i wnioski	58
III. Rekomendacje dla Prezesa URE	62
IV. Załączniki	66
1. Wykaz przedsiębiorstw energetycznych, które wypełniły Ankiety	66
2. Raportowanie przedsiębiorstw energetycznych	67
3. Ankieta dla przedsiębiorstw elektroenergetycznych	71
4. Ankieta dla przedsiębiorstw gazowych	82
5. Ankieta dla przedsiębiorstw ciepłowniczych	92

Wstęp

Idea społecznej odpowiedzialności biznesu (SOB) – ze względu na rosnący stopień komplikacji współczesnej sytuacji ekonomicznej, z powodu konieczności podejmowania działań zapewniających trwały, zrównoważony rozwój oraz zgodnych z potrzebami kontekstów społecznych, co stawia przed przedsiębiorcami wysokie wymagania – zyskuje coraz szersze zrozumienie.

SOB wyznacza standardy dobrowolnych zachowań przedsiębiorców w zakresie: rzetelności, przejrzystości działalności gospodarczej szanującej środowisko naturalne, ich wiarygodności w relacjach z pracownikami, a także zaangażowania w rozwój lokalnych społeczności.

Doceniając znaczenie koncepcji SOB i zamierzając nią zainteresować przedsiębiorstwa energetyczne, Prezes URE powołał w ubiegłym roku *Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych*¹⁾. W przygotowanym przez Zespół raporcie²⁾ zawarto m.in. propozycję dokonania ankietowanego badania diagnozującego poziom percepcji SOB w firmach energetycznych, stan zaawansowania SOB w sektorze energetycznym.

Prezes URE chciałby tymi badaniami rozpocząć z przedsiębiorstwami energetycznymi trwałą współpracę w zakresie wdrożenia koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw do praktyki, a ich wyniki mają być pomocne w podejmowaniu dalszych prac.

Do wykonania tego przedsięwzięcia Prezes Urzędu Regulacji Energetyki powołał *Zespół do Przeprowadzenia i Opracowania Badań Ankietowych Dotyczących Problematyki Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych*³⁾.

Zespół kończy pracę niniejszym Raportem, w którym przedstawiono wyniki i analizę dokonanych badań.

Wszystkim zarządom przedsiębiorstw energetycznych, które podjęły trud wypełnienia przesłanej ankiety, należą się podziękowania.

¹⁾ Decyzja Prezesa URE Nr 5 /2008 z 21 kwietnia 2008 r.

²⁾ *Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych*, Raport końcowy, Urząd Regulacji Energetyki, Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych, Warszawa, 1 września 2008 r., Biuletyn URE Nr 6/2008. Raport wraz z załącznikami został zamieszczony na www.ure.gov.pl.

³⁾ Decyzja Prezesa URE Nr 6/2009 z 23 marca 2009 r.

I. Wprowadzenie do badań ankietowych

1. Charakterystyka metodologii badania

Cel i zakres badania. Pilotażowy sprawdzian stosowania SOB w energetyce był potrzebny Regulatorowi do zdobycia wiedzy, czyli zebranie informacji służących diagnozie sytuacji w sferze SOB; do uzyskania przesłanek podejmowania przez Prezesa URE działań aplikacyjnych (programy, kodeksy, propagowanie SOB itd.); do zasygnalizowania przedsiębiorcom zainteresowania się Regulatora problematyką SOB oraz do weryfikacji przydatności zastosowanego narzędzia badawczego.

Zakres i przedmiot badania. Zakres badania – w formie ankietowej – można określić jako ogólny, dotyczący obecnego i planowanego zaangażowania się przedsiębiorstw w SOB oraz postrzeganych z tego tytułu korzyści i ponoszonych kosztach.

Przedmiotem badania jest poziom percepcji i stan praktycznych wdrożeń idei SOB, całość podzielono na cztery części:

- „A” – ogólne kwestie definicyjne, strategia i zarządzanie SOB. Odpowiedzi miały dostarczyć informacji: o rozumieniu koncepcji, szczególnie przez władze firmy; o relacjach SOB i strategii spółki; o odpowiedzialności za SOB i jej zarządzanie. Istotnym pytaniem w tej części było pytanie o rolę Prezesa URE,
- „B” – badanie wykorzystywanych ogólnych procedur wdrażania SOB,
- „C” – praktyka konkretnych działań SOB podejmowanych przez zarząd spółki w odniesieniu do: środowiska pracowniczego, środowiska naturalnego, społeczności lokalnej oraz rynku,
- „D” – problematyka tzw. odbiorcy wrażliwego społecznie, co stanowi kontynuację rozpoczętych wcześniej prac⁴⁾; w szczególności był to sprawdzian dla firm elektro-

⁴⁾ Zob. m.in. *Program pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie na rynku energii elektrycznej i gazu oraz propozycje zmian legislacyjnych, niezbędnych do wdrożenia programu*, Urząd Regulacji Energetyki, Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Odbiorców Wrażliwych Społecznie, Warszawa, 31 marca 2008 r., Biuletyn URE Nr 4/2008; I. Figaszewska, *O konieczności ochrony gospodarstw domowych słabych ekonomicznie na rynku energii elektrycznej oraz gazu*, Biuletyn URE Nr 1/2008; I. Figaszewska, A. Bednarska, A. Falecki, *W jaki sposób przedsiębiorstwa energetyczne pomagają odbiorcom wrażliwym społecznie uniknąć wstrzymania dostaw energii elektrycznej czy gazu?*, Biuletyn URE Nr 2/2008.

energetycznych i gazowych realizacji art. 3 ust. 5 dyrektywy elektroenergetycznej⁵⁾ oraz art. 3 ust. 3 dyrektywy gazowej⁶⁾. Pytania o taką grupę odbiorców skierowano także do przedsiębiorstw ciepłowniczych.

Ankietami objęto okres do 31 grudnia 2008 r., tak więc uzyskane dane są zarówno informacjami zamykającymi pewien okres, jak i stanowią punkt wyjściowy do dalszych badań postępu we wdrażaniu koncepcji SOB w sektorze energetycznym. Planowane jest bowiem coroczne monitorowanie tej koncepcji⁷⁾.

Treść ankiety stanowią załączniki 3-5 niniejszego Raportu.

Charakterystyka próby badawczej. Badaniem objęto przedsiębiorstwa energetyczne, znajdujące się w bazie udzielonych koncesji URE, tj. uwzględniające kryteria art. 32 ustawy – Prawo energetyczne⁸⁾, reprezentujące trzy podstawowe rodzaje mediów energetycznych oraz wszystkie zakresy działalności energetycznej. Próba liczyła 56 obiektów. Dobór próby miał charakter celowy. W odniesieniu do energii elektrycznej i gazu podstawowym kryterium było prowadzenie profesjonalnej działalności energetycznej, natomiast wybór przedsiębiorstw z ciepłownictwa to podejście celowo-losowe – największe, pod względem liczby odbiorców ciepła, spółki ciepłownicze wskazane przez oddziały terenowe URE. Próba reprezentuje firmy o różnym zasięgu działania i zróżnicowanym charakterze własności.

Ankiety przesłano do:

- w elektroenergetyce – zarządów zarówno grup kapitałowych, jak i członków tych grup oraz dwóch sprywatyzowanych przedsiębiorstw, obejmując zarówno obrót, jak i dystrybucję (łącznie 34 podmioty);
- w gazownictwie – zarządu grupy kapitałowej oraz zarządów członków tej grupy w gazie, obejmując zarówno obrót, jak i dystrybucję (łącznie 13 podmiotów);

⁵⁾ Dyrektywa 2003/54/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 26 czerwca 2003 r. dotycząca wspólnych zasad rynku wewnętrznego energii elektrycznej i uchylająca dyrektywę 96/92/WE, Dz. U. UE – L 176 vol. 26 z 17.07.2003 r.

⁶⁾ Dyrektywa 2003/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 26 czerwca 2003 r. dotycząca wspólnych zasad rynku wewnętrznego gazu ziemnego i uchylająca dyrektywę 98/30/WE, Dz. U. UE – L 176 vol. 26 z 17.07.2003 r.

⁷⁾ *Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych. Raport końcowy.* Urząd Regulacji Energetyki. Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych. Warszawa, 1 września 2008 r., Biuletyn URE Nr 6/2008.

⁸⁾ Ustawa z 10 kwietnia 1997 r. – Prawo energetyczne (Dz. U z 2006 r. Nr 89, poz. 625, z późn. zm.). Art. 32 mówi o obowiązku uzyskania koncesji na prowadzenie wskazanego rodzaju działalności gospodarczej.

- w ciepłownictwie – zarządów zarówno zintegrowanych pionowo przedsiębiorstw produkcyjno-dystrybucyjnych, jak i zarządów przedsiębiorstw zajmujących się wyłącznie dystrybucją ciepła (łącznie 9 podmiotów).

Organizacja badania. Struktura i treść pytań ankiety zostały przygotowane w Urzędzie Regulacji Energetyki⁹⁾ we współpracy z przedstawicielami firmy PricewaterhouseCoopers Polska Sp. z o.o. i stowarzyszenia Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz przy pomocy przedstawiciela Instytutu Pracy i Spraw Socjalnych na podstawie zawartych przez Prezesa URE Porozumień o Współpracy¹⁰⁾.

Ankiety zostały skierowane przez Prezesa URE na ręce prezesów 56 zarządów przedsiębiorstw energetycznych i zostały rozesłane pod koniec marca 2009 r., przedsiębiorstwa energetyczne otrzymały je na początku kwietnia br., a ich zwrot nastąpił do połowy maja br.

2. Wyniki formalne

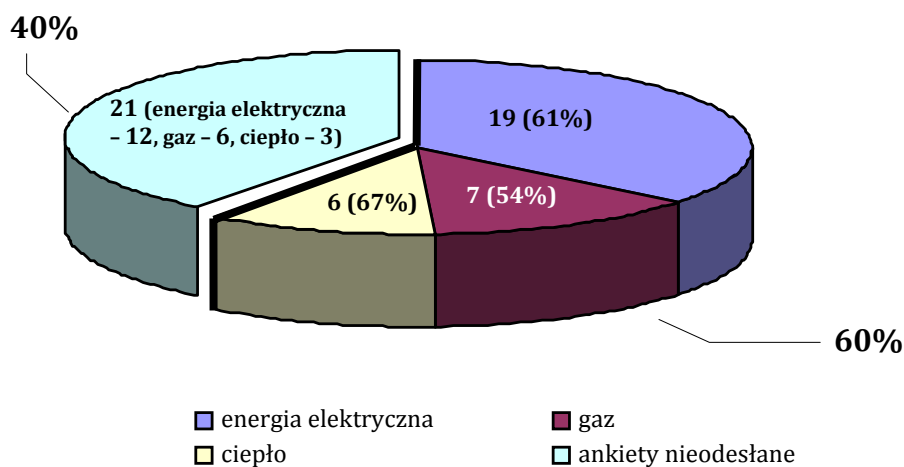
Ankieta nie była łatwa, choćby ze względu na liczbę postawionych pytań, ale też jej zakres tematyczny. Spowodowało to, że nie mogła jej wypełnić jedna osoba w przedsiębiorstwie, wymagała bowiem konsultacji różnych komórek organizacyjnych. Okazało się również, że wyznaczony przez Prezesa URE termin przewidziany do wypełnienia ankiety, 14 dni, okazał się niewystarczający.

W trakcie badania w dwóch przypadkach możliwe i celowe było wypełnienie ankiety dla całej grupy kapitałowej. W związku z tym ostateczna próba badawcza objęła 53 podmioty, w tym 31 przedsiębiorstw elektroenergetycznych.

Zwrot ankiet otrzymano od 32 podmiotów, co stanowi 60% całej próby badawczej, co pokazuje wykres 1.

⁹⁾ Pierwszy projekt kwestionariusza do takich badań został zamieszczony w raporcie: *Prezes Urzędu Regulacji a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw ...*, op. cit.

¹⁰⁾ Informacja o zawartych przez Prezesa URE *Porozumieniach o Współpracy* była zamieszczona na stronie www.ure.gov.pl. Patrz także: *Sprawozdanie z działalności Prezesa URE w 2008 r.*, Biuletyn URE Nr 3/2009.



Wykres 1. Zwrot ankiet – struktura ilościowa odpowiedzi (Źródło: URE)

Wykaz podmiotów, które przesłały ankiety przedstawia załącznik nr 1.

3. Synteza

Wydaje się, że w środowisku przedsiębiorców energetycznych koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu energetycznego nie jest zinternalizowana, potwierdza to brak chociażby wyodrębnionych strategii SOB. Natomiast ogólnie koncepcja SOB, jej pewne zasady oraz idee związane z, szeroko mówiąc: filantropią, zachowaniami ekologicznie poprawnymi, nie są obce. Przy praktycznej weryfikacji takich deklaracji – przykłady konkretnych działań w poszczególnych sferach – okazuje się, że postępowanie w tym zakresie w codziennym działaniu firmy nie jest częste. Dokonuje się pewnych serwitutów na rzecz środowiska, lokalnej społeczności, szczególne starania o pracowników, ich kwalifikacje i zadowolenie też są przedmiotem uwagi firm. Związane jest to prawdopodobnie z tym, że upowszechnia się wykładnia korzyści ekonomicznych z tytułu „przyjazności firmy”, aczkolwiek przykłady działań, a szczególnie ich liczebność, świadczą o dość powierzchownym podchodzeniu do problematyki SOB lub oznaczają trudności w zrozumieniu istoty SOB. A już praktycznie – poza śladowymi sytuacjami –

nie brane są pod uwagę argumenty, o charakterze ograniczeń, na rzecz innego traktowania SOB w dziedzinach monopolu naturalnego, czyli również w energetyce. Dodatkowo w Polsce od czterech lat postępuje w elektroenergetyce remonopolizacja we wszystkich zakresach działalności, a gazownictwo jest w tym stanie permanentnie. Skoro nie są to dziedziny o konkurencyjnych rynkach, to etyka przedsiębiorcy ujęta w uniwersalną definicję SOB jest w tym przypadku niewystarczająca¹¹⁾, elementem dominującym musi być etyka prowadzonego biznesu. Dlatego definicja proponowana przez Prezesa URE to znacznie szersze podejście do problematyki SOB z mocno akcentowaną rzetelnością silniejszego – przedsiębiorcy, wobec słabszego – konsumenta. Odpowiedzi ankiety to werbalna na to zgoda, nie poparta jednak wyraźnym działaniem. W ten sposób objawia się dysonans poznawczy myśli i czynu. Dominuje logika: filantropia (w szerokim znaczeniu) → wizerunek → korzyść firmy, śladowe dowody rozumienia SOB jako SOBE, czyli społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw energetycznych.

¹¹⁾ Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw ..., op. cit.

II. Szczegółowe wyniki badań ankietowych

Pełne wyniki Ankiety przedstawiamy w nieco innym porządku niż kolejność zadanych pytań w poszczególnych jej częściach. Jest to spowodowane tym, że otrzymane odpowiedzi, aby lepiej były wykorzystane – dobitniej charakteryzowały poszczególne zagadnienia – wymagały odmiennego łączenia. Jest to zarazem praktyczny wniosek do uwzględnienia przy konstrukcji przyszłych ankiet.

Pierwsza część dotyczy odpowiedzi na pytania „świadomościowe” o charakterze deklaratywnym co do rozumienia i oceny przydatności SOB w firmie. Druga jest już pewnym tego sprawdzeniem, bo obrazuje realizację SOB na poziomie programowym. Trzecia – wchodzi głębiej w praktykę, ponieważ zbiera aspekty składające się na proces zarządzania SOB. Czwarta część dotyczy praktyki wdrażania przedsięwzięć wypełniających konkretną treścią idee SOB. Raportowanie tej części Ankiety kończą informacje o poddawaniu działalności firmy audytowi wewnętrznemu i zewnętrznej ocenie firmy.

Odrębną częścią są wyniki na temat: firma a odbiorca wrażliwy społecznie.

1. SOB – ujęcie deklaratywne i programowe

1.1. Zrozumienie kategorii SOB

Punktem wyjścia badania obecności SOB w działaniu firm energetycznych jest ustalenie z ankietowanymi wspólnego języka, stąd pytania o sprawy, których istotą jest definicja. Pytanie o definicję SOB – podaną we wstępie do ankiety – miało służyć sprawdzeniu przyswojenia ogólnej idei SOB, ale również uzyskaniu oceny jej właściwości, w szczególności tych elementów, które wyraźnie łączą SOB w kontekście energetyki, jako jednej z dziedzin tzw. monopolu naturalnego. Następną sprawą dotyczyła badania motywacji przedsiębiorców we włączaniu SOB w zarządzanie firmą.

Kwestia interesariuszy była potrzebna do sprawdzianu świadomości szerokiego kontekstu funkcjonowania firmy wykraczającego poza operacyjno-ekonomiczne uwarunkowania. Jest to dobry trop weryfikacji deklaracji o SOB. Podobną funkcję ma dyspozycja o przytoczenie celów konkretnej firmy w odniesieniu do SOB i o stosowane auto-regulacje.

Definicja SOB

Na pytanie: **Odnosząc się do definicji SOB proponowanej przez URE, we wstępie do ankiety, czy uważacie Państwo, że koncepcja ta:**

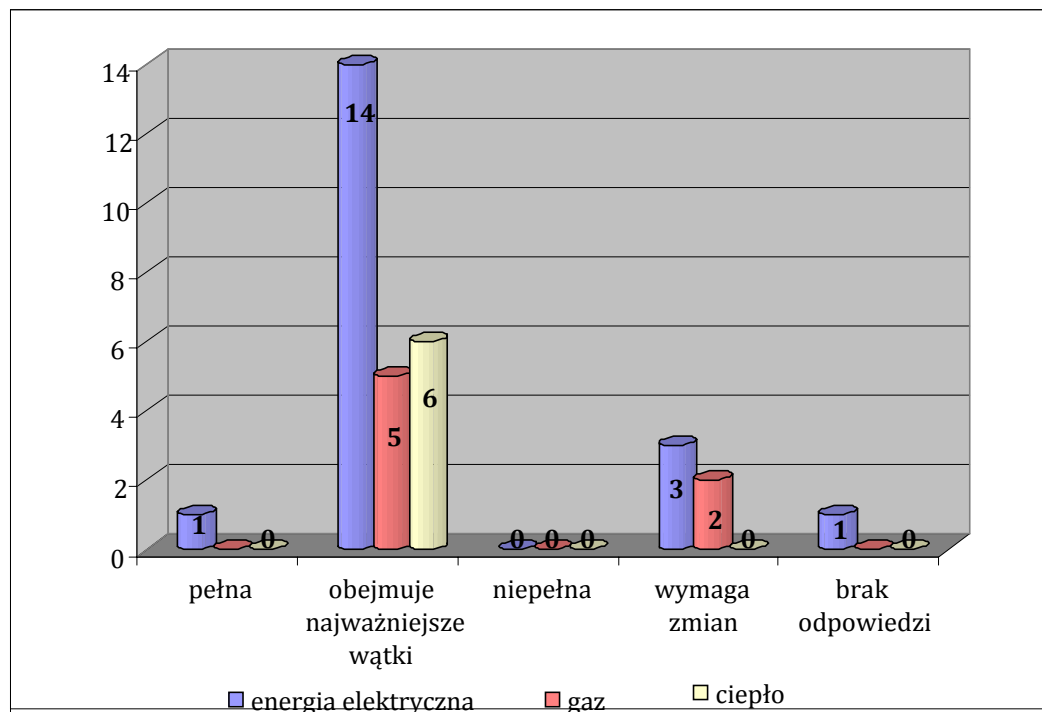
a) jest pełna;

b) obejmuje najważniejsze wątki;

c) jest niepełna;

d) wymaga zmiany – proszę podać w jakim kierunku,

otrzymano następujące wyniki:



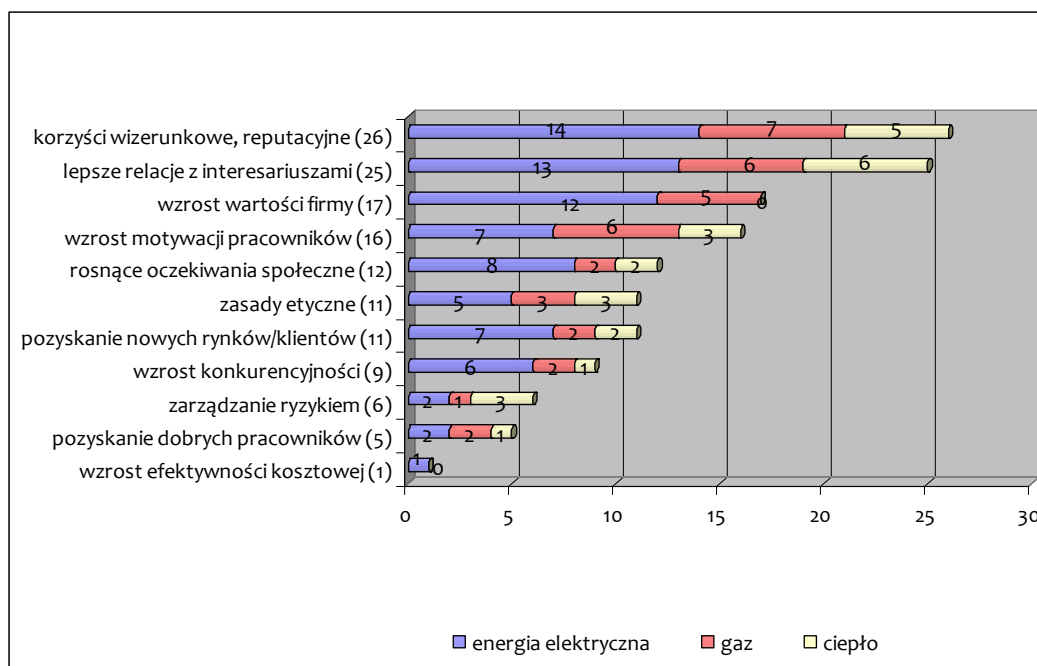
Wykres 2. Opinia firm o definicji SOB zaproponowanej przez Prezesa URE (Źródło: URE)

78% badanych respondentów wskazało odpowiedź „b” – że obejmuje ona najważniejsze wątki, a tym samym można powiedzieć, że większość podziela pogląd Regulatora, czym powinna być SOB w energetyce, jednak zważywszy jedną odpowiedź uznaną za pełną, pozostaje sfera nie dająca możliwości jednoznacznych pełnych konstatacji. Jedna spółka elektroenergetyczna podała swoją wizję koncepcji, otóż „SOB to koncepcja biznesowa, zgodnie z którą przedsiębiorstwa łączą aspekty gospodarcze, społeczne i ochrony

środowiska w swojej działalności operacyjnej oraz w relacjach z partnerem/wspólnikiem na zasadzie dobrowolności”, tym samym wyraziła brak zgody na te elementy definicji, które wyróżniają energetykę jako dziedzinę monopolu naturalnego z reszty gospodarki. Inna ze spółek elektroenergetycznych wskazała, że koncepcja SOB powinna zostać rozszerzona „o funkcje informacyjno-edukacyjne w zakresie kreowania energooszczędnych zachowań klientów”, z kolei następną zaproponowała skrócenie definicji, ale nie podała żadnych konkretów. Jedna ze spółek gazowniczych proponuje położenie akcentu na aspekt dobrowolności we wprowadzaniu zasad SOB w przedsiębiorstwie energetycznym, zaś kolejna – „że wymaga skrócenia, definicja powinna być łatwo zapamiętywana. Wątpliwości budzić może fragment dotyczący monopolistycznej pozycji, bo taka pozycja niektórych firm branży jest wynikiem obowiązujących regulacji i nie jest zależna od danego przedsiębiorstwa.”

Powody uwzględniania SOB

Na pytanie: **Czy są powody, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką?** – uzyskano 91% pozytywnych odpowiedzi. Natomiast wybór z potencjalnego zestawu głównych powodów włączenia SOB, jako elementu zarządzania spółką, wygląda następująco:



Wykres 3. Główne powody włączenia SOB jako elementu zarządzania Spółką (Źródło: URE)

Biorąc pod uwagę poszczególne media rozkład odpowiedzi jest podobny, czyli wyraźnie więcej wskazań dotyczy bezpośrednich korzyści firmy (cztery pierwsze elementy), następnie znacznie mniej firm widzi powody w zewnętrznych wyzwaniach społecznych. Może to oznaczać, że przedsiębiorstwa energetyczne nie dostrzegają obecnie wymiernych korzyści ekonomicznych, jakie mogą uzyskać na skutek implementacji tej koncepcji.

Tylko jedna spółka (elektroenergetyczna) wskazała „wzrost efektywności kosztowej” jako jeden z głównych powodów włączenia SOB do zarządzania spółką, co zważywszy przedmiot działania badanych firm musi niepokoić.

Interesariusze

Na pytanie: **Czy Spółka zidentyfikowała swoich Interesariuszy?** – 100% ankietowanych w gazie i ciepłownictwie oraz 74% ankietowanych w przypadku energii elektrycznej udzieliło odpowiedzi „tak”.

Na dyspozycję: **Proszę wymienić maksymalnie 5 głównych Interesariuszy Spółki**, otrzymano typowy ich komplet, tzn.: klienci, pracownicy Spółki, społeczność lokalna (władze, środowiska naukowe, biznesowe, kulturowe), udziałowcy (akcjonariusze), dostawcy.

Przedstawione powyżej wyniki skłaniają do pewnych ostrożnych uogólnień. Wydaje się, że w badanym środowisku przedsiębiorców energetycznych wiedza o SOB na poziomie deklaracyjnym jest koncepcją znaną i chyba zrozumiałą, skoro trzy czwarte respondentów uważa podaną definicję za wyczerpującą istotne sprawy, jednak nikła ilość opinii o jej zamkniętym charakterze wskazuje, że być może wybrano po prostu bezpieczną wersję, nie mając podstaw do odpowiedzi kategorycznej. Idee związane, szeroko mówiąc, z filantropią, z zachowaniami ekologicznie poprawnymi są szczególnie eksploatowane. Generalnie docenia się potrzebę zaangażowania w SOB, głównie z powodów, szeroko sprawę ujmując wizerunkowych, co w epoce PR nie powinno dziwić, ale ma prawo niepokoić Regulatora. Nie jest jasne, czy firmy są świadome uzyskiwania korzyści ekonomicznych z tytułu SOB, co przecież było zawarte w definicji. Regulatora alarmować powinien brak wskazań na „wzrost efektywności kosztowej” oraz to brak zrozumienia, że w dziedzinach monopolu naturalnego trzeba być szczególnie etycznym, przede wszystkim w zakresie podstawowej działalności.

1.2. Obecność SOB w koncepcjach rozwoju firmy, autonomiczne strategie

Ukonkretnieniem wiedzy Regulatora o SOB w firmach energetycznych jest pytanie o to, jak świadomość potrzeby obecności SOB w ich funkcjonowaniu przekłada się na myślenie, postępowanie zarządów firm, na ich strategiczne dokumenty, na próby formułowania ukierunkowanych strategii. Podobną funkcję ma dyspozycja o przytoczenie celów konkretnej firmy w odniesieniu do SOB.

SOB przedmiotem rozmów Zarządów Spółek

Na zadane pytanie: **Czy tematyka SOB jest przedmiotem rozmów na spotkaniach Zarządu Spółki?** – 23 firmy (72% ogólnie) wskazały odpowiedź twierdzącą (100% firm gazowniczych, 68% firm elektroenergetycznych, 50% firm ciepłowniczych), 8 firm (25%) – negatywną (50% firm gazowniczych, 26% firm elektroenergetycznych), jedno przedsiębiorstwo nie ustosunkowało się do pytania. Główne wątki poruszane na spotkaniach Zarządów Spółek, gdzie przedmiotem rozmów jest SOB, wymienione przez firmy, zostały przedstawione w tabeli poniżej.

Tabela 1. Przykładowe główne, poruszane wątki na spotkaniach Zarządów Spółek z podejmowaną tematyką SOB

Firma	Wątki poruszane na spotkaniach Zarządu Spółki
1 elektroenergetyczna	Sprostanie oczekiwaniom klientów, polityka windykacyjna dla klientów wrażliwych, podnoszenie poziomu organizacji
2 elektroenergetyczna	Zadowolenie klientów i spełnianie ich oczekiwań, relacje z interesariuszami, wpływ Spółki na lokalne społeczności, ochrona środowiska, wspieranie instytucji społecznych, sponsoring, kształtowanie pozytywnego wizerunku Spółki
3 elektroenergetyczna	„Zarząd Spółki na posiedzeniach rozpatruje prośby oraz wnioski podmiotów ubiegających się o wsparcie swoich projektów statutowych. Są to głównie organizacje prowadzące działalność w zakresie: pomocy społecznej, działalności charytatywnej, ochrony i promocji zdrowia, wspierania edukacji i kultury, ochrony środowiska itp.”
4 elektroenergetyczna	Zasady kształtowania cen dla klientów, jakość i standardy obsługi klienta, pomoc w rozwiązywaniu problemów związanych ze spłatą zadłużenia
5 gazownicza	Określenie programu sponsoringu i wybór działalności, która będzie wspomagana (edukacja, opieka medyczna czy kultura)
6 gazownicza	Omawianie efektywności projektów zrównoważonego rozwoju

7 gazownicza	Realizacja działań zmierzających do poprawy bezpieczeństwa korzystania z gazu, wsparcie projektów ekologicznych
8 ciepłownicza	Promowanie zasad poszanowania energii, efektywności energetycznej i zrównoważonego rozwoju, programy wspierające rozwój pracowników, działania na rzecz zmniejszenia obciążeń środowiska, dbanie o relacje ze społecznością lokalną (aktywne wsparcie dla inicjatyw władz miejskich, instytucji kulturalnych oraz spółdzielni, wspólnot)
9 ciepłownicza	Wzrost cen w grupach, poziom wynagradzanego majątku, wpływ nowych cen na kształt rynku i klientów
10 ciepłownicza	„Zarządzając Spółką komunalną konieczne jest, w podejmowanych decyzjach, kierowanie się nie tylko uzyskaniem efektów ekonomicznych, ale również korzyściami dla społeczności lokalnej. Dlatego, planując realizację przedsięwzięć inwestycyjnych np. ograniczających emisję szkodliwych substancji do atmosfery, zawsze poruszane są kwestie dotyczące oddziaływania środowiskowego, czy też poprawy komfortu życia mieszkańców. Dodatkowo, poruszane są kwestie wspierania inicjatyw społeczno-kulturowych lub angażowania się w niesienie pomocy najbardziej potrzebującym.”

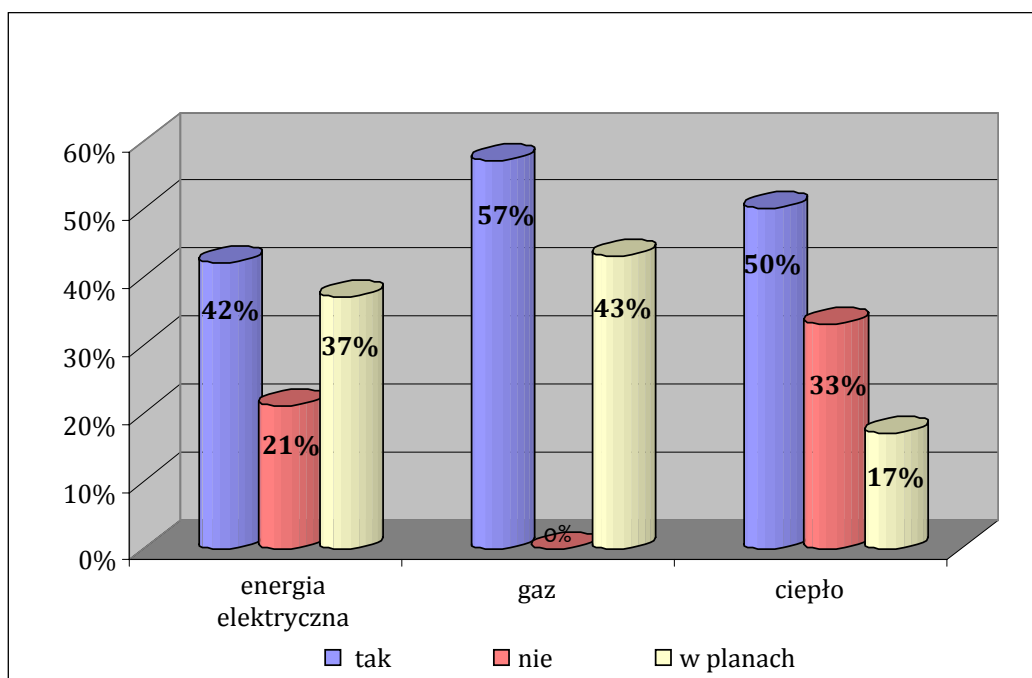
Źródło: URE.

Mimo uszczegółowionych opisów różnych zagadnień będących w sferze zainteresowania zarządów firm, daje się zauważyć koncentracja wokół takich spraw jak: w pierwszej kolejności szeroko pojęty sponsoring, ale również sprawy związane z podstawową działalnością firmy i jej pracownikami, ochroną środowiska. Zatem idee SOB są obecne w myśleniu kierownictwa firm.

SOB a ogólna strategia firmy

Przygotowując pytania z zakresu strategii i zarządzania SOB, próbowano sprawdzić uprzednie, werbalne deklaracje przez wejrzenie w koncepcje rozwoju firm.

Na pytanie: **Czy zasady SOB są ujęte w strategii biznesowej Zarządu Spółki?** – uzyskano wyniki prezentowane na wykresie 4.



Wykres 4. Obecność zasad SOB w strategii biznesowej (Źródło: URE)

Ogólnie 47% odpowiedzi potwierdziło obecność zasad SOB w strategii biznesowej, 19% wskazało na jej brak, 34% respondentów planuje dopiero przyjęcie tych zasad.

Obecność zasad SOB w strategii biznesowej w przypadku gazownictwa kolejny raz potwierdza zarazem stan centralizacji w sferze organizacyjnej sektora (de facto mamy do czynienia tylko z jedną firmą).

Respondenci, którzy posiadają zasady SOB w strategii biznesowej, poproszeni zostali o przytoczenie głównych celów i założeń odnoszących się do SOB. Odpowiedzi były zróżnicowane, ale wyraźnie skupiały się wokół kwestii zapewnienia jakości i niezawodności dostaw mediów, zapewnienia wysokich standardów jakości obsługi klientów, kreowania pozytywnego wizerunku firmy w otoczeniu i środowiskach opiniotwórczych, wsparcia rozwoju regionów poprzez wspomaganie działań kulturalnych i edukacyjnych, promocji przedsiębiorstw, pozyskania akceptacji społecznej oraz zaufania obecnych i potencjalnych klientów.

Do wszystkich przedsiębiorstw, które wskazały w Ankiecie, że nie posiadają zasad SOB w strategii biznesowej Zarządu Spółki, bądź mają ją w planach, skierowane było pytanie, czy wyznaczono cele w zakresie SOB. Uzyskano następujące odpowiedzi:

- w zakresie energii elektrycznej: cztery spółki wyznaczyły cele w zakresie SOB, cztery – udzieliły odpowiedzi negatywnej, jedna – ma je w planach, trzy – nie udzieliły odpowiedzi;

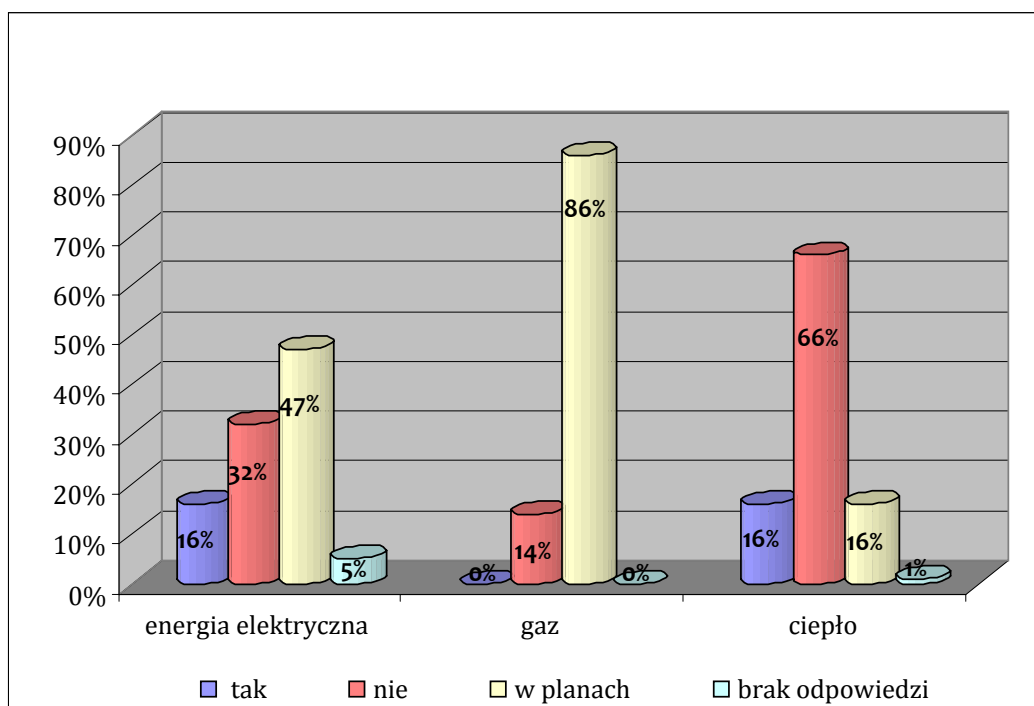
- w zakresie gazu: trzy spółki udzieliły odpowiedzi twierdzącej, jedna – nie udzieliła żadnej odpowiedzi;
- w zakresie ciepła: jedna spółka wyznaczyła cele w SOB a trzy spółki – nie.

Trzy spółki posiadające zasady SOB ujęte w strategii biznesowej, udzieliły odpowiedzi również i na to pytanie, przytaczając cele w zakresie SOB.

W większości przypadków przedsiębiorstwa podawały zbieżne przykłady wyznaczonych celów, czyli: budowanie pozytywnego wizerunku firmy, tworzenie oferty dla klientów wrażliwych, udział w lokalnych wydarzeniach kulturalno-naukowych, działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego.

Autonomiczna strategia SOB

Ważnym sprawdzianem stosunku firm do SOB jest posiadanie specjalnej strategii, stąd pytanie **Czy Zarząd Spółki przyjął Strategię na rzecz SOB?** Proporcje odpowiedzi wyglądają następująco:



Wykres 5. Posiadanie strategii na rzecz SOB (Źródło: URE)

Jak widać z powyższego wykresu, przeważająca większość przedsiębiorstw nie posiada (34%), jednakże planuje (50%) przyjęcie strategii na rzecz SOB (13% spółek posiada przedmiotową strategię, 3% – nie ustosunkowało się do pytania).

Spółki, które potwierdziły przyjęcie strategii, w większości określiły jej horyzont czasowy na długofalowy, w jednym przypadku podano okres krótkoterminowy 3-letni i długoterminowy do 2050 r., w innym – okres 2-letni. Główne założenia Strategii przytaczane przez przedsiębiorstwa to:

- zasady postępowania wobec klientów, współpracowników oraz interesariuszy firmy (Kodeks etyczny),
- określenie zasad, poprzez które realizowana jest polityka środowiskowa firmy (np. ustalanie rocznych celów w zakresie ochrony środowiska),
- określenie zasad, jakimi powinni się kierować pracownicy w kontaktach z klientami (Standardy obsługi klienta).

Warto w tym miejscu nadmienić, że tylko dwa przedsiębiorstwa załączyły do odpowiedzi na Ankietę kopię przyjętej strategii¹²⁾.

Ponieważ okazało się, że tak nikły procent firm posiada stosowne strategie, ciekawa wydawała się analiza planów przyjęcia przez Zarząd Spółki strategii dla SOB, kiedy jest zamierzone jej przyjęcie i na jaki okres. Wybrane odpowiedzi zawarte są w poniższej tabeli.

Tabela 2. Przykładowe przyjmowanie strategii na rzecz SOB przez Zarządy Spółek

Firma	Zamiar przyjęcia strategii	Termin przyjęcia strategii	Horyzont strategii
1 elektroenergetyczna	tak	w 2010 r.	brak odpowiedzi
2 elektroenergetyczna	tak	od 1.01.2010 r.	na okres 3 lat
3 elektroenergetyczna	zamiar przyjęcia ujednoliconej strategii w ramach grupy kapitałowej*	po uzgodnieniach w ramach grupy kapitałowej*	po uzgodnieniach w ramach grupy kapitałowej*
4 elektroenergetyczna	tak	od 2010 r.	brak odpowiedzi
5 elektroenergetyczna	„Zarząd spółki nie zamierza w najbliższym czasie wdrażać strategii SOB, przy czym w ramach prowadzonej działalności stara się	-	-

¹²⁾ Po lekturze tych dokumentów powstało wrażenie o pewnym nieporozumieniu, między pytającymi a odpowiadającymi na Ankietę, ponieważ dotyczą one opisu przedsięwziętych kroków do realizacji pewnych podejmowanych działań realizujących poszczególne idee SOB, zamiast ujęć prospektywnych dotyczących strategii wdrażania SOB w rozwój firmy. Stąd też ustosunkowanie się do tych opracowań przenieśliśmy do części dotyczącej raportowania firm.

	uwzględniać etyczne i ekologiczne aspekty wchodzące w skład Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. W zakresie założeń SOB dotyczących wspierania odbiorców wrażliwych Zarząd widzi potrzebę uregulowania tej kwestii poprzez działania instytucji oraz organów rządowych. Jeśli wdrożenie powyższych działań będzie spoczywało na OSD to jest to możliwe przy założeniu, że Prezes URE wyrazi zgodę na uwzględnienie całkowitych kosztów z tym związanych w przychodzie regulowanym przy kalkulacji taryfy.”		
6 gazownicza	zapisy dotyczące SOB zawiera Strategia Rozwoju Spółki (planuje się jednak przyjęcie strategii opracowywanej obecnie dla całej grupy kapitałowej)	-	2009-2013
7 gazownicza	tak	II połowa 2009 r.	2010-2012
8 gazownicza	tak	I połowa 2009 r.	do końca 2011 r.

* Takie odpowiedzi uzyskano od kilku przedsiębiorstw (elektroenergetycznych, gazowniczych) wchodzących w skład grup kapitałowych.

Źródło: URE.

Z powyższego zestawienia wynika, że spółki, które zamierzają przyjąć przedmiotową strategię, planują to zrobić w niedalekiej przyszłości (najprawdopodobniej w 2010 r.), natomiast zamierzeniem spółek jest perspektywa krótkoterminowa.

Interesującym wynikiem jest to, że mimo braku formalnej strategii na rzecz SOB firmy w znacznym stopniu zachowują się zgodnie z duchem koncepcji (idei) SOB, co potwierdza zarówno wynik pytania o główne poruszane wątki na zebraniach kierownictw firm, jak i zawarcie formalnej idei SOB w ogólnej strategii biznesowej firmy. **Nie mamy strategii, ale zachowujemy się zgodnie z oczekiwaniami twórców SOB.**

Specjalne strategie SOB powinny mieć horyzonty dłuższe niż 3 lata, być może, co byłoby zrozumiałe, przeszkadza w tym obecna sytuacja ekonomiczna, która nie pozwala przyjąć dalekosiężnych planów.

2. Zarządzanie SOB

W tej części Ankiety pytano o praktyczne kwestie zarządzania SOB w firmie, czyli takie jak: umiejscowienie odpowiedzialności za SOB w organach spółki oraz o ogólne procedury całościowe wprowadzające SOB do firmy.

2.1. Odpowiedzialność za SOB

Na początku w Ankiecie sprawdzano, czy w Zarządzie Spółki jest osoba, która również ma powierzone sprawy odpowiedzialności za realizację koncepcji SOB. W sektorze energii elektrycznej 53% firm nie ma takiej osoby, 26% dopiero planuje wyodrębnienie takiej osoby, zaś tylko 16% wskazało odpowiedź pozytywną. W gazownictwie sytuacja wygląda nieco lepiej: 43% firm ma osobę odpowiedzialną za SOB w Zarządzie, 43% jej nie posiada, 14% firm planuje wyodrębnienie takiego stanowiska. Najbardziej klarowna, i niestety najgorsza sytuacja jest w ciepłownictwie, gdzie żadne z przedsiębiorstw nie widzi podstaw do angażowania osób z Zarządu Spółki do realizacji koncepcji SOB.

Kolejne pytanie dotyczyło pozycji w zarządzie firmy osoby wskazanej jako odpowiedzialnej za SOB, jej zakresu zadań i realizowanych innych zadań poza powierzonymi z zakresu SOB. Poniżej, w tabeli 3, odpowiedzi, jakie uzyskano.

Tabela 3. Przykłady usytuowania osób z Zarządów Spółek odpowiadających za SOB

Firma	Funkcja osoby	Zakres zadań	Realizacja innych zadań
1 elektroenergetyczna	Prezes Zarządu	nadzór nad realizacją strategicznych ambicji/celów spółki	tak
2 elektroenergetyczna	Członek Zarządu odpowiedzialny za dany obszar funkcjonowania spółki	realizacja działań dotyczących SOB w ramach swoich kompetencji	tak
3 elektroenergetyczna	Członek Zarządu	realizacja działań dotyczących SOB w ramach swoich kompetencji	tak
4 gazownicza	Kierownik Biura Komunikacji i PR	koordynacja wdrażania polityki SOB w spółce	tak
5 gazownicza	Prezes, Wiceprezes Zarządu	wsparcie i akceptacja strategii, udział w najważniejszych spotkaniach poświęconych SOB	tak
6 gazownicza	Prezes Zarządu Dyrektora Generalnego	nadzór nad komórką Pełnomocnika ds. PR, bezpośrednio odpowiedzialnego za realizację koncepcji SOB	tak

Źródło: URE.

W dużym stopniu brak umiejscowienia odpowiedzialności za SOB w Zarządach Spółek nie kończy badania o odpowiedzialności za SOB. Być może na innych stopniach w strukturze zarządzania są osoby, którym powierzono ten zakres zadań. Stąd pytanie o osoby spoza Zarządu Spółki odpowiedzialne za zarządzanie/monitoring SOB. W tym zakresie uzyskano następujące dane:

- energia elektryczna: w 42% spółek jest wyznaczona taka osoba, w 37% spółek nie ma takiej osoby, 16% spółek planuje jej wyznaczenie (5% nie udzieliło odpowiedzi),
- gazownictwo: w 57% spółek jest wyznaczona osoba, w 29% – w planach (14% nie udzieliło odpowiedzi),
- ciepłownictwo: tylko 17% spółek wyodrębniło takie stanowisko, 67% – nie ma takiej osoby (16% nie udzieliło odpowiedzi) – co znowu wskazuje na brak angażowania pracowników spółek we wdrażanie koncepcji SOB.

Interesująca jest sytuacja, komu takie obowiązki powierzano. Z odpowiedzi wyłania się obraz dość zróżnicowanych pozycji (umiejscowień) osób, którym te sprawy się powierza, daje się jednak zauważyć, że często są to osoby związane z komórkami komunikacji i informacji (komórki PR), co widać w tabeli 4.

Warto w tym miejscu nadmienić, że 12% spółek wskazało taką osobę, pomimo że za realizację koncepcji SOB odpowiadają już osoby z Zarządu Spółki.

Tabela 4. Przykłady umiejscowienia osób spoza Zarządów Spółek i zakres ich odpowiedzialności za SOB

Firma	Szczebel osoby	Zakres zadań	Realizacja innych zadań
1 elektroenergetyczna	pracowniczy	opracowanie, monitorowanie i rozwijanie Standardów Obsługi Klientów; monitorowanie przestrzegania Kodeksu Etycznego	tak
2 elektroenergetyczna	pracowniczy	wdrażanie wolontariatu pracowniczego wdrażanie strategii SOB	nie
3 elektroenergetyczna	kierowniczy	badanie procesów związanych z obsługą klienta i zgłaszanie rekomendacji w celu ciągłego usprawniania całego procesu oraz monitorowania, czy prawa konsumenta są respektowane zarówno w ujęciu prawnym, jak i etycznym	nie
4 elektroenergetyczna	kierowniczy – specjalne powołane stanowisko Rzecznika Praw Klienta	wybór, opiniowanie i realizacja inicjatyw SOB w zakresie strategii marketingowej, zarządzania marką, sponsoringu zgodnie z przyjętymi założeniami komunikacyjnymi i strategią spółki; reprezentowanie interesów klientów	nie
5 elektroenergetyczna	pracowniczy	budowanie i realizacja planu sponsoringu i działań charytatywnych rozumianego jako forma promocji spółki	tak

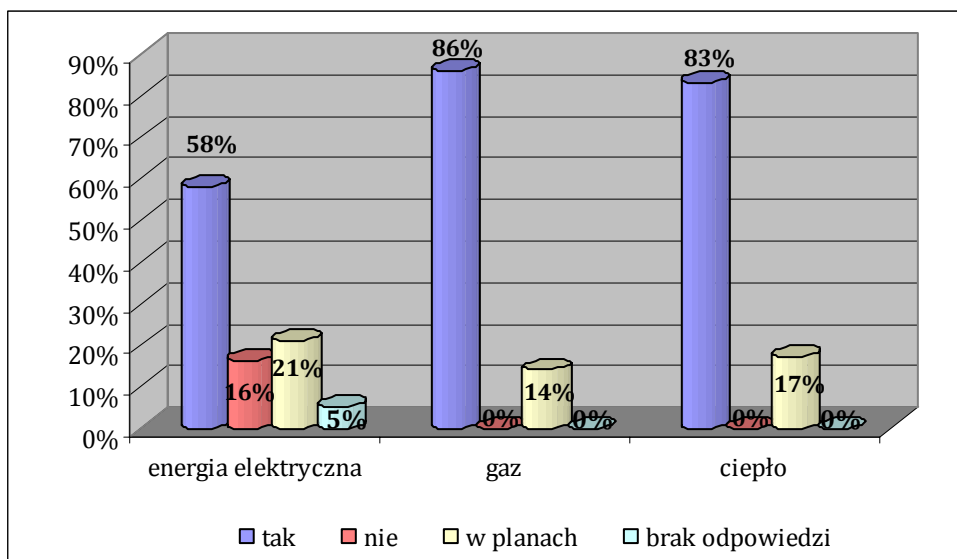
6 elektroenergetyczna	pracowniczy – specjalista ds. wizerunku firmy	tworzenie i aktualizacja strategii marketingu wizerunkowego oraz zarządzania marką, planowanie budżetu działań związanych z reklamą wizerunkową prowadzonych przez spółkę oraz jego realizacja, badanie efektywności prowadzonych w danym roku budżetowym działań sponsoringowych oraz zaangażowania społecznego	tak
7 gazownicza	kierowniczy – Pełnomocnik ds. PR	nadzór nad działaniami związanymi z kształtowaniem wizerunku spółki, pełnienie funkcji Rzecznika Prasowego, kształtowanie relacji spółki z jej otoczeniem, nadzorowanie i koordynowanie działań sponsoringowych spółki	tak
8 gazownicza	kierowniczy – koordynator ds. CSR	inicjowanie i realizowanie projektów SOB, wdrożenie strategii SOB, komunikowanie zasad SOB	tak
9 gazownicza	kierowniczy – kierownik Biura Komunikacji i PR	koordynacja wdrażania polityki SOB w spółce	tak
10 ciepłownicza	kierowniczy	elementy związane z SOB ujęte są w ramach kompetencji obszarów: zarządzania zasobami ludzkimi, jakości i środowiska, BHP, eksploatacji, komunikacji i obsługi odbiorców	tak

Źródło: URE.

Należy przy tym zauważyć, że w większości przypadków (7 przypadków na 10 ww. wskazanych) osoby, którym powierzono obowiązki związane z SOB, realizują równocześnie inne zadania.

2.2. Procedury zarządcze

Kolejnym pytaniem, skierowanym do przedsiębiorstw, było: **Czy Zarząd Spółki wdrożył systemy zarządcze (np. ISO – zarządzanie jakością, środowiskiem, BHP, itp.), procedury (np. badania satysfakcji pracowników/dostawców, sponsoringu, analizy ryzyka itp.) lub wytyczne (np. w zakresie reprezentacji, działań społecznych, itp.) w zakresie realizacji SOB?**



Wykres 6. Wdrożenie przez Zarządy Spółek systemów zarządczych, procedur, wytycznych w zakresie realizacji SOB (Źródło: URE)

Wynik z uzyskanych odpowiedzi wygląda następująco: 69% przedsiębiorstw wdrożyło różnego typu procedury zarządcze, tylko 9% – nie posiada takowych, a 19% planuje ich przyjęcie w niedalekiej przyszłości (3% nie udzieliło odpowiedzi).

Dla lepszego zobrazowania sprawy, i zarazem traktując to jako pewien model, przedstawiamy tabelę przygotowaną przez jedno z przedsiębiorstw zawierającą stosowane przez nią procedury.

Tabela 5. Przykładowe procedury zarządzania dziedzinami z SOB

Lp.	Nazwa systemu/procedury	Zakres regulacji objęty systemem/procedurą
1	Procedury działalności charytatywnej i sponsoringowej	Zasady działalności charytatywnej spółki – określenie: czym jest działalność charytatywna, obszarów działalności charytatywnej, organu podejmującego decyzję o udzieleniu wsparcia/darowizny, tryb prac nad selekcją, realizacją i dokumentacją działalności charytatywnej. Zasady działalności sponsoringowej spółki – określenie obszarów, które mogą zostać objęte sponsoringiem, proces weryfikacji potencjalnych projektów, proces realizacji projektów
2	Procedura zarządzania relacjami z dostawcami	Selekcja ofert kierowanych do spółki, kwalifikacja dostawców, okresowa ocena dostawców, postępowanie w przypadku reklamacji
3	Procedury Systemu Zarządzania Środowiskiem	– Identyfikacja wymagań prawnych – celem procedury jest zapewnienie bieżącej identyfikacji wymagań prawnych związanych z wymaganiami ochrony środowiska, do spełnienia których spółka jest zobowiązana; – Identyfikacja i ocena aspektów środowiskowych – celem procedury jest prawidłowa identyfikacja aspektów środowiskowych w spółce, ocena ich znaczenia i wytypowanie znaczących aspektów środowiskowych; – Cele i zadania – procedura określająca zasady postępowania przy planowaniu celów zadań służących realizacji zadeklarowanej Polityki Środowiskowej;

		<ul style="list-style-type: none"> – Audyty wewnętrzne – celem procedury jest zapewnienie właściwego poziomu prowadzenia wewnętrznego audytu Systemu Zarządzania Środowiskowego w spółce, w oparciu o wymagania normy PN-EN ISO 14001 oraz określenie skuteczności Systemu Zarządzania Środowiskowego; – Szkolenia – procedura określa zasady organizacji szkoleń pracowników w zakresie problematyki ochrony środowiska w spółce, a przez to stałe podnoszenie poziomu wiedzy i świadomości ekologicznej pracowników zapewniające realizację zadeklarowanej polityki środowiskowej spółki; – Nadzór nad dokumentacją Systemu Zarządzania Środowiskowego spółki – procedura ma na celu zapewnienie nadzoru nad dokumentacją i zapisami Systemu Zarządzania Środowiskowego funkcjonującego w spółce oraz zapewnienie stosowania zatwierdzonej i aktualnej dokumentacji Systemu Zarządzania Środowiskowego; – Gotowość i reagowanie na awarie środowiskowe – celem procedury jest identyfikacja potencjalnych i zaistniałych sytuacji awaryjnych, zapobieganie zagrożeniom, awariom i szkodom środowiskowym oraz zapewnienie gotowości do odpowiedzialnego reagowania w tych sytuacjach
4	Instrukcja dotycząca podpisywania dokumentów w spółce	Ustalenie odpowiedzialności i kompetencji w zakresie podpisywania dokumentów w korespondencji wewnętrznej i zewnętrznej spółki
5	Badanie satysfakcji klientów	Cykliczne badania jakościowe i ilościowe klientów spółki dotyczące satysfakcji klientów z działań podejmowanych przez spółkę
6	Badania satysfakcji pracowników	Przeprowadzana jest anonimowa ankieta pracownicza badająca satysfakcję pracowników z miejsca pracy. Pozwala ona na poznanie opinii pracowników na temat ich miejsca pracy oraz umożliwia identyfikację obszarów, które powinny zostać poprawione
7	Ocena 360 stopni dla kadry zarządzającej	Ocena 360 stopni – daje możliwość otrzymywania informacji zwrotnej, dotyczącej zachowań na stanowisku kierowniczym od przełożonych, współpracowników, a przede wszystkim od podwładnych, którzy rzadko mają okazję udzielić przełożonemu konkretnej informacji zwrotnej. Wyniki oceny pomagają w optymalizacji odnalezienia się w roli lidera i w ten sposób wspierają rozwój indywidualny
8	Działania w zakresie BHP	Komisja Bezpieczeństwa i Higieny Pracy, procedura dotycząca postępowania w przypadku wypadku w pracy, szkolenia dla pracowników w zakresie BHP
9	Procedura zarządzania ryzykiem nadużyć	Procedura zarządzania ryzykiem nadużyć ma na celu: <ul style="list-style-type: none"> – zdefiniowanie, co należy rozumieć pod pojęciem nadużycia, – określenie obowiązków pracowników i kierownictwa spółki w zakresie zapobiegania nadużyciom, – określenie zasad postępowania w przypadku stwierdzenia nadużycia lub podejrzanego jego wystąpienia, – procedura dotyczy wszelkich możliwych rodzajów nadużyć lub konfliktów interesów, które mogą mieć wpływ na spółkę i spółki powiązane, ich działalność, finanse lub wizerunek

Źródło: URE.

Powtarzającymi się wśród pozostałych przedsiębiorstw procedurami były m.in.:

- system zarządzania środowiskiem wg ISO 14001/18001 – procesowe podejście do wypełniania standardów w zakresie ochrony środowiska i bezpieczeństwa pracy,
- system zarządzania jakością wg ISO 9001:2000 – w zakresie komunikacji z klientem, badanie zadowolenia klientów, ocena dostawców,
- system zarządzania ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007,

- polityka zarządzania ryzykiem – analiza ryzyka zmienności cen mediów, ocena wiarygodności kontrahentów,
- działania sponsoringowe, charytatywne, zaangażowanie społeczne.

Ciekawą i zasługującą na uwagę jest sprawa terminów w planach firm, wprowadzania stosownych procedur. Przedsiębiorstwa, które dopiero planują ich wdrożenie, podawały terminy, w większości przypadków, po 2010 r. (trzy spółki, w tym jedna podała okres działania procedur 3-letni), 2011 r. (dwie spółki), 2013 r. (jedna spółka). Ponadto jedno przedsiębiorstwo ciepłownicze podało, że „Wszystkie planowane systemy i procedury będą realizowane jako projekty na bieżąco aktualizowane, projekty ciągłe i systematyczne.”. Spółki zamierzają wprowadzić m.in. procedury dotyczące systemów zarządzania ISO, wytyczne działań sponsoringowych w celu kreowania marki rynkowej, badania satysfakcji pracowników i wytycznych w zakresie reprezentacji, analizy ryzyka działalności.

Wśród wykorzystywanych przez firmy procedur zarządczych poszczególnymi sferami SOB wybija się przewaga pochodnych systemów ISO.

3. SOB w realizacji

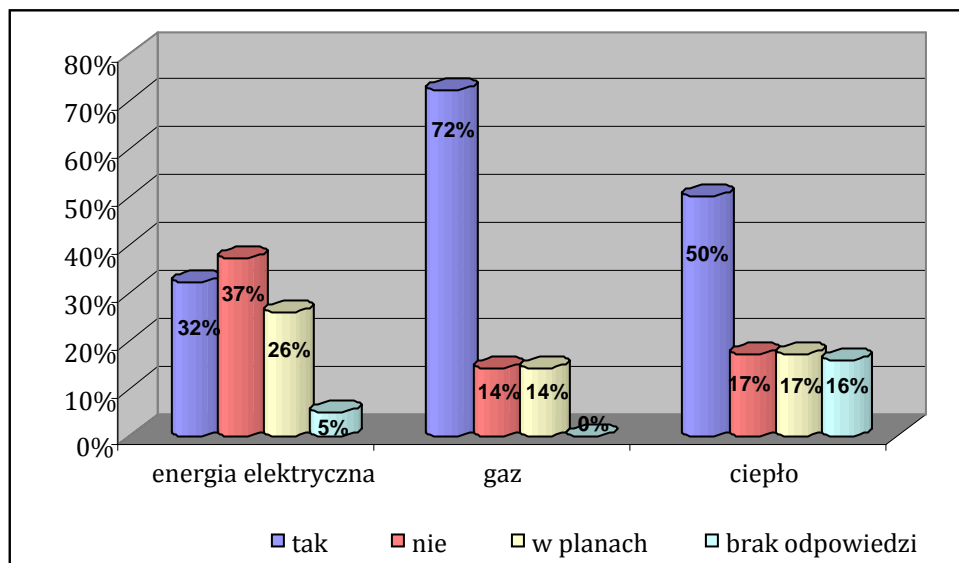
Pytania, jakie zostały zadane w tej części Ankiety, miały rozstrzygnąć kwestie związane z weryfikacją rozumienia idei SOB przez spółki, a także zobrazować obecność tej idei w codziennym działaniu firm.

W części „C” Ankiety, chciano uzyskać obraz konkretnych działań podejmowanych przez Zarządy Spółek przez pryzmat następujących obszarów: pracownicy i miejsce pracy, środowisko, społeczność lokalna i rynek.

W każdym z ww. obszarów zadano pytania o kluczowe programy/cele stawiane przez Zarząd Spółki, środki przeznaczone na te przedsięwzięcia, oczekiwane korzyści z ich realizacji oraz o adresatów programów.

3.1. Autoregulacja

Na początku rozpoczęliśmy „odpytywanie” firm od najogólniejszych form wdrażania idei SOB do firmy. W związku z tym zadano pytanie: **Czy Zarząd Spółki przyjął dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB (np. Kodeksy Dobrych Praktyk, Kodeks Etyczny, Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Global Compact, itp.)?**, na które uzyskano następujące odpowiedzi:



Wykres 7. Przyjęcie dobrowolnych inicjatyw, samoregulacji itp. odnoszących się do SOB (Źródło: URE)

W sektorze energii elektrycznej uzyskano prawie jednakowy rozkład w zakresie posiadania, jego braku i planowania do wprowadzenia samoregulacji odnoszącej się do SOB. W sektorze gazu znacząco i ciepłownictwie sytuacja jest bardziej zaawansowana w świadomym wprowadzaniu regulacji. Dla wyniku uzyskanego w gazownictwie nie bez znaczenia jest jego wewnętrzna struktura organizacyjna.

Z uzyskanego materiału dotyczącego form wykorzystywanych przez firmy regulacji, przedstawiamy wymieniane najczęściej:

- Kodeks Etyki – zasady postępowania Zarządu i pracowników spółki w stosunkach z klientami i kontrahentami spółki oraz w relacjach wewnętrznych, jak również działania podejmowane na rzecz społeczeństw,

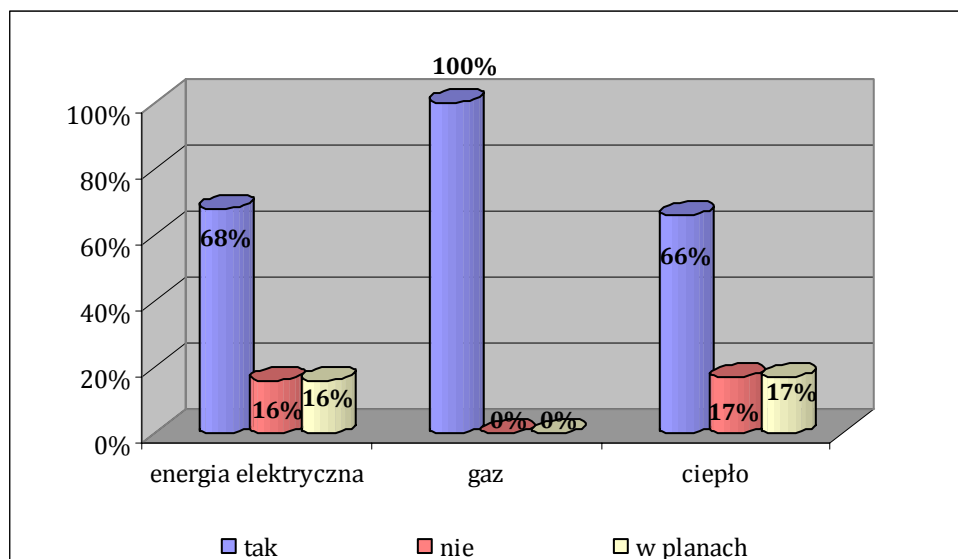
- Regulaminy zamówień – regulacje związane z przejrzystym postępowaniem przy dokonywaniu zamówień w spółce: Regulamin udzielania zamówień publicznych, Regulamin udzielania zamówień innych niż zamówienia publiczne, Instrukcja zakupów,
- Standardy obsługi w procesie przyłączania do sieci – zapisy określające przejrzyste i jednolite zasady postępowania w relacji z klientem/odbiorcą w procesie przyłączeniowym, wstrzymywanie i wznowienia dostaw, rozliczanie należności itp.,
- Regulamin audytu wewnętrznego, Kodeks etyki audytora wewnętrznego – regulacje związane z prowadzeniem audytów wewnętrznych, w celu obiektywnej oceny procesów zarządzania ryzykiem, systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania spółką,
- Global Compact – członkostwo w tej inicjatywie oznacza dla spółki poparcie, przyjęcie i stosowanie, we wszystkich sferach działalności, fundamentalnych zasad z zakresu praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji,
- Polityka środowiskowa – wdrożenie i utrzymanie Systemu Zarządzania Środowiskowego w oparciu o normę ISO 14001, ustalanie rocznych celów w zakresie ochrony środowiska.

Przedsiębiorstwa, które aktualnie nie posiadają dobrowolnych inicjatyw, zgłaszają w zdecydowanej większości taką chęć w niedalekiej przyszłości (wiele z firm podało termin już 2010 r.). Rozważane są m.in.: uczestnictwo w Global Compact, przyjęcie Kodeksu Etycznego, Kodeksu Praw Odbiorcy, Kodeksu Dobrych Praktyk, przystąpienie do Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

3.2. SOB wobec środowiska pracowniczego

Z uzyskanych na początku informacji ankietowych uzyskaliśmy potwierdzenie, że zarządzanie kapitałem ludzkim jest wysoko w hierarchii celów SOB wdrażanych przez firmy. Szczegółową implikacją działań w tej mierze firm, były pytania związane z realizacją (czy i jak) działań firm wobec jej pracowników.

Na pytanie, **Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy?**, uzyskano następujące wyniki:



Wykres 8. Aktywność firm wobec pracowników (Źródło: URE)

Ogólnie, w sektorze gazu, wszystkie przedsiębiorstwa zadeklarowały realizację działań w zakresie SOB oddziałującym na pracowników i miejsce pracy. 75% spółek posiada programy w obszarze pracowniczym, 13% spółek odpowiedziało przecząco, 12% planuje przyjęcie takich działań.

Kolejne pytanie dotyczyło zarówno opisu programów, celów i korzyści, jakie się z tym wiążą, jak również kosztów wdrażania tych programów.

Firmy wymieniły liczne przykłady dotyczące realizowanych przez Zarządy Spółek działań w obszarze Miejsce Pracy, od których oczekiwano zarówno korzyści dla firmy, jak i satysfakcji indywidualnej pracowników, w tym m.in: badanie satysfakcji pracowniczej; realizowanie procedur rekrutacyjnych, szkoleniowych, doksztalcania pracowników; bezpieczeństwo i higiena pracy; systemy premiowe; optymalizacja zatrudnienia; wynagrodzenia i zasiłki losowe; zarządzanie talentami, kompetencjami; wartościowanie stanowisk pracy; pracownicze programy emerytalne itp. Są to, jak widać, typowe programy pracownicze mające na celu przede wszystkim zwiększenie kompetencji i potencjału pracowników, budowanie ścieżek kariery pracowników, wzrost ich motywacji, zapewnienie realnego wpływu pracowników na warunki i środowisko pracy, pozytywny wpływ na efektywne zarządzanie zasobami ludzkimi.

Natomiast pytanie o koszty w większości sytuacji pozostawało niewypełnione, co czasami tłumaczone było trudnością w przyporządkowaniu środków finansowych do określonych programów, a czasami być może obawą przed ujawnieniem pewnych in-

formacji. Stąd w tabeli 6 całkowicie pominięto informacje finansowe, o które pytaliśmy w Ankiecie¹³⁾.

Tabela 6 przedstawia rozbieżności na szczegółowe informacje dotyczące kluczowych programów dla jednej z firm, którą uznaliśmy za wartą upowszechnienia z uwagi na rozbudowane formy odpowiedzi.

Tabela 6. SOB w obszarze pracowniczym – przykład jednego z przedsiębiorstw

Lp.	Opis programów	Cele	Oczekiwane korzyści	Adresaci
1	Rekrutacja	utrzymanie kadry na odpowiednim poziomie kwalifikacji	pozyskanie specjalistów o odpowiednich kwalifikacjach	kandydaci na pracowników
2	Struktura zatrudnienia	optymalizacja struktury zatrudnienia oraz unifikacja stanowisk pracy	optymalna struktura zatrudnienia oraz usystematyzowana i spójna baza stanowiskowa	wszyscy pracownicy spółki
3	Edukacja i szkolenia	podnoszenie i uzupełnianie kwalifikacji zawodowych	posiadająca odpowiednie kwalifikacje kadra	wszyscy pracownicy spółki
4	Zarządzanie talentami	wyszukiwanie pracowników o najwyższych kwalifikacjach i predyspozycjach zawodowych oraz planowanie ścieżek karier	pozyskiwanie najlepszych kandydatów na stanowiska kierownicze oraz kierowników projektów	pracownicy spółki
5	Bezpieczeństwo i higiena pracy	zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy	minimalizacja występowania ryzyka wypadkowego i chorób zawodowych	wszyscy pracownicy spółki
6	Angażowanie pracowników	system premiowania powiązany z systemem ocen pracowniczych	zaangażowanie w realizację projektów i nowych zadań	wszyscy pracownicy spółki
7	Relacje ze związkami zawodowymi	prowadzenie dialogu społecznego	poszanowanie praw pracowniczych przy realizacji celów statutowych spółki	NSZZ Solidarność; związki zawodowe spółki
8	Odejścia	optymalizacja zatrudnienia	optymalizacja funduszu wynagrodzeń	pracownicy spółki

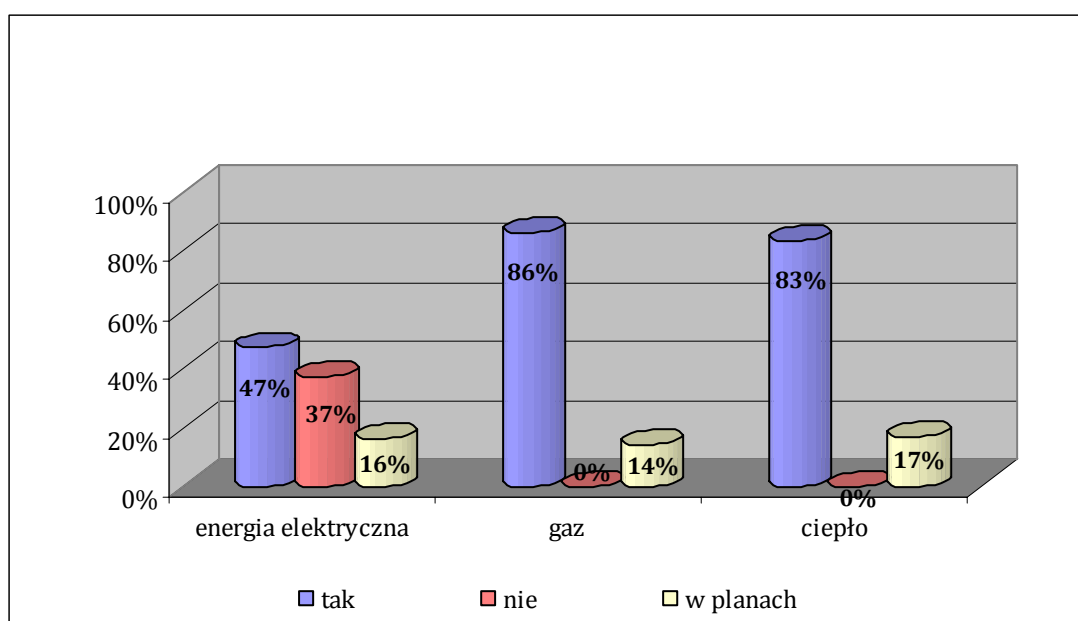
Źródło: URE.

Przedsiębiorstwa, które zamierzają dopiero przyjąć określone działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy, podawały m.in.: program przekwalifikowujący pracowników w ramach zmieniającego się popytu na pracę, harmonizacja procedur i standardów w grupie kapitałowej, działania w obszarze obrotu hurtowego. Plany obejmują najczęściej okres od 2010 r. (w jednym przypadku – orientacyjnie po 2013 r.).

¹³⁾ Analogiczny zabieg zastosowano do pozostałych dziedzin SOB.

3.3. SOB wobec środowiska naturalnego

Badając środowiskowy obszar SOB okazało się, że 62% przedsiębiorstw realizuje takie działania, 22% ich nie podjęło, natomiast 16% – planuje ich wdrożenie w niedalekiej przyszłości (patrz wykres 9). Przykładowo: 2010 r.; po 2013 r.; jedna z firm podała termin 2009-2015 – Program środowiskowy; inna zamierza zrealizować wieloletni program ograniczający negatywny wpływ na środowisko wynikający z podstawowej działalności, w szczególności zmierzający do likwidacji zanieczyszczeń środowiska grunto-wo-wodnego; planowane są także w latach 2010-2015 wymiany transformatorów, akcje edukacyjno-informacyjne dla klientów dot. kreowania zachowań prooszczędnościowych w zakresie zużycia mediów.



Wykres 9. Aktywność firm wobec środowiska naturalnego (Źródło: URE)

Przedsiębiorstwa wymieniły liczne przykłady podejmowanych i realizowanych działań ochronnych wobec środowiska poprzez m.in. zmniejszenie emisji spalin do powietrza, zapobieganie występowaniu potencjalnych zagrożeń dla środowiska, uregulowania postępowania z opadami niebezpiecznymi.

Tabela 7. SOB w obszarze środowiska naturalnego – przykłady z dwóch przedsiębiorstw

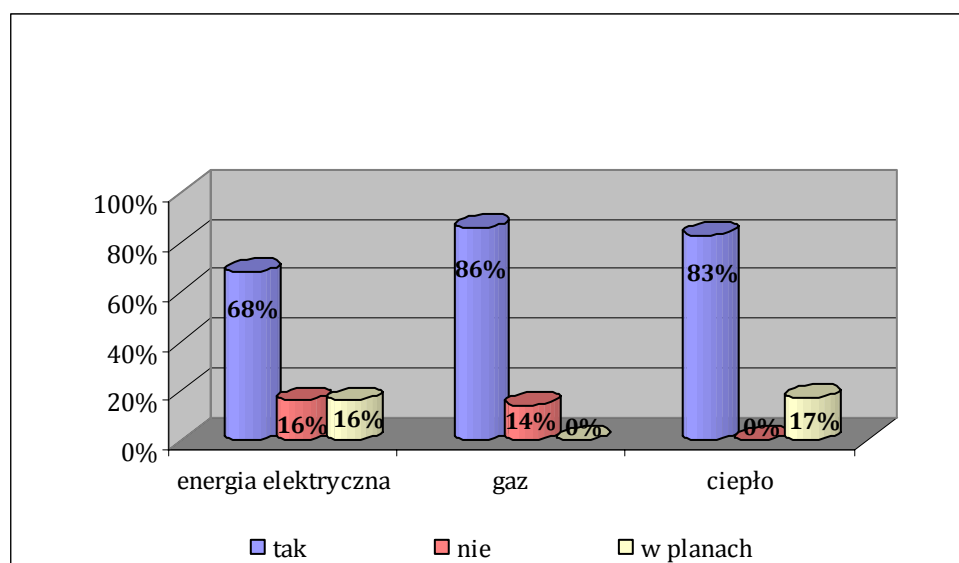
Lp.	Opis programu	Cele	Oczekiwane korzyści	Adresaci
<i>Spółka elektroenergetyczna</i>				
1	Program ochrony bociana białego poprzez instalowanie na słupach energetycznych konstrukcji podgniazda bocianie	promocja wartości marki spółki jako zaangażowanej w ochronę środowiska, zapewnienie bezawaryjnego funkcjonowania sieci energetycznej oraz ograniczenie kosztów związanych z usuwaniem awarii spowodowanych przez ptaki bytujące na słupach energetycznych	kształtowanie wizerunku firmy, zwiększenie bezpieczeństwa obiektów energetycznych, zmniejszenie śmiertelności ptaków na liniach energetycznych	społeczności lokalne, organizacje ekologiczne, towarzystwa ornitologiczne, parki narodowe, ośrodki opinotwórcze
2	Program ochrony ptaków przed porażeniem – instalowanie specjalnych płytek, utrzymujących ptaki z dala od napowietrznych linii energetycznych	Jak wyżej	Jak wyżej	Jak wyżej
3	Budowa szczelnych zbiorników pod transformatorami, zabezpieczających środowisko przed skażeniem (w razie wycieku z transformatora)	ugruntowanie pozycji firmy w świadomości lokalnej społeczności jako partnera społecznie odpowiedzialnego, uwzględniającego interesy społeczne, ochronę środowiska oraz relacje z różnymi grupami interesariuszy	kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy, zwiększenie bezpieczeństwa obiektów energetycznych oraz uniknięcie kosztów usuwania skutków skażenia środowiska	społeczności lokalne, organizacje ekologiczne, ośrodki władzy samorządowej i rządowej, ośrodki opinotwórcze
<i>Spółka ciepłownicza</i>				
1	Likwidacja kotłowni	ochrona atmosfery i klimatu	poprawa jakości powietrza	społeczność lokalna
2	Poprawa sprawności kotłowni	poprawa skuteczności/efektywności energetycznej	zmniejszenie wykorzystania surowców	społeczność lokalna
3	Wymiana sieci i instalacji termicznej sieci	poprawa skuteczności/efektywności energetycznej	zmniejszenie wykorzystania surowców i ograniczenie emisji – poprawa jakości powietrza	społeczność lokalna
4	Modernizacja węzłów cieplnych	poprawa skuteczności/efektywności energetycznej	zmniejszenie wykorzystania surowców i ograniczenie emisji – poprawa jakości powietrza	społeczność lokalna
5	Opracowanie bilansu CO ₂	-	materiał przygotowany dla miasta (diagnoza najbardziej uciążliwe źródeł emisji CO ₂)	miasto
6	Partnerstwo w akcji „zielona energia”	-	akcja społeczna – propagowanie oszczędności (rozdanie energooszczędnych świetlówek)	100 000 dzieci i młodzieży oraz pracowników szkolnictwa
7	Partnerstwo w programie „szkoła z klimatem”	-	akcja społeczna – wsparcie dla debat i konkursów na tematy ekologiczne w szkołach	młodzież szkolna i nauczyciele
8	Współpraca ze szkołą wyższą	konkurs dla studentów	promocja zagadnień związanych z efektywnością energetyczną	studenci

Źródło: URE.

Ekologiczne zaangażowanie firm jest dosyć duże. Podejmują różnorodne przedsięwzięcia (co często jest spowodowane charakterem podstawowej działalności energetycznej) indywidualnie, ale również przystępują do szerszych inicjatyw. Przeznaczone środki finansowe na środowiskowe działania nie są nominalnie małe, brak jednak informacji o źródle tych środków, a byłaby to przesłanka również oceny, jak firma traktuje SOB. I w tym przypadku pojawiały się wyjaśnienia, że celem zaangażowania w ochronę środowiska jest uzyskanie pozytywnego wizerunku firmy, która dba o ekologię. Podane były również te powody, które zostały przytoczone w tabeli 7, że służy to poprawie efektywności energetycznej, co zasługuje na wyróżnienie.

3.4. SOB wobec środowiska lokalnego

W zakresie oddziaływania SOB na społeczność lokalną, uzyskano wyniki ilościowe ogółem: 75% spółek posiada stosowne programy, 13% spółek nie stosuje takich programów, 12% spółek deklaruje chęć ich wdrożenia (w niedalekiej przyszłości – 2010 r., po 2013 r.).



Wykres 10. Aktywność firm wobec społeczności lokalnej (Źródło: URE)

Wejrzenie w odpowiedzi z poszczególnych sektorów świadczy o braku różnic w odniesieniu do poszczególnych mediów. Przedsiębiorstwa najczęściej wymieniały następujące rodzaje działań wpływających na społeczność lokalną:

- działalność charytatywna,
- wspieranie inicjatyw społecznych,
- programy poprawnej relacji ze związkami zawodowymi,
- filantropia w ochronie zdrowia, edukacji, oświacie, kulturze,

- polityka zatrudnienia (uwzględniająca specyfikę lokalnego rynku pracy),
- współpraca z instytucjami publicznymi (samorządowymi),
- patronaty.

W jednym przypadku przedsiębiorstwo *expressis verbis* nie zakwalifikowało podejmowanych (realizowanych) przez siebie działań do programów w zakresie SOB w tym obszarze, co może świadczyć o złym rozumieniu istoty SOB w działalności spółki.

Tabela 8. SOB w obszarze społeczności lokalnej – przykłady z trzech przedsiębiorstw

Lp.	Opis programów	Cele	Oczekiwane korzyści	Adresaci
<i>Spółka elektroenergetyczna</i>				
1	Udzielanie darowizn	wsparcie instytucji non-profit i pracowników	korzyści wizerunkowe, wzmocnienie więzi między pracodawcą a pracownikiem	instytucje non-profit, pracownicy spółki
2	Programy informacyjno-edukacyjne w porozumieniu z Policją: „Akademia bezpiecznego przedszkolaka” i „Dziecko pod parasolem prawa”	udział w profilaktycznych programach społecznych	korzyści wizerunkowe	dzieci i młodzież
3	Prewencyjny program edukacyjny „Bezpieczna droga”	udział w profilaktycznych programach społecznych	korzyści wizerunkowe	uczniowie szkół podstawowych
<i>Spółka gazownicza</i>				
1	Sponsoring	wsparcie ważnych inicjatyw sportowych, kulturalnych i edukacyjnych regionu	kojarzenie spółki z odpowiedzialnym biznesem, wkład w kulturowy rozwój regionu	społeczność lokalna, organizacje samorządowe, ośrodki kultury i sportu
2	Działalność charytatywna	pomoc organizacjom i osobom potrzebującym	–	społeczność lokalna, w tym domy dziecka
3	Współpraca z instytucjami publicznymi	wzrost bezpieczeństwa mieszkańców regionu	integracja pracowników	społeczność lokalna, straż pożarna, przedszkole
<i>Spółka ciepłownicza</i>				
1	Wsparcie dla programów Rady Miasta, rad osiedlowych	wsparcie akcji związanych z promocją miast, wydarzeń kulturalnych, społecznych	zaistnienie w świadomości mieszkańców jako spółka działająca na ich rzecz	społeczność lokalna, władze miejskie
2	Fundacja	pomoc i aktywizacja bezrobotnych	pomoc członkom społeczności lokalnych w aktywizacji zawodowej	bezrobotni, początkujący przedsiębiorcy
3	Wsparcie dla wydarzeń kulturalnych i społecznych innych partnerów spółki	wsparcie dla wydarzeń skierowanych do społeczności lokalnych	zaistnienie w świadomości mieszkańców jako spółka działająca na ich rzecz	mieszkańcy

Źródło: URE.

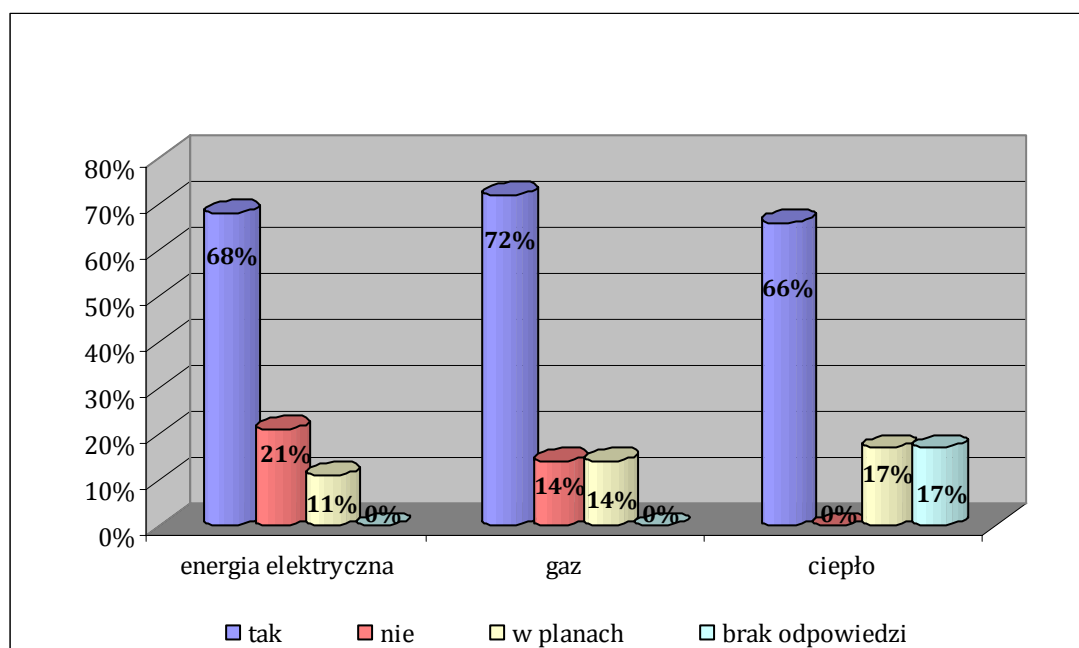
Dobra współpraca z i na rzecz środowiska lokalnego jest, jak można sądzić z wyników badania, ważna i chyba łatwiejsza do realizacji. Lepiej też zostały oszacowane przez firmy energetyczne korzyści z tego tytułu.

W pewnych przypadkach podawane były konkretne środki finansowe i to o nominalnie sporej skali. Trudno jednak ocenić, bez wskazania źródła finansowania bądź relatywnego ujęcia podawanych wielkości, jaki to natomiast jest wydatek dla firmy.

3.5. SOB – biznesowe elementy definicji SOB

Kolejne pole działalności SOB to umownie ujęta w kategorię „rynek” podstawowa działalność firmy na styku z dostawcami i odbiorcami energii. Biorąc pod uwagę to, z jaką dziedziną gospodarczą mamy do czynienia, jest to szczególnie istotna część Ankiety dla Regulatora, którego misją jest *równoważenie interesów zarówno przedsiębiorstw energetycznych, jak i odbiorców paliw i energii*¹⁴⁾. Jak zatem firmy do tej sprawy podchodzą jest sprawą istotną.

W tym przypadku uzyskano następujące wyniki świadczące o aktywności spółek: 69% spółek prowadzi działania w tym zakresie (bardzo podobne wartości uzyskano dla wszystkich mediów), 16% wskazało odpowiedź negatywną, 12% zamierza je wprowadzić (3% nie odpowiedziało na pytanie).



Wykres 11. Aktywność firm wobec rynku (Źródło: URE)

¹⁴⁾ Art. 23 ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne.

Jakimi konkretnie działaniami ta aktywność jest wypełniona, było to przedmiotem kolejnego pytania. Przedsiębiorstwa wymieniły liczne przykłady, wskazując przy tym wielokrotnie na:

- prowadzenie działań marketingowych,
- doskonalenie stron internetowych w celu nawiązania komunikacji z otoczeniem,
- stałą modernizację urządzeń, inwestycje z wykorzystaniem optymalnych technologii w interesie odbiorców,
- prowadzenie działań na rzecz wzrostu konkurencyjności rynków,
- moderowanie relacji z dostawcami (dobór właściwych dostawców),
- podejmowanie inwestycji na rzecz zwiększenia podaży mediów.

Interesujące będzie przytoczenie konkretnych działań i ich celu, oraz korzyści jakich firmy oczekują.

Tabela 9. SOB w obszarze rynku –przykłady z dwóch przedsiębiorstw

Lp.	Opis programów	Cele	Oczekiwane korzyści	Adresaci
<i>Spółka elektroenergetyczna</i>				
1	Kontakt z klientami oraz komunikacja zewnętrzna i marketingowa	Zachowanie ciągłości komunikacji z klientami spółki	Budowanie pozytywnego wizerunku spółki poprzez utrzymywanie stałych, poprawnych relacji z klientami	Klienci spółki
2	Zapewnienie ciągłości dostaw	Rozwój sieci dystrybucyjnej, zapewnienie ciągłości i niezawodności dostaw energii elektrycznej	Zapewnienie ciągłości i niezawodności dostaw energii elektrycznej, poprawa zadowolenia klientów z jakości świadczonych usług	Klienci spółki
3	Udział w życiu publicznym	Obecność spółki w najważniejszych wydarzeniach społecznych, gospodarczych i kulturalnych, w tym w lokalnych rankingach i plebiscytach	Kształtowanie pozytywnego wizerunku spółki	Lokalne organizacje biznesowe, samorządowe i naukowe
<i>Spółka ciepłownicza</i>				
1	Realizacja założonych celów dotyczących ścisłych kontaktów z klientami	Zadowolenie klientów z usług spółki, sprawna i przyjazna obsługa oraz informacja dla obecnych i potencjalnych klientów, rzetelność wobec klientów	Budowanie pozytywnych relacji z obecnymi i potencjalnymi klientami, budowanie PR spółki	Obecni i potencjalni klienci
2	Budowanie relacji z klientem	Zaspokojenie potrzeb klienta, budowanie kultury organizacji spółki, tworzenie dobrych relacji ze społecznością i władzami lokalnymi, budowanie zewnętrznego PR, udział w życiu publicznym	Pozytywny wizerunek spółki	makrootoczenie spółki

3	Przestrzeganie zasad etyki i kultury przedsiębiorczości – przestrzeganie norm etycznych	Zachowanie wartości etycznych i uznanie zobowiązań wobec wszystkich zainteresowanych działalnością spółki	Budowanie spółki zgodnie z zasadami etycznymi	Otoczenie spółki, obecni i potencjalni klienci
4	Kampania „Ciepło przez cały rok”	Dotarcie z kampanią edukacyjno-informacyjną do określonych grup docelowych – obalanie mitów	Edukacja grup docelowych	Klienci spółki, użytkownicy ciepła
5	Kampania informacyjno-osłonowa: inwestycje	Dotarcie z kampanią do mieszkańców, budowanie świadomości mieszkańców nt. konieczności przeprowadzania wskazanych w kampanii prac	Wykreowanie pozytywnego wizerunku spółki, dbającej o komfort życia mieszkańców	Mieszkańcy, klienci spółki
6	Program lojalnościowy i konferencja dla developerów	Budowanie lojalności i relacji z klientami	Wzmacnianie relacji z klientami, poprawa komunikacji z klientami	Klienci spółki
7	Firmowe publikacje, broszury	Prezentacja spółki, produktów, usług, nowych standardów; informacja i edukacja; wsparcie działań spółki	Budowa wizerunku spółki w kanałach dystrybucji, informacja i edukacja	Klienci spółki, potencjalni inwestorzy i pracownicy
8	Targi, konferencje	Promocja spółki, budowa wizerunku, wsparcie działań spółki	Budowa wizerunku spółki w zadanych kanałach dystrybucji, informacja i edukacja, pozyskiwanie nowych klientów	Klienci spółki, potencjalni inwestorzy spółki

Źródło: URE.

Przedsiębiorstwa planujące podjęcie działań w zakresie SOB oddziałujące na rynek, wymieniały m.in.: systemowe podjęcie takich działań w ramach grupy kapitałowej; działania w zakresie komunikacji zewnętrznej i marketingowej w ramach przyjętej strategii grupy kapitałowej; aktywna współpraca z przedsiębiorstwami obrotu w zakresie przyłączania klientów do sieci oraz świadczenia usługi dystrybucyjnej; akcja informacyjna o zagrożeniach związanych z nielegalnym poborem jednego z mediów; doradztwo techniczne dotyczące procesu przyłączeniowego.

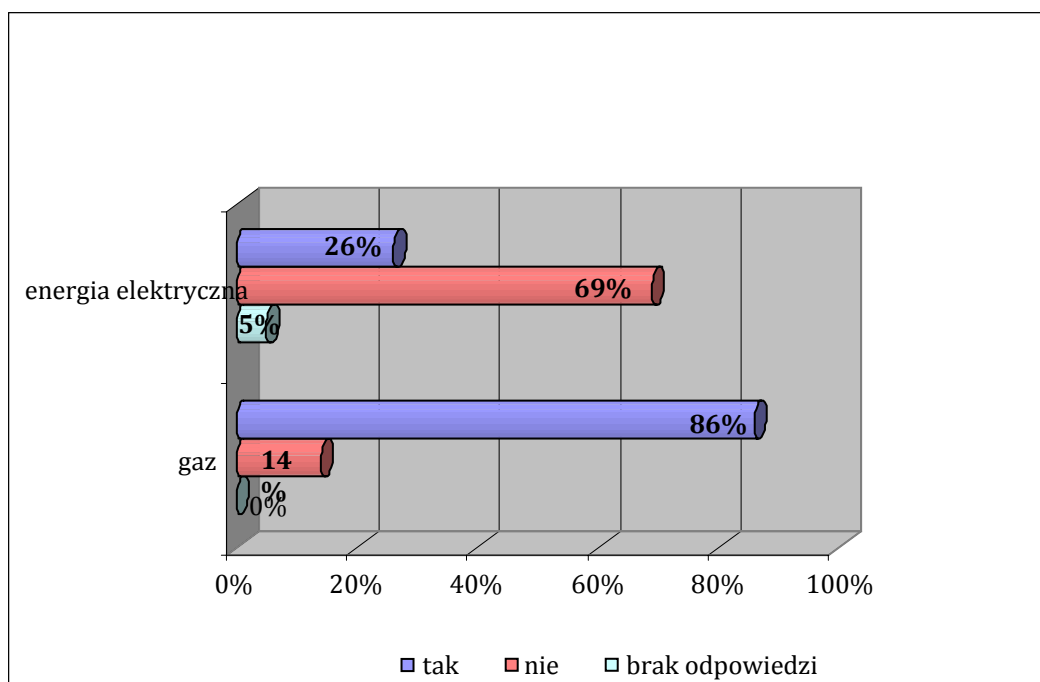
3.6. Korzystanie z dorobku ERGEG

Materiałem analitycznym (na pewno nie jedynym, ale niewątpliwie swoistym dla elektroenergetyki i gazownictwa), który mógłby dostarczyć Prezesowi URE dodatkowych przesłanek, wskazówek dla sposobów realizacji celów SOBE w przedsiębiorstwach energetycznych, jest dorobek ERGEG w postaci wytycznych oraz kodeksów dobrych praktyk. Były one pomyślane jako ułatwienie wdrażania zasad zawartych w dyrekty-

wach energetycznych przez przeniesienie ogólnych ram prawnych na język realnych sytuacji występujących w toku działalności energetycznej. Tym samym ich zadaniem jest przyśpieszenie przekształceń, szczególnie w zakresach sieciowych, sprzyjających liberalizacji rynku energii, jego płynności i tym samym dobru konsumentów energii. Przy czym rola regulatorów na tym się nie kończyła. Widziano ją także jako współpracę prowadzoną z przedsiębiorstwami energetycznymi, Operatorami Systemów Przesyłowych (OSP), uczestnikami i zarządami giełd energii elektrycznej, której celem jest dobrowolne implementowanie wytycznych oraz dobrych praktyk przygotowanych przez ERGEG, co łatwo można zinterpretować jako etyczne postępowanie społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa energetycznego. Jednocześnie są to również zalecenia i wytyczne dla działań Regulatora¹⁵⁾. Przy czym nie należy zapominać, że te narzędzia przygotowano tylko dla firm elektroenergetycznych i gazowych. Możliwości duże, ale jak jest z ich wykorzystaniem?

Okazuje się, że w elektroenergetyce w zdecydowanej większości wytyczne te nie są w ogóle stosowane. W gazownictwie wydawałoby się (wykres 12), że jest dużo lepiej, ale po raz kolejny okazuje się, że jest to „iluzja statystyczna”.

¹⁵⁾ Możliwość podjęcia przez Prezesa URE działań, wynikających np. z zaleceń i wytycznych dla Regulatorów zawartych w Wytycznych i Kodeksach Dobrych Praktyk sformułowanych przez ERGEG, będą mogły zostać skonkretyzowane dopiero po dokonaniu analiz tych dokumentów. Tego typu dokumentów jest wiele, ich spis został zamieszczony w Załączniku 8 Raportu *Prezes URE a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw ...*, op. cit.



Wykres 12. Korzystanie z dorobku ERGEG (Źródło: URE)

Na prośbę o podanie konkretnych rozwiązań wytycznych ERGEG, wyeksponowano następujące przedsięwzięcia, do których się one odnoszą:

- stworzenie i udostępnianie Instrukcji Ruchu i Eksploatacji Sieci,
- opracowanie procedur zmiany sprzedawcy,
- stworzenie i bieżąca aktualizacja portalu internetowego dla klientów,
- stworzenie klientom warunków do korzystania z zasady TPA,
- bieżące informowanie klientów o zmianach w taryfie,
- ochrona odbiorców,
- system zarządzania jakością wg norm ISO.

Jedna spółka gazownicza podała, że „W odniesieniu do wytycznych dobrych praktyk opracowanych przez ERGEG, kierowanych bezpośrednio do operatorów systemów przesyłowych, magazynowych czy LNG, Spółka stosuje się do tych wytycznych w takim zakresie, w jakim operatorzy umieszczają zalecenia ERGEG w swoich kodeksach, umowach i innych wiążących dokumentach (np. Wytyczne dotyczące *open season*, wytyczne dotyczące bilansowania). W odniesieniu do wymogów wytycznych dotyczących operatorów systemów magazynowych (...) [spółka] wydzieliła ostatnio w swojej strukturze

jednostkę organizacyjną (...), która będzie odpowiedzialna za realizację obowiązków narzuconych na OSM (m.in. świadczenie usług magazynowania gazu, przygotowania taryfy na usługi magazynowe).”

Inna zaś spółka gazownicza wskazała na bezpośrednią rolę Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki w upowszechnianiu wiedzy o Kodeksach: „Spółka analizuje kierunki działań podejmowanych przez CEER i ERGEG, które mogą wpływać na zmiany ustawodawstwa unijnego oraz krajowego w obszarze działalności spółki. Informacje dotyczące tych działań pobierane są głównie za pośrednictwem kanałów informacyjnych URE (publikacje oraz strona internetowa urzędu) i traktowane są jako materiały informacyjne.”

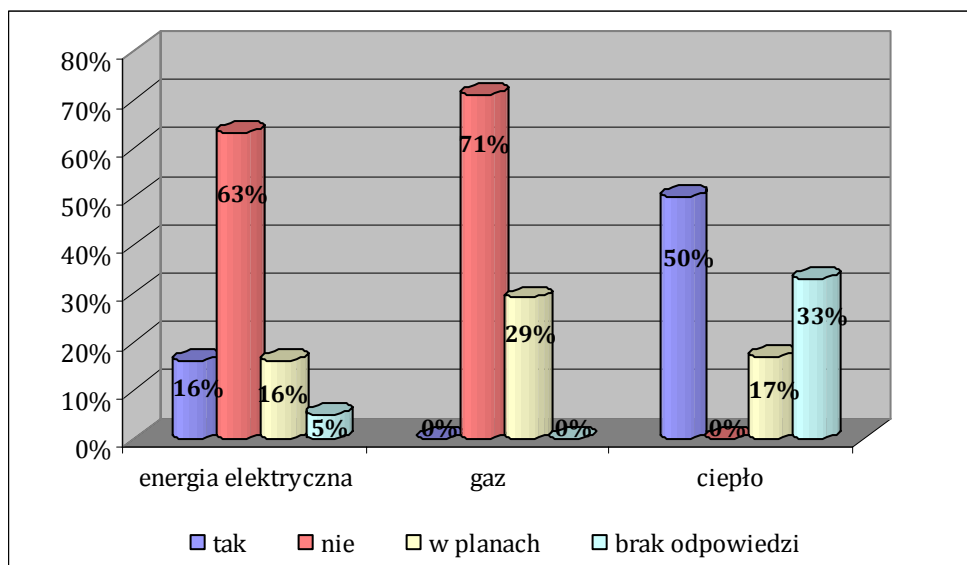
Wśród odpowiedzi przedsiębiorstw, dotyczących przyczyn braku korzystania z wytycznych ERGEG, przeważały następujące powody:

- spółki korzystają wyłącznie z wytycznych Urzędu Regulacji Energetyki,
- oczekiwane są rozwiązania na poziomie grupy kapitałowej,
- brak należytej informacji,
- przestrzeganie ogólnych zasad dobrych obyczajów i etyki w biznesie.

4. Ocena działania SOB

4.1. Raportowanie zewnętrzne

Przedsiębiorstwa miały ustosunkować się do pytania o wdrożenie raportowania zewnętrznego działań w zakresie SOB (np. w formie raportu SOB/CSR/Zrównoważonego rozwoju/środowiskowego), co przedstawia poniższy wykres.



Wykres 13. Raportowanie zewnętrzne działań w zakresie SOB (Źródło: URE)

Ogólnie: tylko 16% spółek wprowadziło raportowanie zewnętrzne działań w zakresie SOB, aż 62% spółek nie wdrożyło raportowania, 16% dopiero planuje (6% nie udzieliło odpowiedzi na pytanie).

Przedsiębiorstwa, które nie mają raportowania, bądź dopiero planują je wprowadzić, poproszone zostały o podanie innych działań komunikujących działania Zarządu Spółki w zakresie SOB. Wyniki także okazały się niezbyt zadowalające, bowiem tylko 31% spółek wskazało, że realizuje inne działania, aż 50% nie posiada dodatkowych działań (19% nie udzieliło odpowiedzi na pytanie). Przedsiębiorstwa, które wskazały odpowiedź pozytywną, wymieniły następujące działania komunikujące:

- informacje o działaniach CSR oraz otrzymanych nagrodach i wyróżnieniach na stronach internetowych, w kwartalniku firmowym, w mediach lokalnych, w mediach branżowych,
- informacje prasowe, materiały promocyjne spółki, teksty promocyjne,
- roczne raportowanie z realizacji umów sponsoringu oraz umów darowizn,
- okresowe raportowanie realizacji przyjętych planów finansowych,
- systematyczne informowanie partnerów biznesowych o sytuacji na rynku CO₂,
- publikowanie na stronach internetowych informacji dotyczących działania spółki w zakresie programów społecznościowych.

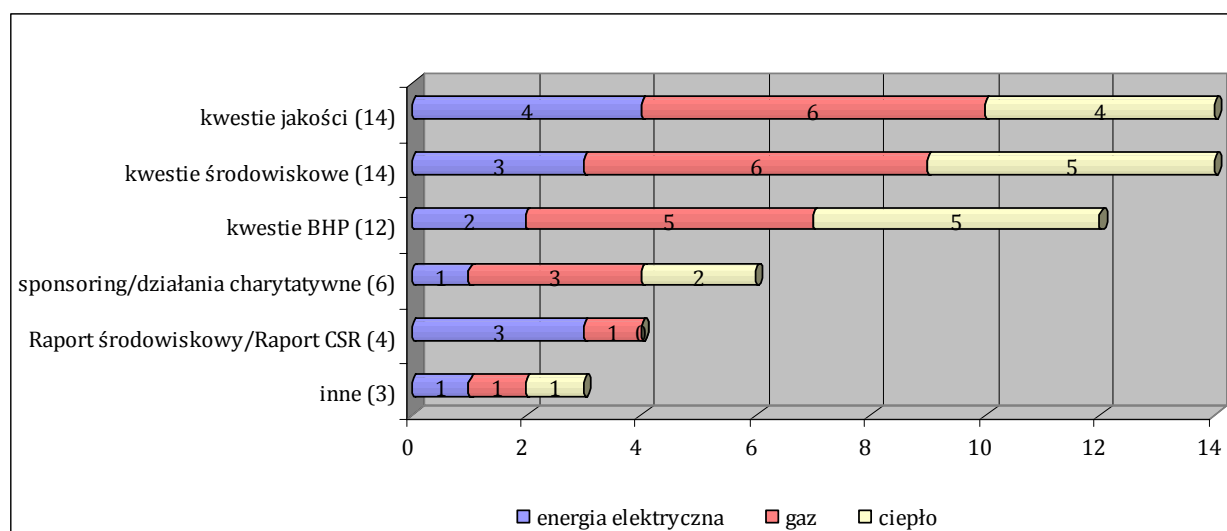
Warto w tym miejscu nadmienić, że tylko trzy przedsiębiorstwa załączyły do odpowiedzi na Ankiety kopie raportów, których syntetyczne omówienie przedstawia załącznik nr 2.

4.2. Audyt w firmie

Na pytanie: **Czy działania SOB podlegają ocenie audytora?**, uzyskano następujące odpowiedzi:

- ocenie audytora wewnętrznego podlegają działania SOB w 59% spółkach (38% nie podlega, 3% nie udzieliło odpowiedzi),
- ocenie audytora zewnętrznego podlegają działania SOB w 47% spółkach (50% nie podlega, 3% nie udzieliło odpowiedzi).

Poniżej na wykresie 14 przedstawiony został szczegółowy podział działań według oceny audytora.



Wykres 14. Działania SOB podlegające ocenie audytora (Źródło: URE)

Do innych działań, nie wymienionych do wyboru w Ankiecie, podlegających ocenie audytora spółki wymieniły:

- 1 spółka: działalność fundacji w Polsce,
- 2 spółka: audyt bezpieczeństwa informacji, działalności szkoleniowej, działalności socjalnej na rzecz pracowników, działalności sponsoringowej,
- 3 spółka: badanie satysfakcji pracowników.

4.3. Nagrody

Prawie wszystkie spółki (81%) mogły pochwalić się nagrodami, wyróżnieniami (dowody uznania, wysokie notowania w rankingach, itp.) otrzymanymi w zakresie kwestii społecznych, środowiskowych czy personalnych. Do najczęściej wymienianych można zaliczyć:

- tytuł „Tego, który zmienia polski przemysł”,
- Firma Przyjazna Klientowi,
- „Przedsiębiorstwo Fair Play”,
- „Najlepszy Pracodawca Roku”,
- tytuł „Przyjaciela Dziecka”,
- Firma przyjazna środowisku,

ale pojawiały się także następujące tytuły: Laur Białego Tygrysa Polskiej Energetyki ENERGIA 2008, „Platynowy Kasztan”, „Filantrop Roku”, „Mocni Wizerunkiem”, nagroda Fundacji Kronenberga – Dobry Biznes, SUPERBRANDS – Marka wysokiej reputacji, Firma nieprzeciętnie przyjazna matkom, EKOLIDER Funduszu Spójności.

Większość z uzyskiwanych nagród ma charakter lokalny o zróżnicowanym charakterze, stąd trudno o jednolitą podstawę porównawczą, niemniej znamienne jest to, że większość z firm uzyskiwała jakieś wyróżnienia z obszaru idei SOB.

5. SOB wobec odbiorcy wrażliwego społecznie

Zgodnie z zapisami art. 3 ust. 5 dyrektywy 2003/54/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 26 czerwca 2003 r. dotyczącej wspólnych zasad rynku wewnętrznego energii elektrycznej i uchylającej dyrektywę 96/92/WE oraz art. 3 ust. 3 dyrektywy 2003/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 26 czerwca 2003 r. dotyczącej wspólnych zasad rynku wewnętrznego gazu ziemnego i uchylającej dyrektywę 98/30/WE, państwa członkowskie podejmą właściwe kroki dla ochrony odbiorców końcowych a w szczególności zapewnią wprowadzenie odpowiednich zabezpieczeń chroniących odbiorców wrażliwych społecznie, łącznie ze środkami pomagającymi tym odbiorcom uniknąć odłączenia od sieci.

W przypadku spółek ciepłowniczych, do których ww. dyrektywy nie mają zastosowania, podjęta została próba scharakteryzowania odbiorcy wrażliwego społecznie, którym jest *odbiorca mający problemy z bieżącym regulowaniem opłat za dostarczone ciepło – odbiorca indywidualny w gospodarstwie domowym, mający zawartą umowę na dostawę ciepła (np. zamieszkujący w domku jednorodzinny, w budynku wielolokalowym w którym zainstalowano indywidualne urządzenia pomiarowe)*.

Na wstępie należy zauważyć, że przedsiębiorstwa dystrybucyjne mogły nie posiadać niektórych danych zawartych w tym punkcie Ankiety, z uwagi na fakt, że danymi takimi powinny dysponować spółki obrotu.

W wyniku przeprowadzonych zmian spółki dystrybucyjne ograniczyły swoją działalność do technicznej obsługi przesyłu energii elektrycznej czy transportu gazu ziemnego i realizacji zadań związanych z pełnieniem funkcji operatora systemu dystrybucyjnego.

Spółki gazownictwa, pełniące rolę operatora sieci dystrybucyjnej, posiadają obecnie jednego zleceniodawcę, którym jest PGNiG SA. Adresatem tych pytań w przypadku gazownictwa były zatem przedsiębiorstwa obrotu gazem.

Obecnie, wydzielona działalność obrotowa podlega bezpośrednio PGNiG SA, które przejęło prawa i obowiązki wynikające z wcześniejszych umów z odbiorcami zawartymi przez dotychczasowe spółki gazownictwa. Obsługą handlową wszystkich klientów PGNiG SA dotyczącą sprzedaży gazu oraz kompleksową ofertą usług gazowniczych zajmują się, powołane w tym celu, Oddziały Obrotu Gazem z podległymi Gazowniami i Biurami Obsługi Klienta.

Jak pokazały wcześniej prowadzone w URE analizy¹⁶⁾, niektóre przedsiębiorstwa energetyczne prowadzą działania pomagające odbiorcom wrażliwym społecznie uniknąć wstrzymania dostaw.

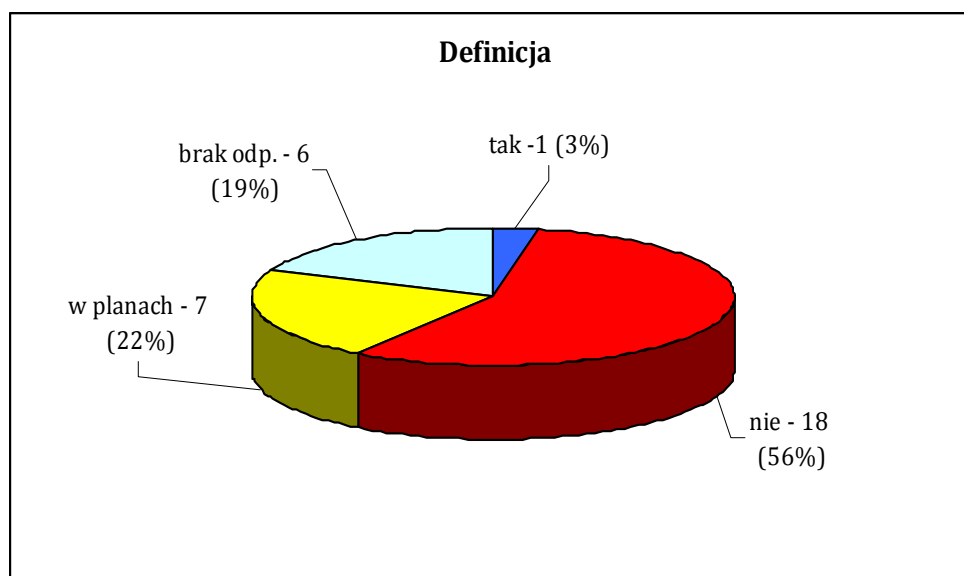
5.1. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie

Interesująca była zatem kwestia, **czy zarządy spółek przyjęły na użytek spółki definicję odbiorcy wrażliwego społecznie.**

¹⁶⁾ I. Figaszewska, A. Bednarska, A. Falecki, *W jaki sposób przedsiębiorstwa energetyczne pomagają odbiorcom wrażliwym społecznie uniknąć wstrzymania dostaw energii elektrycznej czy gazu?*, Biuletyn URE Nr 2/2008.

Analiza uzyskanych odpowiedzi wskazuje, że tylko jeden z zarządów spółek przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie. Zarządy siedmiu spółek planują przyjęcie takiej definicji.

Zdecydowana większość ankietowanych (18) nie planuje jednak przyjęcia takiej definicji, co pokazuje wykres 15.



Wykres 15. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie

(Źródło: URE)

Jedna spółka podała własną definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, którym jest „odbiorca pobierający energię na potrzeby prowadzonego gospodarstwa domowego, pobierający dodatek mieszkaniowy lub korzystający z pomocy społecznej w szczególności z następujących form: zasiłku stałego; zasiłku okresowego; zasiłku celowego i specjalnego zasiłku celowego; świadczeń niepieniężnych w zakresie posiłków i niezbędnego ubrania; przy jednoczesnym zastosowaniu kryterium dochodowego”. Dodatkowo zwrócono uwagę na fakt, „iż odbiorca wrażliwy społecznie to zarówno osoba pokrzywdzona przez los – choroba, niepełnosprawność, jak też osoba o niskim statusie ekonomicznym”.

Jedno z przedsiębiorstw energetycznych wyjaśniło natomiast, że „definicja takiego odbiorcy powinna być określona na poziomie prawa polskiego wraz z określeniem mechanizmu pomocy”.

Inna spółka energetyczna wyjaśniła, że „przyjęcie takiej definicji powinno być poprzedzone dogłębными konsultacjami i powinna być ona przygotowana w uzgodnieniu

ze wszystkimi zainteresowanymi przedstawicielami stron, tj. sprzedawcami, podmiotami zajmującymi się opieką społeczną, stroną rządową, Urzędu Regulacji Energetyki. W przypadku powstania definicji odbiorcy wrażliwego społecznie zapisy tej definicji powinny umożliwiać realizację czynności przez wszystkie zainteresowane strony tak, aby zakres koniecznych czynności nie wymagał ponoszenia znacznych środków poprzedzających udzielenie pomocy, także definicja ta powinna być stosowana przez wszystkich uczestników rynku”.

Tylko w siedmiu spółkach planuje się przyjąć definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, w czterech przypadkach – od 2010 r. i od 2013 r., a w jednym – przyjęcie takiej definicji uzależnia się od jej wprowadzenia do polskiego prawa, zaś w innym – zakłada się wprowadzenie takiej definicji w sytuacji wprowadzenia taryfy socjalnej. W jednym przypadku nie było możliwe jednoznaczne określenie terminu przyjęcia tej definicji.

Prace nad sprecyzowaniem definicji odbiorcy wrażliwego społecznie, jak wyjaśniło jedno z przedsiębiorstw energetycznych, będą prowadzone w ramach prac całej grupy kapitałowej.

Jedno z przedsiębiorstw ciepłowniczych wyjaśniło, że nie planuje przyjmować takiej definicji ze względu na specyfikę klientów, wśród których klienci indywidualni stanowią niewielki procent odbiorców (1%). Przeteterminowane należności od klientów indywidualnych również stanowią zaledwie niewielki procent całej liczby (1%).

Z uwagi na fakt, że tylko jeden zarząd spółki przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, to dalsze pytania Ankiety zawierają informacje dotyczące odbiorców grupy taryfowej G w gospodarstwie domowym (w przypadku energii i gazu) oraz informacje dotyczące odbiorców mających problemy z bieżącym regulowaniem opłat za dostarczone ciepło – odbiorców indywidualnych w gospodarstwach domowych (w przypadku ciepła)¹⁷⁾.

5.2. Rejestry odbiorców wrażliwych społecznie

Na pytanie: **Ilu odbiorców w gospodarstwach domowych jest przez Zarząd Spółki zidentyfikowanych jako odbiorcy wrażliwi społecznie?** – w odniesieniu do grupy taryfowej G oraz wolumenu sprzedaży, nie otrzymaliśmy pełnej odpowiedzi.

¹⁷⁾ Zgodnie z dyspozycją zawartą przed pkt D.2. Ankiety.

Pytanie to miało pozwolić na określenie, choćby w przybliżeniu, ilu odbiorców w spółce postrzeganych jest jako odbiorcy wrażliwi społecznie, a dostawy do nich energii/gazu/ciepła – jaki stanowią wolumen sprzedaży. Brak pełnego wypełnienia Ankiety, zwłaszcza w części dotyczącej odbiorcy wrażliwego społecznie, uniemożliwił przeprowadzenie takich zbiorczych analiz. I tak:

- w jednym przypadku, spółka obrotu w energetyce, podała wielkości dotyczące tej grupy odbiorców oraz wolumen sprzedaży energii elektrycznej. Odbiorcy wrażliwi społecznie stanowili 0,06% odbiorców ogółem w grupie taryfowej G, a wolumen sprzedaży energii elektrycznej stanowił 0,001%, przy czym przyjęto wszystkich odbiorców grupy taryfowej G11s za odbiorców wrażliwych społecznie;
- w drugim przypadku, w jednej ze spółek ciepłowniczych, odbiorcy wrażliwi społecznie stanowili 1,14% odbiorców ogółem, a wolumen sprzedaży energii cieplnej stanowił 0,013% wolumenu sprzedaży ogółem. Za odbiorców wrażliwych społecznie spółka przyjęła odbiorców, którzy byli zadłużeni;
- w innej spółce ciepłowniczej, odbiorcy wrażliwi społecznie stanowili ok. 20% odbiorców ogółem, a wolumen sprzedaży energii cieplnej stanowił ok. 22%;
- jedna ze spółek ciepłowniczych podała dane tylko odnośnie odbiorców (nie przekazując danych odnośnie wolumenu sprzedaży). Odbiorcy wrażliwi społecznie stanowili w tej spółce 62% odbiorców ogółem, przy czym niemal 45% z nich to dłużnicy;
- jedna ze spółek obrotu w energetyce, za takich odbiorców uznała wszystkich odbiorców i cały wolumen sprzedaży wskazany dla grupy taryfowej G.

Tylko jedna spółka obrotu w energetyce wskazała, że prowadzi rejestr odbiorców wrażliwych społecznie składający się z odbiorców grupy taryfowej G11s. W żadnej innej spółce nie są prowadzone tego rodzaju rejestry.

Spółki nie prowadzą także osobnego rejestru **odbiorców, którzy sami lub członkowie ich rodzin z nimi mieszkający, korzystają w domu z urządzeń medycznych niezbędnych do podtrzymania czy ratowania zdrowia/życia.**

Jedna ze spółek energetycznych wyjaśniła, że „W przypadku, gdy odbiorca poinformuje o posiadaniu urządzeń medycznych zasilanych energią elektryczną niezbędnych do podtrzymania życia lub zdrowia odbiorcy lub innych osób mieszkających z odbiorcą,

informacja taka archiwizowana jest przez Biura Obsługi Klienta.” Spółka nie podała jednak liczby takich odbiorców.

Inna spółka energetyczna dodatkowo wyjaśniła, że „Spółka poszukuje optymalnego rozwiązania, który godzi interesy stron”.

Trzeba natomiast zauważyć, że **miały miejsce przypadki wstrzymania dostaw energii do takich odbiorców**. Z powodu braku prowadzonych przez przedsiębiorstwa energetyczne ewidencji takich przypadków, nie jest możliwe wskazanie ich liczby.

Jak można oszacować, sytuacja taka wystąpiła **w ponad 20 zidentyfikowanych przypadkach**. W tym:

- na terenie działania jednej grupy kapitałowej w latach 2008/2009 miało miejsce kilkanaście takich przypadków. Jak wyjaśniono: „O tym, że klient korzysta z urządzenia podtrzymującego życie (respirator, dializa, itp.) dowiadujemy się bezpośrednio przed wyłączeniem lub dopiero po wyłączeniu zasilania. Po otrzymaniu takiej informacji przywrócenie zasilania realizowane jest w pierwszej kolejności”;
- siedem przypadków miało miejsce na obszarze działania jednego operatora systemu dystrybucyjnego. Na uwagę zasługuje przy tym fakt, że nie współpracował on z ośrodkami pomocy społecznej w rozwiązywaniu problemów odbiorców wrażliwych społecznie;
- jak wyjaśnił inny operator systemu dystrybucyjnego: „Sytuacja wystąpiła w 2008 roku jeden raz. Wyłączenie związane z planowaną przerwą w dostawie energii elektrycznej. Odbiorcy niezwłocznie dostarczono agregat prądotwórczy”;
- na terenie działania jednej z grup kapitałowych, „Sytuacja wystąpiła w 2008 r. jeden raz i związana była z przerwą w dostarczaniu energii elektrycznej niezbędną do wykonania planowanych prac eksploatacyjnych. Operator Systemu Dystrybucyjnego zapewnił zasilanie energią elektryczną z agregatu prądotwórczego zainstalowanego na czas planowanej przerwy”.

5.3. Współpraca przedsiębiorstw energetycznych z Ośrodkami Pomocy Społecznej

Interesujące było czy, w rozwiązywaniu problemów odbiorców wrażliwych społecznie, Zarząd Spółki współpracuje z ośrodkami pomocy społecznej.

Tabela 10. Współpraca z Ośrodkami Pomocy Społecznej

Firmy	Tak	Nie	W planach
Energia elektryczna	11	3	2
Gaz			2
Ciepło		3	

Źródło: URE.

Jak pokazuje powyższa tabela, współpracę z OPS podjęły lub planują podjąć przede wszystkim spółki elektroenergetyczne. Nieliczne spółki gazowe planują podjąć taką współpracę, zaś spółki ciepłownicze w ogóle nie widzą potrzeby współpracy z OPS.

Spółki energetyczne współpracowały ze zróżnicowaną liczbą OPS, która waha się od 14 do 79. Jak dodatkowo wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w energetyce, współpraca miała miejsce „z wszystkimi ośrodkami, które wyrażają chęć współpracy – dotyczy zarówno MOPS, MOPR, Caritas tudzież innych organizacji świadczących pomoc”, a inna spółka współpracowała „indywidualnie i doraźnie w zależności od zaistniałych okoliczności”.

Współpraca ta przybierała różne formy i polegała na:

- regulowaniu przez OPS za odbiorcę należności: na pokrycie zadłużenia; za wznowienie dostarczania energii elektrycznej; za przyłączenie do sieci; opłacanie faktur odbiorcom, którym przysługuje okresowa pomoc socjalna, w wielu przypadkach w formie ratalnej;
- opłacaniu przez OPS za odbiorcę zaległych należności, głównie w sytuacji zagrożenia wstrzymania dostarczania energii elektrycznej w ramach prowadzonych działań windykacyjnych;
- ustalaniu terminów płatności, które reguluje za odbiorców OPS, przy czym zgodnie z wyjaśnieniami spółki gazowej, dotyczy to każdego klienta, który zgłosi, że za niego rachunek reguluje OPS. W przyszłości spółka ta planuje uregulowanie tych działań;
- składaniu przez OPS wniosków (jako pełnomocnicy odbiorców) o wznowienie dostarczania energii elektrycznej i zastosowanie w rozliczeniach przedpłatowego systemu rozliczeń;
- pośredniczeniu przez OPS w przypadku rozłożenia należności na raty, w przesunięciu terminu płatności;
- uzgadnianiu stanu zadłużenia oraz wpłat dokonywanych przez odbiorców, którzy otrzymują świadczenia;
- uczestniczeniu OPS w długoterminowych planach ratalnej spłaty zadłużenia;
- zwracaniu się przez OPS z prośbą o częściowe lub całkowite pokrycie zadłużenia;

- przekazywaniu „informacji przez ośrodki pomocy społecznej o osobach oczekujących wsparcia ekonomicznego, udzielanie pomocy finansowej osobom uprawnionym do jej otrzymania przez ośrodki pomocy społecznej w formie regulowania opłat za energię elektryczną”;
- kontakty pracowników jednej ze spółek energetycznych z OPS mają doprowadzić do wyeliminowania przyczyn uzasadniających wstrzymanie dostaw energii elektrycznej.

Nieliczne z Zarządów Spółek (dwie – w elektroenergetyce i dwie w gazownictwie) planują podjąć współpracę z ośrodkami pomocy społecznej. Współpracę taką zamierzają podjąć od w 2010 r. lub „W momencie doprecyzowania w przepisach definicji odbiorcy wrażliwego”.

W przypadku, gdy ośrodek pomocy społecznej uregulował rachunek na rzecz odbiorcy, poprosiliśmy o podanie danych, jak przedstawia to poniższa tabela 11.

Tabela 11. Pomoc Ośrodków Pomocy Społecznej

Spółki obrotu w energetyce	Liczba odbiorców, którym udzielono pomoc	Ile razy udzielono daną pomoc	Wielkość udzielonej pomocy [w PLN]
1 spółka	352	532	70 777
2 spółka	670	992	21 600

Źródło: URE.

Na to pytanie spółki także nie udzieliły odpowiedzi, w większości nie podając przyczyny. Przyczyną tego stanu jest zapewne brak ewidencji wpłat dokonanych przez OPS. Jak wyjaśniła jedna ze spółek dystrybucyjnych w energetyce, „nie była prowadzona ewidencja w tym zakresie. Z uwagi na umowy kompleksowe należności za usługi dystrybucyjne wpływają na rachunek odbiorcy”, inne: „Zewnętrzne systemy realizujące obieg pieniężny nie pozwalają na identyfikację podmiotu wpłacającego. Wobec powyższego brak wyodrębnionych danych” oraz „w systemach ewidencjonowane są wyłącznie wpłaty dokonywane na konto konkretnego klienta. Natomiast system nie ewidencjonuje podmiotu dokonującego wpłaty”.

Tylko dwie spółki obrotu w energetyce podały wymagane dane, które przedstawia ww. tabela 11, co stanowi jedynie ilustrację skali tego zjawiska. Świadczą one jednak o tym, że choć wielkość udzielonej pomocy nie jest duża, to jednak liczba odbiorców, którzy skorzystali z takiej pomocy jest niemała.

5.4. Przedpłatowe układy pomiarowo-rozliczeniowe, tzw. liczniki przedpłatowe

Zgodnie z art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne przedsiębiorstwo energetyczne może zainstalować przedpłatowy układ pomiarowo-rozliczeniowy służący do rozliczeń za dostarczane paliwa gazowe, energię elektryczną lub ciepło, jeżeli odbiorca co najmniej dwukrotnie w ciągu kolejnych 12 miesięcy zwlekał z zapłatą za pobrane paliwo gazowe, energię elektryczną lub ciepło albo świadczone usługi przez okres co najmniej jednego miesiąca.

Możliwość instalowania tzw. liczników przedpłatowych zarówno przedsiębiorstwa energetyczne, jak i OPS traktują jako jedną z form pomocy odbiorcom w trudnej sytuacji finansowej. Interesujące było przyjrzenie się, w jaki sposób przedsiębiorstwa energetyczne korzystają z tej formy pomocy odbiorcom.

Poprosiliśmy zatem o podanie danych dotyczących liczników przedpłatowych, zainstalowanych jedynie na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne.

Uzyskane dane liczbowe nie są jednoznaczne, bowiem, jak się okazało, niektóre spółki nie prowadzą ewidencji przyczyn instalowania tego rodzaju układów¹⁸⁾. Niektóre spółki podały dane np. na koniec marca 2009 r., a nie jak prosiliśmy na 31 grudnia 2008 r.

Jak wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w energetyce, zainstalowano „7 400 szt. (są to wszystkie układy pomiarowe bez względu na przyczynę zainstalowania. Spółka nie prowadzi ewidencji przyczyn zainstalowania tych układów pomiarowych. Szacujemy, że ok. 90% układów zostało zainstalowane z powodu zadłużenia)”.

Jedna ze spółek dystrybucyjnych w energetyce podała, iż „Wg stanu na 31.12.2008 r. zainstalowanych jest 2 131 liczników przedpłatowych (1 335 1-fazowych oraz 796 3-fazowych) u odbiorców przyłączonych do sieci (...). Gro stanowią przypadki instalacji licznika przedpłatowego na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne.” Liczniki przedpłatowe instalowane są przez spółkę dystrybucyjną na zlecenie spółki obrotu. Szczegółowymi informacjami na temat liczby zainstalowanych liczników przedpłatowych dysponuje spółka obrotu, będąc stroną umów kompleksowych z klientami.

¹⁸⁾ Zgodnie z art. 6a ust. 1 pkt 2 i 3 ustawy – Prawo energetyczne tzw. licznik przedpłatowy może być instalowany także w sytuacji, gdy odbiorca nie ma tytułu prawnego do nieruchomości, obiektu lub lokalu oraz gdy użytkuje nieruchomość, obiekt lub lokal w sposób uniemożliwiający cykliczne sprawdzenie stanu układu pomiarowo-rozliczeniowego.

Liczba zainstalowanych liczników przedpłatowych u odbiorców energii elektrycznej waha się **od 2 091 do 74 891**. Jedna z grup kapitałowych w energetyce w ogóle nie praktykuje stosowania tego rodzaju układu pomiarowo-rozliczeniowego.

Żadna ze spółek gazowych oraz ciepłowniczych nie instalowała tego rodzaju układu pomiarowo-rozliczeniowego, przy czym żadna ze spółek nie wyjaśniła powodów tego stanu.

Zgodnie z art. 6a ust. 2 ustawy – Prawo energetyczne **koszty zainstalowania takiego układu ponosi przedsiębiorstwo energetyczne**.

Koszty instalacji liczników przedpłatowych ponosi operator systemu dystrybucyjnego. Spółki obrotu ponoszą natomiast koszty obsługi sprzedaży oraz urządzeń związanych z prowadzeniem tej sprzedaży, tj. koszty serwisu tych urządzeń.

Koszty instalacji liczników przedpłatowych były zróżnicowane i cztery spółki, które podały takie dane, określiły je na niżej wskazanym poziomie, co przedstawia tabela 12.

Tabela 12. Koszt zainstalowania liczników przedpłatowych

Firmy elektroenergetyczne	Liczba tzw. liczników przedpłatowych	Koszty instalacji [w PLN]
1 firma	2 131	ok. 1 600 tys.
2 firma	7 544	ok. 3 800 tys.
3 firma	19 963	8 384 460*
4 firma	16 738	8 999 900

* Przy 420 PLN/szt.

Źródło: URE.

Jak poinformował jeden z operatorów systemu dystrybucyjnego w energetyce, „Koszty zakupu (...) ilości liczników (ponad 2 tys. urządzeń) wynoszą około 1 600 tys. PLN netto (przy założeniu średnich cen jednostkowych z okresu nabycia liczników). Koszty te nie stanowią pełnych kosztów instalacji liczników przedpłatowych, ponieważ nie obejmują kosztów montażu licznika oraz jego obsługi eksploatacyjnej, które to ewidencjonowane są zbiorczo i nie jesteśmy w stanie ich wyodrębnić w zakresie liczników przedpłatowych”.

Jak wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w energetyce, nie ponosi ona kosztów z tytułu instalowania liczników przedpłatowych. „Koszty związane z instalacją tego typu liczników ponosi Operator. Spółka ponosi koszty obsługi sprzedaży oraz urządzeń związanych z prowadzeniem tej sprzedaży. Szacunkowy roczny koszt serwisu urządzeń to ok. 25 tys. zł. Orientacyjna liczba wizyt Klientów w celu zakupu energii w BOK wynosi ok. 92 tys. rocznie co generuje koszt obsługi na poziomie ok. 0,4 mln zł”.

Analiza przekazanych danych wskazuje, że koszty instalacji i serwisu tzw. liczników przedpłatowych, ponoszą zarówno spółki dystrybucyjne jak i obrotu, choć każda w innym zakresie. Z tego rodzaju układów korzysta niemała liczba odbiorców, nie tylko wrażliwych społecznie.

Z uwagi na brak prowadzonych we wszystkich spółkach energetycznych ewidencji dotyczących ponoszonych z tego tytułu kosztów, przedstawione w powyższej tabeli 12 dane liczbowe stanowią jedynie ilustrację tego zagadnienia.

Przedsiębiorstwom ciepłowniczym zostało następnie zadane pytanie, czy w przypadku braku możliwości zainstalowania liczników przedpłatowych były zawierane z odbiorcami umowy sprzedaży ciepła z zastosowaniem przedpłatowego systemu rozliczeń i ile zawarto takich umów?

Przedsiębiorstwa ciepłownicze nie zawierały z odbiorcami umów z zastosowaniem przedpłatowego systemu rozliczeń.

Jak poinformowało jedno z przedsiębiorstw ciepłowniczych, „spółka planuje wprowadzenie mechanizmu przedpłat tylko dla instytucji, jako element sankcjonujący”.

Jakie zatem zostały podjęte działania przez przedsiębiorstwa ciepłownicze w celu uniknięcia wstrzymania dostaw ciepła?

Podejmowano następujące działania mające na celu uniknięcie wstrzymania dostaw ciepła:

- rozłożenie płatności na raty;
- negocjacje;
- „podejmowano liczne działania informacyjne, wielokrotnie przypominano i monitorowano odbiorców, wyznaczano dodatkowe terminy spłat. Kontaktowano się z odbiorcami i podpisywano układy ratalne, zawsze niezależnie od rodzaju klienta”, jak wyjaśniła jedna ze spółek.

5.5. Wstrzymanie dostaw energii elektrycznej/gazu/ciepła

Zgodnie z art. 6 ust. 3a ustawy – Prawo energetyczne przedsiębiorstwa energetyczne mogą wstrzymać dostarczanie paliw gazowych, energii elektrycznej lub ciepła w przypadku, gdy odbiorca zwleka z zapłatą za pobrane paliwo gazowe, energię elektryczną lub ciepło albo świadczone usługi co najmniej miesiąc po upływie terminu płatności.

Także w przypadku i tego pytania nie można było uzyskać pełnej odpowiedzi, z uwagi na brak prowadzenia tego rodzaju ewidencji w przedsiębiorstwach energetycznych.

Z podanych informacji wynika, że zjawisko to występuje w skali **od 1 338 do 24 600 wyłączeń (odbiorców z grupy taryfowej G)**.

Na terenie działania jednej z grup kapitałowych „Miesięcznie dokonywanych jest ok. 2 tys. wyłączeń i wybudów windykacyjnych klientów z grupy taryfowej G”, lecz jednocześnie na terenie działania tej grupy dokonywanych jest ok. 1,5 tys. podłączeń z grupy taryfowej G¹⁹⁾, o czym mowa dalej.

Tylko w jednym przedsiębiorstwie ciepłowniczym wstrzymano dostawy ciepła do 83 odbiorców.

Żadne z przedsiębiorstw gazowych nie wskazało na wstrzymanie dostaw gazu z tego tytułu.

Jak wskazano powyżej miały miejsce przypadki wstrzymania dostaw w sytuacjach, gdy odbiorca zwlekał z zapłatą za energię elektryczną lub ciepło.

Prosiłiśmy o podanie liczby odbiorców ponownie podłączonych. Dane przekazane przez spółki zawiera tabela 13.

Tabela 13. Ponowne podłączenia odbiorców do sieci

Firma	Liczba odbiorców, którym wstrzymano dostawy	Liczba odbiorców ponownie podłączonych	Odbiorcy nie podłączeni do sieci
1 elektroenergetyczna	24 600	23 000	1 600
2 elektroenergetyczna	10 878	brak odpowiedzi	brak danych
3 elektroenergetyczna	7 300	7 000	300
4 elektroenergetyczna	1 338	991	347
5 elektroenergetyczna	1 852	1 684	168
6 elektroenergetyczna	2 048	1 944	104
7 elektroenergetyczna	18 040	nie jest prowadzony rejestr	brak danych
8 ciepłownicza	83	brak odpowiedzi	brak danych

Źródło: URE.

¹⁹⁾ Jak dodatkowo wyjaśniono, „Wstrzymanie dostarczania energii elektrycznej z tytułu zwłoki z zapłatą za pobraną energię elektryczną może nastąpić poprzez wyłączenie lub wybudowę. Wybudowa windykacyjna polega na zdemontowaniu układu pomiarowego. Jest to działanie skuteczniejsze od wyłączenia jednak wymaga poniesienia dodatkowych kosztów związanych z legalizacją licznika. Oprócz wybudów stosowane są również wyłączenia w liczniku, wyłączenia w zabezpieczeniu przedlicznikowym lub wyłączenia na sieci zasilającej. Część klientów podłącza się na własną rękę i konieczna jest wybudowa licznika. Z tego względu występują przypadki, że dla tego samego klienta po wyłączeniu następuje wybudowa (2 działania), a po spłacie zadłużenia jedno podłączenie. Dodatkowo część klientów otrzymuje liczniki przedpłatowe lub na wyłączonym punkcie poboru podpisywana jest umowa z nowym klientem.”

Analiza tych odpowiedzi wskazuje na **występowanie zjawiska trwałego wstrzymania dostaw energii elektrycznej do około 3000 odbiorców, a tym samym pozbawienia ich podstawowego dobra cywilizacyjnego, jakim jest energia elektryczna.**

Również pytanie o czas, na jaki Spółka wstrzymała dostarczanie energii elektrycznej/ciepła odbiorcom, w przedziałach: 1 – 2 dni; 2 – 5 dni; 5 – 14 dni; 14 dni – 1 miesiąc; powyżej 1 miesiąca, pozostało w zdecydowanej większości przypadków bez odpowiedzi.

Przekazane przez 4 spółki dane liczbowe o liczbie odbiorców, którym wstrzymano dostawę energii i ciepła na określony czas, przedstawia tabela 14.

Tabela 14. Okres, na jaki wstrzymano dostarczanie energii/ciepła

Firma	1 – 2 dni	2 – 5 dni	5 – 14 dni	14 dni – 1 miesiąc	> 1 miesiąca
1 elektroenergetyczna	1 569	155	67	96	142
2 elektroenergetyczna	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	401
3 elektroenergetyczna	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	ok. 1 400
4 ciepłownicza	1	9	12	4	57

Źródło: URE.

Wstrzymania dostaw energii i ciepła najczęściej trwały 1-2 dni, oraz powyżej miesiąca.

Jak wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w energetyce, „Spółka nie prowadzi ewidencji czasu wstrzymania dostawy energii elektrycznej do klientów.”; druga – „Brak danych w poniższym układzie. Szacujemy na podstawie sprawozdania DTA, dział 11, że na okres dłuższy niż 3 miesiące liczba ta wynosi około 1 400.”²⁰⁾; trzecia – „Brak jest szczegółowych danych o czasie wyłączeń, większość wyłączeń nie trwa dłużej niż 2 dni.”

5.6. Samoodłączenie się odbiorców od sieci

Trudna sytuacja ekonomiczna odbiorców może powodować, że odbiorcy sami będą chcieli odłączyć się od sieci. Może to nastąpić poprzez wypowiedzenie zawartej umowy lub samowolne dokonanie odłączenia. Może to być także związane z „przestawieniem” się odbiorcy na inne, tańsze, media.

Tylko w trzech spółkach w energetyce **zaobserwowano zjawisko samoodłączenia się odbiorców od sieci energetycznej.** Nie można jednak określić liczby takich przypadków, z powodu braku w spółce danych.

²⁰⁾ Mowa jest o sprawozdaniu przesyłanym do Departamentu Taryf URE.

W dwóch przypadkach samoodłączenie nastąpiło z powodu braku wystarczających środków finansowych na zakup energii elektrycznej a w jednym – z powodu zmiany odbiorcy.

W jednej z grup kapitałowych wystąpił jeden taki przypadek. Odbiorca odłączył się ze względu na wysokie zadłużenie (przy czym korzystał z zasiłków pomocy społecznej). Choć w jego sprawie interweniował MOPS, jednak odbiorca nie był zainteresowany taką formą pomocy i od 3 lat korzysta z własnego źródła zasilania (agregatu prądotwórczego).

5.7. Zadłużenie odbiorców

Przedsiębiorstwa energetyczne zostały poproszone o podanie wielkości zadłużenia odbiorców wrażliwych społecznie, według całkowitej wysokości zadłużenia. Przekazane przez spółki informacje przedstawiają tabele 15 i 16.

Tabela 15. Liczba zadłużonych odbiorców

Liczba odbiorców	< 100 [w PLN]	101 – 200 [w PLN]	201 – 500 [w PLN]	> 501 [w PLN]	Razem
1 firma elektroenergetyczna	5 999	4 220	6 027	1 318	16 783
2 firma elektroenergetyczna	1	1	0	0	2
3 firma elektroenergetyczna	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	ok. 101 tys.
4 firma elektroenergetyczna	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	100 tys.
5 firma elektroenergetyczna	149 412	117 218	106 251	21 011	393 892
6 firma ciepłownicza	100	148	172	151	571
7 firma ciepłownicza	817	679	1 049	542	3 086
8 firma ciepłownicza	2	11	19	19	51

Źródło: URE.

Tabela 16. Kwoty zadłużenia odbiorców

Suma zadłużenia	< 100 [w PLN]	101 – 200 [w PLN]	201 – 500 [w PLN]	> 501 [w PLN]	Razem
1 firma elektroenergetyczna	351 849	800 960	2 085 896	1 737 656	4 976 360
2 firma elektroenergetyczna	0,54	181,37	0	0	181,91
3 firma elektroenergetyczna	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	ok. 24 mln
4 firma elektroenergetyczna	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	25 217 tys.
5 firma elektroenergetyczna	6 521 641	17 038 524	27 750 860	32 925 712	84 236 738

6 firma ciepłownicza	5 539,17	22 540,79	53 844,90	174 805,18	256 730,04
7 firma ciepłownicza	40 000	100 000	340 000	770 000	1 250 000
8 firma ciepłownicza	153,78	1 857,25	8 246,39	37 125,40	47 382,82

Źródło: URE.

Dane przekazały tylko niektóre spółki obrotu i jedna z grup kapitałowych w elektroenergetyce oraz spółki ciepłownicze, jak pokazano w ww. tabelach 15 i 16, co przybliża skalę tego zjawiska. Jak się wydaje nie jest ona mała, zwłaszcza przyjmując pełne dane przekazane przez jedną z grup kapitałowych w energetyce, gdzie odnotowano ponad 393 tys. zadłużonych odbiorców na ponad 84 mln PLN.

Także i na to pytanie, jak widać, nie została w pełni udzielona odpowiedź, w większości bez podania powodu. Jak wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w energetyce „Spółka nie prowadzi ewidencji zadłużeń we wskazanych wyżej przedziałach.”.

Dwóch innych ankietowanych wyjaśniło dodatkowo, podając jedynie dane ogółem, że brak jest danych dla poszczególnych przedziałów wartości oraz „Podane wielkości dotyczą szacunkowych danych dla klientów z segmentu gospodarstw domowych. Spółka nie prowadzi analizy zadłużeń w przedziałach wartości dla klienta – dane podane zbiorczo. W łącznej kwocie i ilości zadłużeń około 60 % dotyczy zadłużenia do 30 dni zwłoki w płatnościach.”.

5.8. Podejmowane działania mające na celu pomoc odbiorcom w uniknięciu wstrzymania dostaw energii, gazu czy ciepła

Brak przyjętej w spółce definicji odbiorcy wrażliwego społecznie oraz rejestrów takich odbiorców nie musi oznaczać, że nie są prowadzone działania mające na celu pomoc odbiorcom w uniknięciu wstrzymania dostaw energii ciepła.

Analiza przekazanych przez spółki energetyczne i ciepłownicze danych wskazuje, iż stosowano następujące formy pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie, poza instalacją licznika przedpłatowego:

Tabela 17. Formy pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie

Lp.	Forma pomocy	Liczba odbiorców, którym udzielono pomoc	Ile razy udzielono daną formę pomocy	Wysokość udzielonej pomocy [w PLN]
1	Rozłożenie należności głównej na raty	38;*	1; 9 188; 10 300	38 942; 2 756 400
2	Rozłożenie odsetek na raty	brak danych	brak danych	brak danych
3	Rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty	42; 52; 450	42; 1 300; 3 590; 10 641	60 000; 107 700
4	Umorzenie należności głównej	1;2	1; 573	300; 20 000
5	Umorzenie odsetek	5; 113	1; 120	238; 10 000
6	Umorzenie należności głównej wraz z odsetkami na raty	8;	1; 4; 31	2 500; 8 202
7	Zawarto porozumienie o spłacie długu	32	32; 90; 1 273; 10 641	39 000; 45 000
8	Zaniechanie wstrzymania dostaw energii, pomimo wymagalności długu	1; 22	437	87 400
9	Zaniechanie windykacji należności	brak danych	60	10 800
	Inne formy pomocy:			
	- prolongata terminów płatności,			
	- zwolnienie z kosztów ponownego podłączenia,			
10	- odstąpienie od wstrzymania dostaw w okresach przedświątecznych i w piątki,	brak danych	brak danych	brak danych
	- warunkowe wznowienie dostaw energii bez uprzedniej spłaty zaległego zadłużenia			

* W Tabeli podano wszystkie przekazane przez przedsiębiorstwa energetyczne i ciepłownicze dane.

Źródło: URE.

Najbardziej rozpowszechnioną formą pomocy było: rozłożenie należności głównej na raty, rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty oraz zawarcie porozumienia o spłacie długu. Zróżnicowane były koszty świadczonej odbiorcom pomocy które kształtowały się na poziomie **od 238 – 300 PLN do ponad 2,7 mln PLN**.

Także i na to pytanie nie została w pełni udzielona odpowiedź. Jak wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w energetyce, „Spółka udzielała wsparcia odbiorcom wrażliwym społecznie stosując wymienione w pkt 1-9 formy, jednakże nie posiadamy szczegółowych danych o skali zjawiska.”

Inne dwie spółki dystrybucyjne w energetyce wyjaśniły, że „odbiorcom, którzy nie regulują rachunków ze względu na brak środków finansowych wynikających z biedy lub ubóstwa Spółka może udzielić pomocy poprzez: rozkład płatności na raty, prolongatę terminu płatności, współpracę z OPS”.

Jedna ze spółek ciepłowniczych podała, że „w uzasadnionych przypadkach, jeśli odbiorca zwróci się z prośbą o udzielenie prolongaty terminu lub przedłoży harmonogram spłaty w ratach zaległych należności, prowadzone jest postępowanie z zastosowaniem formy polubownej, co skutkuje wstrzymaniem działań windykacyjnych poprzez wyłączenie ciepła lub skierowanie sprawy na drogę postępowania sądowego”.

5.9. Koszty pomocy odbiorcom

Na pytania zmierzające do oszacowania kosztów, jakie poniosły spółki w związku z obsługą nieterminowych należności odbiorców wrażliwych społecznie z tytułu: ponownego podłączenia; obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie; innych kosztów, otrzymaliśmy szczerą odpowiedź. W spółkach nie są bowiem prowadzone tego rodzaju ewidencje:

- w jednej ze spółek dystrybucyjnych w energetyce koszty ponownego podłączenia wyniosły 85,06 PLN. Spółka nie prowadzi jednak ewidencji kosztów obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom;
- w jednej z grup kapitałowych poniesiono koszty z tytułu ponownego podłączenia, w wysokości 220 954 PLN. Na koszty te złożyła się: zabudowa licznika po uregulowaniu należności, zabudowa licznika przedpłatowego, podłączenie odbiorcy, pilne podłączenie i podłączenie reklamacyjne;
- jedna ze spółek obrotu w energetyce oszacowała na 4 mln PLN koszty związane z obsługą nieterminowych należności odbiorców wrażliwych społecznie;
- inna spółka obrotu podała, że koszty obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom wyniosły ok. 4 mln PLN i były to koszty: wezwań, windykacji, spółek inkasenckich, wynagrodzeń;
- jedna ze spółek w ciepłownictwie podała, że są to koszty wyłącznie związane z umorzeniem należności, nie podając ich wielkości.

Jedna ze spółek obrotu w energetyce wyjaśniła, że „Spółka obrotu nie ponosi kosztów z powyższego tytułu. Koszty w tym zakresie ponosi odbiorca na rzecz OSD zgodnie z taryfą OSD. W części przypadków OSD odstępuje od pobierania ww. opłat.”

Jak wyjaśniła inna spółka obrotu w energetyce: „Spółka nie dysponuje szczegółowymi danymi o wysokości poniesionych kosztów związanych z obsługą nieterminowych płatności dokonywanych przez odbiorców wrażliwych społecznie.”

6. Podsumowanie i wnioski

Ankiety podzielone były na cztery części dotyczące ogólnie SOB: kwestii definicyjnych i strategii; zarządzania SOB; całościowych procedur SOB; konkretnych działań SOB podejmowanych przez Zarządy Spółek w odniesieniu do środowiska pracowniczego, środowiska naturalnego, społeczności lokalnej oraz rynku oraz szczegółowo ujętej problematyki tzw. odbiorcy wrażliwego społecznie.

Badaniem objęto przedsiębiorstwa energetyczne, znajdujące się w bazie udzielonych koncesji URE, tj. uwzględniające kryteria art. 32 ustawy – Prawo energetyczne, reprezentujące trzy podstawowe rodzaje mediów energetycznych oraz wszystkie zakresy działalności energetycznej. Próba zrealizowana liczyła 53 obiektów, dobór próby miał charakter celowy.

Wyniki badania ankietowego można uznać za miarodajne, biorąc pod uwagę jego pilotażowy charakter. Nie można jednak zapominać o wysokiej, 40% absencji adresatów pytań (przy czym brak odpowiedzi nie jest dowodem jednoznacznym z brakiem obecności SOB w firmie, być może były tylko powody „techniczne”). Ta sytuacja powoduje trudności w zinterpretowaniu wyników: czy zatem 40% sektora jest zainteresowane wdrażaniem koncepcji społecznej odpowiedzialności firm energetycznych, w tym zapewnienia odbiorcom wrażliwym społecznie pomocy w uniknięciu wstrzymania dostaw energii i paliw, czy jest mu to obojętne a zachowania zgodne z normami SOB wynikają po prostu, z pewnej presji zewnętrznej?

Mimo tych zastrzeżeń Zespół uważa, że uzyskane wyniki Ankiety przyczynią się do pewnego ukonkretnienia wiedzy o angażowaniu się przedsiębiorstw energetycznych w ideę SOB tym bardziej, że w pytaniach Ankiety zawierały się sposoby weryfikowania prostych deklaracji. Będą poza tym stanowiły punkt wyjścia do dalszych badań o charakterze systematycznie powtarzanych.

W szczególności na uwagę zasługują następujące obserwacje:

- w odniesieniu do sytuacji SOB w firmach energetycznych:
 1. większość podziela pogląd Regulatora, czym powinna być koncepcja SOB w energetyce, jednak zważywszy jedną odpowiedź uznaną za pełną, pozostaje sfera nie dająca możliwości jednoznacznych konstatacji;
 2. biorąc pod uwagę poszczególne media rozkład odpowiedzi jest podobny, czyli wyraźnie więcej wskazań dotyczy bezpośrednich korzyści firmy (cztery pierwsze elementy), następnie znacznie mniej firm widzi powody w zewnętrznych wyzwaniach społecznych;
 3. dominuje werbalna zgoda na wdrażanie SOB w firmie, nie poparta adekwatnie odpowiednim działaniem;
 4. mimo braku formalnej strategii na rzecz SOB firmy w znacznym stopniu zachowują się zgodnie z duchem koncepcji (idei) SOB;
 5. sytuacja w przypadku struktury: grupa kapitałowa o zróżnicowanej działalności, operująca na wielu rynkach polega na tym, że kierunki działań, programy są odgórnie narzucane spółkom zależnym; brak jest zatem podstaw do identyfikacji stanu internalizacji SOB we wszystkich podmiotach;
 6. mimo uszczegółowionych opisów różnych zagadnień będących w sferze zainteresowania zarządów firm, daje się zauważyć koncentracja wokół takich spraw jak: w pierwszej kolejności szeroko pojęty sponsoring, ale również sprawy związane z pracownikami, ochroną środowiska;
 7. wśród wykorzystywanych przez firmy procedur zarządczych poszczególnymi sferami SOB wybija się przewaga pochodnych systemów ISO;
 8. szczególnie duże jest zaangażowanie ekologiczne firm. Podejmują różnorodne przedsięwzięcia (co często jest spowodowane charakterem podstawowej działalności energetycznej) indywidualnie, ale również przystępują do szerszych inicjatyw;
 9. trudności w ocenie skali wysiłku finansowego, bowiem niewiele firm ustosunkowało się do sprawy, a przytaczane przez nieliczne firmy wielkości w ujęciu nominalnym na różne działania SOB były spore, brak dyspozycji w Ankiecie o wskazanie źródła finansowania, czy też wskaźnikowego ujęcia tych środków uniemożliwił ocenę tej sytuacji;
 10. ranga dużych, transnarodowych firm (prymusi),

- w odniesieniu do zagadnień związanych z udzielaniem pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie w uniknięciu wstrzymania dostaw:
 1. odpowiedzi na tę część Ankiety są w dużo większym stopniu niepełne, niż w poprzedzających. W licznych przypadkach występuje „brak danych” lub w ogóle nie wypełnione miejsce. Nie jest przy tym jasne, czy w spółkach brak jest w ogóle tego rodzaju informacji, czy informacje są w posiadaniu spółek a nie prowadzi się osobnych rejestrów, które umożliwiłyby wyłonienie danych na potrzeby tego badania, np. na temat kosztów związanych z udzielaną pomocą;
 2. w ramach koncepcji SOB mogą być, i są, podejmowane działania służące pomocą odbiorcom, w tym odbiorcom wrażliwym społecznie, pomagając im uniknąć odłączenia od sieci, a tym samym pozbawienia ich dostępu do podstawowego dobra cywilizacyjnego, jakim jest energia elektryczna;
 3. nie są realizowane zapisy dyrektywy 2003/54/WE i 2003/55/WE w spółkach, w omawianym zakresie. Co więcej, niektóre ze spółek oczekują wprowadzenia rozwiązań i mechanizmów chroniących tego rodzaju odbiorców przede wszystkim przez państwo, poprzez ustawowe uregulowania;
 4. najwięcej działań podejmowanych jest na rzecz tej grupy odbiorców przez spółki energetyczne, w gazie – dopiero trwają prace zmierzające do wypracowania jednolitych standardów w ramach grupy kapitałowej, w ciepłownictwie – nawet się o tym nie myśli;
 5. brak jest rejestrów odbiorców korzystających z urządzeń medycznych przy odnotowanych przypadkach wstrzymania im dostaw energii;
 6. przy braku definicji i rejestrów odbiorców wrażliwych społecznie podejmowane są jednak działania mające na celu pomoc odbiorcom w uniknięciu wstrzymania dostaw. Brak jest kompleksowych programów udzielania takiej pomocy. Należy zatem domniemywać, że jest ona przyznawana w sposób uznaniowy;
 7. zaobserwować można nowe zjawisko, incydentalne, ale jednak – polegające na samoodłączeniu się odbiorcy od sieci z powodu trudności finansowych w regulowaniu opłat;
 8. można zaobserwować także zjawisko trwałego wstrzymania dostaw energii elektrycznej do odbiorców, co pozbawia ich dostępu do podstawowego dobra cywilizacyjnego, jakim jest energia elektryczna;

9. niektóre z przepisów ustawy – Prawo energetyczne okazały się przepisami martwymi. Nie instaluje się tzw. liczników przedpłatowych w przypadku odbiorców gazu i ciepła oraz spółki gazownicze nie korzystają z możliwości wstrzymania dostaw gazu odbiorcom, którzy zwlekają z zapłatą za pobrane paliwo gazowe.

Syntetyzując odpowiedzi w poszczególnych kwestiach wydaje się, że można sformułować następującą kierunkową tezę: **koncepcja SOB w ujęciu zaproponowanym przez Prezesa URE w środowisku przedsiębiorców energetycznych nie jest w pełni zinternalizowana. Natomiast ogólnie idee SOB – szeroko rzecz ujmując – związane z: filantropią, zachowaniami ekologicznie poprawnymi, powinnościami wobec pracowników, nie są obce.** Obserwuje się zatem pewne działania: wobec lokalnej społeczności – sponsoring, na rzecz środowiska, większej staranności o pracowników, ich kwalifikacje i zadowolenie, przykłady konkretnych działań, a szczególnie ich liczebność, świadczą o dość powierzchownym podchodzeniu do problematyki SOB lub oznaczają trudności w zrozumieniu jej istoty.

Gdzie jest wyjaśnienie takiego stanu rzeczy, jakie motywy i powody wpływają na przedsiębiorców energetycznych, że co prawda nie całościowo, ale jednak czynią pewne starania i stopniowo włączają idee SOB w funkcjonowanie firm? Szukając odpowiedzi w Ankiecie, wniosek jest następujący: to na razie korzyści wizerunkowe, które nie zawsze chyba są łączone z potrzebą wysiłków na rzecz wzrostu efektywności kosztowej podstawowej działalności energetycznej.

Jak zatem szeroko powinien podejść Prezes URE do zaangażowania się w urzeczywistnienie tej koncepcji w sektorze i jakimi środkami?

III. Rekomendacje dla Prezesa URE

Zważywszy aplikacyjny cel, jaki przyświecał Prezesowi URE w podjęciu badań tj. zdefiniowanie roli regulatora rynku energii w spełnieniu misji społecznej odpowiedzialności biznesu w energetyce i wybór konkretnych środków na tle potencjalnych możliwości wynikających zarówno z litery ustawy – Prawo energetyczne, jak i przede wszystkim z ducha unormowań unijnych potrzebnych dla funkcjonowania wspólnego, efektywnego rynku energetycznego z korzyścią dla wszystkich konsumentów tych mediów, można stwierdzić, że przypuszczenia sformułowane w raporcie *Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych*²¹⁾ znalazły potwierdzenie w wynikach Ankiety.

Istota koncepcji SOB dla energetyki polega w szczególności na tym, że

SOB to strategia harmonijnie łącząca etyczne i ekologiczne aspekty w działalności gospodarczej z jej dominującym atrybutem czyli efektywnością, eksponująca jawność, przejrzystość działania, rzetelność wobec klientów (kalkulacja cen, jakość dostaw i obsługi) oraz w kontaktach z pozostałymi interesariuszami (m.in. z pracownikami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną), samoograniczenie przewagi monopolistycznej.

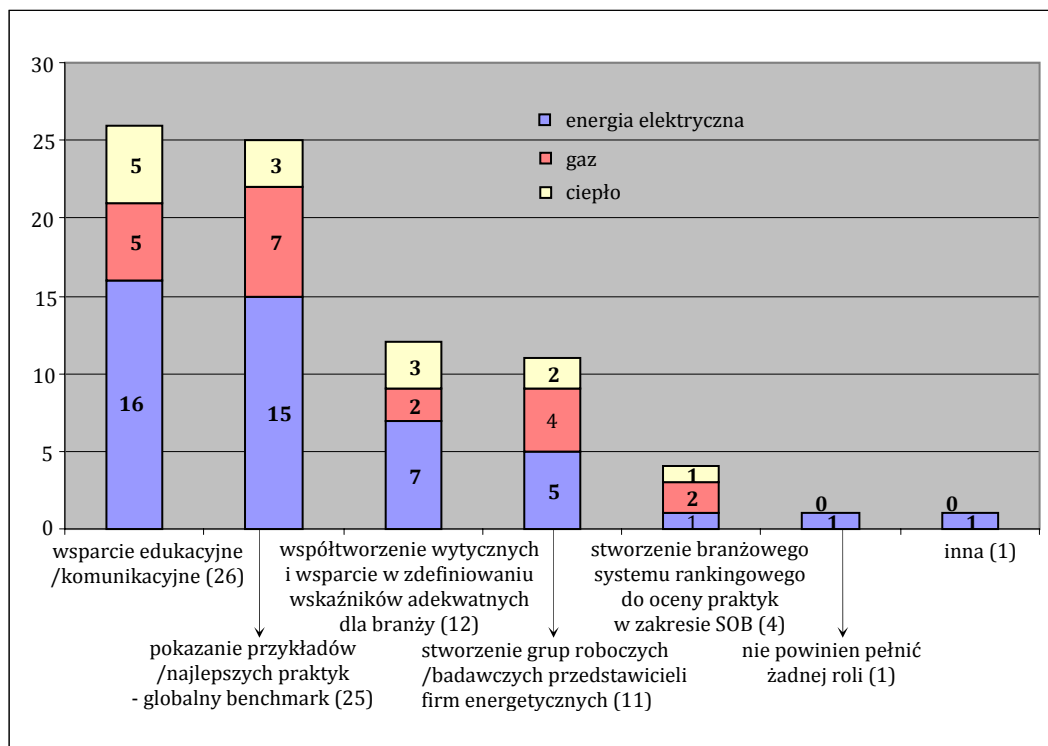
To wkład biznesu w realizację polityki energetycznej państwa oraz taki sposób prowadzenia firmy, który nie nadużywa jej przewagi wobec odbiorcy energii, gazu czy ciepła.

Są to trudne, a właściwie praktycznie mało możliwe do samoregulacji przez przedsiębiorców energetycznych – co przecież jest istotą SOB w dziedzinach konkurencyjnych gospodarki. Pojawia się zatem pole do działania dla regulatora energetyki, jako organu administracji rządowej. Jak ma być zagospodarowane, było przedmiotem pytania o **rolę, jaką powinien pełnić Prezes URE w upowszechnianiu koncepcji SOB**. Z odpowiedzi wynika po pierwsze, że firmy energetyczne nie dopuszczają możliwości biernej postawy Regulatora – jedna tylko wskazała taką sytuację a wszyscy odpowiedzieli na to pytanie; po drugie, że zarazem oczekują przede wszystkim funkcji *wielkiego edukatora*: dla wariantu wsparcie edukacyjne – 81%, upowszechnianie przykładów najlepszych praktyk –

²¹⁾ Op. cit.

78%, i już w znacznie mniejszym stopniu *promotora* – co wiąże się z współtworzeniem pewnych wytycznych (37%), czy grupową współpracą (34%); po trzecie zdecydowanie się obawiają zewnętrznego klasyfikowania, rankingów tworzonych przez Regulatora – 12%.

Definiowanie kierunku aktywności regulacyjnej Prezesa URE przez wszystkich respondentów, w rozbiciu na poszczególne media jest zilustrowane poniższym wykresem:



Wykres 16. Wybór roli dla Prezesa URE w upowszechnianiu koncepcji SOB (Źródło: URE)

Ogólne wnioski są poparte podobnie formułowanymi opiniami w poszczególnych podsektorach, stąd można by je uznać za powszechny głos energetyków, gdyby nie wcześniej sygnalizowana absencja w wypełnieniu Ankiety.

Nie mniej jednak jest to poważna rekomendacja i Regulator powinien się w to w adekwatny sposób włączyć²²⁾ z pełną świadomością, że jego zaangażowanie się w tę sprawę wymaga stosowania wobec przedsiębiorstw energetycznych – koncesjonariuszy miękkich środków, narzędzi regulacyjnych o charakterze perswazyjnym. Realizacja takich działań potrzebuje sojuszników, a zatem pojawia się możliwość współpracy z orga-

²²⁾ Tym bardziej, że 17czerwca br. na pierwszej międzynarodowej konferencji z cyklu: „Odpowiedzialna energia”, niektóre firm sektora reprezentowane przez Prezesów Zarządu, podpisały Deklarację w sprawie zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej w Polsce.

nizacjami pozarządowymi, ośrodkami naukowymi czy badawczymi, firmami doradczymi i doradcami społecznymi. A nade wszystko w dziele poszanowania praw odbiorcy energii, w tym pomocy tzw. odbiorcy wrażliwemu społecznie, jak i urzeczywistniania innych aspektów SOB niezbędne jest współdziałanie Regulatora z regulowanym przedsiębiorstwem. Zaangażowanie się Prezesa URE w koncepcję społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw energetycznych, wpisuje się w ogólny nurt, jaki można zaobserwować zarówno w innych państwach europejskich, jak i w Polsce. Generalnie wydaje się, że Regulator energetyki powinien działać najogólniej mówiąc perswazją, w którym to sposobie postępowania mieszczą się edukacja, promocja, zachęcanie, czyli to na co czekają firmy sektora. Jednak w szerokich ramach SOB są nie tylko działania dobrowolne firm, ale mogą być obowiązki prawne, które tą drogą realizują istotne dla kraju zadania²³⁾.

Z szerokiego spectrum możliwych środków dla upowszechnienia koncepcji SOB w energetyce działania Prezesa URE mogłyby się koncentrować na:

- pogłębianiu wśród przedsiębiorców – przy wzmocnionej współpracy z nimi – świadomości wagi SOB i wymiany w tym zakresie dobrych praktyk;
- upowszechnianiu w szczególności dorobku ERGEG, co łączy się z wnioskami zawartymi w zeszłorocznym raporcie, zalecającymi przeprowadzenie przeglądu regulacyjnego w komórkach organizacyjnych URE pod kątem realizacji zadań nałożonych na Regulatora przez Wytyczne i Kodeks Dobrych Praktyk ERGEG, jako jednego ze środków samoregulacji w funkcjonowaniu firm energetycznych²⁴⁾;
- propagowaniu i protegowaniu sfery relacji firmy z konsumentem energii, jako szczególnie istotnej w polityce regulacyjnej Prezesa URE, w tym skłanianie do ochrony tzw. odbiorcy wrażliwego, wykorzystanie Strefy Odbiorcy;
- wspieraniu dobrowolnych działań firm na rzecz środowiska;
- wspieraniu dobrowolnych działań na rzecz środowiska społeczności lokalnych;
- wspieraniu prac badawczych w zakresie SOB ponieważ potrzebnych jest więcej interdyscyplinarnych badań;
- propagowaniu modelu SOBE Prezesa URE na forum ERA i ERGEG i zachęcanie do współpracy na tym polu z państwami członkowskimi.

²³⁾ Praktyka Zjednoczonego Królestwa dotycząca zmniejszenia w gospodarstwach domowych zużycia energii i emisji CO₂. Więcej informacji na:

<http://www.ofgem.gov.uk/Sustainability/Environment/EnergyEff/Pages/EnergyEff.aspx> .

²⁴⁾ Prezes URE a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw ..., op. cit.

Te szczególne pola aktywności regulacyjnej Prezesa URE będą tak długo, dopóki zaistnienie konkurencji na rynku energii zbliży sytuację energetyki do normalnych warunków prowadzenia biznesu i wtedy też będzie można mówić o możliwościach pełnego urzeczywistnienia idei SOB już bez tak szerokiego wsparcia Regulatora. Nie mniej jednak już teraz nawet niepełne zaangażowanie w SOB w sektorze powinno się przyczynić do wspierania polityki energetycznej państwa w zakresie wdrażania zagadnień dotyczących usług o charakterze użyteczności publicznej.

Mamy nadzieję, że przedstawione w tym raporcie informacje spełnią oczekiwania przedsiębiorstw energetycznych wobec Prezesa URE i będą stanowić pierwsze, a mamy także nadzieję, że nie jedyne, wsparcie edukacyjne poprzez nie tylko zaprezentowanie danych liczbowych, lecz także pokazanie przykładów realizacji zasad SOB w obecnej praktyce przedsiębiorstw energetycznych.

Wykaz przedsiębiorstw energetycznych, które wypełniły Ankiety

Energia

- 1 ENEA Operator Sp. z o.o.
- 2 ENEA SA
- 3 ENERGA SA
- 4 ENION Energia Sp. z o.o.
- 5 PGE Dystrybucja LUBZEL Sp. z o.o.
- 6 PGE Dystrybucja Łódź Sp. z o.o.
- 7 PGE Dystrybucja Rzeszów Sp. z o.o.
- 8 PGE Dystrybucja Warszawa – Teren Sp. z o.o.
- 9 PGE Lubelskie Zakłady Energetyczne SA
- 10 PGE Łódzki Zakład Energetyczny SA
- 11 PGE Rzeszowski Zakład Energetyczny SA
- 12 PGE Zakład Energetyczny Łódź – Teren Obrót Sp. z o.o.
- 13 PGE Zakład Energetyczny Warszawa-Teren SA
- 14 PGE Zakłady Energetyczne Okręgu Radomsko-Kieleckiego Dystrybucja Sp. z o.o.
- 15 PGE Zamojska Korporacja Energetyczna SA
- 16 PGE Electra SA
- 17 RWE Polska SA
- 18 RWE Stoen Operator Sp. z o.o.
- 19 Vattenfall Poland Sp. z o.o.

Gaz

- 1 Dolnośląska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.
- 2 Górnośląska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.
- 3 Mazowiecka Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.
- 4 Karpacka Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.
- 5 Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA
- 6 Pomorska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.
- 7 Wielkopolska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.

Ciepło

- 1 Dalkia Poznań SA
- 2 Gdańskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o.o.
- 3 Lubelskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Sp. z o.o.
- 4 Miejskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej SA w Krakowie
- 5 Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Katowice SA
- 6 Stołeczne Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej SA

Jedynie trzy przedsiębiorstwa załączyły do odpowiedzi na Ankietę kopie raportów. I tak:

1. Jedno z przedsiębiorstw energetycznych załączyło: Raport Grupy, Kodeks Etyczny, Statut Fundacji oraz informacje dotyczące długofalowej kampanii społecznej na rzecz racjonalnego wykorzystania energii. Jak można przypuszczać, wszystkie przekazane dokumenty, w opinii spółki, składają się na jej strategię na rzecz SOB.

W Raporcie osobne miejsce poświęcono przedstawieniu spółki jako odpowiedzialnego pracodawcy oraz firmy zaangażowanej społecznie. Wartości promowane przez spółkę to: dbałość o klienta, zaufanie, wyniki, myślenie przyszłościowe oraz niezawodność. Spółka działa także na rzecz społeczności lokalnej, starając się zapewnić poczucie bezpieczeństwa mieszkańcom miasta. Posiada także program dla studentów i absolwentów, współpracując z czołowymi uczelniami technicznymi w Polsce. Spółka prowadzi także program dla uzdolnionych, dobrze zapowiadających się najmłodszych piłkarzy, pochodzących z niezamożnych rodzin. W ramach programu jego uczestnicy otrzymują sprzęt piłkarski oraz dofinansowanie do obozów treningowych.

W Kodeksie Etycznym spółka zobowiązała się do przestrzegania jasnych zasad postępowania wobec klientów, partnerów handlowych, akcjonariuszy i pracowników. Zasady te tworzą ramy działalności biznesowej oraz społecznej całego przedsiębiorstwa. W Kodeksie Etyki określono: zakres jego obowiązywania i jego zasady; ogólne zasady zachowania zgodne z prawem; zasady obowiązujące w kontaktach zewnętrznych, w tym wobec: klientów, akcjonariuszy, dostawców, doradców, opinii publicznej; zasady postępowania wobec świata polityki; uznano odpowiedzialność społeczną za istotny czynnik długofalowego sukcesu. Za ważne instrumenty odpowiedzialnego oddziaływania na społeczność lokalną uznano sponsoring oraz inicjatywy na rzecz rozwoju regionów i lokalnych wspólnot. Wprowadzono Rejestr świadczeń pieniężnych i niepieniężnych; zasady relacji wewnętrznych w zakresie: ochrony zdrowia, bezpieczeństwa pracy i urzędzeń technicznych, równości szans i wzajemnego poszanowania; zasady przestrzegania Kodeksu Etycznego.

Zgodnie z przekazanym Statutem celem ustanowionej przez spółkę Fundacji jest prowadzenie działalności w zakresie: ochrony i promocji zdrowia; rozwoju nauki, edu-

kacji, oświaty i wychowania; wspierania rozwoju kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury; wspierania działalności dobroczynnej; upowszechniania i rozwoju kultury fizycznej i sportu; wspierania porządku i bezpieczeństwa publicznego; pomocy ofiarom katastrof oraz klęsk żywiołowych; wspierania działań na rzecz integracji oraz rozwijania kontaktów i współpracy między społeczeństwami.

W październiku 2007 r. spółka rozpoczęła program długofalowej kampanii społecznej na rzecz racjonalnego wykorzystania energii. W ramach programu: uruchomiono stronę internetową na której m.in. zamieszczono przewodniki promujące efektywność energetyczną dla gospodarstw domowych i dla firm; podjęto działania w centrach obsługi klienta; uruchomiono kampanię reklamową w dzielnicowych urzędach, prasie, telewizji, na tramwajach i typu outdoor; wewnątrz spółki podjęto również działania proefektywnościowe skierowane do pracowników (zmiana przyzwyczajzeń) oraz techniczne (np. instalacja wyłączników czasowych, wymiana żarówek na energooszczędne, zmniejszenie ilości nadprogramowych punktów świetlnych). Wprowadzone działania przyczyniły się do spadku zużycia energii o ponad 20% w jednym budynku spółki w ciągu roku.

2. Inne przedsiębiorstwo energetyczne przekazało Roczny Raport za 2008 rok całej grupy kapitałowej oraz osobny Raport „Społeczna Odpowiedzialność Biznesu w 2008” odnoszący się także do całej grupy kapitałowej.

Roczny Raport za 2008 rok poświęcono działaniom na rzecz czystej energetyki.

W Raporcie „Społeczna Odpowiedzialność Biznesu w 2008” wskazano pięć podstawowych założeń strategii i prac na rzecz zrównoważonego rozwoju: Konsument – wzrost znaczenia orientacji skierowanej w stronę konsumenta we wszystkich zakresach, w jakich działa spółka, m.in. zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów, pomoc konsumentom w działaniach zmierzających do oszczędzania energii; Środowisko – działania skierowane na rzecz czystej energetyki, poprzez przyjętą Politykę na rzecz Środowiska, odnoszącą się m.in. do: efektywności energetycznej, emisji CO₂, zużycia materiałów, zużycia wody; Rozwój Ekonomiczny – wzrost podaży oraz wzrost udziału w europejskim rynku energii; Benchmark – pozycja lidera wśród firm; Zatrudnienie – działania skierowane na pozyskanie i wyedukowanie jak najlepszej kadry pracowników.

3. Jedno z przedsiębiorstw ciepłowniczych przekazało Raport Środowiskowy za rok 2008, który stanowi podsumowanie wyników analizy znaczących aspektów środowi-

skowych. Zwrócono w nim uwagę na takie zagadnienia jak: ubytki wody sieciowej – odnotowano zmniejszenie wielkości ubytków nośnika w wodzie grzewczej; straty energii cieplnej na przesyle – gdzie celem nadrzędnym jest zmniejszenie emisji pośredniej i lepsze wykorzystanie surowców energetycznych przez źródła ciepła; emisja zanieczyszczeń w związku z produkcją energii cieplnej (kotłowej) – likwidacja kotłowni gazowych i olejowych pozwoliła uzyskać efekt ekologiczny w postaci zmniejszenia emisji do atmosfery; generowanie i segregacja odpadów – selektywna zbiórka odpadów i przekazanie ich do utylizacji lub recyklingu; niebezpieczeństwo pożarowe (w procesach pożarowo niebezpiecznych) – zatwierdzenie Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy (wg normy OHSAS 18001;1999).

Komentarz

„Raport społeczny przedstawia skondensowany obraz zarządzania organizacją i publikuje wyniki odpowiedzialnego społecznie prowadzenia działalności gospodarczej. Uwzględnia społeczne, etyczne i ekologiczne aspekty funkcjonowania firmy oraz kontakty z interesariuszami (m.in. z pracownikami, z klientami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną). Powinien również definiować okres sprawozdawczy, zawierać oświadczenia dotyczące polityki, celów i strategii firmy oraz przegląd wyników, pozwalający na porównywanie ich w kolejnych latach.”, jak piszą organizatorzy inicjatywy nagród za najlepiej sporządzone Raporty Społeczne 2008²⁵).

„Raporty Społeczne – Nagrody za najlepiej sporządzone raporty z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu”, to nowa inicjatywa na rynku polskim mająca na celu upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu, zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska i zaangażowania społecznego, skierowana do firm publikujących raporty ze swojej aktywności w tych obszarach. Inicjatywa ta – mająca na świecie ponad piętnastoletnią tradycję – została po raz pierwszy podjęta w Polsce w 2007 r. Projekt powstał na naszym rynku w wyniku współpracy PricewaterhouseCoopers, ACCA Polska, Forum Odpowiedzialnego Biznesu i CSR Consulting. Głównym celem programu jest zwrócenie uwagi na znaczenie raportowania społecznego i wskazanie dobrych praktyk w tym zakresie. Poprzez tę inicjatywę wyróżniane są przedsiębiorstwa, które nie tylko prowadzą

²⁵) Raporty Społeczne 2008 – PricewaterhouseCoopers, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, CSR Consulting, zob. www.raportyspoleczne.pl.

działalność biorąc pod uwagę interes społeczeństwa i środowiska, ale także potrafią w sposób jasny, przejrzysty i wiarygodny zaprezentować swoje dokonania w publikowanych raportach. Inicjatywa ta przyczyni się do podniesienia świadomości na temat wagi komunikowania rezultatów w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu²⁶⁾.

Uczestnikiem konkursu Raporty Społeczne 2008, ze strony energetyki, było jedynie Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA przedstawiając Raport Środowiskowy 2007, dostępny na stronie www.pgnig.pl.

Opracowanie raportów, w tym Raportu SOB jest nie tylko elementem wizerunku firmy. Takie działanie pozwala spółce poddać się zarówno kontroli wewnętrznej (musimy podać wiarygodne i sprawdzone informacje) jak i zewnętrznej – poprzez komunikację zewnętrzną spółka jest również poddawana porównaniom i ocenie. Raportowanie wpływa także na edukację innych, którzy z raportów mogą wiele się nauczyć, poprzez upowszechnianie dobrych praktyk. Może być także inspiracją dla innych spółek, które jeszcze takich prac nie podjęły.

²⁶⁾ www.raportyspoleczne.pl

ANKIETA „ENERGIA”

Ze względu na rosnące wymagania, jakie stawia obecne otoczenie ekonomiczne przedsiębiorcom, z powodu konieczności działań zgodnych z wymaganiami trwałego rozwoju oraz ekologii – idea społecznej odpowiedzialności biznesu (SOB) zyskuje coraz szersze zrozumienie.

SOB wyznacza standardy w zakresie: rzetelności, przejrzystości działalności gospodarczej, zaangażowania przedsiębiorców w rozwój lokalnych społeczności, a także ich wiarygodności w relacjach z pracownikami. Jest również odpowiedzią na skomplikowane wyzwania globalizacji.

Doceniając znaczenie koncepcji SOB Prezes URE zamierza zainteresować nią przedsiębiorstwa energetyczne.

W tym celu niezbędne jest rozpoczęcie gromadzenia informacji, o tym co już zostało zrobione i jak, jakie podjęte działania przyniosły efekty i jakie pochłonęły koszty.

Dla tych celów, proponuję przyjąć następującą koncepcję społecznie odpowiedzialnego biznesu.

Jest to strategia harmonijnie łącząca etyczne i ekologiczne aspekty w działalności gospodarczej z jej dominującym atrybutem czyli efektywnością, eksponująca jawność, przejrzystość działania, rzetelność wobec klientów (kalkulacja cen, jakość dostaw i obsługi) oraz w kontaktach z pozostałymi interesariuszami (m.in. z pracownikami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną), samoograniczenie przewagi monopolistycznej.

To wkład biznesu w realizację polityki energetycznej państwa oraz taki sposób prowadzenia firmy, który nie nadużywa jej przewagi wobec odbiorcy energii elektrycznej, gazu czy ciepła.

Korzyści strategii powinny być rozpatrywane w perspektywie długofalowej i są to: zwiększenie lojalności konsumentów i interesariuszy, poprawa relacji ze społecznością i władzami lokalnymi, podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej firmy. A przede wszystkim zapewnienie firmie trwałego rozwoju oraz wzrostu jej wartości ²⁷⁾.

Opracowana ankieta ma charakter uniwersalny a nie indywidualny. Z tego powodu niektóre z postawionych pytań mogą Państwa nie dotyczyć. Proszę zatem o wyraźne wskazanie tych pytań.

Dane, przedstawione przez Zarząd Spółki, obejmują okres do 31 grudnia 2008 r.

Wypełnioną ankietę proszę przesłać w ciągu 14 dni, od daty jej otrzymania, na adres: Iwona Figaszewska, Gabinet Prezesa URE, 00-872 Warszawa, ul. Chłodna 64 oraz e-mail: iwona.figaszewska@ure.gov.pl.

W sprawie ankiety można kontaktować się z Iwoną Figaszewską, tel. 022 66 16 220, e-mail: iwona.figaszewska@ure.gov.pl.

W celu ułatwienia Państwu wypełnienia ankiety, została ona zamieszczona na stronie www.ure.gov.pl.

²⁷⁾ Więcej na ten temat w: „Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych. Raport Końcowy”, Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 1 września 2008 r. – Biuletyn URE Nr 6/2008.

A. Strategia i zarządzanie SOB

A.1. Czy zasady SOB są ujęte w strategii biznesowej Zarządu Spółki?
Proszę określić właściwą odpowiedź w tym pytaniu i w kolejnych pytaniach.

TAK NIE W PLANACH

A.1.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć główne cele i założenia odnoszące się do SOB:
.....

A.1.2. Jeżeli NIE, to czy:

A.1.2.1. Wyznaczono cele w zakresie SOB?

TAK NIE

A.1.2.1.1. Jeśli TAK, to proszę je przytoczyć:
.....

A.1.3. Czy tematyka SOB jest przedmiotem rozmów na spotkaniach Zarządu Spółki?

TAK NIE

A.1.3.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć główne, poruszane wątki:
.....

A.2. Czy Zarząd Spółki przyjął Strategię na rzecz SOB?

TAK NIE W PLANACH

A.2.1. Jeżeli TAK, to:

A.2.1.1. Na jaki okres?

A.2.1.2. Jakie są główne założenia Strategii?

A.2.1.3. Proszę o przekazanie kopii przyjętej Strategii.

A.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć Strategię na rzecz SOB, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć Strategię dla SOB, kiedy i na jaki okres?
.....

A.3. Czy w Zarządzie Spółki jest wskazana osoba/są wskazane osoby odpowiedzialne za realizację koncepcji SOB?

TAK NIE W PLANACH

A.3.1. Jeżeli TAK, to:

A.3.1.1. Jaka pełni funkcję?.....

A.3.1.2. Jaki jest jej zakres zadań?

A.3.1.3. Czy poza powierzonymi zadaniami z zakresu SOB, realizuje także inne zadania?

TAK **NIE**

A.3.2. Jeżeli NIE, to czy jest wyznaczona poza Zarządem Spółki osoba lub zespół odpowiedzialny za zarządzanie/monitoring SOB?

TAK **NIE** **W PLANACH**

A.3.2.1. Jeżeli TAK, to na jakim szczeblu: a) kierowniczym, lub b) pracowniczym?

A.3.2.2. Jaki jest zakres zadań?

A.3.2.3. Czy poza powierzonymi zadaniami z zakresu SOB, realizuje także inne zadania?

TAK **NIE**

A.4. Odnosząc się do definicji SOB proponowanej przez URE, we wstępie do ankiety, czy uważacie Państwo, że koncepcja ta:

a) jest pełna;

b) obejmuje najważniejsze wątki;

c) jest niepełna;

d) wymaga zmiany – proszę podać , w jakim kierunku:

A.5. Czy są powody, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką?

TAK **NIE**

A.5.1. Jeżeli TAK, to proszę zakreszyć maksymalnie 5 głównych powodów, spośród niżej wymienionych, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką:

a) korzyści wizerunkowe, reputacyjne;

b) rosnące oczekiwania społeczne;

c) lepsze relacje z interesariuszami;

d) zarządzanie ryzykiem;

e) wzrost wartości firmy;

f) wzrost konkurencyjności;

g) pozyskanie nowych rynków/klientów;

h) wzrost efektywności kosztowej;

i) pozyskanie dobrych pracowników;

j) wzrost motywacji pracowników;

k) zasady etyczne;

l) inne – jakie?

A.6. Czy Spółka zidentyfikowała swoich Interesariuszy?

TAK **NIE**

A.6.1. Jeśli TAK, proszę wymienić maksymalnie 5 głównych Interesariuszy Spółki:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

A.7. Czy Spółka otrzymała jakieś nagrody/wyróżnienia (dowody uznania, wysokie notowania w rankingach, nagrody, itd.) w zakresie kwestii społecznych, środowiskowych, personalnych, itp.?

TAK **NIE**

A.7.1. Jeżeli TAK, to jakie?

B. Przyjęte przez Zarząd Spółki instrumenty SOB

B.1. Czy Zarząd Spółki przyjął dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB (np. Kodeksy Dobrych Praktyk, Kodeks Etyczny, Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Global Compact, itp.)?

TAK **NIE** **W PLANACH**

B.1.1. Jeżeli TAK, to proszę wskazać:

Lp.	Nazwa inicjatywy	Zakres tematyczny objęty inicjatywą
1		
2		
3...		

B.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć dobrowolne inicjatywy, kiedy i na jaki okres?

B.2. Czy Zarząd Spółki wdrożył systemy zarządcze (np. ISO – zarządzanie jakością, środowiskiem, BHP, itp.) procedury (np. badania satysfakcji pracowników/dostawców, sponsoringu, analizy ryzyka, itp.) lub wytyczne (np. w zakresie reprezentacji, działań społecznych, itp.) w zakresie realizacji SOB?

TAK **NIE** **W PLANACH**

B.2.1. Jeżeli TAK, to proszę wskazać:

Lp.	Nazwa systemu/procedury	Zakres regulacji objęty systemem/procedurą
1		
2		
3 ...		

B.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się wdrożyć takie systemy zarządcze, procedury lub wytyczne, to czy Zarząd Spółki zamierza je wdrożyć, kiedy i na jaki okres?

B.3. Czy Zarząd Spółki korzysta z wytycznych lub kodeksów dobrych praktyk opracowanych przez Europejską Grupę Regulatorów Energii i Gazu – ERGEG?

TAK **NIE**

B.3.1. Jeżeli TAK – proszę podać w jakim zakresie:

B.3.2. Jeżeli NIE – proszę wyjaśnić dlaczego?

B.4. Czy Zarząd Spółki wdrożył raportowanie zewnętrzne działań w zakresie SOB (np. w formie raportu SOB/CSR/Zrównoważonego rozwoju/środowiskowego)?

TAK **NIE** **W PLANACH**

B.4.1. Jeżeli TAK, to proszę o przekazanie 1 egzemplarza Raportu.

B.4.2. Jeżeli NIE lub jest to dopiero w planach, to czy realizowane są inne działania komunikujące działania Zarządu Spółki w zakresie SOB?

TAK **NIE**

B.4.3. Jeżeli TAK, to proszę w skrócie opisać na czym te działania polegają:
.....

B.5. Czy działania SOB podlegają ocenie audytora?

B.5.1. Wewnętrznego:

TAK **NIE**

B.5.2. Zewnętrznego:

TAK **NIE**

B.5.3. Jeżeli działania SOB podlegają ocenie audytora, to proszę określić, jakie działania podlegają takiej ocenie:

- a) kwestie środowiskowe (np. w ramach certyfikacji ISO);
- b) kwestie jakości (np. w ramach certyfikacji ISO);
- c) kwestie BHP (np. w ramach certyfikacji ISO);
- d) Raport Środowiskowy/Raport CSR;
- e) sponsoring/działania charytatywne;
- f) inne – jakie?

C. Działania przyjęte przez Zarząd Spółki

MIEJSCE PRACY

C.1. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy?

TAK NIE W PLANACH

C.1.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: rekrutacja, struktura zatrudnienia, edukacja i szkolenia, zarządzanie talentami, bezpieczeństwo i higiena pracy, angażowanie pracowników, relacje ze związkami zawodowymi, odejścia i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Miejsce Pracy	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3 ...					

C.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

ŚRODOWISKO

C.2. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na środowisko?

TAK NIE W PLANACH

C.2.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: emisje dwutlenku węgla i innych związków szkodliwych dla środowiska, odpady, ścieki, zużycie wody, wykorzystanie surowców, działania związane z poprawą efektywności energetycznej, nowe technologie, monitoring wpływu na środowisko, inicjatywy zmniejszające wpływ na środowisko, edukacja ekologiczna i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Środowisko	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3 ...					

C.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na środowisko, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

C.3. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na społeczność lokalną?

TAK NIE W PLANACH

C.3.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: zaangażowanie społeczne w tym działalność charytatywna, inwestycje społeczne, dialog społeczny, zatrudnienie osób ze społeczności lokalnych, przestrzeganie praw człowieka, wsparcie rozwoju inicjatyw lokalnych i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Społeczność lokalna	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3...					

C.3.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na społeczność lokalną, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

RYNEK

C.4. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na rynek?

TAK NIE W PLANACH

C.4.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: kontakt z klientami, relacje z dostawcami, udział w życiu publicznym, komunikacja zewnętrzna i marketingowa, etyka działań, zapewnienie ciągłości dostaw, inwestycje odpowiedzialne społecznie (SRI) i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Rynek	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3...					

C.4.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na rynek, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

C.5. Jaka rolę, zdaniem Zarządu Spółki, powinien pełnić Prezes URE, w upowszechnianiu koncepcji SOB w sektorze?

Proszę zakreślić maksymalnie 3 propozycje, z poniżej wymienionych:

- a) wsparcie edukacyjne/komunikacyjne;
- b) współtworzenie wytycznych i wsparcie w zdefiniowaniu odpowiednich wskaźników adekwatnych dla branży;
- c) pokazanie przykładów/najlepszych praktyk (globalny benchmark);
- d) stworzenie grup roboczych/badawczych przedstawicieli firm energetycznych;
- e) stworzenie branżowego systemu rankingowego do oceny praktyk w zakresie SOB;
- f) nie powinien pełnić żadnej roli;
- g) inną – jaką?

D. Odbiorca wrażliwy społecznie²⁸⁾

D.1. Czy Zarząd Spółki przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, o którym mowa w art. 3 ust. 5 dyrektywy 2003/54/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 26 czerwca 2003 r. dotyczącej wspólnych zasad rynku wewnętrznego energii elektrycznej i uchylającej dyrektywę 96/92/WE²⁹⁾?

TAK

NIE

W PLANACH

D.1.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć tę definicję?
.....

D.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć taką definicję i kiedy?

Jeżeli Zarząd Spółki nie przyjął definicji odbiorcy wrażliwego społecznie, to proszę wypełnić dalsze pytania Ankiety podając informacje dotyczące odbiorców grupy taryfowej G w gospodarstwie domowym.

²⁸⁾ Więcej na ten temat w: „Program pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie na rynku energii elektrycznej i gazu oraz propozycje zmian legislacyjnych, niezbędnych do wdrożenia programu. Raport Końcowy.” Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Odbiorców Wrażliwych Społecznie, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 31 marca 2008 r. – Biuletyn URE Nr 4/2008.

²⁹⁾ Dz. U. UE – L 176 vol. 26 z 17.07.2003 r.

D.2. Ilu odbiorców w gospodarstwach domowych jest przez Zarząd Spółki zidentyfikowanych jako odbiorcy wrażliwi społecznie?

	Odbiorcy grupy taryfowej G - gospodarstwa domowe	Odbiorcy wrażliwi społecznie
Liczba		
Wolumen sprzedaży energii [w MWh]		

D.3. Czy w Spółce prowadzony jest rejestr odbiorców wrażliwych społecznie?

TAK NIE

D.4. Czy w Spółce prowadzony jest osobny rejestr odbiorców, którzy sami lub członkowie ich rodzin z nimi mieszkający, korzystają w domu z urządzeń medycznych niezbędnych do podtrzymania czy ratowania zdrowia/życia?

TAK NIE

D.4.1. Jeżeli TAK – to ilu odbiorców zawiera rejestr?

D.4.2. Czy miały miejsce przypadki wstrzymania dostaw energii do takich odbiorców?

TAK NIE

D.4.2.1. Jeżeli TAK – to w ilu przypadkach?

D.5. Czy, w rozwiązywaniu problemów odbiorców wrażliwych społecznie, Zarząd Spółki współpracuje z ośrodkami pomocy społecznej?

TAK NIE W PLANACH

D.5.1. Jeżeli TAK – to z iloma ośrodkami pomocy społecznej?

D.5.1.1. Proszę podać na czym polegała ta współpraca:

D.5.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero Zarząd Spółki planuje podjąć współpracę z ośrodkami pomocy społecznej, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć taką współpracę i kiedy?

D.5.1.3. W przypadku, gdy ośrodek pomocy społecznej uregulował rachunek na rzecz odbiorcy, proszę podać:

OPS	Liczbę odbiorców, którym udzielono pomocy	Ile razy udzielono pomoc	Wielkość udzielonej pomocy [w PLN]
1.			
2.			
3.			

D.6. Proszę podać dane dotyczące liczników przedpłatowych, zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne:

D.6.1. – ile zainstalowano liczników –

D.6.2. – jakie Spółka poniosła z tego tytułu koszty?

D.7. Ilu odbiorcom wrażliwym społecznie wstrzymano dostarczanie energii elektrycznej z tytułu zwłoki z zapłatą za pobraną energię elektryczną, na podstawie art. 6 ust. 3a ustawy – Prawo energetyczne?

D.8. Proszę podać wielkość zadłużenia odbiorców wrażliwych społecznie, według całkowitej wysokości zadłużenia

Wysokość zadłużenia	< 100 PLN	101 – 200 PLN	201 – 500 PLN	> 501 PLN	Razem
Liczba odbiorców					
Suma zadłużenia					

D.8.1. Proszę podać liczbę odbiorców wrażliwych społecznie ponownie podłączonych:

D.8.2. Czas, na jaki Spółka wstrzymała dostarczanie energii elektrycznej odbiorcom wrażliwym społecznie

	1 – 2 dni	2 – 5 dni	5 – 14 dni	14 dni – 1 miesiąc	> 1 miesiąca
Liczba odbiorców					

D.8.3. Czy obserwowane są przypadki samoodłączenia się odbiorców wrażliwych społecznie od sieci energetycznej?

TAK NIE

D.8.3.1. Jeżeli TAK – to ile było takich przypadków?

D.8.3.2. Jakie były przyczyny samoodłączenia się odbiorcy od sieci?

D.9. Jakie Zarząd Spółki zastosował formy pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie, poza instalacją licznika przedpłatowego?

Lp.	Forma pomocy	Liczba odbiorców, którym udzielono pomocy	Ile razy udzielono pomocy	Wysokość udzielonej pomocy [w PLN]
1	Rozłożenie należności głównej na raty			
2	Rozłożenie odsetek na raty			
3	Rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty			
4	Umorzenie należności głównej			
5	Umorzenie odsetek			
6	Umorzenie należności głównej wraz z odsetkami			
7	Zawarto porozumienie o spłacie długu			
8	Zaniechanie wstrzymania dostaw energii, pomimo wymagalności długu			
9	Zaniechanie windykacji należności			
10	Inne formy pomocy – jakie?			

D.10. Jakie koszty związane z obsługą nieterminowych należności odbiorców wrażliwych społecznie poniosła Spółka z tytułu:

D.10.1. ponownego podłączenia –

D.10.2. obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie –

D.10.3. inne koszty – jakie?

.....
Data, podpis i pieczęć
osoby odpowiedzialnej za wypełnienie ankiety

DZIĘKUJĘ ZA WYPEŁNIENIE ANKIETY

ANKIETA „GAZ”

Ze względu na rosnące wymagania, jakie stawia obecne otoczenie ekonomiczne przedsiębiorcom, z powodu konieczności działań zgodnych z wymaganiami trwałego rozwoju oraz ekologii – idea społecznej odpowiedzialności biznesu (SOB) zyskuje coraz szersze zrozumienie.

SOB wyznacza standardy w zakresie: rzetelności, przejrzystości działalności gospodarczej, zaangażowania przedsiębiorców w rozwój lokalnych społeczności, a także ich wiarygodności w relacjach z pracownikami. Jest również odpowiedzią na skomplikowane wyzwania globalizacji.

Doceniając znaczenie koncepcji SOB Prezes URE zamierza zainteresować nią przedsiębiorstwa energetyczne.

W tym celu niezbędne jest rozpoczęcie gromadzenia informacji, o tym co już zostało zrobione i jak, jakie podjęte działania przyniosły efekty i jakie pochłonęły koszty.

Dla tych celów, proponuję przyjąć następującą koncepcję społecznie odpowiedzialnego biznesu.

Jest to strategia harmonijnie łącząca etyczne i ekologiczne aspekty w działalności gospodarczej z jej dominującym atrybutem czyli efektywnością, eksponującą jawność, przejrzystość działania, rzetelność wobec klientów (kalkulacja cen, jakość dostaw i obsługi) oraz w kontaktach z pozostałymi interesariuszami (m.in. z pracownikami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną), samoograniczenie przewagi monopolistycznej.

To wkład biznesu w realizację polityki energetycznej państwa oraz taki sposób prowadzenia firmy, który nie nadużywa jej przewagi wobec odbiorcy energii elektrycznej, gazu czy ciepła.

Korzyści strategii powinny być rozpatrywane w perspektywie długofalowej i są to: zwiększenie lojalności konsumentów i interesariuszy, poprawa relacji ze społecznością i władzami lokalnymi, podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej firmy. A przede wszystkim zapewnienie firmie trwałego rozwoju oraz wzrostu jej wartości³⁰⁾.

Opracowana ankieta ma charakter uniwersalny a nie indywidualny. Z tego powodu niektóre z postawionych pytań mogą Państwu nie dotyczyć. Proszę zatem o wyraźne wskazanie tych pytań.

Dane, przedstawione przez Zarząd Spółki, obejmują okres do 31 grudnia 2008 r.

Wypełnioną ankietę proszę przesłać w ciągu 14 dni, od daty jej otrzymania, na adres: Iwona Figaszewska, Gabinet Prezesa URE, 00-872 Warszawa, ul. Chłodna 64 oraz e-mail: iwona.figaszewska@ure.gov.pl

W sprawie ankiety można kontaktować się z Iwoną Figaszewską, tel. 022 66 16 220, e-mail: iwona.figaszewska@ure.gov.pl.

W celu ułatwienia Państwu wypełnienia ankiety, została ona zamieszczona na stronie www.ure.gov.pl.

³⁰⁾ Więcej na ten temat w: „Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych. Raport Końcowy”, Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 1 września 2008 r. – Biuletyn URE Nr 6/2008.

A. Strategia i zarządzanie SOB

A.1. Czy zasady SOB są ujęte w strategii biznesowej Zarządu Spółki?
Proszę zakreślić właściwą odpowiedź w tym pytaniu i w kolejnych pytaniach.

TAK NIE W PLANACH

A.1.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć główne cele i założenia odnoszące się do SOB:
.....

A.1.2. Jeżeli NIE, to czy:

A.1.2.1. Wyznaczono cele w zakresie SOB?

TAK NIE

A.1.2.1.1. Jeśli TAK, to proszę je przytoczyć:
.....

A.1.3. Czy tematyka SOB jest przedmiotem rozmów na spotkaniach Zarządu Spółki?

TAK NIE

A.1.3.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć główne, poruszane wątki:
.....

A.2. Czy Zarząd Spółki przyjął Strategię na rzecz SOB?

TAK NIE W PLANACH

A.2.1. Jeżeli TAK, to:

A.2.1.1. Na jaki okres?

A.2.1.2. Jakie są główne założenia Strategii?

A.2.1.3. Proszę o przekazanie kopii przyjętej Strategii.

A.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć Strategię na rzecz SOB, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć Strategię dla SOB, kiedy i na jaki okres?
.....

A.3. Czy w Zarządzie Spółki jest wskazana osoba/są wskazane osoby odpowiedzialne za realizację koncepcji SOB?

TAK NIE W PLANACH

A.3.1. Jeżeli TAK, to:

A.3.1.1. Jaka pełni funkcję?

A.3.1.2. Jaki jest jej zakres zadań?

A.3.1.3. Czy poza powierzonymi zadaniami z zakresu SOB, realizuje także inne zadania?

TAK **NIE**

A.3.2. Jeżeli NIE, to czy jest wyznaczona poza Zarządem Spółki osoba lub zespół odpowiedzialny za zarządzanie/monitoring SOB?

TAK **NIE** **W PLANACH**

A.3.2.1. Jeżeli TAK, to na jakim szczeblu: a) kierowniczym, lub b) pracowniczym?

A.3.2.2. Jaki jest zakres zadań?.....

A.3.2.3. Czy poza powierzonymi zadaniami z zakresu SOB, realizuje także inne zadania?

TAK **NIE**

A.4. Odnosząc się do definicji SOB proponowanej przez URE, we wstępie do ankiety, czy uważacie Państwo że koncepcja ta:

a) jest pełna;

b) obejmuje najważniejsze wątki;

c) jest niepełna;

d) wymaga zmiany – proszę podać, w jakim kierunku:

A.5. Czy są powody, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką?

TAK **NIE**

A.5.1. Jeżeli TAK, to proszę zakreślić maksymalnie 5 głównych powodów, spośród niżej wymienionych, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką:

a) korzyści wizerunkowe, reputacyjne;

b) rosnące oczekiwania społeczne;

c) lepsze relacje z interesariuszami;

d) zarządzanie ryzykiem;

e) wzrost wartości firmy;

f) wzrost konkurencyjności;

g) pozyskanie nowych rynków/klientów;

h) wzrost efektywności kosztowej;

j) pozyskanie dobrych pracowników;

j) wzrost motywacji pracowników;

k) zasady etyczne;

l) inne – jakie?

A.6. Czy Spółka zidentyfikowała swoich Interesariuszy?

TAK NIE

A.6.1. Jeśli TAK, proszę wymienić maksymalnie 5 głównych Interesariuszy Spółki:

1.
2.
3.
4.
5.

A.7. Czy Spółka otrzymała jakieś nagrody/wyróżnienia (dowody uznania, wysokie notowania w rankingach, nagrody, itd.) w zakresie kwestii społecznych, środowiskowych, personalnych, itp.?

TAK NIE

A.7.1. Jeżeli TAK, to jakie?

B. Przyjęte przez Zarząd Spółki instrumenty SOB

B.1. Czy Zarząd Spółki przyjął dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB (np. Kodeksy Dobrych Praktyk, Kodeks Etyczny, Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Global Compact, itp.)?

TAK NIE W PLANACH

B1.1. Jeżeli TAK, to proszę wskazać:

Lp.	Nazwa inicjatywy	Zakres tematyczny objęty inicjatywą
1		
2		
3...		

B.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć dobrowolne inicjatywy, kiedy i na jaki okres?

B.2. Czy Zarząd Spółki wdrożył systemy zarządcze (np. ISO – zarządzanie jakością, środowiskiem, BHP, itp.) procedury (np. badania satysfakcji pracowników/dostawców, sponsoringu, analizy ryzyka, itp.) lub wytyczne (np. w zakresie reprezentacji, działań społecznych, itp.) w zakresie realizacji SOB?

TAK NIE W PLANACH

B.2.1. Jeżeli TAK, to proszę wskazać:

Lp.	Nazwa systemu/procedury	Zakres regulacji objęty systemem/procedurą
1		
2		
3 ...		

B.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się wdrożyć takie systemy zarządcze, procedury lub wytyczne, to czy Zarząd Spółki zamierza je wdrożyć, kiedy i na jaki okres?

B.3. Czy Zarząd Spółki korzysta z wytycznych lub kodeksów dobrych praktyk opracowanych przez Europejską Grupę Regulatorów Energii i Gazu – ERGEG?

TAK **NIE**

B.3.1 Jeżeli TAK – proszę podać w jakim zakresie:

B.3.2. Jeżeli NIE – proszę wyjaśnić dlaczego?

B.4. Czy Zarząd Spółki wdrożył raportowanie zewnętrzne działań w zakresie SOB (np. w formie raportu SOB/CSR/Zrównoważonego rozwoju/środowiskowego)?

TAK **NIE** **W PLANACH**

B.4.1. Jeżeli TAK, to proszę o przekazanie 1 egzemplarza Raportu.

B.4.2. Jeżeli NIE lub jest to dopiero w planach, to czy realizowane są inne działania komunikujące działania Zarządu Spółki w zakresie SOB?

TAK **NIE**

B.4.3. Jeżeli TAK, to proszę w skrócie opisać na czym te działania polegają:
.....

B.5. Czy działania SOB podlegają ocenie audytora?

B.5.1. Wewnętrznego:

TAK **NIE**

B.5.2. Zewnętrznego:

TAK **NIE**

B.5.3. Jeżeli działania SOB podlegają ocenie audytora, to proszę zakreslić, jakie działania podlegają takiej ocenie:

a) kwestie środowiskowe (np. w ramach certyfikacji ISO);

b) kwestie jakości (np. w ramach certyfikacji ISO);

c) kwestie BHP (np. w ramach certyfikacji ISO);

d) Raport Środowiskowy/Raport CSR;

e) sponsoring /działania charytatywne;

f) inne – jakie?

C. Działania przyjęte przez Zarząd Spółki

MIEJSCE PRACY

C.1. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy?

TAK NIE W PLANACH

C.1.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: rekrutacja, struktura zatrudnienia, edukacja i szkolenia, zarządzanie talentami, bezpieczeństwo i higiena pracy, angażowanie pracowników, relacje ze związkami zawodowymi, odejścia i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Miejsce Pracy	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3 ...					

C.1.2 Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

ŚRODOWISKO

C.2. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na środowisko?

TAK NIE W PLANACH

C.2.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: emisje dwutlenku węgla i innych związków szkodliwych dla środowiska, odpady, ścieki, zużycie wody, wykorzystanie surowców, działania związane z poprawą efektywności energetycznej, nowe technologie, monitoring wpływu na środowisko, inicjatywy zmniejszające wpływ na środowisko, edukacja ekologiczna i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Środowisko	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3 ...					

C.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na środowisko, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

C.3. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na społeczność lokalną?

TAK NIE W PLANACH

C.3.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: zaangażowanie społeczne w tym działalność charytatywna, inwestycje społeczne, dialog społeczny, zatrudnienie osób ze społeczności lokalnych, przestrzeganie praw człowieka, wsparcie rozwoju inicjatyw lokalnych i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Społeczność lokalna	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3...					

C.3.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na społeczność lokalną, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

RYNEK

C.4. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na rynek?

TAK NIE W PLANACH

C.4.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: kontakt z klientami, relacje z dostawcami, udział w życiu publicznym, komunikacja zewnętrzna i marketingowa, etyka działań, zapewnienie ciągłości dostaw, inwestycje odpowiedzialne społecznie (SRI) i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Rynek	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3...					

C.4.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na rynek, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

C.5. Jaka rolę, zdaniem Zarządu Spółki, powinien pełnić Prezes URE w upowszechnianiu koncepcji SOB w sektorze?

Proszę zakreślić maksymalnie 3 propozycje, z poniżej wymienionych.

- a) wsparcie edukacyjne/komunikacyjne;
- b) współtworzenie wytycznych i wsparcie w zdefiniowaniu odpowiednich wskaźników adekwatnych dla branży;
- c) pokazanie przykładów/najlepszych praktyk (globalny benchmark);
- d) stworzenie grup roboczych/badawczych przedstawicieli firm energetycznych;
- e) stworzenie branżowego systemu rankingowego do oceny praktyk w zakresie SOB;
- f) nie powinien pełnić żadnej roli;
- g) inną – jaką?

D. Odbiorca wrażliwy społecznie³¹⁾

D.1. Czy Zarząd Spółki przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, o którym mowa w art. 3 ust. 3 dyrektywy 2003/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 26 czerwca 2003 r. dotyczącej wspólnych zasad rynku wewnętrznego gazu ziemnego i uchylającej dyrektywę 98/30/WE³²⁾?

TAK NIE W PLANACH

D.1.1. Jeżeli TAK , to proszę przytoczyć tę definicję?
.....

D.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć taką definicję i kiedy?

Jeżeli Zarząd Spółki nie przyjął definicji odbiorcy wrażliwego społecznie, to proszę wypełnić dalsze pytania Ankiety podając informacje dotyczące odbiorców grupy taryfowej G w gospodarstwie domowym.

³¹⁾ Więcej na ten temat w: „Program pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie na rynku energii elektrycznej i gazu oraz propozycje zmian legislacyjnych, niezbędnych do wdrożenia programu. Raport Końcowy.” Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Odbiorców Wrażliwych Społecznie, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 31 marca 2008 r. – Biuletyn URE Nr 4/2008.

³²⁾ Dz. U. UE – L 176 vol. 26 z 17.07.2003 r.

D.2. Ilu odbiorców w gospodarstwach domowych jest przez Zarząd Spółki zidentyfikowanych jako odbiorcy wrażliwi społecznie?

	Odbiorcy grupy taryfowej G – gospodarstwa domowe	Odbiorcy wrażliwi społecznie
Liczba		
Wolumen sprzedaży paliwa gazowego [w m ³]		

D.3. Czy w Spółce prowadzony jest rejestr odbiorców wrażliwych społecznie?

TAK NIE

D.4. Czy, w rozwiązywaniu problemów odbiorców wrażliwych społecznie, Zarząd Spółki współpracuje z ośrodkami pomocy społecznej?

TAK NIE W PLANACH

D.4.1. Jeżeli TAK – to z iloma ośrodkami pomocy społecznej?

D.4.1.1. Proszę podać na czym polegała ta współpraca:

D.4.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero Zarząd Spółki planuje podjąć współpracę z ośrodkami pomocy społecznej, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć taką współpracę i kiedy?

.....

D.4.1.3. W przypadku, gdy ośrodek pomocy społecznej uregulował rachunek na rzecz odbiorcy, proszę podać:

OPS	Liczbę odbiorców, którym udzielono pomocy	Ile razy udzielono pomoc	Wielkość udzielonej pomocy [w PLN]
1.			
2.			
3.			

D.5. Proszę podać dane dotyczące liczników przedpłatowych, zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne:

D.5.1. – ile zainstalowano liczników –

D.5.2. – jakie Spółka poniosła z tego tytułu koszty?

D.6. Ilu odbiorcom wrażliwym społecznie wstrzymano dostarczanie paliw gazowych z tytułu zwłoki z zapłatą za pobrane paliwa gazowe, na podstawie art. 6 ust. 3a ustawy – Prawo energetyczne?

D.7. Proszę podać wielkość zadłużenia odbiorców wrażliwych społecznie, według całkowitej wysokości zadłużenia.

Wysokość zadłużenia	< 100 PLN	101 – 200 PLN	201 – 500 PLN	> 501 PLN	Razem
Liczba odbiorców					
Suma zadłużenia					

D.7.1. Proszę podać liczbę odbiorców wrażliwych społecznie ponownie podłączonych:

D.7.2. Czas, na jaki Spółka wstrzymała dostarczanie paliw gazowych odbiorcom wrażliwym społecznie

	1 - 2 dni	2 - 5 dni	5 - 14 dni	14 dni - 1 miesiąc	> 1 miesiąca
Liczba odbiorców					

D.7.3. Czy obserwowane są przypadki samoodłączenia się odbiorców wrażliwych społecznie od sieci gazowej?

TAK **NIE**

D.7.3.1. Jeżeli TAK – to ile było takich przypadków?

D.7.3.2. Jakie były przyczyny samoodłączenia się odbiorcy od sieci?

D.8. Jakie Zarząd Spółki zastosował formy pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie, poza instalacją licznika przedpłatowego?

Lp.	Forma pomocy	Liczba odbiorców, którym udzielono pomocy	Ile razy dzielono pomocy	Wysokość udzielonej pomocy [w PLN]
1	Rozłożenie należności głównej na raty			
2	Rozłożenie odsetek na raty			
3	Rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty			
4	Umorzenie należności głównej			
5	Umorzenie odsetek			
6	Umorzenie należności głównej wraz z odsetkami			
7	Zawarto porozumienie o spłacie długu			
8	Zaniechanie wstrzymania dostaw energii, pomimo wymagalności długu			
9	Zaniechanie windykacji należności			
10	Inne formy pomocy – jakie?			

D.9. Jakie koszty związane z obsługą nieterminowych należności odbiorców wrażliwych społecznie poniosła Spółka z tytułu:

D.9.1. ponownego podłączenia –

D.9.2. obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie –

D.9.3. inne koszty – jakie?

.....
*Data, podpis i pieczęć
osoby odpowiedzialnej za wypełnienie ankiety*

DZIĘKUJĘ ZA WYPEŁNIENIE ANKIETY

ANKIETA „CIEPŁO”

Ze względu na rosnące wymagania, jakie stawia obecne otoczenie ekonomiczne przedsiębiorcom, z powodu konieczności działań zgodnych z wymaganiami trwałego rozwoju oraz ekologii – idea społecznej odpowiedzialności biznesu (SOB) zyskuje coraz szersze zrozumienie.

SOB wyznacza standardy w zakresie: rzetelności, przejrzystości działalności gospodarczej, zaangażowania przedsiębiorców w rozwój lokalnych społeczności, a także ich wiarygodności w relacjach z pracownikami. Jest również odpowiedzią na skomplikowane wyzwania globalizacji.

Doceniając znaczenie koncepcji SOB Prezes URE zamierza zainteresować nią przedsiębiorstwa energetyczne.

W tym celu niezbędne jest rozpoczęcie gromadzenia informacji, o tym co już zostało zrobione i jak, jakie podjęte działania przyniosły efekty i jakie pochłonęły koszty.

Dla tych celów, proponuję przyjąć następującą koncepcję społecznie odpowiedzialnego biznesu.

Jest to strategia harmonijnie łącząca etyczne i ekologiczne aspekty w działalności gospodarczej z jej dominującym atrybutem czyli efektywnością, eksponującą jawność, przejrzystość działania, rzetelność wobec klientów (kalkulacja cen, jakość dostaw i obsługi) oraz w kontaktach z pozostałymi interesariuszami (m.in. z pracownikami, akcjonariuszami, dostawcami, społecznością lokalną), samoograniczenie przewagi monopolistycznej.

To wkład biznesu w realizację polityki energetycznej państwa oraz taki sposób prowadzenia firmy, który nie nadużywa jej przewagi wobec odbiorcy energii elektrycznej, gazu czy ciepła.

Korzyści strategii powinny być rozpatrywane w perspektywie długofalowej i są to: zwiększenie lojalności konsumentów i interesariuszy, poprawa relacji ze społecznością i władzami lokalnymi, podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej firmy. A przede wszystkim zapewnienie firmie trwałego rozwoju oraz wzrostu jej wartości³³⁾.

Opracowana ankieta ma charakter uniwersalny a nie indywidualny. Z tego powodu niektóre z postawionych pytań mogą Państwu nie dotyczyć. Proszę zatem o wyraźne wskazanie tych pytań.

Dane, przedstawione przez Zarząd Spółki, obejmują okres do 31 grudnia 2008 r.

Wypełnioną ankietę proszę przesłać w ciągu 14 dni, od daty jej otrzymania, na adres: Iwona Figaszewska, Gabinet Prezesa URE, 00-872 Warszawa, ul. Chłodna 64 oraz e-mail: iwona.figaszewska@ure.gov.pl

W sprawie ankiety można kontaktować się z Iwoną Figaszewską, tel. 022 66 16 220, e-mail: iwona.figaszewska@ure.gov.pl.

W celu ułatwienia Państwu wypełnienia ankiety, została ona zamieszczona na stronie www.ure.gov.pl.

³³⁾ Więcej na ten temat w: „Prezes Urzędu Regulacji Energetyki a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych. Raport Końcowy”, Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 1 września 2008 r. – Biuletyn URE Nr 6/2008.

B. Strategia i zarządzanie SOB

A.1. Czy zasady SOB są ujęte w strategii biznesowej Zarządu Spółki?
Proszę zakreślić właściwą odpowiedź w tym pytaniu i w kolejnych pytaniach.

TAK NIE W PLANACH

A.1.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć główne cele i założenia odnoszące się do SOB:
.....

A.1.2. Jeżeli NIE, to czy:

A.1.2.1. Wyznaczono cele w zakresie SOB?

TAK NIE

A.1.2.1.1. Jeśli TAK, to proszę je przytoczyć:
.....

A.1.3. Czy tematyka SOB jest przedmiotem rozmów na spotkaniach Zarządu Spółki?

TAK NIE

A.1.3.1. Jeżeli TAK, to proszę przytoczyć główne, poruszane wątki:
.....

A.2. Czy Zarząd Spółki przyjął Strategię na rzecz SOB?

TAK NIE W PLANACH

A.2.1. Jeżeli TAK, to:

A.2.1.1. Na jaki okres?

A.2.1.2. Jakie są główne założenia Strategii?

A.2.1.3. Proszę o przekazanie kopii przyjętej Strategii.

A.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć Strategię na rzecz SOB, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć Strategię dla SOB, kiedy i na jaki okres?
.....

A.3. Czy w Zarządzie Spółki jest wskazana osoba/są wskazane osoby odpowiedzialne za realizację koncepcji SOB?

TAK NIE W PLANACH

A.3.1. Jeżeli TAK, to:

A.3.1.1. Jaką pełni funkcję?

A.3.1.2. Jaki jest jej zakres zadań?

A.3.1.3. Czy poza powierzonymi zadaniami z zakresu SOB, realizuje także inne zadania?

TAK **NIE**

A.3.2. Jeżeli NIE, to czy jest wyznaczona poza Zarządem Spółki osoba lub zespół odpowiedzialny za zarządzanie/monitoring SOB?

TAK **NIE** **W PLANACH**

A.3.2.1. Jeżeli TAK, to na jakim szczeblu: a) kierowniczym, lub b) pracowniczym?

A.3.2.2. Jaki jest zakres zadań ?

A.3.2.3. Czy poza powierzonymi zadaniami z zakresu SOB, realizuje także inne zadania?

TAK **NIE**

A.4. Odnosząc się do definicji SOB proponowanej przez URE, we wstępie do ankiety, czy uważacie Państwo że koncepcja ta:

- a) jest pełna;
- b) obejmuje najważniejsze wątki;
- c) jest niepełna;
- d) wymaga zmiany – proszę podać w jakim kierunku:

A.5. Czy są powody, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką?

TAK **NIE**

A.5.1. Jeżeli TAK, to proszę zakreszyć maksymalnie 5 głównych powodów, spośród niżej wymienionych, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką:

- a) korzyści wizerunkowe, reputacyjne;
- b) rosnące oczekiwania społeczne;
- c) lepsze relacje z interesariuszami;
- d) zarządzanie ryzykiem;
- e) wzrost wartości firmy;
- f) wzrost konkurencyjności;
- g) pozyskanie nowych rynków/klientów;
- h) wzrost efektywności kosztowej;
- j) pozyskanie dobrych pracowników;
- j) wzrost motywacji pracowników;
- k) zasady etyczne;
- l) inne – jakie?

A.6. Czy Spółka zidentyfikowała swoich Interesariuszy?

TAK NIE

A.6.1. Jeśli TAK, proszę wymienić maksymalnie 5 głównych Interesariuszy Spółki:

1.
2.
3.
4.
5.

A.7. Czy Spółka otrzymała jakieś nagrody/wyróżnienia (dowody uznania, wysokie notowania w rankingach, nagrody, itd.) w zakresie kwestii społecznych, środowiskowych, personalnych, itp.?

TAK NIE

A.7.1. Jeżeli TAK, to jakie?

B. Przyjęte przez Zarząd Spółki instrumenty SOB

B.1. Czy Zarząd Spółki przyjął dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB (np. Kodeksy Dobrych Praktyk, Kodeks Etyczny, Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Global Compact, itp.)?

TAK NIE W PLANACH

B.1.1. Jeżeli TAK, to proszę wskazać:

Lp.	Nazwa inicjatywy	Zakres tematyczny objęty inicjatywą
1		
2		
3...		

B.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć dobrowolne inicjatywy/deklaracje/samoregulacje odnoszące się do SOB, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć dobrowolne inicjatywy, kiedy i na jaki okres?

B.2. Czy Zarząd Spółki wdrożył systemy zarządcze (np. ISO – zarządzanie jakością, środowiskiem, BHP, itp.) procedury (np. badania satysfakcji pracowników/dostawców, sponsoringu, analizy ryzyka, itp.) lub wytyczne (np. w zakresie reprezentacji, działań społecznych, itp.) w zakresie realizacji SOB?

TAK NIE W PLANACH

B.2.1. Jeżeli TAK, to proszę wskazać:

Lp.	Nazwa systemu/procedury	Zakres regulacji objęty systemem/procedurą
1		
2		
3 ...		

B.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się wdrożyć takie systemy zarządcze, procedury lub wytyczne, to czy Zarząd Spółki zamierza je wdrożyć, kiedy i na jaki okres?

B.3. Czy Zarząd Spółki wdrożył raportowanie zewnętrzne działań w zakresie SOB (np. w formie raportu SOB/CSR/Zrównoważonego rozwoju/środowiskowego)?

TAK NIE W PLANACH

B.3.1. Jeżeli TAK, to proszę o przekazanie 1 egzemplarza Raportu.

B.3.2. Jeżeli NIE lub jest to dopiero w planach, to czy realizowane są inne działania komunikujące działania Zarządu Spółki w zakresie SOB?

TAK NIE

B.3.3. Jeżeli TAK, to proszę w skrócie opisać na czym te działania polegają:

.....

B.4. Czy działania SOB podlegają ocenie audytora?

B.4.1. Wewnętrznego:

TAK NIE

B.4.2. Zewnętrznego:

TAK NIE

B.4.3. Jeżeli działania SOB podlegają ocenie audytora, to proszę zakreślić jakie działania podlegają takiej ocenie:

a) kwestie środowiskowe (np. w ramach certyfikacji ISO);

b) kwestie jakości (np. w ramach certyfikacji ISO);

c) kwestie BHP (np. w ramach certyfikacji ISO);

d) Raport Środowiskowy/Raport CSR;

e) sponsoring/działania charytatywne;

f) inne – jakie?

C. Działania przyjęte przez Zarząd Spółki

MIEJSCE PRACY

C.1. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy?

TAK NIE W PLANACH

C.1.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: rekrutacja, struktura zatrudnienia, edukacja i szkolenia, zarządzanie talentami, bezpieczeństwo i higiena pracy, angażowanie pracowników, relacje ze związkami zawodowymi, odejścia i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Miejsce Pracy	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3 ...					

C.1.2 Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

ŚRODOWISKO

C.2. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na środowisko?

TAK NIE W PLANACH

C.2.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: emisje dwutlenku węgla i innych związków szkodliwych dla środowiska, odpady, ścieki, zużycie wody, wykorzystanie surowców, działania związane z poprawą efektywności energetycznej, nowe technologie, monitoring wpływu na środowisko, inicjatywy zmniejszające wpływ na środowisko, edukacja ekologiczna i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Środowisko	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3 ...					

C.2.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące oddziaływania na środowisko, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

C.3. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na społeczność lokalną?

TAK NIE W PLANACH

C.3.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: zaangażowanie społeczne w tym działalność charytatywna, inwestycje społeczne, dialog społeczny, zatrudnienie osób ze społeczności lokalnych, przestrzeganie praw człowieka, wsparcie rozwoju inicjatyw lokalnych i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Społeczność lokalna	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3...					

C.3.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na społeczność lokalną, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

RYNEK

C.4. Czy Zarząd Spółki realizuje działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na rynek?

TAK NIE W PLANACH

C.4.1. Jeżeli TAK, proszę opisać w tabeli realizowane przez Zarząd Spółki polityki/działania w tym obszarze (jeśli to możliwe proszę odnieść się m.in. do wymienionych aspektów: kontakt z klientami, relacje z dostawcami, udział w życiu publicznym, komunikacja zewnętrzna i marketingowa, etyka działań, zapewnienie ciągłości dostaw, inwestycje odpowiedzialne społecznie (SRI) i inne).

Lp.	Opis kluczowych programów	Cele stawiane przez Zarząd Spółki w obszarze Rynek	Przeznaczone środki [w PLN]	Oczekiwane korzyści z realizacji programów	Adresaci programów
1					
2					
3...					

C.4.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się podjąć działania w zakresie SOB dotyczące wpływu na rynek, to czy Zarząd Spółki zamierza podjąć takie działania, kiedy i na jaki okres?

C.5. Jaka rolę, zdaniem Zarządu Spółki, powinien pełnić Prezes URE w upowszechnianiu koncepcji SOB w sektorze?

Proszę zakreślić maksymalnie 3 propozycje, z poniżej wymienionych.

- a) wsparcie edukacyjne/komunikacyjne;
- b) współtworzenie wytycznych i wsparcie w zdefiniowaniu odpowiednich wskaźników adekwatnych dla branży;
- c) pokazanie przykładów/najlepszych praktyk (globalny benchmark);
- d) stworzenie grup roboczych/badawczych przedstawicieli firm energetycznych;
- e) stworzenie branżowego systemu rankingowego do oceny praktyk w zakresie SOB;
- f) nie powinien pełnić żadnej roli;
- g) inną – jaką?

D. Odbiorca wrażliwy społecznie, czyli odbiorca mający problemy z bieżącym regulowaniem opłat za dostarczone ciepło – odbiorca indywidualny w gospodarstwie domowym, mający zawartą umowę na dostawę ciepła (np. zamieszkujący w domku jednorodzinny, w budynku wielolokalowym w którym zainstalowano indywidualne urządzenia pomiarowe)³⁴⁾

D.1. Czy Zarząd Spółki przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie?

TAK NIE W PLANACH

D.1.1. Jeżeli TAK , to proszę przytoczyć tę definicję?
.....

D.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero planuje się przyjąć definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, to czy Zarząd Spółki zamierza przyjąć taką definicję i kiedy?

Jeżeli Zarząd Spółki nie przyjął definicji odbiorcy wrażliwego społecznie, to proszę wypełnić dalsze pytania Ankiety podając informacje dotyczące odbiorców mających problemy z bieżącym regulowaniem opłat za dostarczone ciepło – odbiorców indywidualnych w gospodarstwach domowych (np. zamieszkujących w domkach jednorodzinnych, w budynku wielolokalowym w którym zainstalowano indywidualne urządzenia pomiarowe).

³⁴⁾ Więcej na ten temat w: „Program pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie na rynku energii elektrycznej i gazu oraz propozycje zmian legislacyjnych, niezbędnych do wdrożenia programu. Raport Końcowy.” Zespół ds. Prac Badawczych nad Problematyką Odbiorców Wrażliwych Społecznie, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 31 marca 2008 r. – Biuletyn URE Nr 4/2008.

D.2. Ilu odbiorców w gospodarstwach domowych jest przez Zarząd Spółki zidentyfikowanych jako odbiorcy wrażliwi społecznie?

	Odbiorcy ogółem	Odbiorcy wrażliwi społecznie
Liczba		
Wolumen sprzedaży energii cieplnej [w GJ]		

D.3. Czy w Spółce prowadzony jest rejestr odbiorców wrażliwych społecznie?

TAK **NIE**

D.4. Czy, w rozwiązywaniu problemów odbiorców wrażliwych społecznie, Zarząd Spółki współpracuje z ośrodkami pomocy społecznej?

TAK **NIE** **W PLANACH**

D.4.1. Jeżeli TAK – to z iloma ośrodkami pomocy społecznej?

D.4.1.1. Proszę podać, na czym polegała ta współpraca:

D.4.1.2. Jeżeli NIE lub dopiero Zarząd Spółki planuje podjąć współpracę z ośrodkami pomocy społecznej, to, czy Zarząd Spółki zamierza podjąć taką współpracę i kiedy?

D.4.1.3. W przypadku, gdy ośrodek pomocy społecznej uregulował rachunek na rzecz odbiorcy, proszę podać:

OPS	Liczbę odbiorców, którym udzielono pomocy	Ile razy udzielono pomoc	Wielkość udzielonej pomocy [w PLN]
1.			
2.			
3.			

D.5. Proszę podać dane dotyczące liczników przedpłatowych, zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne:

D.5. 1 – ile zainstalowano liczników –

D.5. 2 – jakie Spółka poniosła z tego tytułu koszty?

D.5.3. W przypadku braku możliwości zainstalowania liczników przedpłatowych (np. z przyczyn technicznych) czy były zawierane z odbiorcami umowy sprzedaży ciepła z zastosowaniem przedpłatowego systemu rozliczeń?

TAK **NIE**

D.5.3.1. Jeżeli TAK, to proszę podać liczbę tego rodzaju zawartych umów:

D.5.3.2. Jeżeli NIE – to jakie zostały podjęte działania w celu uniknięcia wstrzymania dostaw ciepła?

D.6. Ilu odbiorcom wrażliwym społecznie wstrzymano dostarczanie ciepła z tytułu zwłoki z zapłatą za pobrane ciepło, na podstawie art. 6 ust. 3a ustawy – Prawo energetyczne?

D.7. Proszę podać wielkość zadłużenia odbiorców wrażliwych społecznie, według całkowitej wysokości zadłużenia

Wysokość zadłużenia	< 100 PLN	101 – 200 PLN	201 – 500 PLN	> 501 PLN	Razem
Liczba odbiorców					
Suma zadłużenia					

D.7.1. Proszę podać liczbę odbiorców wrażliwych społecznie ponownie podłączonych:

D.7.2. Czas, na jaki Spółka wstrzymała dostarczanie ciepła odbiorcom wrażliwym społecznie

	1 – 2 dni	2 – 5 dni	5 – 14 dni	14 dni – 1 miesiąc	> 1 miesiąca
Liczba odbiorców					

D.7.3. Czy obserwowane są przypadki samoodłączenia się odbiorców wrażliwych społecznie od sieci ciepłowniczej?

TAK NIE

D.7.3.1. Jeżeli TAK – to ile było takich przypadków?

D.7.3.2. Jakie były przyczyny samoodłączenia się odbiorcy od sieci?
.....

D.8. Jakie Zarząd Spółki zastosował formy pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie, poza instalacją licznika przedpłatowego?

Lp.	Forma pomocy	Liczba odbiorców, którym udzielono pomocy	Ile razy udzielono pomocy	Wysokość udzielonej pomocy [w PLN]
1	Rozłożenie należności głównej na raty			
2	Rozłożenie odsetek na raty			
3	Rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty			
4	Umorzenie należności głównej			
5	Umorzenie odsetek			
6	Umorzenie należności głównej wraz z odsetkami			
7	Zawarto porozumienie o spłacie długu			
8	Zaniechanie wstrzymania dostaw energii, pomimo wymagalności długu			
9	Zaniechanie windykacji należności			
10	Inne formy pomocy – jakie?			

D.9. Jakie koszty związane z obsługą nieterminowych należności odbiorców wrażliwych społecznie poniosła Spółka z tytułu:

D.9.1. ponownego podłączenia –

D.9.2. obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie –

D.9.3. inne koszty – jakie?

.....
Data, podpis i pieczęć
osoby odpowiedzialnej za wypełnienie ankiety

DZIĘKUJĘ ZA WYPEŁNIENIE ANKIETY