Urząd Regulacji Energetyki

Strefa odbiorcy

Zespół ds. Koordynacji Prac
nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności
Przedsiębiorstw Energetycznych w URE
– „STREFA ODBIORCY”

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW ENERGETYCZNYCH W ŚWIETLE DRUGICH BADAŃ ANKIETOWYCH

RAPORT

Warszawa, 4 sierpnia 2010 r.

Autorzy:

Dobroczyńska Agnieszka

Dębek Agnieszka

Figaszewska Iwona

Dec Tomasz

Goździk Jadwiga

Górski Jacek

Kossak Henryk

Mrowczyk Magdalena

Ostapowicz Iwona

Ruszczyński Rafał

Ryfka Agnieszka

Rylak-Świderska Izabela

Skrago Jolanta

Styperek Lidia

Trzeciak Damian

Spis treści

WSTĘP

I. WPROWADZENIE DO BADAŃ ANKIETOWYCH

1. CHARAKTERYSTYKA METODOLOGII BADANIA
2. WYNIKI FORMALNE
3. SYNTEZA

II. SZCZEGÓŁOWE WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

1. SOB – UJĘCIE DEKLARATYWNE I PROGRAMOWE
1.1. Zrozumienie kategorii SOB
1.2. Obecność SOB w koncepcjach rozwoju firmy, autonomiczne strategie
2. ZARZĄDZANIE SOB
2.1. Odpowiedzialność za SOB
2.2. Procedury zarządcze
3. SOB W REALIZACJI
3.1. Autoregulacja
3.2. SOB wobec środowiska pracowniczego
3.3. SOB wobec środowiska naturalnego
3.4. SOB wobec środowiska lokalnego
3.5. SOB – biznesowe elementy definicji SOB
3.6. Korzystanie z dorobku ERGEG
4. OCENA DZIAŁANIA SOB
4.1. Raportowanie zewnętrzne
4.2. Audyt w firmie
4.3. Nagrody
5. SOB WOBEC ODBIORCY WRAŻLIWEGO SPOŁECZNIE
5.1. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie
5.2. Rejestry odbiorców wrażliwych społecznie
5.3. Współpraca przedsiębiorstw energetycznych z Ośrodkami Pomocy Społecznej
5.4. Przedpłatowe układy pomiarowo-rozliczeniowe, tzw. liczniki przedpłatowe
5.5. Wstrzymanie dostaw energii elektrycznej/gazu/ciepła
5.6. Samoodłączenie się odbiorców od sieci
5.7. Zadłużenie odbiorców
5.8.Podejmowane działania mające na celu pomoc odbiorcom w uniknięciu wstrzymania dostaw energii, gazu czy ciepła
5.9. Koszty poniesione przez przedsiębiorstwa związane z obsługą nieterminowych należności
6. PODSUMOWANIE I WNIOSKI
6.1.Wnioski
6.2. Wnioski wobec przyszłych badań

III. REKOMENDACJE DLA PREZESA URE

IV. ZAŁĄCZNIKI

1. WYKAZ PRZEDSIĘBIORSTW ENERGETYCZNYCH, KTÓRE WYPEŁNIŁY ANKIETY
2. RAPORTOWANIE PRZEDSIĘBIORSTW ENERGETYCZNYCH

Wstęp

Idea społecznej odpowiedzialności biznesu (SOB) zyskująca wśród przedsiębiorców coraz szersze zrozumienie, jest w opinii Prezesa URE szczególnie potrzebna zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorstwom energetycznym.

W Urzędzie Regulacji Energetyki, po raz drugi, zostały przygotowane ankiety, obejmujące swoim zakresem zarówno zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw energetycznych (energia elektryczna, gaz, ciepło), jak i problemy związane z odbiorcami wrażliwymi społecznie.

Przedmiot ankiety wynika z przyjętej przez Prezesa URE następującej koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu energetycznego:

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[1].

[1] 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.

Obecne badanie stanowi kontynuację przeprowadzonego w 2009 r. [2] Wyniki badania ankietowego mają istotne znaczenie dla działań Prezesa URE na rzecz wdrożenia koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw do sektora elektroenergetycznego, w tym dalszych prac prowadzonych w ramach specjalnie do tego powołanego Zespołu[3].

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

[2] Więcej na ten temat w: *„Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych w świetle badań ankietowych. Raport."*, Zespół do Przeprowadzenia i Opracowania Badań Ankietowych Dotyczących Problematyki Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych, Urząd Regulacji Energetyki, Warszawa, 30 czerwca 2009 r. – Biuletyn URE Nr 5/2009.

[3] Decyzja Nr 15/2009 Prezesa URE z dnia 15 września 2009 r. w sprawie powołania oraz szczegółowego zakresu zadań, trybu działania i składu osobowego Zespołu do Spraw Koordynacji Prac nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych w Urzędzie Regulacji Energetyki oraz Decyzja Nr 10/2010 Prezesa URE z dnia 24 maja 2010 r. w sprawie powołania oraz szczegółowego zakresu zadań, trybu działania i składu osobowego Zespołu do Spraw Koordynacji Prac nad Problematyką Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw Energetycznych w Urzędzie Regulacji Energetyki – „STREFA ODBIORCY".

I. Wprowadzenie do badań ankietowych

1. Charakterystyka metodologii badania

Cel badania. Drugi sprawdzian stosowania społecznej odpowiedzialności biznesu w energetyce potrzebny był Regulatorowi przede wszystkim do zebrania informacji służących ocenie zmian sytuacji w sferze SOB, co z kolei wpływa na podejmowanie przez Prezesa URE działań aplikacyjnych (programy, kodeksy, propagowanie SOB itd.); nie bez znaczenia jest też ich aspekt perswazyjny wobec przedsiębiorców, że zainteresowanie się Regulatora problematyką SOB nie ma charakteru okazjonalnego, wręcz przeciwnie są to sprawy, do których Prezes URE przywiązuje dużą uwagę. Jest to o tyle istotne, że środki protekcji odbiorcy, którymi dysponuje w obecnym stanie prawnym są przecież bardzo ograniczone.

Zakres i przedmiot badania nie uległy praktycznie zmianie w stosunku do ubiegłorocznego. I tak, gwoli przypomnienia 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 kosztów.

Przedmiotem badania jest poziom percepcji i stan praktycznych wdrożeń idei SOB, całość podzielono – tak jak w poprzednim roku – na cztery części:

- **„A”** – 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;
- **„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, w szczególności był to sprawdzian dla firm elektroenergetycznych i gazowych realizacji art. 3 ust. 7 i

8 dyrektywy elektroenergetycznej[4] oraz art. 3 ust. 3 i 4 dyrektywy gazowej[5]. Pytania o taką grupę odbiorców skierowano także do przedsiębiorstw ciepłowniczych.

Zestaw pytań we wszystkich częściach ankiety został w zasadzie zachowany. Jednym z nielicznych wyjątków, polegających na odstępstwie od zeszłorocznego „kanonu", była rezygnacja z pytania o definicję SOB, jaką przyjął Prezes URE dla sektora energetyki. Uznaliśmy zeszłoroczne odpowiedzi za w pełni miarodajne i w dłuższym okresie czasu. Pojawiły się też nowe, które dotyczyły: przystąpienia przedsiębiorstw energetycznych do *Deklaracji w sprawie zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej w Polsce*, przedstawionej przez PGNiG SA podczas I Ogólnopolskiej Konferencji Zrównoważonego Rozwoju w Branży Energetycznej, która odbyła się w Warszawie, 17 czerwca 2009 r. oraz barier wdrożenia zasad SOB w przedsiębiorstwie.

Ankietami objęto okres 1 stycznia 2009 r. – 31 grudnia 2009 r., tak więc uzyskane dane są zarówno informacjami zamykającymi pewien okres, jak i stanowią punkt wyjściowy do kontynuowania w kolejnych latach badań postępu we wdrażaniu koncepcji SOB w sektorze energetycznym, co pozwala na porównanie z danymi uzyskanymi z analizy ankiet za okres wcześniejszy.

Charakterystyka próby badawczej. Badaniem, tak jak w roku ubiegłym, objęto przedsiębiorstwa energetyczne, znajdujące się w bazie udzielonych koncesji URE, tj. uwzględniające kryteria art. 32 ustawy – Prawo energetyczne[6], reprezentujące trzy podstawowe rodzaje mediów energetycznych oraz wszystkie zakresy działalności energetycznej. Tegoroczna próba liczyła 50 obiektów (o sześć mniej niż w roku ubiegłym przede wszystkim ze względu na sytuację w gazownictwie). Mimo pozornie skromnej liczby, tych prawie pięćdziesięciu respondentów ma wysoce dominujący udział w rynku

[4] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/72/WE z dnia 13 lipca 2009 r. dotycząca wspólnych zasad rynku wewnętrznego energii elektrycznej i uchylającej dyrektywę 2003/54/WE, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, L 211/55 z dnia 14.08.2009 r.

[5] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/73/WE z dnia 13 lipca 2009 r. dotycząca wspólnych zasad rynku wewnętrznego gazu ziemnego i uchylającej dyrektywę 2003/55/WE, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, L 211/94 z dnia 14.08.2009 r.

[6] 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.

energii. 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 w dalszym ciągu 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, obejmując zarówno obrót, jak i dystrybucję (łącznie 33 podmioty),
- w gazownictwie – zarządu grupy kapitałowej oraz zarządów członków tej grupy w gazie, oraz operatora gazociągów przesyłowych (łącznie 8 podmiotów),
- w ciepłownictwie – zarządów zarówno zintegrowanych pionowo przedsiębiorstw produkcyjno-dystrybucyjnych, jak i zarządów przedsiębiorstw zajmujących się wyłącznie dystrybucją ciepła (łącznie 9 podmiotów).

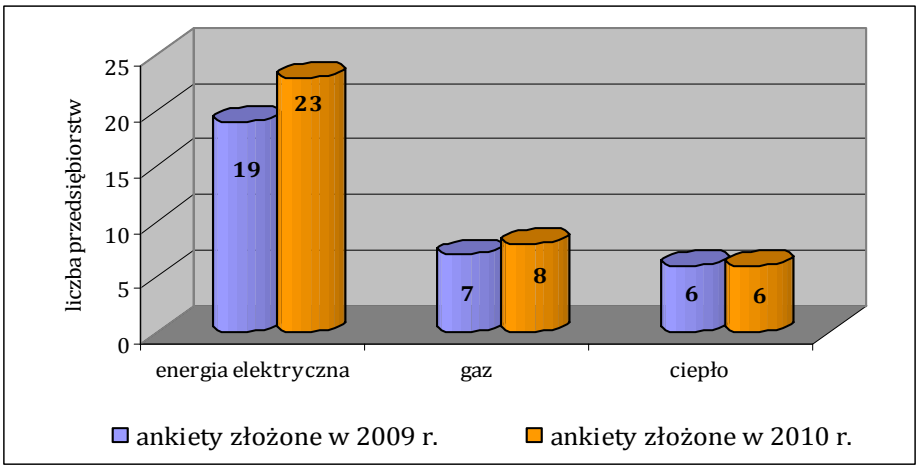
Organizacja badania. Struktura i treść pytań ankiet zostały przygotowane w Urzędzie Regulacji Energetyki, na podstawie ubiegłorocznych.

Ankiety zostały skierowane przez Prezesa URE na ręce prezesów 50 zarządów przedsiębiorstw energetycznych i zostały rozesłane w połowie lutego 2010 r., a ich zwrot nastąpił do końca maja br.

2. Wyniki formalne

Porównując okres napływania odpowiedzi, na pytania zawarte w ankiecie, z ubiegłorocznym, nadal można zauważyć, że jej treść okazała się dla przedsiębiorstw dosyć trudna, choćby ze względu na liczbę postawionych pytań, ale też jej zakres tematyczny. Termin przewidziany do wypełnienia ankiety, tym razem dwumiesięczny, okazał się także niewystarczający. W porównaniu z rokiem ubiegłym cieszy jednak fakt, że tym razem zwrot ankiet nastąpił od większej liczby przedsiębiorstw – 37, podczas gdy w 2009 r. – od 32 podmiotów.

Wykres 1. Stan odpowiedzi na ankiety w 2009 r. i 2010 r.

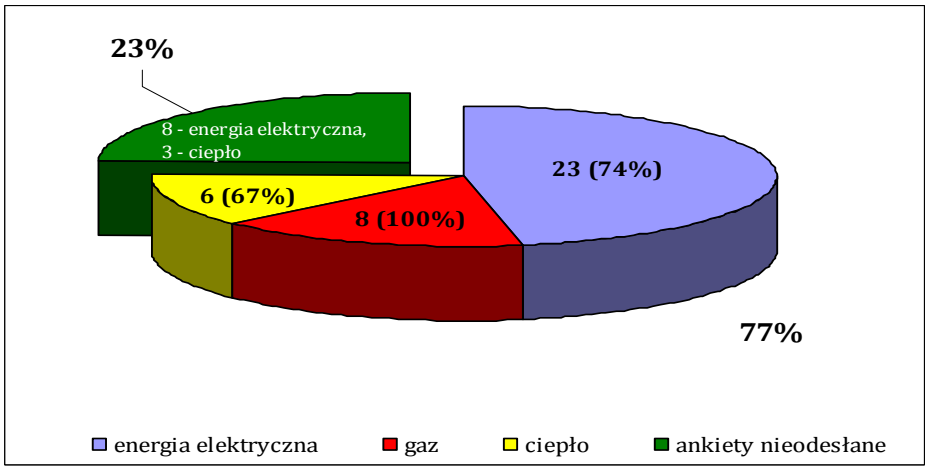


Źródło: URE.

W trakcie badania w dwóch przypadkach możliwe i celowe było wypełnienie ankiety dla całej grupy kapitałowej. W związku z tym ostateczna próba badawcza objęła 48 podmioty, w tym 31 przedsiębiorstw elektroenergetycznych.

Zwrot ankiet otrzymano więc od 77% całej próby badawczej, co stanowi wzrost o 17 pkt procentowych w porównaniu z rokiem ubiegłym (wykres 2).

Wykres 2. Zwrot ankiet – struktura odpowiedzi



Źródło: URE.

Warto w tym miejscu nadmienić, że w zdecydowanej większości odpowiedzi na ankiety przesłały podmioty, które uczestniczyły w pierwszym badaniu, stanowi to zatem dobry materiał porównawczy z danymi uzyskanymi z ubiegłorocznej analizy *ankiet*

Wykaz podmiotów, które odesłały wypełnione ankiety zawiera załącznik nr 1.

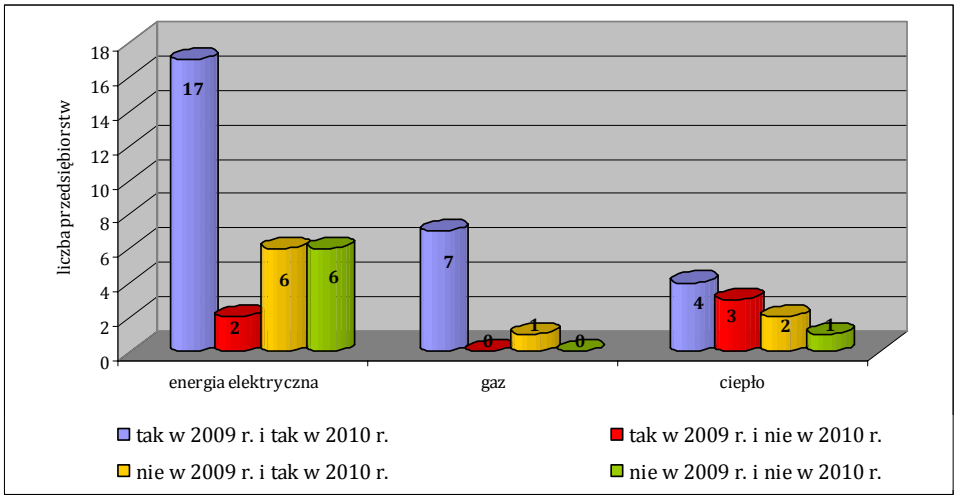
3. Synteza

Z uzyskanego materiału badawczego wyłania się następujący obraz zaangażowania przedsiębiorców energetycznych w dzieło społecznej odpowiedzialności biznesu. I tak okazuje się, że w tym środowisku przedsiębiorców koncepcja SOB nadal nie jest zinternalizowana, potwierdza to brak chociażby wyodrębnionych strategii SOB, ale nie tylko, również powierzchowność działań i zwracanie uwagi na względy wizerunkowe, co nie dziwi w zachowaniach firm na rynkach konkurencyjnych, a co w sytuacji polskiego rynku energii – w szczególności gazu – jest wysoce niepokojące. Ogólnie rzecz biorąc koncepcja SOB, jej pewne zasady oraz idee związane z, szeroko mówiąc: filantropią, zachowaniami ekologicznie poprawnymi, są coraz lepiej znane. Gorzej jest z praktyką. Dokonuje się pewnych serwitutów na rzecz środowiska, lokalnej społeczności; szczególnie dużo uwagi poświęca się staraniom o pracowników, ich kwalifikacje i zadowolenie – motywy tego wszystkiego mogą być, a najprawdopodobniej są inne, niż wynikające z misji SOB. Upowszechnienie się wykładni korzyści ekonomicznych z tytułu „społecznie odpowiedzialnej, przyjaznej firmy", jest tym istotnym motywem działań w tej sferze. Ciągle jednak ich nikła liczebność świadczy jednocześnie o dość formalnym podchodzeniu do problematyki SOB. W materiale badawczym trudno byłoby znaleźć ślady innego traktowania SOB w dziedzinach monopolu naturalnego, czyli właśnie w energetyce. Nadal dominuje logika: filantropia (w szerokim znaczeniu) → wizerunek → korzyść firmy, śladowe dowody rozumienia SOB jako SOBE, czyli społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw energetycznych.

Interesującym, zgrubnym porównaniem badanej sytuacji w dwóch ostatnich latach jest graficzne ujęcie odpowiedzi rozpatrywanych na poziomie zerojedynkowym: „tak" lub „nie" (Wykres 3). W elektroenergetyce wyraźna dominacja „tak" (kolor niebieski) z pewnym wzmocnieniem w drugim roku (żółty), regres niewielki (czerwony); w gazow-

nictwie: „tak" - sytuacja praktycznie bez zmian; w ciepłownictwie trudniej o wyraźny obraz: są firmy z pozytywnymi odpowiedziami w dwóch badaniach, ale też obserwowany postęp i regres zarazem, brak podstaw do jednoznacznej interpretacji. **Generalnie wynika z tego jednak, że zaangażowanie się firm w sferę SOB rośnie.**

Wykres 3. Ogólna analiza złożonych ankiet w latach 2009-2010



Źródło: URE

Jednocześnie należy zauważyć, że występuje grupa przedsiębiorstw, zarówno w elektroenergetyce, jak i w ciepłownictwie, która udzieliła odpowiedzi w pierwszym badaniu, natomiast w 2010 r. nie wypełniła ankiet. Może to świadczyć o tym, że koncepcja SOB nadal nie zajmuje w tych przedsiębiorstwach ugruntowanej pozycji.

Zarysowany ogólnie stan badanej sytuacji *sobowskiej* w energetyce będzie w dalszej części uszczegółowiony.

II. Szczegółowe wyniki badań ankietowych

Wyniki ankiety przedstawiamy - tak jak w ubiegłorocznym *Raporcie* - w nieco innym porządku niż kolejność zadanych pytań w poszczególnych częściach ankiety. Jest to spowodowane tym, że otrzymane odpowiedzi, aby lepiej były wykorzystane – dobitniej charakteryzowały poszczególne zagadnienia – wymagały odmiennego łączenia.

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 zeszłorocznego badania obecności SOB w działaniu firm energetycznych było ustalenie z ankietowanymi wspólnego języka. Stąd wzięły się zapytania o sprawy, których istotą jest definicja badanego przedmiotu. Uzyskane odpowiedzi posłużyły sprawdzeniu przyswojenia ogólnej idei SOB, ale przede wszystkim zbadaniu stosunku przedsiębiorców do właściwości definicji przyjętej przez Prezesa URE dla energetyki. Prawie 80% badanych respondentów podzieliło pogląd Regulatora. W obecnym badaniu nie było więc potrzeby powtórzenia tego pytania; założyliśmy bowiem, że środowisko przedsiębiorców energetycznych nie zmieniło w tym względzie poglądów.

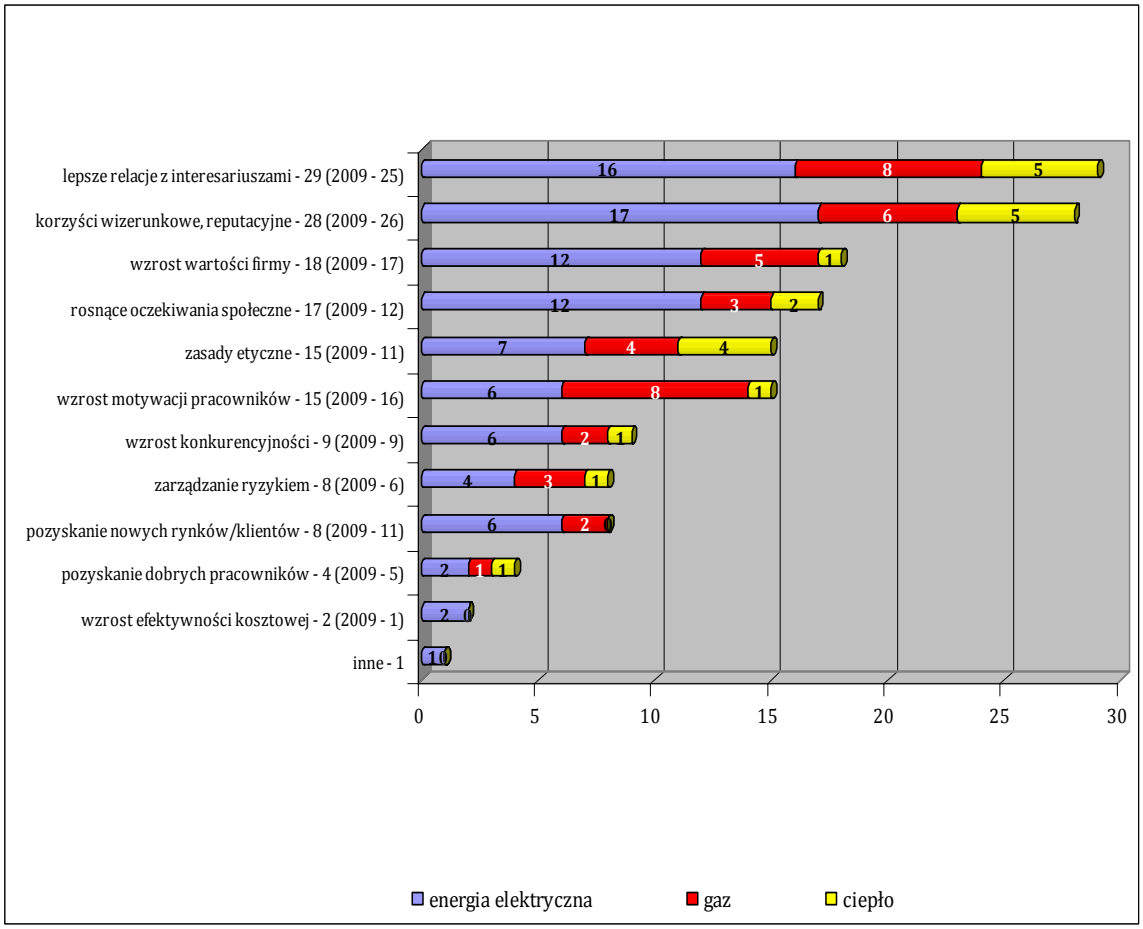
Przypominamy, badanie motywacji przedsiębiorców we włączaniu SOB w zarządzanie firmą przydaje się do oceny rozumienia kategorii SOB a kwestia interesariuszy do sprawdzianu świadomości szerokiego kontekstu funkcjonowania firmy wykraczającego poza operacyjno-ekonomiczne uwarunkowania. Podobną wiedzę można uzyskać z odpo-

wiedzi na dyspozycję o przytoczenie celów konkretnej firmy w odniesieniu do SOB i o stosowane autoregulacje.

Powody uwzględniania SOB

Na pytanie: ***Czy są powody, dla których zdaniem Zarządu Spółki, SOB powinien zostać włączony jako element zarządzania Spółką?*** – uzyskano 86% pozytywnych odpowiedzi (spadek o 5 pkt procentowych w porównaniu do 2009 r.). Natomiast wybór z potencjalnego zestawu głównych powodów włączenia SOB, jako elementu zarządzania spółką, przedstawia się następująco:

Wykres 4. Główne powody włączenia SOB jako elementu zarządzania spółką



Źródło: URE.

W dalszym ciągu wyraźnie więcej wskazań dotyczy bezpośrednich korzyści firmy (trzy pierwsze elementy), znacznie mniej firm widzi powody w zewnętrznych wyzwaniach społecznych. Może to oznaczać, że przedsiębiorstwa energetyczne nie w pełni identyfikują się z pierwiastkiem etycznym SOB, wybierają do realizacji z tej koncepcji to, co może przynieść wymierne korzyści ekonomiczne, ale jednocześnie brak zrozumienia, że wyrazem najwyższej odpowiedzialności wobec odbiorcy jest wybór „wzrostu efektywności kosztowej" jako motywu SOB (dwie spółki elektroenergetyczne). Zważywszy przedmiot działania badanych firm stan ten jest wysoce niepokojący.

Biorąc pod uwagę poszczególne media rozkład odpowiedzi jest podobny do ubiegłorocznego.

Interesariusze

Na pytanie: ***Czy Spółka zidentyfikowała swoich Interesariuszy?* –** 100% ankietowanych w gazownictwie i ciepłownictwie oraz 91% ankietowanych w przypadku elektroenergetyki udzieliło odpowiedzi „tak", co oznacza, że w stosunku do ubiegłego badania nastąpił wyraźny postęp.

Na dyspozycję: ***Proszę wymienić maksymalnie 5 głównych Interesariuszy Spółki***, otrzymano typowy ich komplet, tzn.: klienci, pracownicy Spółki (w tym organizacje związkowe), społeczność lokalna (władze, środowiska naukowe, biznesowe, kulturowe), udziałowcy (akcjonariusze), dostawcy. W kilku przypadkach wśród wymienionych Interesariuszy pojawiła się także administracja publiczna (Regulator, UOKiK) oraz organy Unii Europejskiej: Komisja Europejska i Parlament. Te ostatnie przykłady odpowiedzi to nowe ujęcie sprawy w stosunku do poprzedniego badania.

Przedstawione powyżej wyniki skłaniają do pewnych uogólnień. Nadal docenia się potrzebę zaangażowania w SOB, głównie z powodów, szeroko sprawę ujmując wizerunkowych i tego co szczególnie ten wizerunek w oczach klientów powinien kształtować, czyli zachowania proekologicznie i filantropia. W dalszym ciągu alarmuje brak wskazań na „wzrost efektywności kosztowej" oraz 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

Kolejnym krokiem do rozszyfrowania stosunku do SOB w energetyce jest to jak uświadomienie sobie potrzeby zaangażowania się w SOB przekłada się na konkrety mające swoje odzwierciedlenie w postępowaniu zarządów firm, na ich strategiczne dokumenty, na próby formułowania wyspecjalizowanych strategii *sobowskich,* w umiejętności formułowania 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?*** – 32 firmy wskazały odpowiedź twierdzącą: tj. 89% ogółem, w tym 100% firm gazowniczych, prawie 83% firm elektroenergetycznych i 83% firm ciepłowniczych; 4 firmy – negatywną i jedno przedsiębiorstwo nie ustosunkowało się do pytania. Główne wątki, poruszane na spotkaniach zarządów spółek, odnoszące się do SOB, zostały przytoczone w tabeli poniżej.

Tabela 1. Zarządy spółek wobec SOB - przykłady

Lp.	Firma	Wątki poruszane na spotkaniach zarządu spółki
1.	elektroenergetyczna	m.in. kształtowanie pozytywnego wizerunku spółki, reputacja spółki, ochrona środowiska, doskonalenie umiejętności pracowników, motywacja pracowników, sponsoring, wpływ na lokalne społeczności
2.	elektroenergetyczna	mecenat i sponsoring kultury, wsparcie dla edukacji i służby zdrowia, wsparcie inicjatyw w zakresie ochrony środowiska, sponsoring sportu dzieci i młodzieży, polityka prokliencka, polityka taryfowa i cenowa, rozwój oferty produktowej opartej o OZE, tworzenie i wdrażanie produktów wspomagających efektywność energetyczną, kierunki rozwoju biznesu
3.	elektroenergetyczna	sprostanie oczekiwaniom klientów, polityka windykacyjna dla klientów wrażliwych społecznie, podnoszenie poziomu organizacji firmy
4.	elektroenergetyczna	terminowa realizacja potrzeb klientów w zakresie przyłączenia do sieci, realizacja planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie rozbudo-

		wy sieci, standardy jakościowe obsługi klientów i świadczonych usług dystrybucji, warunki usuwania kolizji urządzeń energetycznych z planami budowlanymi klientów
5.	elektroenergetyczna	rozpatrywanie próśb oraz wniosków podmiotów ubiegających się o wsparcie ich działalności statutowej (organizacje prowadzące działalność w zakresie pomocy społecznej, działalności charytatywnej, ochrony i promocji zdrowia, wspierania edukacji i kultury, ochrony środowiska)
6.	elektroenergetyczna	optymalizacja pracy sieci poprzez inwestycje i modernizacje, sprawy pracownicze, BHP, ochrona środowiska, wprowadzanie standardów i ujednoliceń mających na celu zapewnienie transparentnych zasad traktowania wszystkich odbiorców
7.	gazownicza	realizacja działań zmierzających do poprawy bezpieczeństwa korzystania z gazu, prowadzenie działań sponsoringowych, wsparcie projektów ekologicznych
8.	gazownicza	podejmowanie kluczowych decyzji dotyczących kierunków działań mających związek ze społeczną odpowiedzialnością firmy - w związku z przyjętą SZRiOB dla całej GK oraz autonomiczną SZRiOB spółki
9.	gazownicza	realizacja celów przyjętych w strategii SOB dla spółki
10.	gazownicza	realizacja inwestycji zgodnie z zasadami SOB
11.	ciepłownicza	stałe ulepszanie jakości usług, komunikowanie i wdrażanie SOB, zaangażowanie pracowników w działania SOB, strategia oraz misja firmy względem zmieniających się warunków biznesowych w tym m.in. kwestie środowiska i społecznego oddziaływania
12.	ciepłownicza	kwestie dot. oddziaływania środowiskowego, poprawy komfortu życia mieszkańców, wspierania inicjatyw społeczno-kulturalnych, angażowania się w niesienie pomocy najbardziej potrzebującym
13.	ciepłownicza	wzrost cen w grupach, poziom wynagradzanego majątku, wpływ nowych cen na klientów i rynek

Źródło: URE.

Porównując wyniki tegorocznej ankiety z uzyskanymi z roku poprzedniego można zauważyć duże podobieństwo w przytaczanych odpowiedziach. Nadal zauważalna jest koncentracja wokół takich spraw jak: szeroko pojęty sponsoring, sprawy związane z podstawową działalnością firmy i jej pracownikami, ochroną środowiska, ale pojawia się

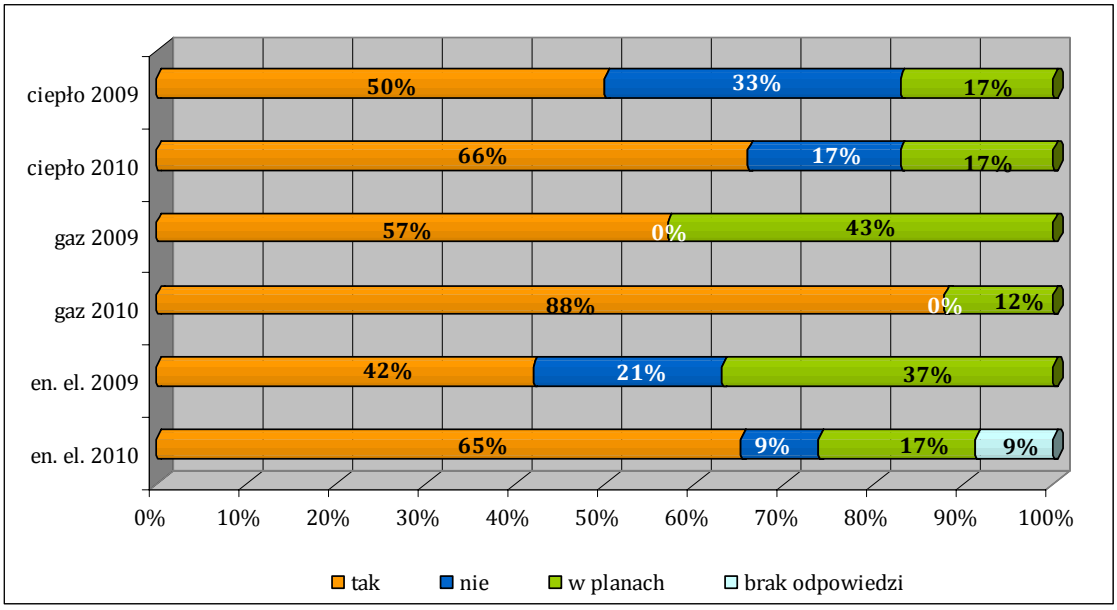
także kwestia efektywności energetycznej, czy realizacja celów przyjętych w strategii SOB dla spółek. Zatem idee SOB są obecne w myśleniu kierownictwa firm.

SOB a ogólna strategia firmy

W zakresie strategii i zarządzania SOB sprawdzano werbalne deklaracje przez wejrzenie w koncepcje rozwoju firm.

Na pytanie: ***Czy zasady i cele SOB są ujęte w strategii biznesowej Zarządu Spółki?*** – uzyskano wyniki prezentowane na wykresie 5.

Wykres 5. Obecność zasad i celów SOB w strategii biznesowej



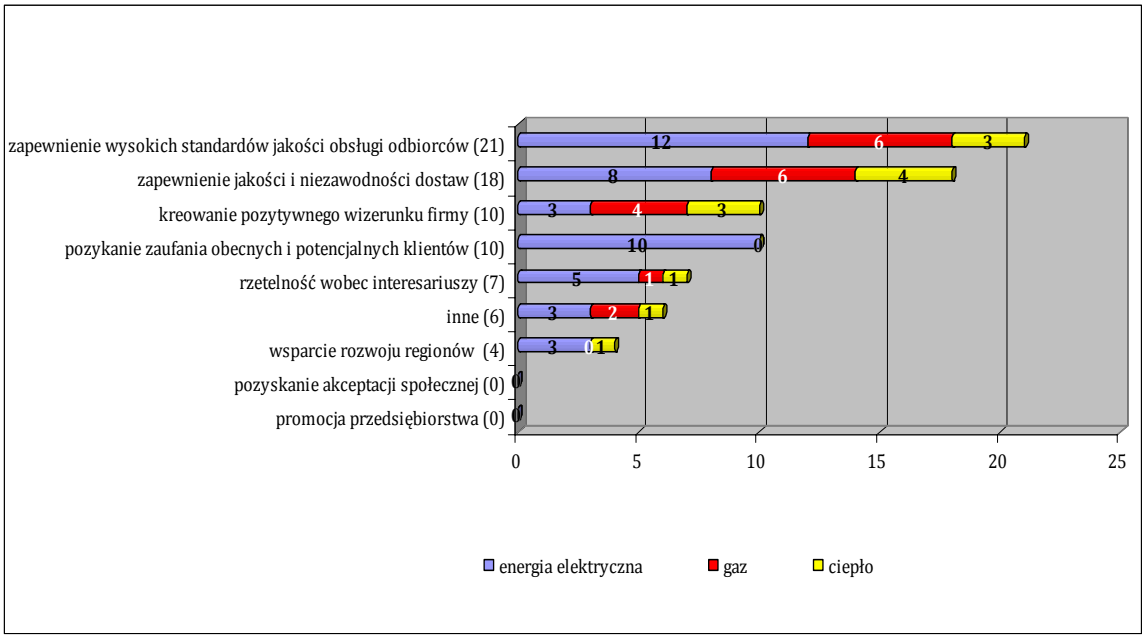
Źródło: URE.

Ogólnie 70% odpowiedzi potwierdziło obecność zasad SOB w strategii biznesowej (prawie półtora raza więcej niż rok wcześniej), 8% wskazało na jej brak (blisko o połowę mniej niż rok wcześniej), 16% respondentów planuje dopiero przyjęcie tych zasad (także ok. połowa mniej niż poprzednio), 6% tym razem nie ustosunkowało się do pytania.

Największy postęp w ujmowaniu zasad i celów SOB w strategii biznesowej widać w gazownictwie – 31% przedsiębiorstw, które w zeszłym roku planowały przyjęcie tych zasad, skutecznie wywiązało się ze zobowiązania. W elektroenergetyce i ciepłownictwie również zaobserwować można postęp w tym zakresie, choć w mniejszym stopniu.

Respondenci, którzy posiadają zasady i cele SOB w strategii biznesowej, poproszeni zostali o przytoczenie najważniejszych kwestii ujętych w strategii biznesowej, wyniki przedstawia wykres 6.

Wykres 6. Strategie biznesowe zarządów spółek – cele SOB



Źródło: URE.

Wśród przytoczonych celów strategii biznesowych zarządów spółek dominuje zapewnienie wysokich standardów jakości obsługi odbiorców.

Wśród innych kwestii ujętych w strategii biznesowej przedsiębiorstwa podały m.in.:

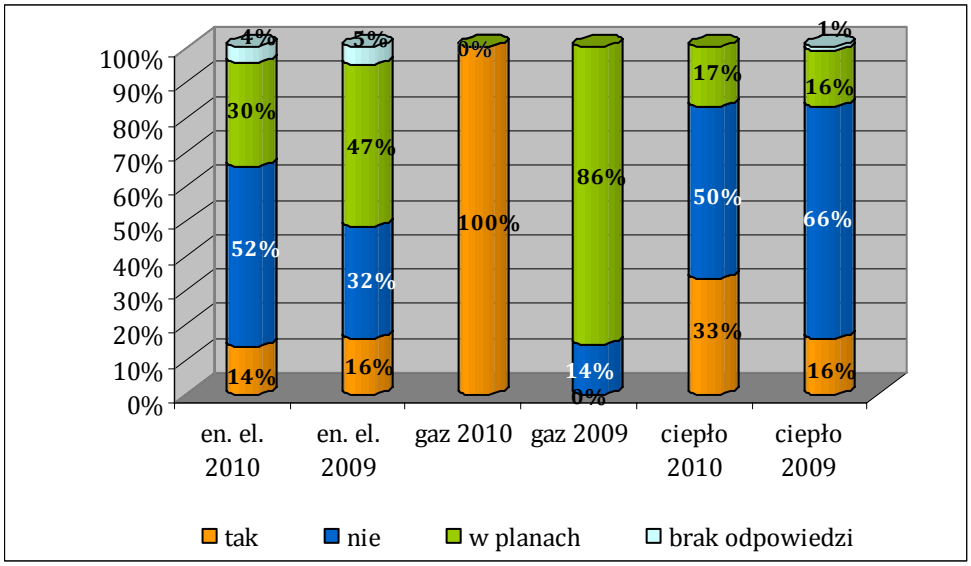
- optymalizację kosztów dystrybucji energii elektrycznej,
- zapewnienie zrównoważonego zarządzania kapitałem ludzkim, zapewnienie dialogu ze społecznością lokalną i uwzględnianie jej głosu w działalności biznesowej, promowanie rozwiązań i zachowań prośrodowiskowych,
- pozyskiwanie nowych klientów, zaspokajanie potrzeb klientów aktualnych i potencjalnych, utrzymanie bezpieczeństwa dostaw ciepła oraz rozwój infrastruktury ciepłowniczej, wzrost wartości firmy, a także wsparcie społeczności regionu przy jednoczesnej dbałości o dobrą kondycję finansowo-techniczną firmy i jej rozwój,

– cele strategiczne: Nr 1 dla klienta, Nr 1 dla środowiska, Pracodawca z wyboru, Benchmark w sektorze, Rentowny rozwój.

Autonomiczna strategia SOB

Istotnym sprawdzianem zaangażowania firm w sprawy SOB jest posiadanie specjalnej strategii, stąd ponownie zadane **pytanie o przyjęcie przez Zarząd Spółki strategii na rzecz SOB.** Udzielone odpowiedzi – w porównaniu z ubiegłorocznymi, wyglądają następująco:

Wykres 7. Posiadanie strategii na rzecz SOB



Źródło: URE.

Z tegorocznych danych wynika, że 35% przedsiębiorstw posiada strategię na rzecz SOB (wzrost o 22 pkt procentowe w porównaniu z ubiegłym rokiem, w tym wszystkie spółki gazownicze udzieliły twierdzącej odpowiedzi na zadane pytanie), 40% ankietowanych jej nie ma, 22% planuje, 3% nie ustosunkowało się do pytania.

Tym razem spółki, które potwierdziły przyjęcie strategii, w zdecydowanej większości określiły jej horyzont czasowy od trzech do sześciu lat, jedna ze spółek elektroenergetycznych podała, że opracowanie całościowego systemu zarządzania SOB nastąpi do końca 2012 r., w innej spółce prowadzone są działania długofalowe bez daty końcowej

ze względu na procesy inwestycyjne, jedno przedsiębiorstwo podzieliło okresy przyjęcia strategii (tak jak w zeszłym roku) na dwa etapy: krótkoterminowy na trzy lata i długoterminowy do 2025 r. Były też przedsiębiorstwa, które zaznaczały, że nie opracowują oddzielnej strategii *sobowskiej*, ale włączają w całościową strategię działalności firmy.

Warto w tym miejscu nadmienić, że w tym roku 8 przedsiębiorstw załączyło do odpowiedzi na ankietę kopię przyjętej strategii, podczas gdy w poprzednich badaniach tylko 2 przedsiębiorstwa dołączyły kopię przyjętej strategii (jedna ze spółek zastrzegła jej treść, przekazując egzemplarz *Strategii* wyłącznie na użytek URE). Podstawowe idee strategii, w dokumentach przesłanych przez przedsiębiorstwa, są skupione na harmonijnym łączeniu korzyści społecznych i ekonomicznych: podejmowanie działań społecznych, charytatywnych, ekologicznych - wykraczające poza tradycyjne role przedsiębiorców, które budują trwałe i długoterminowe relacje w społecznościach lokalnych - przy jednoczesnym staraniu o wzrost wartości firmy. Podobne treści można wyczytać w odpowiedziach na pytanie o *założenia Strategii*. W tabeli 2 są podane kierunkowe ujęcia celów *Strategii* przytoczone w ankiecie, jak i poszczególnych dokumentach załączonych do ankiety.

Tabela 2. Założenia strategii na rzecz SOB przyjętej przez zarządy spółek - przykłady

Lp.	Firma	Główne założenia przyjętej strategii
1.	elektroenergetyczna	„Celem Strategii działań społecznych i charytatywnych jest wykroczenie poza oczekiwania społeczne, budując trwałe i długoterminowe relacje w społecznościach lokalnych, szukając równocześnie szans na powiązanie korzyści społecznych i ekonomicznych”
2.	elektroenergetyczna	Nr 1 dla klienta, Nr 1 dla środowiska, Pracodawca z wyboru, Benchmark w sektorze, Rentowny rozwój, ambicja strategiczna osiągnięcia w 2050 r. stanu, gdzie wytwarzanie energii elektrycznej i ciepła ma neutralny wpływ na środowisko
3.	gazownicza	troska o akcjonariuszy, klienta, pracowników przesłanką harmonijnego łączenia zrównoważonego rozwoju i wzrostu wartości firmy
4.	trzy firmy gazownicze	zwiększenie satysfakcji obecnych i pozyskanie nowych klientów poprzez poprawę jakości obsługi klienta; efektywna współpraca z partnerami społecznymi i biznesowymi; działalność biznesowa w sposób odpowiedzialny i z poszanowaniem środowiska naturalnego; bezpiecz-

		ne i przyjazne miejsce pracy; spójna, rzetelna i efektywna komunikacja i marketing
5.	gazownicza	prowadzenie działalności biznesowej w sposób odpowiedzialny i z poszanowaniem środowiska, bezpieczne i przyjazne miejsce pracy, spójna, rzetelna i efektywna komunikacja i marketing, poszukiwanie nowych obszarów działalności biznesowej zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju, zwiększenie satysfakcji obecnych i pozyskanie nowych klientów poprzez poprawę jakości obsługi, dialog z partnerami społecznymi i biznesowymi
6.	gazownicza	ułatwienie społeczeństwu i pracownikom spółki zrozumienia istoty działalności przedsiębiorstwa, uświadamianie społeczeństwu i pracownikom spółki celów działalności wykraczających poza maksymalizację zysku, ułatwianie pracownikom zrozumienia realizowanych przez przedsiębiorstwo strategii, wspieranie ciągłości procesów zarządzania, umożliwienie pracownikom poznanie zasad SOB
7.	gazownicza	koncentracja wokół ekologii: działania na poziomie lokalnym i ogólnopolskim oraz wewnątrz firmy; komunikacja z otoczeniem; zaangażowanie w działania lokalnych społeczności oraz tworzenie koalicji na rzecz ochrony środowiska; zaangażowanie do procesu komunikacji uznanych ekspertów lokalnych; działania na rzecz ochrony środowiska w codziennej działalności firmy
8.	ciepłownicza	rozwój przedsiębiorstwa we wszystkich sferach (technicznej, finansowej, marketingowo-sprzedażowej), kreowanie pozytywnego wizerunku firmy i budowa więzi społecznych

Źródło: URE

Warto w tym miejscu nadmienić, że w tym roku 8 przedsiębiorstw załączyło do odpowiedzi na ankietę kopię przyjętej strategii, podczas gdy w poprzednich badaniach tylko 2 przedsiębiorstwa dołączyły kopię przyjętej strategii.

Z uwagi na fakt, że spory procent firm nie posiada stosownych strategii, interesujące było sprawdzenie planów zarządów spółek, co do jej przyjęcia: czy i kiedy jest zamierzone jej przyjęcie i na jaki okres. Niestety, w zdecydowanej większości przedsiębiorstwa nie zamierzają poczynić kroków do przyjęcia stosownej strategii. Niektóre z nich podały, że elementy strategii SOB zawarte są w strategii firmy, dlatego też nie przewidu-

je się opracowania osobnej polityki. Jedna z firm elektroenergetycznych podała, że „*Zarząd Spółki nie zamierza w najbliższym czasie wdrażać strategii SOB, przy czym w ramach prowadzonej działalności stara się uwzględnić etyczne i ekologiczne aspekty wchodzące w skład SOB. W zakresie założeń SOB dotyczących wspierania odbiorców wrażliwych Zarząd dostrzega 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 w tym związanych w przychodzie regulowanym przy kalkulacji taryfy*". Cztery firmy elektroenergetyczne zadeklarowały zamiar przyjęcia strategii w terminie od roku do dwóch lat, inne – w terminach uzgodnionych w ramach grup kapitałowych.

Potwierdza się zeszłoroczna sytuacja, że mimo braku formalnej strategii na rzecz SOB firmy w znacznym stopniu zachowują się zgodnie z duchem koncepcji 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 myślimy i zachowujemy się zgodnie z oczekiwaniami twórców SOB.

Z reguły podejmuje się działania, gdy zarząd spółki przyjął określone dokumenty, wskazujące na cele, zakres i czas podejmowanych prac. W przypadku wdrażania koncepcji SOB mamy do czynienia z sytuacją „odwrotną". Przedsiębiorstwa energetyczne podejmują wiele działań mieszczących się w ramach SOB, podczas gdy nie zostały wypracowane i przyjęte podstawowe dokumenty odnoszące się do tych spraw. Konieczność uporządkowania i koordynacji prac podejmowanych na rzecz SOB, doprowadzi prawdopodobnie do wypracowania przez zarządy spółek strategii na rzecz realizacji koncepcji SOB lub włączy te prace do ogólnej strategii działania spółki.

2. Zarządzanie SOB

W tej części ankiety, tak jak i w roku ubiegłym, 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 nadal utrzymuje się wysoki procent firm, które nie posiadają takiej osoby – 57% (53% w 2009 r.), tylko 17% wskazało odpowiedź pozytywną, 17% – dopiero planuje wyodrębnienie takiej osoby, zaś 9% nie odpowiedziało na pytanie. W gazownictwie zarówno 50% firm ma osobę odpowiedzialną za SOB w zarządzie, jak i 50% jej nie posiada. W zeszłym roku w ciepłownictwie żadne z przedsiębiorstw nie widziało podstaw do angażowania osób z zarządu spółki do realizacji koncepcji SOB, natomiast obecnie sytuacja wygląda trochę lepiej: 33% firm posiada osobę odpowiedzialną za SOB, 50% – nie posiada, 17% – planuje wyodrębnienie takiej osoby.

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. W tabeli 3 podano przykładowe odpowiedzi, jakie uzyskano.

Tabela 3. Personalna odpowiedzialność za SOB w zarządzie spółki - przykłady

Lp.	Firma	Funkcja	Zakres zadań	Realizacja innych zadań
1.	elektroenergetyczna	Prezes Zarządu	koordynacja zagadnień związanych z całokształtem działalności GK oraz samej spółki, w tym Departamentu Komunikacji Korporacyjnej, koordynującego zagadnienia SOB	tak
2.	elektroenergetyczna	Prezesi Zarządów każdej ze spółek oraz Prezes Zarządu całej Grupy; dodatkowo utworzono stanowisko Rzecznika Praw Klienta	Prezes Zarządu odpowiedzialny za nadzór nad realizacją 5 strategicznych ambicji/celów Grupy; Rzecznik Praw Klienta odpowiada za badanie procesów związanych z obsługą klienta i zgłaszanie rekomendacji w celu ciągłego usprawniania całego procesu	tak

			oraz monitorowania, czy prawa konsumenta są respektowane w ujęciu prawnym i etycznym	
3.	gazownicza	Prezes i Wiceprezes Zarządu Spółki	sponsorowanie projektu, wyznaczanie strategicznych kierunków działań i podejmowanie decyzji dot. ich realizacji; powołany także Pełnomocnik Zarządu ds. SZR i Odpowiedzialnego Biznesu	tak
4.	gazownicza	Kierownik Biura Komunikacji i Public Relations/Koordynator Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialnego Biznesu	koordynacja procesu wdrażania SZRiOB w spółce	tak
5.	gazownicza	Kierownik Biura Komunikacji i PR	koordynacja i wdrażanie polityki SOB w spółce	tak
6.	ciepłownicza	Dyrektor ds. Komunikacji	wdrażanie i koordynowanie polityki korporacyjnej dotyczącej SOB oraz komunikowanie na ten temat	tak
7.	ciepłownicza	Prezes i Wiceprezesi Zarządu	Prezes Zarządu - zakres techniczno-eksploatacyjny Wiceprezes Zarządu - zakres ekonomiczno-finansowy Wiceprezes Zarządu - zakres obsługi klienta, Wiceprezes Zarządu - zakres rozwoju rynku i marketingu	tak

Źródło: URE.

Obecność w zarządach spółek osoby odpowiedzialnej za SOB nie kończyło badania. Należało sprawdzić, czy na innych stopniach w strukturze zarządzania są osoby, którym powierzono ten zakres zadań. Stąd ponowne *pytanie o* ***osoby spoza Zarządu Spółki odpowiedzialne za zarządzanie/monitoring SOB.*** W tym zakresie uzyskano następujące dane:

– energia elektryczna: w 41% spółek jest wyznaczona taka osoba, 36% spółek nie ma takiej osoby, 9% spółek planuje jej wyznaczenie (14% nie udzieliło odpowiedzi) – wyniki są porównywalne do tych, jakie uzyskano w zeszłym roku,
– gazownictwo: w 71% spółek jest wyznaczona osoba (zdecydowana poprawa wyników w porównaniu z zeszłym rokiem), 29% nie udzieliło odpowiedzi,
– ciepłownictwo: 25% spółek wyodrębniło takie stanowisko, 50% – nie ma takiej osoby (25% nie udzieliło odpowiedzi).

Interesującym aspektem zarządzania SOB jest określenie, komu takie obowiązki są powierzane. Z analizy ankiet wynika, że najczęściej osobom na stanowisku kierowniczym, związanym – tak jak w poprzednim roku – z komórkami komunikacji i informacji (komórki PR).

Dodatkowo 11% spółek wskazało taką osobę, pomimo że za realizację koncepcji SOB odpowiadają już osoby z zarządu spółki (w 2009 r. – 12%).

Tabela 4. Personalna odpowiedzialność za SOB i jej zakres - przykłady

L.p.	Firma	Szczebel struktury	Zakres zadań	Realizacja innych zadań
1.	elektroenergetyczna	kierowniczy	1. Referat Zarządzania Kontaktami z Klientem - kreowanie i zarządzanie polityką CSR 2. Referat Public Relations - polityka informacyjna dot. środowiska zewnętrznego, sponsoring i darowizny, programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży, zarządzanie marką 3. Biuro Komunikacji Wewnętrznej - przepływ informacji, badanie opinii pracowników	tak
2.	elektroenergetyczna	w ramach zadań realizowanych przez Centrum Marketingu i Komunikacji,	wybór, opiniowanie i realizacja inicjatyw SOB w zakresie strategii marketingowej, zarządzania	tak

		nadzorowane przez Dyrektora Centrum; powołane stanowisko Rzecznika Praw Klienta	marką, sponsoringu zgodnie z przyjętymi założeniami komunikacyjnymi i Strategią Grupy; Rzecznik Praw Klienta reprezentuje interesy klienta	
3.	elektroenergetyczna	pracowniczy	udział w tworzeniu i aktualizacji strategii marketingu oraz zarządzania marką firmy, planowanie budżetu działań związanych z wprowadzeniem jednolitego systemu tożsamości wizualnej w spółce, sponsoring oraz zaangażowanie społeczne	tak
4.	elektroenergetyczna	kierowniczy	Kierownik Zespołu Informacji i Promocji - zadania PR, sponsoring, społeczne zaangażowanie spółki, strona www i intranetowa, współpraca z mediami, funkcja Rzecznika Prasowego, utrzymanie jednolitego systemu tożsamości wizualnej	tak
5.	elektroenergetyczna	kierowniczy	wsparcie komunikacyjne utrzymania wysokiego poziomu satysfakcji i zaangażowania pracowników, wsparcie komunikacyjne strategii rozwoju firmy, koordynacja i monitoring pracy nad strategią zrównoważonego rozwoju, monitorowanie przestrzegania kodeksu etycznego i programu zgodności, reagowanie na informacje o nie przestrzeganiu Standardów Obsługi Klienta	brak odp.
6.	gazownicza	kierowniczy (Pełnomocnik Zarządu ds. SZR, 44 Koordynatorów CSR w gazowniach, oddziałach i spółkach GK, Komitet Sterujący	koordynacja realizacji SZR, monitorowanie postępów wdrażania	tak

		- przedstawiciele kluczowych Departamentów i Biur Centrali spółki)		
7.	gazownicza	kierowniczy - pełnomocnik ds. PR będący jednocześnie Koordynatorem CSR	Pełnomocnik ds. PR pełniący równolegle funkcje Rzecznika Prasowego odpowiedzialny m.in. za kształtowanie wizerunku spółki, prowadzenie działalności promocyjno-reklamowej, sponsorskiej, charytatywnej; nadzór nad opracowaniem oraz wdrożeniem SZRiOB	tak
8.	gazownicza	kierowniczy	planowanie, wdrażanie, realizacja, monitoring, raportowanie i komunikowanie strategii	tak
9.	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.

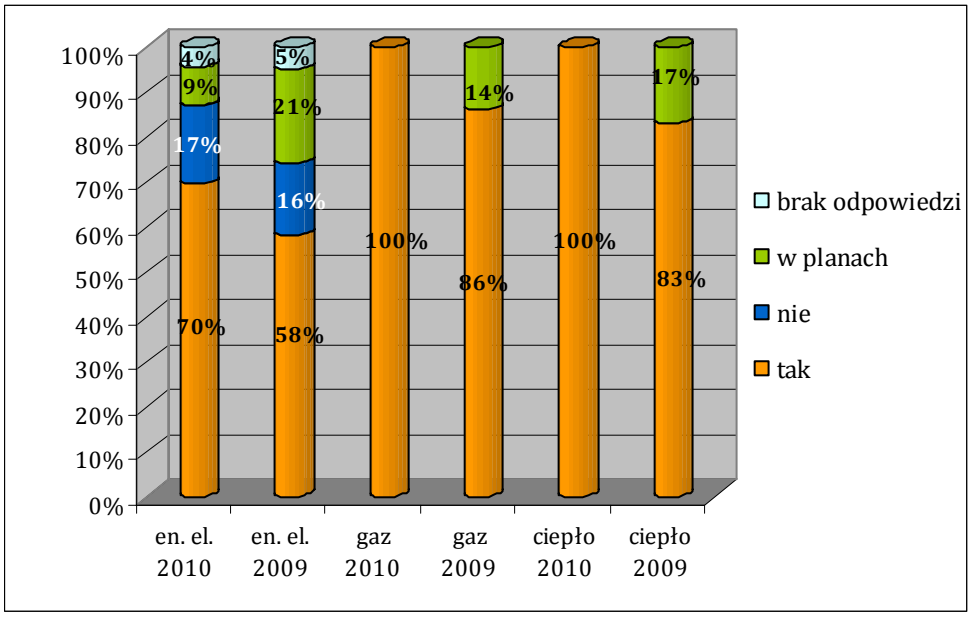
Należy przy tym zauważyć, że w 8 przypadkach na 9 osoby, którym powierzono obowiązki związane z SOB, realizują równocześnie inne zadania.

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?***

Wynik z uzyskanych odpowiedzi wygląda następująco: 81% przedsiębiorstw wdrożyło różnego typu procedury zarządcze, tylko 11% – nie posiada takowych, a 5% planuje ich przyjęcie w niedalekiej przyszłości (3% nie udzieliło odpowiedzi).

Wykres 8. Wdrożenie systemów zarządczych, procedur, wytycznych SOB



Źródło: URE.

Porównując dane uzyskane z zeszłorocznej ankiety wyraźnie widać, że przedsiębiorstwa gazownicze i ciepłownicze w 100% wdrożyły systemy zarządcze – czyli plany zostały całkowicie zrealizowane.

Poniżej przedstawione zostały przykładowe zakresy regulacji objęte systemami zarządczymi.

Tabela 5. Procedury zarządzania dziedzinami z SOB - przykłady

Lp.	Firma	Nazwa systemu/procedury	Zakres regulacji objęty systemem/procedurą
1.	elektroenergetyczna	System Zarządzania Jakością wg ISO 9001	system wdrożony w zakresie działalności podstawowej spółki; uregulowano m.in. kwestie związane z komunikacją z klientem, badaniem zadowolenia klientów, oceną dostawców, zapewnieniem jakości parametrów

			energii elektrycznej, postępowaniem w sytuacji awarii, rekrutacją i podnoszeniem kwalifikacji pracowników
2.	elektroenergetyczna	ISO 9001/Szkolenia	planowanie i realizacja szkoleń dla pracowników, badanie efektywności szkoleń oraz ocena szkoleń przez pracowników
3.	elektroenergetyczna	a) Procedura działalności charytatywnej i sponsoringowej b) Procedura Zarządzania relacjami z dostawcami	a) zasady działalności charytatywnej: – określenie czym jest ta działalność – określenie obszarów tej działalności – określenie organu podejmującego decyzję o udzieleniu wsparcia – tryb prac nad selekcją, realizacją i dokumentacją tej działalności zasady działalności sponsoringowej: – określenie obszarów, które mogą zostać objęte sponsoringiem – proces weryfikacji potencjalnych projektów – proces realizacji projektów b) selekcja ofert, jakie wpłynęły do firmy; kwalifikacja dostawców; okresowa ocena dostawców; postępowanie w przypadku reklamacji
4.	gazownicza	Badanie satysfakcji pracownika	m.in. postrzeganie własnej pracy, elementy polityki personalnej, oczekiwania względem pracodawcy, komunikacja wew., stopień identyfikacji z firmą
5.	gazownicza	a) DSZ-05 Monitorowanie satysfakcji klienta b) DSZ-04 Planowanie i realizacja szkoleń BHP/ZSZ	a) celem procedury jest badanie poziomu satysfakcji klienta oraz pozyskanie niezbędnych informacji zmierzających do zidentyfikowania priorytetów doskonalenia. Przedmiotem procedury jest monitorowanie oraz badanie potrzeb Klientów oraz określanie sposobu ich zaspokajania. Procedura obowiązuje pracowników wszystkich komórek organizacyjnych. b) celem procedury jest zapewnienie nie-

			zbędnych kompetencji pracownikom firmy poprzez określenie i ujednolicenie zasad rozwoju zawodowego/realizacji szkoleń personelu z zakresu BHP/ ZSZ. Procedura określa zasady przeprowadzania szkoleń wstępnych oraz okresowych z zakresu BHP/ ZSZ. Obejmuje wszystkich pracowników firmy
6.	ciepłownicza	a) Dokument standaryzacyjny NATO AQAP 2110:2006 b) Procedura Marketing Partnerski	a) zakres certyfikacji: projektowanie, wykonywanie i kompleksowa obsługa instalacji energetycznych. Produkcja, przesył, dystrybucja i sprzedaż ciepła. b) utrzymywanie stałego partnerstwa z klientami kluczowymi. Pozyskiwanie informacji dotyczących planowanych działań klientów (uprzedzanie faktów, zamierzeń inwestycyjnych klienta). Przekazywanie informacji o działalności firmy. Wsparcie dla działalności handlowej
7.	ciepłownicza	Badanie dot. komunikacji wewnętrznej	badanie opinii pracowników na temat kanałów i treści komunikacji wewnętrznej

Źródło: URE.

Ponadto, wymienianymi przez przedsiębiorstwa procedurami były m.in.:

- ISO 9001/Regulamin zamówień w zakresie współpracy z dostawcami i ich oceną,
- system zarządzania środowiskiem wg ISO 14001/18001 – procesowe podejście do wypełniania standardów w zakresie ochrony środowiska i bezpieczeństwa pracy,
- system zarządzania bezpieczeństwem pracy PN-N-18001, OHSAS 18001,
- działania w zakresie BHP – postępowania w przypadku wypadku przy pracy, szkolenia pracowników BHP,
- system zarządzania bezpieczeństwem informacji – w oparciu o normę PN-ISO/IEC 27001,
- system zarządzania ISO 14001:2004 w zakresie świadczenia usług energetycznych, OHSAS 18001:2007 – zarządzanie bezpieczeństwem,

- monitorowanie emisji CO_2, gospodarka odpadami,
- polityka zarządzania ryzykiem – analiza ryzyka zmienności cen mediów, ocena wiarygodności kontrahentów, sporządzanie kwestionariuszy oceny ryzyk,
- działania sponsoringowe, charytatywne, zaangażowanie społeczne.

Przedsiębiorstwa ponownie zostały poproszone (jak w zeszłym roku) – w przypadku nieposiadania systemów zarządczych, procedur lub wytycznych – o podanie, czy planują je wdrożyć, a jeśli tak – kiedy i na jaki okres. Jedna spółka podała rok 2011, dwie inne spółki planują wdrożenie procedur dopiero po zatwierdzeniu wytycznych dla całej grupy kapitałowej. Kilka firm pomimo tego, że posiada już przedmiotowe systemy, planuje w niedalekiej przyszłości (2010 r., połowa 2011 r., za dwa lata) wdrożyć jeszcze inne, a wśród wymienianych przez firmy są m.in.: certyfikowanie zintegrowanego systemu zarządzania obejmujący system zarządzania jakością oraz system zarządzania bezpieczeństwem informacji, badanie satysfakcji pracowników, zintegrowany system zarządzania obejmujący wymagania norm: ISO 9001:2008, ISO 14001:2005, ISO 27001:2007, PN-N 18001, listy procesów i ryzyk w analizach ryzyka działalności gospodarczej spółek.

3. SOB w realizacji

Dalsze pytania, jakie zostały zadane przedsiębiorstwom, miały rozstrzygnąć kwestie związane z weryfikacją rozumienia koncepcji SOB przez spółki, a także zobrazować obecność tej koncepcji w codziennym działaniu firm.

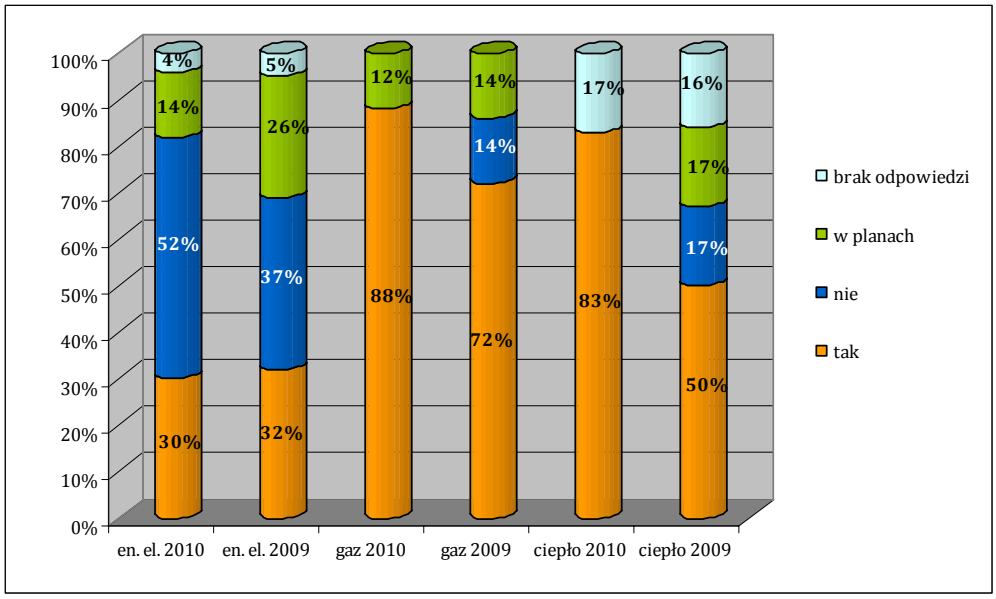
Podobnie jak w ubiegłorocznej ankiecie, chciano także uzyskać obraz konkretnych działań podejmowanych przez zarządy spółek przez pryzmat poszczególnych dziedzin SOB: pracownicy i miejsce pracy, środowisko, społeczność lokalna i rynek.

Dla każdej dziedziny zadano pytania o kluczowe cele /programy stawiane przez zarząd spółki, środki przeznaczone na te przedsięwzięcia (tym razem w procentach przychodów ogółem), oczekiwane korzyści z ich realizacji oraz o adresatów programów.

3.1. Autoregulacja

Pierwszym pytaniem, jakie zadaliśmy firmom, niezbędnym do zobrazowania najogólniejszych form wdrażania idei SOB do firmy, było*: **Czy Zarząd Spółki przyjął dobrowolne inicjatywy/deklaracje/autoregulacje odnoszące się do SOB (np. Kodeksy Dobrych Praktyk, Kodeks Etyczny, Wytyczne dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Global Compact, itp.).*** Uzyskane odpowiedzi przedstawiono graficznie na wykresie 9.

Wykres 9. Przyjęcie dobrowolnych inicjatyw, autoregulacji, odnoszących się do SOB



Źródło: URE.

Z analizy uzyskanych danych wynika, że nadal – w porównaniu z rokiem ubiegłym – bardziej zaawansowana sytuacja w świadomym wprowadzaniu autoregulacji jest w gazownictwie i ciepłownictwie. W elektroenergetyce natomiast przybyło przedsiębiorstw, które ich nie mają, co stawia tę część energetyki w niekorzystnym świetle.

Ogólne wyniki, jakie uzyskano, są następujące: 51% firm przyjęło dobrowolne inicjatywy (autoregulacje), 32% firm nie zdecydowało się na ten krok, 11% planuje a 6% nie udzieliło odpowiedzi.

Jeśli chodzi o formy wykorzystywanych przez firmy regulacji, to wymieniane były m.in.:

- Kodeks Etyki – zasady etycznego postępowania zarządu i pracowników spółki w stosunkach z klientami i kontrahentami spółki oraz w relacjach wewnętrznych, jak również działania podejmowane na rzecz społeczeństw, podkreślenie roli kluczowych wartości: odpowiedzialność, zaangażowanie, profesjonalizm, praca zespołowa, szacunek,
- Zasady Dobrych Praktyk Menadżera/Kodeks Etyczny Menadżerów – zasady etyczne dla menadżerów, powstrzymywanie się od działań konkurencyjnych, dbałość o zachowanie poufności posiadanych informacji oraz sposób monitorowania i ocena przestrzegania zasad,
- 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,
- Global Compact[7] – przynależność i poparcie dla dziesięciu fundamentalnych zasad z zakresu m.in. praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji,
- Polityka Środowiskowa/Instrukcja środowiskowa dla podwykonawców – wdrożenie i utrzymanie systemu zarządzania środowiskowego/oświadczenie podwykonawców o przestrzeganiu norm ISO 14001,
- Zintegrowany System Zarządzania – określający przejrzyste i jednolite zasady postępowania w relacjach z odbiorcami w procesie przyłączeniowym, zawierania i obsługi umów,
- Kodeks postępowania dla Dostawców – definiujący podstawowe wymogi zrównoważonego rozwoju wobec dostawców firmy,

[7] Dodatkowo, po wypełnieniu ankiety, OGP Gaz – System S.A. przysłał Regulatorowi *Raport Operatora Gazociągów Przesyłowych Gaz-System SA z postępów we wdrażaniu zasad inicjatywy Global Compact 07/2009 – 07/2010*, *Communication on Progress, dostępny* na www.gaz-system.pl*. Glonbal Compact – to inicjatywa sekretarza Generalnego ONZ, Kofi Annana ze stycznia 1999 r., skierowana do biznesu, aby w swojej działalności kierował się 10 podstawowymi zasadami z zakresu praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji. Global Compact promuje SOB, więcej na stronie www.globalcompact.org.pl*

– Deklaracja w sprawie zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej w Polsce z 17.06.2009 r. – w zakresie m.in.: zapewnienia sprawnego funkcjonowania rynków (swoboda i otwartość handlu, przejrzyste reguły inwestowania i działania, efektywna konkurencja), budowania rynku odbiorców na otwartym rynku energii i gazu, dbałości o klientów, promocji energooszczędnych rozwiązań, uczestnictwa w rozwoju odnawialnych źródeł energii,
– Regulaminy w zakresie prowadzenia działalności charytatywnej i sponsoringu.

Przedsiębiorstwa, które aktualnie nie posiadają dobrowolnych inicjatyw, zgłaszają chęć ich realizacji w niedalekiej przyszłości (2010-2011 r.). Niektóre z nich uzależniają stosowanie wytycznych od decyzji podejmowanych w ramach całej grupy kapitałowej. Rozważane są m.in.: uczestnictwo w Global Compact, przyjęcie Kodeksu Etycznego, Kodeksu Dobrych Praktyk, przystąpienie do Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Warto w tym miejscu zauważyć, że na pytanie o ***podpisanie Deklaracji w sprawie zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej w Polsce*****,** przedstawionej z inicjatywy PGNiG SA podczas I Ogólnopolskiej Konferencji Zrównoważonego Rozwoju w Branży Energetycznej, która odbyła się w Warszawie 17 czerwca 2009 r., okazało się, że tylko 11% ankietowanych przedsiębiorstw podpisało tę Deklarację (dwie firmy elektroenergetyczne, dwie firmy gazownicze), aż 76% nie jest jej sygnatariuszem (14% nie udzieliło żadnych informacji)[8].

3.2. SOB wobec środowiska pracowniczego

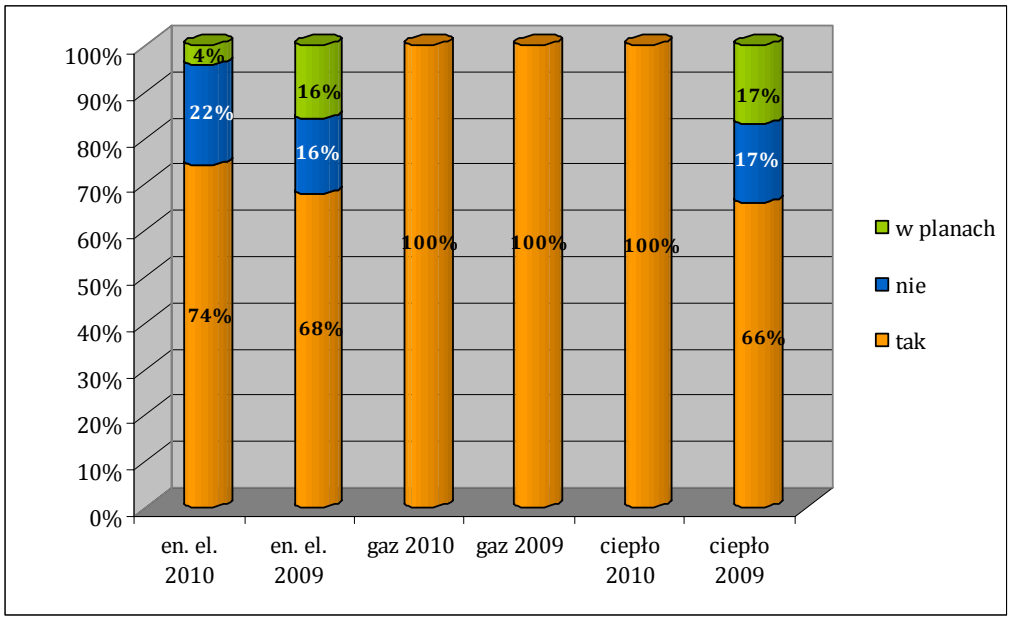
Z uzyskanych wcześniej odpowiedzi ankietowych otrzymaliśmy potwierdzenie, że zarządzanie kapitałem ludzkim jest wysoko w hierarchii celów SOB wdrażanych przez

[8] Na II Ogólnopolskiej Konferencji Zrównoważonego Rozwoju w Branży Energetycznej, która odbyła się w Warszawie 17 czerwca 2010 r., zorganizowanej przez PGNiG SA oraz PricewaterhouseCoopers, przedstawiono prezentację: *Rok po podpisaniu Deklaracji…- podsumowanie działań Sygnatariuszy*, PricewaterhouseCoopers, Zespół ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu. Materiały z tej konferencji dostępne są na stronie www.odpowiedzialna-energia.pl w zakładce Prezentacje. Deklarację podpisały: PGNiG S.A., EDF Polska, Gaz – System S.A., GDF Suez Energia Polska, Turon S.A., ENEA S.A. i Vattenfall Poland Sp. z o.o. Podczas tegorocznej II Ogólnopolskiej Konferencji trzy kolejne firmy: Fortum Power and Heat Polska, Lotos oraz Polskie Sieci Elektroenergetyczne Operator przystąpiły do Deklaracji, więcej na stronie www.odpowiedzialna-energia.pl

firmy. Szczegółową implifikacją działań firm w tej mierze są pytania związane z realizacją różnych przedsięwzięć wobec jej pracowników.

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

Wykres 10. Aktywność firm wobec pracowników



Źródło: URE.

W tym roku zarówno wszystkie firmy z sektora gazu, jak i wszystkie z sektora ciepła, zadeklarowały realizację działań w zakresie SOB wobec pracowników i miejsca pracy. Widać także, w porównaniu z rokiem ubiegłym, wzrost liczby firm elektroenergetycznych, które posiadają działania w przedmiotowym zakresie. Ogólnie - 84% spółek posiada programy w obszarze pracowniczym, 13% spółek odpowiedziało przecząco, 3% 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 bardzo liczne przykłady dotyczące realizowanych przez zarządy spółek działań w obszarze *Miejsce Pracy*, od których oczekiwano zarówno korzyści dla firmy (m.in. zwiększenie efektywności pracy, wprowadzenie zasad ładu korporacyjnego), jak i podniesienia poziomu zadowolenia pracowników, w tym m.in: badanie satys-

fakcji pracowniczej; realizowanie procedur rekrutacyjnych, szkoleniowych; 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, potencjału zawodowego pracowników, budowanie ścieżek kariery pracowników, wzrost ich motywacji, zapewnienie realnego wpływu pracowników na warunki i środowisko pracy, pozytywny wpływ na efektywne zarządzanie zasobami ludzkimi.

W tym roku pytaliśmy o koszty, jakie przedsiębiorstwa ponoszą w zakresie realizacji polityki pracowniczej, w ujęciu relatywnym: udziałach w przychodach ogółem. Nieliczne firmy ustosunkowały się do tego pytania i przedstawiły w ankietach przeznaczane środki w takiej postaci, ale nadal w większości sytuacji trudnością okazało się przyporządkowanie środków finansowych do określonych programów[9].

Tabela 6 przedstawia rozbicie na szczegółowe informacje dotyczące kluczowych programów dla trzech firm, które uznaliśmy za warte upowszechnienia z uwagi na rozbudowane i pełne formy odpowiedzi.

Tabela 6. SOB w obszarze pracowniczym – przykłady

Lp.	Nazwa programu	Cele	Przeznaczane środki [% przychodów ogółem]	Oczekiwane korzyści	Adresaci
firma elektroenergetyczna					
1.	Dialog społeczny	zapewnienie dialogu społecznego w Spółce	0,002%	wdrażanie zmian przy zapewnieniu akceptacji społecznej	związki zawodowe działające w Spółce
2.	Akademia Menedżera - studia podyplomowe	– podniesienie kwalifikacji kierowniczych i interpersonalnych uczestników; – nabycie w czasie	0,006%	zwiększenie efektywności pracy poprzez usprawnienie umiejętności zarządzania	kadra kierownicza

[9] Analogiczna sytuacja wystąpiła w pozostałych dziedzinach SOB.

		studiów umiejętności, które pozwolą m.in. efektywniej wykorzystywać kwalifikacje pracowników, odpowiednio ich motywować i lepiej zarządzać.			
3.	Apel o przekazanie 1% podatku na cele charytatywne	– zaangażowanie pracowników do przekazania 1% podatku na cele charytatywne, – stworzenie, na podstawie nadesłanych informacji od pracowników, listy zawierającej dane Organizacji Pożytku Publicznego, które wspierają potrzebujących	brak kosztów	– wsparcie ze strony pracowników osób poszkodowanych i potrzebujących pomocy, – zaangażowanie pracowników w działania społeczne	wszyscy pracownicy Spółki
4.	Rekreacja (turnieje sportowe, festyny rodzinne)	utożsamianie się pracownika z firmą, integracja pracowników	0,040%	podniesienie poziomu zadowolenia z tytułu przynależności do Spółki	wszyscy pracownicy Spółki
5.	Wypoczynek (wycieczki, wczasy, kolonie)	umożliwienie pracownikom i ich rodzinom wypoczynku	0,727%	podniesienie poziomu zadowolenia z tytułu przynależności do Spółki	wszyscy pracownicy Spółki
6.	Pracowniczy Program Emerytalny, ubezpieczenie grupowe	umożliwienie pracownikom gromadzenie kapitału na przyszłe świadczenia emerytalne tzw. III filar połączone z ochroną ubezpieczeniową na życie i	0,790%	gromadzenie środków pieniężnych na indywidualnym koncie	wszyscy pracownicy Spółki

		zdarzenie losowe			
firma elektroenergetyczna					
1.	Edukacja i szkolenia	podnoszenie i uzupełnianie kwalifikacji zawodowych	0,10%	posiadająca odpowiednie kwalifikacje kadra	wszyscy pracownicy spółki
2.	Bezpieczeństwo i higiena pracy	zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy	0,12%	minimalizacja występowania ryzyka wypadkowego i chorób zawodowych	wszyscy pracownicy spółki
3.	Angażowanie pracowników	system premiowania powiązany z systemem ocen pracowniczych	1,76%	zaangażowanie w realizację projektów i nowych zadań	wszyscy pracownicy spółki
4.	Odejścia	optymalizacja zatrudnienia	0,17%	optymalizacja funduszu wynagrodzeń	pracownicy spółki
firma gazownicza					
1.	Pracowniczy Program Emerytalny	dbałość o klienta wewnętrznego	1,9%	utrzymanie poczucia bezpieczeństwa, zwiększenie zaangażowania pracowników	pracownicy ze stażem pracy powyżej trzech miesięcy
2.	Prywatne abonamenty medyczne	dbałość o klienta wewnętrznego	0,2%	utrzymanie poczucia bezpieczeństwa, zwiększenie zaangażowania pracowników	pracownicy i ich rodziny

Źródło: URE.

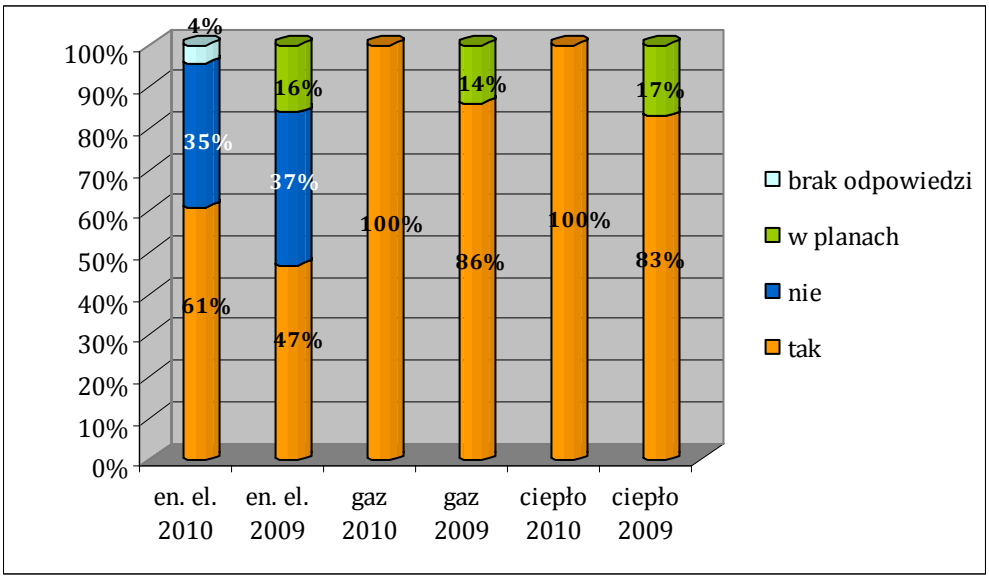
Przedsiębiorstwa elektroenergetyczne, które dopiero zamierzają przyjąć określone działania dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy, podawały: (ponownie) program przekwalifikowujący pracowników w ramach zmieniającego się popytu na pracę, przyjęcie odpowiednich, spójnych polityk po uzgodnieniu z całą grupą kapitałową. Plany obejmują okres 2010-2011 r.

Przedsiębiorstwa przeznaczyły na działania w obszarze pracowniczym w zakresie 0,002% – 1, 9 % przychodów ogółem.

3.3. SOB wobec środowiska naturalnego

Badając środowiskowy obszar SOB okazało się, że tak jak w przypadku obszaru pracowniczego, wszystkie spółki gazownicze i ciepłownicze są w to zaangażowane, natomiast elektroenergetyczne w 61% (wzrost o 14 pkt procentowych do zeszłego badania). Ogólnie wyniki były następujące: 76% przedsiębiorstw realizuje takie działania, 21% ich nie podjęło (3% firm nie udzieliło odpowiedzi).

Wykres 11. Aktywność firm wobec środowiska naturalnego



Źródło: URE.

W tym przypadku przedsiębiorstwa wymieniły także liczne przykłady podejmowanych i realizowanych działań ochronnych wobec środowiska, poprzez m.in.: ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko, likwidację zanieczyszczeń środowiska gruntowo-wodnego, promocję i poprawę efektywności energetycznej, stosowanie ekologicznych i bezpiecznych rozwiązań technologicznych.

Tabela 7. SOB w obszarze środowiska naturalnego – przykłady

Lp.	Nazwa programu	Cele	Przeznaczane środki [% przychodów ogółem]	Oczekiwane korzyści	Adresaci
firma elektroenergetyczna					
1.	Badania transformatorów mogących zawierać PCB	całkowite przebadanie transformatorów mogących zawierać PCB do czerwca 2010 r.	0,016%	wyeliminowanie zagrożenia dla środowiska	społeczność lokalna
2.	Wymiana kondensatorów i wyłączników zawierających PCB	całkowita wymiana kondensatorów i wyłączników zawierających PCB do czerwca 2010 r.	0,002%	wyeliminowanie zagrożenia dla środowiska	społeczność lokalna
3.	Usuwanie azbestu	całkowite usunięcie azbestu do końca 2032 r.	0,021 %	wyeliminowanie zagrożenia dla środowiska	społeczność lokalna
4.	Modernizacja nieszczelnych stanowisk transformatorowych 110/SN	uszczelnienie wszystkich stanowisk transformatorowych 110/SN	0,19%	wyeliminowanie zagrożenia dla środowiska	społeczność lokalna
5.	Wynoszenie gniazd bocianich zlokalizowanych na słupach energetycznych na platformy	wyniesienie wszystkich gniazd na platformy	0,003%	zwiększenie bezpieczeństwa gniazdujących na słupach bocianów	społeczność lokalna
6.	Wprowadzenie wykładów z ochrony środowiska w ramach szkoleń okreso-	podnoszenie świadomości ekologicznej pracowników	0,0005%	ochrona środowiska w obszarze działalności Spółki	pracownicy Spółki

	wych bhp				
firma gazownicza					
1.	Likwidacja zanieczyszczeń terenów byłych gazowni klasycznych	prowadzenie prac rekultywacyjnych zanieczyszczonych terenów byłych gazowni klasycznych zgodnie z zatwierdzonymi przez Zarząd harmonogramami prac	0,01%	zmniejszenie lub usunięcie zanieczyszczeń wód gruntowych i/lub gruntu	przyszłe pokolenia, pracownicy
2.	Ograniczenie emisji spalin z silników benzynowych	zakup nowych samochodów z silnikami napędzanymi gazem ziemnym lub przystosowanie używanych samochodów do napędzania gazem ziemnym, zgodnie z zatwierdzonym planem	0,3%	zmniejszenie emisji zanieczyszczeń do powietrza	przyszłe pokolenia, pracownicy, klienci
3.	Ograniczenie zużywania czynników energetycznych	prowadzenie analizy i profilaktyki w zakresie oszczędnego gospodarowania czynnikami energetycznymi w Oddziałach Zakładach Gazowniczych	0,15%	ograniczenie zużywania czynników atmosferycznych, zmniejszenie emisji szkodliwych substancji do atmosfery	przyszłe pokolenia, pracownicy, klienci
4.	Monitorowanie emisji gazu ziemnego (Spółka uczestniczy w pracach zespołu powołanego do opracowania wspólnej dla GK koncepcji	prowadzenie obserwacji w zakresie ilości gazu ziemnego emitowanego do atmosfery	b.d.	zmniejszanie emisji szkodliwych substancji do atmosfery	przyszłe pokolenia, pracownicy, klienci

	monitorowania upustów gazu ziemnego do atmosfery)				
5.	Edukacja ekologiczna	propagowanie ekologicznych zachowań	0,0005%	przyczynianie się do ochrony naturalnych zasobów Ziemi	przyszłe pokolenia, klienci
firma gazownicza					
1.	PN-EN ISO 14001:2005 „Systemy zarządzania środowiskowego. Wymagania i wytyczne stosowania”	osiągnięcie pozycji nowoczesnej i efektywnie zarządzanej firmy świadczącej usługi przesyłowe na europejskim poziomie z uwzględnieniem ekologicznych i bezpiecznych rozwiązań technologicznych	0,00014%	minimalizowanie negatywnych oddziaływań na środowisko oraz kontrolowanie efektów działalności w stosunku do otoczenia	pracownicy, klienci, kontrahenci oraz dostawcy
2.	Fundusz Naturalnej Energii – konkurs grantowy dotyczący projektów ekologicznych skierowanych do społeczności lokalnych	angażowanie i edukacja społeczności lokalnych	0,00009%	poinformowanie i uzyskanie akceptacji społeczności lokalnych dla realizowanych inwestycji	władze lokalne, szkoły, organizacje ekologiczne
3.	Eco biuro – segregacja śmieci, zbiórka baterii	minimalizacja negatywnego wpływu na środowisko, edukacja ekologiczna pracowników	0,00002%	minimalizacja negatywnego wpływu na środowisko	pracownicy

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.

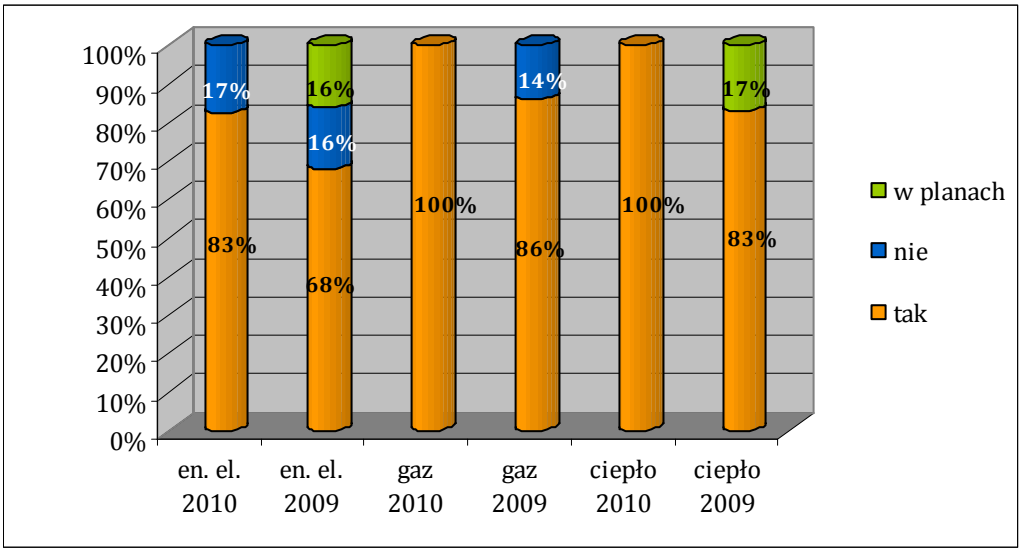
Jedno z przedsiębiorstw elektroenergetycznych planuje ponadto osiągnięcie równowagi przyrodniczej na terenach wystąpienia nieuniknionych skutków awarii technicznych z uwolnieniem do środowiska substancji ropopochodnych (poprzez zewnętrzne usługi usuwania skutków takich awarii). Inne firmy planują podjęcie działań w zakresie SOB po uzgodnieniu spójnej polityki całej grupy kapitałowej w tym zakresie.

Przedsiębiorstwa przeznaczyły na działania w obszarze środowiska naturalnego w zakresie 0,00002 % – 0,19 % przychodów ogółem.

3.4. SOB wobec środowiska lokalnego

W zakresie relacji firmy ze społecznością lokalną, uzyskano wyniki ogółem: aż 89% spółek posiada stosowne programy, 11% spółek nie stosuje takich programów.

Wykres 12. Aktywność firm wobec społeczności lokalnej



Źródło: URE.

Przedsiębiorstwa najczęściej wymieniały następujące rodzaje działań wpływających na społeczność lokalną:

- działalność charytatywna, sponsoring,
- wspieranie inicjatyw i wydarzeń ważnych dla społeczności lokalnych,
- działania edukacyjne, konkursy dla dzieci i młodzieży,

– 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.

Tabela 8. SOB w obszarze społeczności lokalnej – przykłady

Lp.	Nazwa programu	Cele	Przeznaczane środki [% przychodów ogółem]	Oczekiwane korzyści	Adresaci
firma elektroenergetyczna					
1.	Program „Akademia bezpiecznego przedszkolaka" – program we współpracy z Policją	– wzrost świadomości dzieci w zakresie użytkowania energii elektrycznej – bezpieczeństwo używania urządzeń domowych	0,0008%	– zmniejszenie ilości potencjalnych zagrożeń w użytkowaniu urządzeń elektrycznych przez dzieci – właściwe posługiwanie się urządzenia domowymi zasilanymi energią elektryczną	dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym
2.	Program „Dziecko pod parasolem prawa" - program we współpracy z Policją	wzrost świadomości dzieci i młodzieży w zakresie praw obywatelskich dzieci i młodzieży	b.d.	minimalizowanie działań mających charakter łamania praw dziecka i ochrona przed potencjalnymi zagrożeniami	dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym
3.	Program „Bezpieczna droga" - program we współpracy ze Strażą Miejską	wzrost świadomości potencjalnych zagrożeń towarzyszących dzieciom w drodze do szkoły i przedszkoli	0,0003%	zwiększenie bezpieczeństwa dzieci podróżujących w drodze do i ze szkoły/przedszkola	dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym

4.	Program „Bezpieczniej z prądem" –program we współpracy z PTPiREE	– wzrost świadomości dzieci w zakresie użytkowania energii elektrycznej – bezpieczeństwo używania urządzeń domowych	0,0002%	– zmniejszenie ilości potencjalnych zagrożeń w użytkowaniu urządzeń elektrycznych przez dzieci – właściwe posługiwanie się urządzenia domowymi zasilanymi energią elektryczną	dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym
5.	Działalność charytatywna (m.in. wakacje dla ciężko chorych dzieci, organizacja Świąt Bożego Narodzenia dla dzieci i młodzieży z ubogich rodzin, dotacja na budowę Domu Seniora, wsparcie szpitali, wsparcie kultury i sztuki	postrzeganie Spółki jako lokalnego partnera w rozwiązywaniu problemów społecznych mieszkańców regionu/ów	0,0045%	– pomoc najuboższym i organizacjom wspierających działania mające na celu przeciwdziałanie biedzie i krzywdzie ludzkiej – ochrona dziedzictwa narodowego – rozwój intelektualny dzieci i młodzieży – wzrost zainteresowania dzieci i młodzieży zajęciami pozalekcyjnymi i rozwój umiejętności indywidualnych	społeczność lokalna, klienci Spółki
firma gazownicza					
1.	Zakup aparatury medycznej	pomoc szpitalom publicznym	<1%	poprawa stanu zdrowia społeczności lokalnych	społeczność lokalna
2.	Sponsorowanie przedsięwzięć z	pozytywny wizerunek firmy	<1%	budowanie pozytywnego wizerunku	społeczność lokalna, artyści

	dziedziny kultury			firmy	
3.	Współpraca z lokalnymi uczelniami	wspieranie nauki i edukacji	<1%	korzyści wizerunkowe oraz pośrednio kadrowe	społeczność lokalna, studenci, naukowcy
firma ciepłownicza					
1.	Porozumienie o współpracy między firmą, elektrociepłownią i gminą miejską w sprawie udzielania wsparcia organizacjom pozarządowym niosącym pomoc najbardziej potrzebującym	udzielanie pomocy organizacjom pozarządowym w dofinansowaniu ciepła oraz ciepłej wody użytkowej dostarczanej z sieci ciepłowniczej wytwarzanej w elektrociepłowni	0,011%	umacnianie pozytywnego wizerunku firmy	organizacje pozarządowe profesjonalnie zajmujące się niesieniem pomocy najbardziej potrzebującym
2.	Zaangażowanie społeczne, w tym działalność charytatywna (darowizny dla instytucji, organizacji społecznych)	udzielanie pomocy najbardziej potrzebującym	0,015%	umacnianie pozytywnego wizerunku firmy	fundacje
3.	Wsparcie rozwoju instytucji i inicjatyw na rzecz społeczności lokalnej (sponsoring)	udzielanie pomocy	0,041%	umacnianie pozytywnego wizerunku firmy	społeczność lokalna, instytucje
4.	Prowadzenie dialogu społecznego	poznanie opinii o działalności firmy i skuteczności podejmowanych działań w zakresie marketingu	0,005%	doskonalenie metod formułowania treści i formy przekazu	odbiorcy, społeczność lokalna

Źródło: URE.

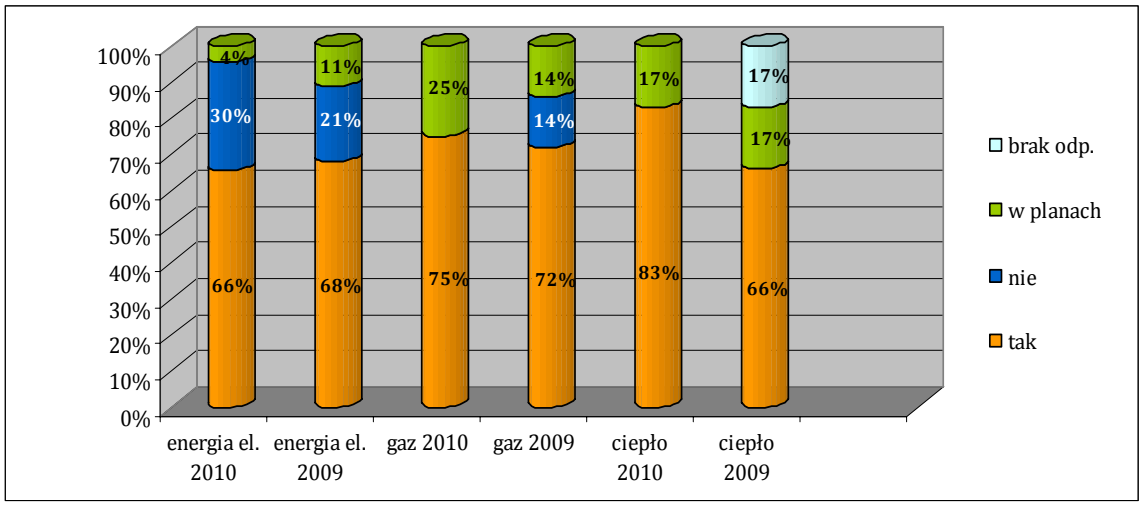
Przedsiębiorstwa przeznaczyły na działania skierowane do społeczności lokalnych w zakresie 0,0002% – ok. 1%.

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* [10]. Jak zatem firmy do tej sprawy podchodzą jest bardzo istotną sprawą i praktycznym probierzem rzeczywistego a nie tylko deklaratywnego stosunku do SOB.

W tym roku uzyskano następujące wyniki dotyczące aktywności spółek: 70% spółek prowadzi działania w tym zakresie (wzrost tylko o 1 pkt procentowy w porównaniu z rokiem ubiegłym), 19% wskazało odpowiedź negatywną, 11% zamierza je wprowadzić.

Wykres 13. Aktywność firm wobec rynku



Źródło: URE.

Z analizy uzyskanych danych wynika, że stopień zaangażowania przedsiębiorstw elektroenergetycznych w zmianę relacji z rynkiem praktycznie nie uległ zmianie (nie-

[10] Art. 23 ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne.

wielki regres). Wzrost zainteresowania tą sferą obserwujemy za to w gazownictwie oraz ciepłownictwie, gdzie od zeszłego roku o 3 (gaz) i 17 (ciepło) pkt procentowych zwiększyła się liczba podmiotów, które wprowadziły działania w zakresie SOB mające bezpośredni wpływ na relacje z otoczeniem.

Analogicznie do pozostałych obszarów, przedsiębiorstwa zostały poproszone o podanie konkretnych działań opisujących aktywność na tym polu. Do najczęściej wymienianych przez firmy przykładów realizowanych przedsięwzięć należały:

- procedury dotyczące obsługi klientów (zindywidualizowanie obsługi klienta, e-bok),
- kwalifikacja dostawców wyrobów oraz usług, kodeks postępowania dla dostawców,
- prowadzenie działań marketingowych,
- doskonalenie stron internetowych w celu nawiązania komunikacji z otoczeniem,
- monitoring stanu sieci, stała modernizacja urządzeń, inwestycje z wykorzystaniem optymalnych technologii w interesie odbiorców, zapewnienie ciągłości dostaw mediów,
- działania sponsoringowe.

Tabela 9. SOB wobec rynku –przykłady

Lp.	Opis programów	Cele	Przeznaczane środki [% przychodów ogółem]	Oczekiwane korzyści	Adresaci
firma elektroenergetyczna					
1.	Kontakt z klientami, komunikacja zewnętrzna i marketingowa	zachowanie ciągłości komunikacyjnej z klientami	0,002%	budowanie pozytywnego wizerunku spółki poprzez utrzymywanie stałych, poprawnych relacji z klientami	klienci spółki
2.	Zapewnienie ciągłości dostaw	rozwój sieci dystrybucyjnej, zapewnie-	12,97%	zapewnienie ciągłości i nieza-	klienci spółki

		nie ciągłości i niezawodności dostaw energii elektrycznej		wodności dostaw energii elektrycznej, poprawa zadowolenia klientów	
3.	Udział w życiu publicznym	obecność spółki w najważniejszych wydarzeniach społecznych, gospodarczych i kulturalnych	0,001%	kształtowanie pozytywnego wizerunku spółki	lokalne organizacje biznesowe, samorządowe i naukowe
firma gazownicza					
1.	Badanie satysfakcji klienta	poprawa obsługi klienta	0,000007%	zadowolony klient	klienci spółki
2.	Udział w Zespole ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw przy MG/Grupa Robocza ds. Odpowiedzialnych Inwestycji	stworzenie Kodeksu Dobrych Praktyk dla branży energetycznej	b.d.	wprowadzenie KDP dla branży energetycznej	branża energetyczna
3.	Kodeks Etyczny	promocja wartości firmowych, budowanie spójnej kultury organizacyjnej	0,00002%	przejrzystość i etyczność działań wśród pracowników i otoczenia spółki	pracownicy, klienci, partnerzy biznesowi, społeczności lokalne, urzędy
firma ciepłownicza					
1.	Promocja produktów centralnego ogrzewania i ciepłej wody użytkowej (reklama w prasie i TV lokalnej, środkach komunikacji miej-	poinformowanie społeczności lokalnej o korzyściach wynikających z zaopatrzenia w ciepło i ciepłą wodę użytkową z sieci, umacnianie pozytywnego	0,016%	pozyskanie nowych odbiorców i utrzymanie dotychczasowych	developerzy, spółdzielnie mieszkaniowe, podmioty gospodarcze, instytucje, społeczność lokalna

	skiej, katalogach teleadresowych, imprezach itp.)	wizerunku firmy			
2.	Program ciepłej wody użytkowej	zwiększenie sprzedaży energii cieplnej w zakresie dostawy ciepłej wody użytkowej wśród odbiorców zaopatrywanych w ciepło z miejskiej sieci	0,015%	pozyskanie nowych odbiorców korzystających z alternatywnych źródeł zasilania, zwiększanie sprzedaży ciepła i bezpieczeństwa dla odbiorców poprzez eliminowanie piecyków gazowych i instalowanie systemu ciepłej wody użytkowej z miejskiej sieci	spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, podmioty gospodarcze, instytucje

Źródło: URE.

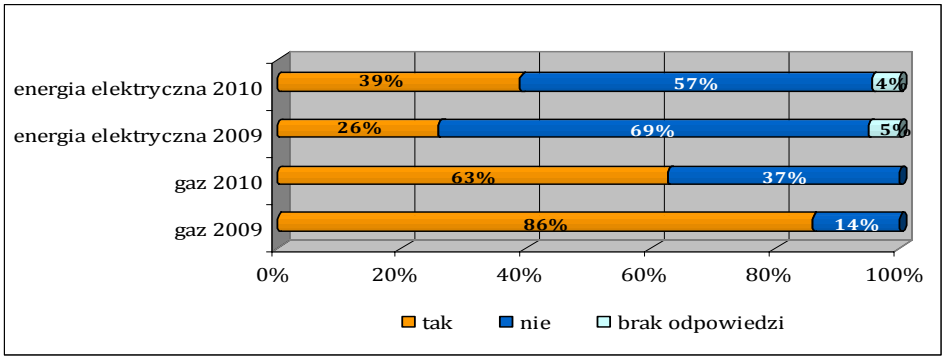
Przedsiębiorstwa podały, że przeznaczyły na prowadzenie tego typu działań środki finansowe w zakresie 0,000007% – 12,97% przychodów ogółem.

Przedsiębiorstwa planujące podjęcie działań w zakresie SOB wobec rynku, wymieniały m.in.: współpracę z przedsiębiorstwami obrotu w zakresie przyłączania klientów do sieci gazowej i świadczenie usługi dystrybucyjnej, ułatwianie i usprawnianie obsługi klientów w zakresie procesu przyłączeniowego (2010 r.), kampania promująca usługę dystrybucji gazu, jako ekologicznego nośnika energetycznego (2010-2013), akcja informacyjna o zagrożeniach związanych z nielegalnym poborem gazu (2010-2013), badanie satysfakcji klienta (2010-2013). Kilka przedsiębiorstw uzależniło przyjęcie polityk w zakresie oddziaływania na rynek po uprzednim opracowaniu strategii SOB w tym obszarze w całej grupie kapitałowej.

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 SOB w przedsiębiorstwach energetycznych, jest dorobek Grupy Europejskich Regulatorów ds. Energii Elektrycznej i Gazu (ang. ERGEG) w postaci wytycznych oraz kodeksów dobrych praktyk. Były one pomyślane jako ułatwienie wdrażania zasad zawartych w dyrektywach energetycznych przez przeniesienie ogólnych ram prawnych na język realnych sytuacji występujących w toku działalności energetycznej. Tym samym, ich zadaniem jest przyspieszenie - szczególnie w zakresach sieciowych – przekształceń sprzyjających liberalizacji rynku energii, jego płynności i tym samym dobru odbiorców energii. Przy czym rola Regulatorów na tym się nie kończyła. Widziano ją także jako współpracę prowadzoną z przedsiębiorstwami energetycznymi, operatorami systemów przesyłowych i dystrybucyjnych, uczestnikami i zarządami giełd energii elektrycznej, której celem jest dobrowolne wdrożenie 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 Regulatora[11]. Przy czym nie należy zapominać, że te narzędzia przygotowano tylko dla firm elektroenergetycznych i gazowych. Możliwości duże, ale jak jest z ich wykorzystaniem?

Wykres 14. Korzystanie z dorobku ERGEG



Źródło: URE.

[11] 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.

Porównując wyniki, jakie uzyskano w dwóch kolejnych badaniach, wyłania się niewyraźny obraz, który trudno jednoznacznie skomentować. W sektorze gazowniczym odnotowano zmniejszenie się liczby przedsiębiorstw, które bezpośrednio korzystają z dorobku ERGEG stosując się do tych wytycznych i jednocześnie, jak można sądzić po różnych innych działaniach, materia ta jest w istocie realizowana. W elektroenergetyce natomiast nastąpił wyraźny postęp. Ogólnie – 45% podmiotów realizuje w swoich działaniach wytyczne, 52% udzieliło odpowiedzi negatywnej, 3% nie ustosunkowało się do pytania.

Zważywszy znaczenie narzędzi i procedur regulacyjnych, wypracowanych w grupach roboczych działających w ramach ERGEG, dla moderowania zachowań przedsiębiorców sprzyjających rozwojowi wspólnego, efektywnego rynku energii, sprawa zasługuje na bardziej szczegółowe badania, które powinny być wskazówką dla polskiego Regulatora w jego działalności.

Na prośbę o podanie przykładów stosowania konkretnych rozwiązań przygotowanych w ERGEG, wyeksponowano następujące przedsięwzięcia, do których się one odnoszą:

- rekomendacje dotyczące transparentności cen oferowanych dla odbiorców,
- wytyczne w zakresie zmiany sprzedawcy,
- bieżące informowanie klientów o zmianach w taryfie,
- obsługa klienta (*ERGEG Best Practice Propositions on Customer Issues*),
- wytyczne dotyczące procedury *Open Season*,
- opracowanie i wdrożenie instrukcji dotyczącej uniknięcia zachowań dyskryminacyjnych wobec użytkowników systemu magazynowania (poufność informacji, równy dostęp do instalacji magazynowych),
- stworzenie i udostępnianie Instrukcji Ruchu i Eksploatacji Sieci,
- stworzenie i bieżąca aktualizacja portalu internetowego dla klientów,
- stworzenie klientom warunków do korzystania z tzw. zasady TPA,
- ochrona odbiorców (procedury obowiązującego w spółce Zintegrowanego Systemu Zarządzania Jakością ISO).

Jedna spółka elektroenergetyczna podała, że „*Zarząd Spółki wykorzystuje zapisy Kodeksu Dobrych Praktyk Sprzedawców Energii Elektrycznej i Operatorów Systemów Dys-*

trybucyjnych w takim zakresie, w jakim dotyczą one specyfiki jej działania i są możliwe do realizacji".

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

- spółki giełdowe stosują zasady zawarte w dokumencie *„Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW",*
- korzystanie wyłącznie z wytycznych Urzędu Regulacji Energetyki,
- oczekiwane są rozwiązania na poziomie grupy kapitałowej,
- brak należytej informacji („nie były w posiadaniu spółki"),
- przestrzeganie ogólnych zasad dobrych obyczajów i etyki w biznesie.

Jedna ze spółek elektroenergetycznych podała, że *„W chwili obecnej [*spółka*] skoncentrowana jest na działaniach związanych z procesem konsolidacji. Mimo, iż formalnie Spółka nie wdrożyła do stosowania wytycznych i kodeksów dobrych praktyk opracowanych przez ERGEG, współdziałała z innymi spółkami sektora w celu ujednolicenia zasad stosowania przepisów wymienionych w dyrektywie 2003/54/WE*".

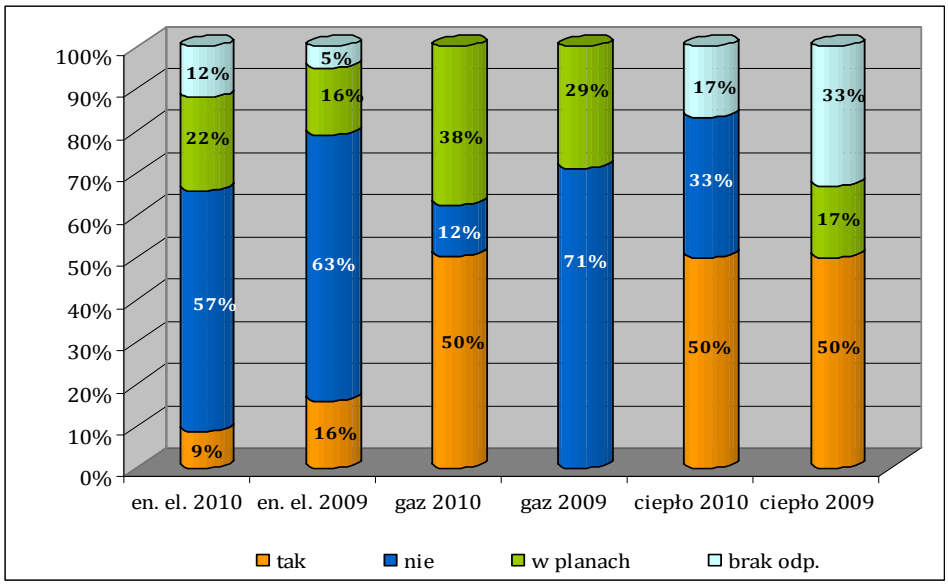
Inna spółka gazownicza wskazała, że *„W związku z pracami nad dokumentem „Dobre praktyki sprzedawców energii elektrycznej i paliw gazowych oraz Operatorów Systemów Dystrybucyjnych" [*spółka*] zamierza na nim oprzeć własne zasady postępowania w tym zakresie*".

4. Ocena działania SOB

4.1. Raportowanie zewnętrzne

Podobnie, jak w ubiegłorocznej ankiecie, przedsiębiorstwa miały ustosunkować się do pytania o ***wdrożenie raportowania zewnętrznego działań w zakresie SOB*** (np. w formie raportu SOB/CSR/Zrównoważonego rozwoju/środowiskowego). Poniższy wykres przedstawia porównanie uzyskanych wyników.

Wykres 15. Raportowanie zewnętrzne działań SOB



Źródło: URE.

Ogólnie: tylko 24% spółek wprowadziło raportowanie zewnętrzne działań w zakresie SOB, 43% spółek nie wdrożyło raportowania, 22% dopiero planuje (11% nie udzieliło odpowiedzi na pytanie). W elektroenergetyce spadła prawie o połowę liczba podmiotów, które raportują zewnętrznie; w ciepłownictwie sytuacja wygląda podobnie do zeszłego roku (tyle samo podmiotów raportuje, z tym że przedsiębiorstwa, które miały to w planach, nie zrealizowały ich); najlepiej wypada gazownictwo: w zeszłym roku żadne z przedsiębiorstw nie wskazało w odpowiedziach raportowania, w tym roku aż połowa spółek zmieniła swój stosunek do tego typu działań (i wskazała odpowiedź twierdzącą).

Przedsiębiorstwa, które nie mają raportowania, bądź dopiero planują je wprowadzić, poproszone zostały o podanie innych działań komunikujących działania zarządu spółki w zakresie SOB. Wyniki, jakie uzyskano: 53% spółek wskazało, że realizuje inne działania, 34% nie posiada dodatkowych działań (13% nie udzieliło odpowiedzi na pytanie). Przedsiębiorstwa, które wskazały odpowiedź pozytywną, wymieniły następujące działania komunikujące (w większości jak w ubiegłym roku):

– informacje o działaniach SOB oraz otrzymanych nagrodach i wyróżnieniach na stronach internetowych, w kwartalniku firmowym, w mediach lokalnych i branżowych,

- informacje i komunikaty prasowe, materiały promocyjne spółki, teksty promocyjne,
- roczne raportowanie z realizacji umów sponsoringu, umów darowizn oraz działalności charytatywnej,
- okresowe raportowanie realizacji przyjętych planów finansowych,
- systematyczne informowanie partnerów biznesowych o sytuacji na rynku CO_2,
- publikowanie na stronach internetowych informacji dotyczących działania spółki w zakresie programów społecznościowych.

Warto w tym miejscu nadmienić, że 5 przedsiębiorstw załączyło do odpowiedzi na ankietę kopie raportów, których syntetyczne omówienie przedstawia załącznik nr 2.

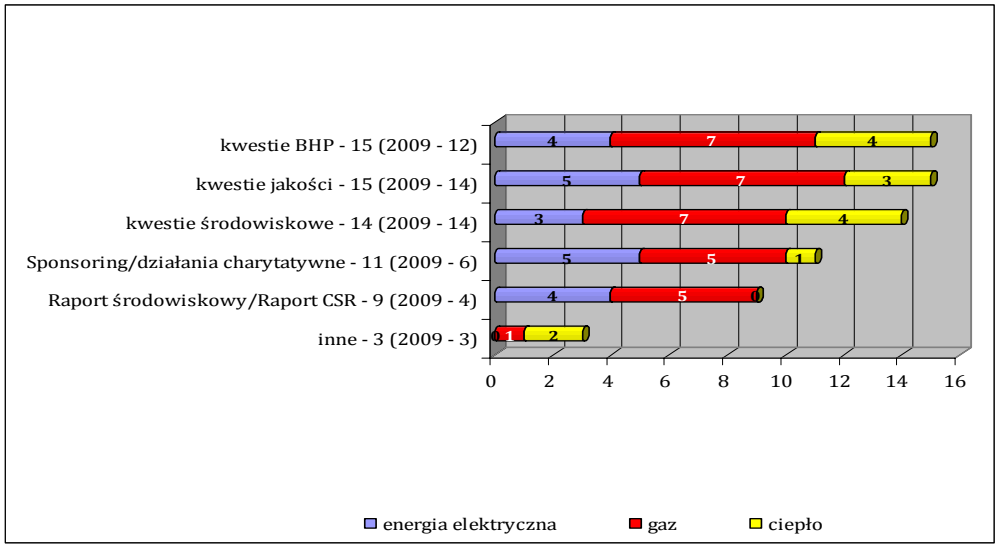
4.2. Audyt w firmie

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

- ocenie audytora wewnętrznego podlegają działania SOB w 59% spółkach (33% nie podlega, 8% nie udzieliło odpowiedzi),
- ocenie audytora zewnętrznego podlegają działania SOB w 49% spółkach (41% nie podlega, 10% nie udzieliło odpowiedzi).

Poniżej na wykresie 16 przedstawiony został szczegółowy podział działań według oceny audytora.

Wykres 16. Działania SOB podlegające ocenie audytora



Źródło: URE.

Należy zauważyć, że w większym stopniu niż poprzednio, zaczęły podlegać ocenie audytora takie kwestie jak sponsoring/działania charytatywne, raportowanie oraz kwestie związane z BHP.

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

- weryfikacja raportów rocznych emisji CO_2,
- badanie satysfakcji pracowników,
- kwestie bezpieczeństwa informacji (w ramach certyfikacji PN-EN ISO 27001).

4.3. Nagrody

Prawie wszystkie spółki (81% - wynik identyczny z uzyskanym w ubiegłym roku) 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:

- Laur Białego Tygrysa,
- „Przedsiębiorstwo *Fair Play*",
- tytuł „Tego, który zmienia polski przemysł",

- „Firma Przyjazna Klientowi”,
- „Najlepszy Pracodawca Roku”,
- tytuł „Przyjaciela Dziecka”,
- Firma przyjazna środowisku,
- Pracodawca przyjazny pracownikom,
- Nagrody jakości,
- Lider Filantropii.

Pojawiały się także następujące tytuły: Perły Polskiej Giełdy, Lider Polskiego Biznesu, Przejrzysta Firma, Firma Wysokiej Reputacji w kategorii Energia, Mecenas Sportu, Oskar Serca, Laur Złotego Tygrysa, Certyfikat Innowacyjności, Gazele Biznesu.

Tak jak w 2008 roku, większość z uzyskiwanych w 2009 roku nagród ma charakter lokalny o zróżnicowanym charakterze, stąd trudno o jednolitą podstawę porównawczą, niemniej znamienne jest to, że większość z firm dalej może poszczycić się wyróżnieniami z obszaru koncepcji SOB.

5. SOB wobec odbiorcy wrażliwego społecznie

Państwa członkowskie UE zostały zobowiązane do podejmowania właściwych środków dla ochrony odbiorców końcowych, a w szczególności do wprowadzenia odpowiednich zabezpieczeń chroniących odbiorców wrażliwych społecznie, łącznie ze środkami pomagającymi tym odbiorcom uniknąć odłączenia od sieci[12]. Brak jest dotychczas systemowych rozwiązań powyższej kwestii, Prezes URE silnie o to zabiega jednocześnie starając się zbierać informacje o skali zjawiska i o tym, jak firmy energetyczne radzą sobie z tą sytuacją.

Trzeba zauważyć, że w celu wypełnienia przez Polskę zapisów przytoczonych wcześniej Dyrektyw, podjęto następujące prace. W „*Polityce energetycznej Polski do 2030 roku*"[13], Program Działań Wykonawczych na lata 2009 – 2012, działanie 5.5. – *Ochrona najgorzej sytuowanych odbiorców energii elektrycznej przed skutkami wzrostu cen tej energii,* przyjęto następujący sposób realizacji tego zadania:

1. przygotowanie i wdrożenie odpowiedniego rozwiązania w ramach krajowego systemu pomocy społecznej dotyczącego ochrony najsłabszych ekonomicznie grup odbiorców energii elektrycznej w gospodarstwach domowych. Zadanie to ma zostać zrealizowane w 2010 r. a odpowiedzialnym jest minister właściwy ds. zabezpieczenia społecznego oraz minister właściwy ds. gospodarki[14].
2. przygotowanie i wdrożenie dodatkowego rozwiązania, polegającego na świadczeniu pomocy najuboższym grupom odbiorców energii elektrycznej przez przedsiębiorstwa energetyczne w ramach opracowywanych przez nie programów pomocy (tzw. zasada odpowiedzialności społecznej biznesu CSR – *Corporate Social Responsibility*) w sektorze elektroenergetyki w warunkach konkurencyjnego rynku energii elektrycznej. Realizacja i tego zadania ma nastąpić także w 2010 r., a odpowiedzialnym jest minister właściwy ds. gospodarki.

[12] Zob. przypis nr 4 i 5.
[13] Dokument przyjęty przez Radę Ministrów 10 listopada 2009 r.
[14] 11 maja 2010 r. Rada Ministrów przyjęła założenia do aktów prawnych wprowadzających system ochrony odbiorców wrażliwych energii elektrycznej. Z informacją na ten temat można zapoznać się na www.kprm.gov.pl/rzad/decyzje_rzadu/id:4734

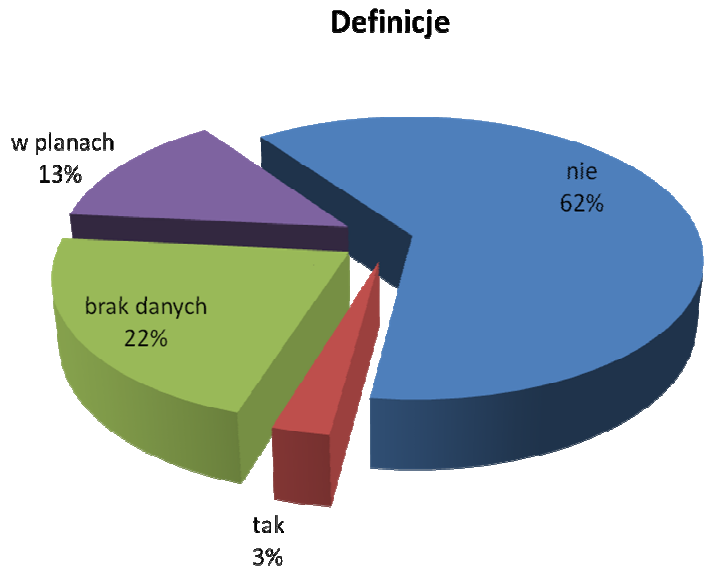
W świetle powyższych zapisów *„Polityki energetycznej Polski do 2030 roku”* ciekawym było uzyskanie informacji, w jaki sposób przedsiębiorstwa energetyczne przygotowują się do realizacji tego zadania, czy też może przyjęły „pozycję wyczekującą” spodziewając się ogólnych rozwiązań prawno - systemowych wraz z dodatkowym rozwiązaniem tego problemu w ramach SOB, opracowanym przez Ministra Gospodarki.

Specjalna część ankiety była zatem temu poświęcona. Poniżej są przedstawione jej wyniki z uwzględnieniem rezultatów zeszłorocznego badania.

5.1. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie

Podstawowe pytanie, otwierające tę część ankiety brzmiało: ***Czy Zarząd Spółki przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie o którym mowa ….*** Analiza uzyskanych odpowiedzi wskazuje, że tylko jeden z zarządów spółek przyjął definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, natomiast zarządy pięciu spółek planują przyjęcie takiej definicji, co pokazuje wykres 17. Analogicznie jak w roku ubiegłym jedna spółka podała własną definicję odbiorcy wrażliwego społecznie przyjętą na potrzeby działów obsługi klienta. Jest nim 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. Spółka zwraca też uwagę, iż odbiorca wrażliwy społecznie to zarówno osoba pokrzywdzona przez los – chorobę, niepełnosprawność, jak też osoba o niskim statusie ekonomicznym. Według innego przedsiębiorstwa, które planuje przyjęcie definicji odbiorcy wrażliwego społecznie a na chwilę obecną posługuje się wersją roboczą, odbiorca wrażliwy społecznie to odbiorca korzystający w szczególności z pomocy Ośrodków Pomocy Społecznej.

Wykres 17. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie



Źródło: URE.

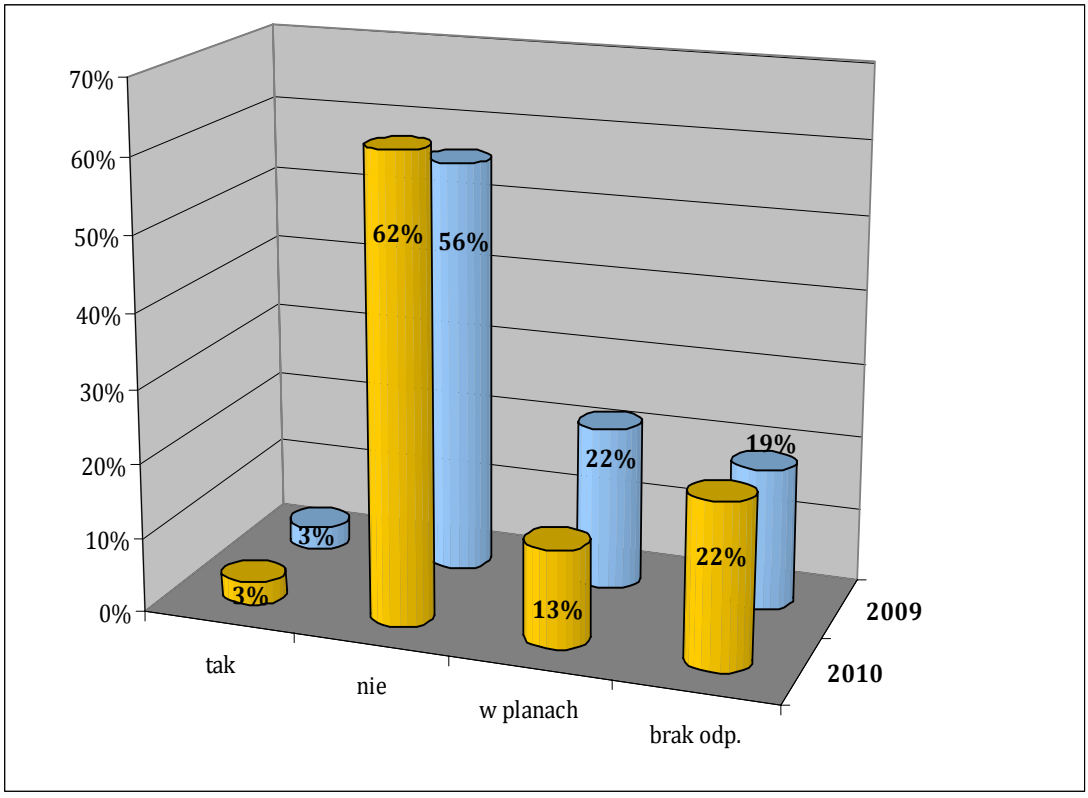
Jedno z przedsiębiorstw energetycznych wyjaśniło, że definicja takiego odbiorcy powinna być określona na poziomie prawa polskiego wraz ze wskazaniem mechanizmu pomocy. Inna spółka energetyczna podała, że przyjęcie takiej definicji powinno być poprzedzone dogłębnymi konsultacjami i powinna być ona przygotowana w uzgodnieniu ze wszystkimi zainteresowanymi przedstawicielami stron, tj. sprzedawcami, podmiotami zajmującymi się opieką społeczną, stroną rządową, Urzędem Regulacji Energetyki. Tylko w pięciu spółkach planuje się przyjąć definicję odbiorcy wrażliwego społecznie, w dwóch przypadkach jest to uzależnione od wprowadzenia taryfy socjalnej. W porównaniu do roku ubiegłego ilość ta uległa zmniejszeniu na rzecz mniej zdecydowanych, nie potrafiących wskazać konkretnych działań związanych z przyjęciem definicji odbiorcy wrażliwego społecznie. Dwa przedsiębiorstwa wyjaśniły, że definicje odbiorców wrażliwych społecznie powinny być zgodne z obowiązującym porządkiem prawnym i polityką grupy kapitałowej w powyższym zakresie. W innym przypadku zarząd spółki zakłada przyjęcie definicji odbiorcy wrażliwego społecznie w sytuacji wprowadzenia taryfy socjalnej.

Jedno z przedsiębiorstw ciepłowniczych nie planuje przyjmować definicji odbiorcy wrażliwego społecznie ze względu na specyfikę klientów, wśród których klienci

indywidualni stanowią niewielki procent odbiorców. Przychód od odbiorców indywidualnych stanowi promil całkowitego przychodu przedsiębiorstwa.

Ze względu na brak definicji odbiorcy wrażliwego społecznie w większości przypadków niecelowym było prowadzenie analizy pod kątem udziału sprzedaży realizowanej przez odbiorców wrażliwych społecznie w ogólnym wolumenie sprzedaży.

Wykres 18. Definicja odbiorcy wrażliwego społecznie - porównanie



Źródło: URE

Analiza udzielonych odpowiedzi skłania do opinii, że bez zdefiniowania beneficjentów programów pomocy, o czym dalej, pomoc taka nadal jest udzielana uznaniowo. Może to także wskazywać, na wspomnianą wcześniej, postawę „wyczekującą" przedsiębiorstw energetycznych wobec planowanym zmian prawnych.

5.2. Rejestry odbiorców wrażliwych społecznie

Na pytanie: ***Czy w Spółce prowadzony jest rejestr odbiorców wrażliwych społecznie?* –** większość ankietowanych odpowiedziało, że nie lub nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Jedynie jedna spółka wskazała, że prowadzi taki rejestr, oraz jedna – że aktualnie w przedsiębiorstwie trwają prace nad projektem takiego rejestru i jest on na etapie wstępnych ustaleń. Porównując wyniki tegorocznej ankiety, z poprzednią należy wskazać, że uzyskano podobny rezultat. W 2009 r. większość spółek nie odpowiedziała na ww. pytanie lub wskazała, że nie posiada takiego rejestru, wyjątkiem było jedno przedsiębiorstwo. Nieposiadanie takiego rejestru wynika najprawdopodobniej z braku oficjalnej (ustawowej) definicji odbiorcy wrażliwego oraz z braku przyjętych przez przedsiębiorstwa energetyczne własnych definicji, na potrzeby wprowadzonych programów pomocy.

Kolejne pytanie dotyczyło tego, ***czy w Spółce prowadzony jest osobny rejestr odbiorców, którzy sami lub członkowie ich rodzin korzystają w domu z urządzeń medycznych niezbędnych do podtrzymywania/ratowania zdrowia, życia?*** Z informacji ankietowych wynika, że spółki nie prowadzą także osobnego rejestru odbiorców, którzy sami lub członkowie ich rodzin korzystają w domu z urządzeń medycznych niezbędnych do podtrzymania czy ratowania zdrowia/życia.

Pojawiają się jednak zwiastuny, na razie śladowe, że problem się pojawia. Była otóż taka odpowiedź, że co prawda formalnie nie ma w firmie rejestru, natomiast biuro obsługi klienta jest w posiadaniu takich informacji. Inna jeszcze spółka wskazała, że „*w przypadku gdy odbiorca poinformuje o posiadaniu urządzeń medycznych zasilanych energią elektryczną niezbędną do podtrzymywania życia lub zdrowia odbiorcy lub innych osób mieszkających z odbiorcą, informacja taka archiwizowana jest przez Biuro Obsługi Klienta*". Nie podano jednak liczby takich odbiorców. Kolejna spółka wyjaśniła, że: „*Spółka poszukuje optymalnego rozwiązania, które godzi interesy stron".*

Sprawa wymaga dalszych wyjaśnień, ponieważ trzeba to podkreślić, że miały miejsce przypadki wstrzymania dostaw energii do takich odbiorców. Jednak z powodu braku prowadzonych przez przedsiębiorstwa energetyczne ewidencji takich przypadków, nie jest możliwe wskazanie ich liczby. Jak wskazała jedna ze spółek, na terenie jej działania doszło do „*kilkunastu przypadków w okresie od 04.2009 do 03. 2010. O tym, że klient ko-*

rzysta z urządzenia podtrzymującego życie dowiadujemy się bezpośrednio przed wyłączeniem lub dopiero po wstrzymaniu dostarczania energii elektrycznej. Po otrzymaniu takiej informacji przywrócenie zasilania realizowane jest w pierwszej kolejności". Inne przedsiębiorstwo wskazało, że nie posiada rejestru, „*ale w przypadku informacji o odłączeniu takiego odbiorcy, odbiorca zostałby ponownie przyłączony*".

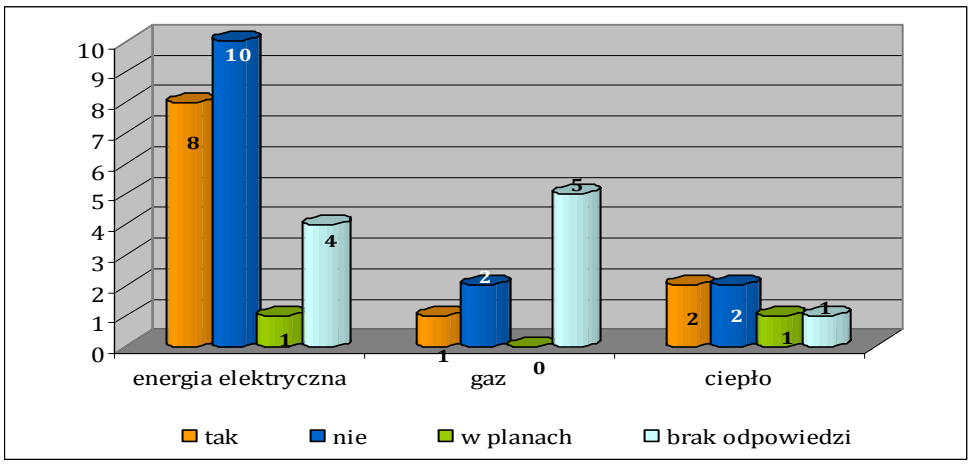
Odwołując się do sytuacji w zeszłorocznym badaniu, należy wskazać, że wyniki te są podobne. Zmniejszyła się tylko liczba zidentyfikowanych przypadków wstrzymania dostaw w tych okolicznościach.

5.3. Współpraca przedsiębiorstw energetycznych z Ośrodkami Pomocy Społecznej

W badanej przez Regulatora sytuacji odbiorcy wrażliwego, szczególnie, gdy jest brak rozwiązań prawno-systemowych, ważny był sprawdzian ***czy, w rozwiązywaniu problemów odbiorców wrażliwych społecznie, Zarząd Spółki współpracuje z ośrodkami pomocy społecznej****?*

Okazało się, że współpracę z OPS podjęły lub planują podjąć, przede wszystkim spółki elektroenergetyczne, nieliczne ciepłownicze, zaś w gazownictwie dotyczy to jednego podmiotu - sprzedawcy, reprezentującego cały obrót a zatem bezpośrednią styczność z odbiorcą, co nie jest przedmiotem działania dystrybutorów. Ilustracja tej sytuacji jest pokazana na wykresie 19.

Wykres 19. Współpraca z ośrodkami pomocy społecznej



Źródło: URE.

W elektroenergetyce w szczegółach wyglądało to następująco: spółki współpracowały ze zróżnicowaną liczbą OPS - od 17 do 65 placówek. Jak dodatkowo podała jedna ze spółek obrotu, współpraca miała miejsce *„ze wszystkimi ośrodkami, które wyrażają chęć współpracy – dotyczy zarówno MOPS, MOPR, Caritas tudzież innych organizacji świadczących pomoc*", a inna np. współdziałała *„indywidualnie i doraźnie w zależności od zaistniałych okoliczności".*

Formy współpracy były różne, najczęściej polegało to 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. W gazownictwie dotyczy to każdego klienta, który zgłosi, że za niego rachunek reguluje OPS.;
- 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";*

- kontaktach pracowników, jednej ze spółek, z OPS „*mających doprowadzić do wyeliminowania przyczyn uzasadniających wstrzymanie dostaw energii elektrycznej*".

Nieliczne z zarządów spółek (jeden – w elektroenergetyce i jeden w ciepłownictwie) planują podjąć współpracę z ośrodkami pomocy społecznej od 2010 r. lub „*W momencie doprecyzowania w przepisach definicji odbiorcy wrażliwego".*

Interesującą rzeczą było, gdy ośrodek pomocy społecznej uregulował rachunek na rzecz odbiorcy, uzyskanie konkretnych informacji z zakresu udzielonej pomocy, dane te przedstawia tabela 10. Niestety na to pytanie, bez podania przyczyny, mało kto udzielił odpowiedzi: tylko dwie spółki obrotu energią elektryczną oraz jedna w zakresie dostarczania ciepła. Nawet te ograniczone, co do reprezentatywności dane, świadczą jednak o tym, że choć w całkowitym ujęciu udzielona pomoc nie jest duża, to jednak liczba odbiorców, którzy skorzystali z takiej pomocy w porównaniu do roku poprzedniego wzrosła.

Tabela 10. Pomoc Ośrodków Pomocy Społecznej

Lp.	Firma	Liczba odbiorców, którym udzielono pomoc	Ile razy udzielono daną pomoc	Wielkość udzielonej pomocy [w PLN]
1.	elektroenergetyczna	500	b.d.	b.d.
2.	elektroenergetyczna	913	b.d.	132 000,00
3.	ciepłownicza	2	11	1 822,67

Źródło: URE.

Dla zilustrowania tej sytuacji, tj braku odpowiedzi, przytaczamy wyjaśnienia z przedsiębiorstw, które wypełniły ten punkt ankiety:

- „ *rejestr nie jest prowadzony ponieważ OPS nie przekazuje takich informacji*",
- „*nie jest prowadzona ewidencja podmiotów, które dokonują wpłat za klientów*",
- „*z uwagi na umowy kompleksowe należności za usługi dystrybucyjne wpływają na rachunek odbiorcy, wobec powyższego w systemach ewidencjonowane są wyłącznie wpłaty dokonywane na konto konkretnego klienta bez podmiotu dokonującego wpłaty*",
- „*dane są chronione przez spółkę*".

Pewien z tego wniosek jest taki, iż przyczyną braku udzielonej odpowiedzi w większości przypadków jest brak ewidencji wpłat dokonanych przez OPS.

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

Przedpłatowy układ pomiarowo-rozliczeniowy służący do rozliczeń za dostarczane paliwa gazowe, energię elektryczną lub ciepło(dalej: „układ przedpłatowy") przedsiębiorstwo energetyczne może zainstalować, 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 (art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne).

Możliwość instalowania układów 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 i jakie zachodzą w tej mierze zmiany. Dlatego też, kolejny raz poprosiliśmy o podanie danych dotyczących układów przedpłatowych, zainstalowanych jedynie na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne.

Energia elektryczna

Uzyskane wyniki, podobnie jak miało to miejsce w ubiegłym roku, nie są jednoznaczne i utrudniają porównania. Okazało się, że wiele spółek w ogóle nie prowadzi ewidencji przyczyn instalowania tego rodzaju urządzeń[15]. Niektóre zaś podawały dane w odniesieniu do różnych terminów np. na koniec marca 2010 r., inne na koniec grudnia 2009 r. Nie zawsze z danych przesłanych przez przedsiębiorstwa energetyczne wynika wprost, czy dane te dotyczą układów przedpłatowych zainstalowanych w 2009 r., czy też układów zainstalowanych do końca 2009 r. (a więc danych obejmujących też lata ubiegłe).

[15] Zgodnie z art. 6a ust. 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.

Dwa przedsiębiorstwa przedstawiły szerszy zakres informacji podając ogólną liczbę zainstalowanych układów przedpłatowych oraz szacunkową ilość tych układów zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne. Pierwsze z nich podało, że „*Spółka stosuje przedpłatowy system rozliczeń z 21 926 klientami (dane na koniec 2009 r.), przy czym część liczników przedpłatowych zainstalowana jest w obiektach użytkowanych okresowo albo w przypadku, gdy klient nie posiada tytułu prawnego. Szacujemy, że ilość klientów, z którymi zawarto umowy kompleksowe z rozliczeniem przedpłatowym w oparciu o art. 6a ust.1 pkt 1 ustawy Prawo energetyczne wynosi około 11 500*". Z danych tych wynika, że 52,45% przypadków, a więc niewiele więcej niż połowa, to ilość układów przedpłatowych zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne. Drugie poinformowało, że posiada 549 szt. układów przedpłatowych zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne „*a korzysta ogółem 1 547*", zatem 35,49% przypadków to ilość układów przedpłatowych zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne.

Z treści wypowiedzi kolejnych dwóch przedsiębiorstw wynika, że podane w ankiecie dane dotyczą wszystkich punktów wymienionych w art. 6a ust. 1 ustawy – Prawo energetyczne.

Pozostałe przypadki, mając na uwadze, że zapytanie dotyczyło ilości przedpłatowych układów pomiarowo-rozliczeniowych zainstalowanych na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne, zinterpretowano jako dane dotyczące li tylko tego zagadnienia.

Powyższe okoliczności uniemożliwiają wyodrębnienie ogólnej liczby zainstalowanych, na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne, przedpłatowych układów przez ankietowane przedsiębiorstwa energetyczne.

Jedna ze spółek dystrybuujących energię elektryczną podała, że „*Wg stanu na 31.12.2008 r. zainstalowanych było 2 131 liczników przedpłatowych (1 335 1-fazowych oraz 796 3-fazowych) u odbiorców przyłączonych do sieci (...). W roku 2009 zainstalowano 171 liczników przedpłatowych (105 1-fazowych oraz 66 3-fazowych). Gros stanowią przypadki instalacji licznika przedpłatowego na podstawie art. 6a ust. 1 pkt 1 ustawy – Prawo energetyczne*". Z danych tych nie można jednak w sposób jednoznaczny wywnioskować, czy ilość instalowanych układów przedpłatowych spada, utrzymuje się na jednakowym poziomie, czy też wzrasta, albowiem dane z ubiegłego roku dotyczą ogólnej ilości posia-

danych przedpłatowych układów (a więc i tych zainstalowanych w latach ubiegłych), a dane tegoroczne wskazują ilość tych układów zainstalowanych jedynie w 2009 r.

Z kolejnego przypadku – spółka obrotu - wynika, że w 2008 r. zainstalowano układów przedpłatowych *„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)”,* natomiast *„Na koniec grudnia 2009 r. stan liczników przedpłatowych – 8 230 szt. (Są to wszystkie układy pomiarowe bez względu na czas i przyczynę zainstalowania. Spółka nie prowadzi ewidencji przyczyn zainstalowania tych układów pomiarowych. Szacujemy, że ok. 90% układów zostało zainstalowane z powodu zadłużenia)”.* Dane wskazują, że w tej spółce wzrosła ilość zainstalowanych przedpłatowych układów pomiarowo-rozliczeniowych w stosunku do poprzedniego okresu, ale nie można na tej podstawie jednoznacznie stwierdzić, że wzrosła ilość odbiorców, u których te układy zainstalowano. Sama spółka wskazuje bowiem, że *„Są to wszystkie układy pomiarowe bez względu na czas i przyczynę zainstalowania”,* a więc dane te mogą obejmować też układy „wymienione” np. z powodu uszkodzenia mechanizmu działania samego układu lub też na skutek upływu okresu ich legalizacji. Spółka ta w dalszym ciągu nie prowadzi szczegółowej ewidencji przyczyn zainstalowania tych układów, stąd też dodatkowa trudność w ocenie zaprezentowanych danych.

Dwa przedsiębiorstwa dystrybucyjne podały, bez podania przyczyn takiego stanu rzeczy, że nie stosują („nie praktykują” jak to wskazało jedno z nich) układów przedpłatowych.

Koszty zainstalowania układów przedpłatowych **ponosi przedsiębiorstwo energetyczne** (art. 6a ust. 2 ustawy – Prawo energetyczne) i to było przedmiotem kolejnego pytania.

Analiza przekazanych danych wskazuje, że instalacje i serwis układów przedpłatowych finansują zarówno spółki dystrybucyjne, jak i spółki obrotu, podobnie jak w ubiegłym badaniu. Koszty instalacji układów przedpłatowych były zróżnicowane i pięć spółek, które podały takie dane, określiły je na niżej wskazanym poziomie, co przedstawia tabela 11.

Tabela11. Koszt zainstalowania liczników przedpłatowych - przykłady

Firmy elektroenergetyczne	Liczba układów przedpłatowych	Koszty instalacji [w PLN]
1 firma	171	117,0 tys.
2 firma	612	334,0 tys.
3 firma	1 776	75,9 tys.
4 firma	22 542	10 143,9 tys.*
5 firma	13 455	10 000,0 tys.

* Przy szacunkowym koszcie 420 PLN/szt.

Źródło: URE.

Z uwagi na brak prowadzonych we wszystkich spółkach energetycznych ewidencji dotyczących ponoszonych z tego tytułu kosztów, przedstawione w powyższej tabeli dane liczbowe stanowić mogą jedynie przyczynek do rozpatrywanego zagadnienia.

Jedna spółka podała, że *„w roku 2009 nie poniosła kosztów związanych z zakupem liczników przedpłatowych, w związku z wyczerpywaniem posiadanych zapasów magazynowych liczników. Dodatkowo ponoszone są koszty utrzymania systemu obsługującego liczniki przedpłatowe i koszty wymiany układu pomiarowego, które nie są identyfikowane w ewidencji finansowo-księgowej w sposób możliwy do bezpośredniego wyodrębnienia".*

Jeden z operatorów systemu dystrybucyjnego poinformował, że *„Koszty zakupu ww. ilości liczników [*przyp. autora ok. 171 szt*.] w roku 2009 wyniosły około ll7 tys. PLN netto, natomiast w latach ubiegłych* [przyp. autora ponad 2 tys. urządzeń*] wyniosły około l 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 ich w stanie wyodrębnić w zakresie liczników przedpłatowych*".

Jedna ze spółek obrotu wyjaśniła, że nie ponosi 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"*. W spółce tej szacunkowy roczny koszt serwisu urządzeń nie uległ zmianie i kształtuje się na poziomie „*ok. 25 tys. zł*". W porównaniu do ubiegłego roku w spółce tej wzrosła „*orientacyjna liczba wizyt Klientów w celu zakupu energii w BOK*". I tak, w roku

ubiegłym podano ilość „*ok. 92 tys. rocznie*", co generowało koszt obsługi na poziomie „*ok. 0,4 mln zł*", natomiast w bieżącym roku podano ilość „*ok. 113,5 tys. rocznie*", co generowało koszt obsługi na poziomie „*ok. 0,54 mln zł*".

Z powyższego omówienia poszczególnych odpowiedzi na ankietowe pytanie o liczniki przedpłatowe nie ma możliwości wyrobienia opinii, na ile takie narzędzie pomaga ustrzec odbiorców wrażliwych przed ewentualnym wykluczeniem z korzystania z energii elektrycznej, bowiem z tego rodzaju układów korzysta niemała liczba odbiorców, nie tylko wrażliwych społecznie. Niemniej jednak wydaje się, w zbyt nikłym stopniu wykorzystywane jest to narzędzie do zabezpieczenia elementarnej ilości energii odbiorcom wrażliwym społecznie.

Ciepło

Z nadesłanych odpowiedzi na tę część pytań ankiety wynika, że przedsiębiorstwa ciepłownicze nie instalują układów przedpłatowych. Pomijając kwestie techniczne wydaje się, że dzieje się tak dlatego, iż użytkownicy mieszkań lub lokali użytkowych w budynkach wielolokalowych generalnie nie są odbiorcami w rozumieniu ustawy – Prawo energetyczne. Odbiorcami ciepła w przypadku obiektów wielolokalowych są właściciele budynków albo podmioty nimi zarządzające. Dlatego też, przedsiębiorstwa ciepłownicze nie ponoszą żadnych kosztów związanych z układami przedpłatowymi. Podobnie jak w roku ubiegłym, przedsiębiorstwa ciepłownicze nie zawierały z odbiorcami umów z zastosowaniem przedpłatowego systemu rozliczeń.

Jedno z ankietowanych przedsiębiorstw ciepłowniczych poinformowało, że w jego przypadku, pomimo tego, że nie były jeszcze zawierane z odbiorcami umowy z zastosowaniem przedpłatowego systemu rozliczeń, odbiorcy – dzięki zapisom wprowadzonym do nowego wzoru umowy kompleksowej – są informowani o takiej możliwości.

Działania podjęte przez przedsiębiorstwa ciepłownicze w celu uniknięcia wstrzymania dostaw ciepła były podobne do zaobserwowanych w poprzednim badaniu ankietowym. Jednak w przeważającej większości przedsiębiorstwa **na pytanie, jakie podejmowały działania mające na celu uniknięcie wstrzymania dostaw odpowiadają**, że nie mają takich danych.

Te przedsiębiorstwa, które odpowiedziały, stosują następujące działania:

– informujące,
– monitorujące,
– pomocowe (porozumienia dotyczące spłat długów lub rozłożenie płatności na raty).

Jedno z przedsiębiorstw ciepłowniczych, jako działania podjęte w celu uniknięcia wstrzymania dostaw podało windykację, co jest niezrozumiałe, albowiem wstrzymanie dostaw nie jest narzędziem windykacyjnym, a ostatecznością.

Gaz

Podobnie jak w pierwszym badaniu żadna ze spółek gazowych nie instalowała tego rodzaju układu pomiarowo-rozliczeniowego, przy czym żadna ze spółek nie wyjaśniła powodów tego stanu.

5.5. Wstrzymanie dostaw energii elektrycznej/gazu/ciepła

Przedsiębiorstwo energetyczne może 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 (art. 6 ust. 3a ustawy – Prawo energetyczne). Dlatego kolejne pytanie dotyczyło sytuacji zastosowania takiej sankcji wobec odbiorców wrażliwych społecznie: ***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***?

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 3 141 do 25 255 wyłączeń (odbiorców z grupy taryfowej G)**[16].

[16] Według danych URE, pozyskanych w toku procesu taryfowania, odłączenia ogółem z tytułu art. 6 ust. 3a ustawy – Prawo energetyczne, wyniosły dla energii elektrycznej – 1,4%, analogicznie dla gazu – 0,8%.

Tak samo, jak w poprzednim badaniu, na terenie działania jednej z grup kapitałowych „*Miesięcznie dokonywanych jest ok. 2 tys. wyłączeń…z grupy taryfowej G*", lecz jednocześnie na terenie działania tej grupy dokonywanych jest ok. 1,5 tys. wznowień dostaw w grupie taryfowej G[17], o czym mowa dalej.

Żadne przedsiębiorstwo ciepłownicze ani gazownicze nie wskazało na wstrzymanie dostaw z tego tytułu.

Następne pytanie dotyczyło liczby odbiorców ponownie przyłączonych. W tabeli 12 zamieszczone są uzyskane dane, bez wyróżnienia liczby odbiorców wrażliwych społecznie.

Tabela 12. Ponowne podłączenia odbiorców do sieci

Lp.	Firma	Forma odpowiedzi	Liczba odbiorców ponownie przyłączonych
1.	elektroenergetyczna	skonkretyzowana	17 040 grupa G
2.	elektroenergetyczna	skonkretyzowana	ok. 9 000
3.	elektroenergetyczna	skonkretyzowana	1 547
4.	elektroenergetyczna	skonkretyzowana	miesięcznie ok. 1 500
5.	elektroenergetyczna	skonkretyzowana	6 115
6.	pozostałe 18 elektroenergetycznych	b.d.	b.d.
7.	wszystkie gazowe	b.d.	b.d.
8.	sześć ciepłowniczych	b.d.	b.d.

Źródło: URE.

Analiza tych odpowiedzi wskazuje, że w nielicznych firmach elektroenergetycznych podejmowane są pewne działania mające na celu zidentyfikowanie problemów związanych ze wznowieniem dostaw do grupy pobierających energię elektryczną, w tym odbiorcom wrażliwym społecznie. Niestety, przedstawiane dane nie pozwalają w sposób jedno-

[17] 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. Cześć 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*".

znaczny określić, jaka grupa ponownie pobierała energię elektryczną. Z przedstawionych odpowiedzi wynika bowiem, iż dane pozytywne dotyczą ogólnej liczby odbiorców lub tylko odbiorców z grupy taryfowej G. Jak wynika natomiast z danych dotyczących firm gazowniczych oraz ciepłowniczych nadal nie prowadzone są jakiekolwiek rejestry dotyczące opisywanych zjawisk.

Szacowanie w oparciu o powyższe dane skali zjawiska „odbiorca utracony" nie jest możliwe, ponieważ nie ma identyfikacji personalnej i „historii" odłączenia oraz wznowienia dostaw, a mogą w grę wchodzić bardzo różne sytuacje - chociażby związane z emigracją zarobkową a nie z typowym wrażliwym odbiorcą pozostawionym przede wszystkim bez prądu, ale również gazu. Zjawiska tego nie można jednak nie zauważać.

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 cztery spółki dane o liczbie odbiorców, którym wstrzymano dostawy energii i ciepła na określony czas, przedstawia tabela 13.

Tabela 13. Czas wstrzymania dostarczania energii elektrycznej/ciepła - przykłady

L.p	Firma	1 – 2 dni	2 – 5 dni	5 – 14 dni	14 dni – 1 miesiąc	> 1 miesiąca
1.	elektroenergetyczna	Na okres dłuższy niż 3 m-ce spółka wstrzymała dostarczanie energii elektrycznej odbiorcom z grupy arfowej G w liczbie ok. 1 900 odbiorców				
2.	elektroenergetyczna	brak szczegółowych danych większość wyłączeń trwa dłużej niż 2 dni				
3.	pozostałe elektroenergetyczne	brak danych				
4.	ciepłownicza	19	15	9	3	25
5.	pozostałe ciepłownicze	b.d.				
6.	gazownicze	b.d.				

Źródło: URE.

Z przedstawionych danych wynika, iż wstrzymania dostaw energii elektrycznej trwały powyżej 2 dni, a znacznej liczbie odbiorców wstrzymano dostawy powyżej miesiąca a

nawet 3 miesięcy. W przypadku ciepła wstrzymanie dostaw trwało od 2 dni do miesiąca. Nie są to jednak miarodajne informacje i dlatego nie uprawniają do jakichkolwiek uogólnień.

Generalnie, przedsiębiorstwa nie prowadzą rejestrów zawierających dane o długości wstrzymania dostaw paliw gazowych, energii elektrycznej i ciepła lub prowadzone rejestry nie zawierają szczegółowych danych.

Ponownie dostaliśmy fragmentaryczne odpowiedzi, z których nie można wyprowadzić twardych wniosków, co nie daje podstawy do wypracowania działań zapobiegających sytuacjom pozbawienia odbiorców dostaw energii elektrycznej (dane o cieple, czy gazie są w ogóle szczątkowe), co wpływa na ich sytuację ekonomiczno - społeczną i prowadzi do wykluczenia społecznego oraz ubóstwa energetycznego.

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 dwóch spółkach w elektroenergetyce **zaobserwowano zjawisko samoodłączenia się odbiorców od sieci**. W jednej wystąpiło 18 takich przypadków, w drugiej obserwuje się takie sytuacje, jednakże liczba ich nie jest znana, z powodu braku w spółce danych. W dwóch przypadkach samoodłączenie nastąpiło z powodu braku wystarczających środków finansowych na zakup energii elektrycznej.

5.7. Zadłużenie odbiorców

Przedsiębiorstwa energetyczne zostały poproszone o ***podanie wielkości zadłużenia odbiorców wrażliwych społecznie, według całkowitej wysokości zadłużenia***. Dane przekazała tylko jedna elektroenergetyczna spółka obrotu i jedna spółka ciepłownicza, jak pokazano w poniższych tabelach, co nie obrazuje jednak skali zjawiska i trudno je porównać z poprzednim badaniem.

Przekazane przez spółki informacje przedstawiają tabele 14 i 15.

Tabela 14. Liczba zadłużonych odbiorców

L.p.	Firma	< 100 [w PLN]	101 – 200 [w PLN]	201 – 500 [w PLN]	> 501 [w PLN]	Razem
1.	firma elektroenergetyczna	b.d	b.d	b.d.	b.d.	65 304
2.	firma ciepłownicza	0	7	19	30	56

Źródło: URE.

Tabela 15. Kwoty zadłużenia odbiorców

L.p.	Firma	< 100 [w PLN]	101 – 200 [w PLN]	201 – 500 [w PLN]	> 501 [w PLN]	Razem
1.	firma elektroenergetyczna	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	16 183 584
2.	firma ciepłownicza	0	1 223,49	6 436,98	46 829,77	54 490,24

Źródło: URE.

W większości przypadków odpowiedź nie została w pełni udzielona, bez podania powodu.

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

Brak w spółkach 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 elektrycznej czy ciepła.

Analiza danych, przekazanych przez spółki, skłania do wniosku, iż stosowane są dosyć zróżnicowane - poza instalacją licznika przedpłatowego - formy pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie, szczegóły zawarte są w tabeli 16.

Tabela 16. 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	45; 75; 94; 5500; 6433	1; 3023; 6200;	52 840; 72 296; 1 400 000; 2 592 460;
2.	Rozłożenie odsetek na raty	2 803	2 803	10 689
3.	Rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty	1584; 7000; 9715;	4 257; 8 100; 11 018; 16 166	1 445 210; 2 100 000; 5 695 534
4.	Umorzenie należności głównej	400; 645	119; 420	39 984; 300 000
5.	Umorzenie odsetek	9; 13; 62; 70; 86	1; 20; 70	685; 1126; 6000
6.	Umorzenie należności głównej wraz z odsetkami na raty	2; 25; 50	1; 35; 50	965; 3442; 70000
7.	Zawarto porozumienie o spłacie długu	200; 856; 1130	210; 1130; 2545	125 240; 230 000; 1 407 260;
8.	Zaniechanie wstrzymania dostaw energii, pomimo wymagalności długu	16; 28; 600;	28; 650	4 703; 200 000
9.	Zaniechanie windykacji należności	150	170	40 000
10.	Inne formy pomocy: – prolongata terminów płatności, – zwolnienie z kosztów ponownego podłączenia, – odstąpienie od wstrzymania dostaw w okresach przedświątecznych i w piątki, – warunkowe wznowienie dostaw energii bez uprzedniej spłaty zaległego zadłużenia	2	b.d.	1500

* Dane liczbowe są przekazane przez przedsiębiorstwa elektroenergetyczne i ciepłownicze, pozycje w wierszu 1, 2, 3, 5, 7, i 8 są także praktyką w gazownictwie, nie podano jednak danych ze względu na brak stosownych rejestrów.

Źródło: URE.

Najbardziej rozpowszechnioną formą pomocy w 2009 r., podobnie jak w 2008 r., było: rozłożenie należności głównej na raty, rozłożenie należności głównej wraz z odsetkami na raty oraz zawarcie porozumienia o spłacie długu, przy czym dodatkowo stosowano również pomoc w formie rozłożenia odsetek na raty. Ponadto, w stosunku do większej, niż w poprzednio, ilości odbiorców zaniechano windykacji należności. Koszty świadczonej odbiorcom pomocy, które kształtowały się na poziomie **od 238 – 300 PLN do ponad 2,7 mln PLN w 2008 r.** znacznie wzrosły i wynosiły **od 685 – 965 PLN do około 5,7 mln PLN w 2009 r.**

Niestety, podobnie jak w poprzednim badaniu, na to pytanie nie została w pełni udzielona odpowiedź. Dlatego przytaczane są poszczególne odpowiedzi. Jak wyjaśniła jedna ze spółek obrotu w elektroenergetyce, „*Biura Obsługi Klientów prowadzące bezpośrednią obsługę klientów oraz współpracujące bezpośrednio i na bieżąco z Miejskimi i Gminnymi Ośrodkami Pomocy Społecznej stosowały i stosują głównie formy pomocy opisane w pozycjach 1, 2, 3, 5, 7 i 8. Nie posiadamy jednak danych umożliwiających podanie szczegółowych danych".* Dwie inne, tym razem z dystrybucji wyjaśniły, podobnie zresztą jak poprzednio, 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".*

Spółka ciepłownicza podała natomiast, że „*w uzasadnionych przypadkach, na prośbę odbiorców o przedłużenie terminu płatności lub rozłożenie zaległych należności na raty, wstrzymuje się działania windykacyjne, skutkujące np. wyłączeniem ciepła i konstruuje się porozumienia".*

5.9. Koszty poniesione przez przedsiębiorstwa związane z obsługą nieterminowych należności

Na pytanie ***zmierzające do oszacowania kosztów, jakie poniosły spółki w związku z obsługą nieterminowych należności odbiorców wrażliwych społecznie*** z tytułu: wznowienia dostaw; obsługi administracyjnej systemu pomocy odbiorcom wrażliwym społecznie; innych kosztów, otrzymaliśmy także szczątkowe odpowiedzi. W spółkach nie są bowiem prowadzone tego rodzaju ewidencje kosztów:

- kilka spółek zajmujących się działalnością w zakresie obrotu energią elektryczną wskazało, że koszty ponoszą operatorzy systemu dystrybucyjnego;
- w jednej z elektroenergetycznych spółek dystrybucyjnych koszty ponownego podłączenia wynoszą zgodnie z taryfą 72,46 PLN netto; natomiast inne koszty związane są z *„windykacją miękką, a nie zakończoną czynnościami wstrzymania dostaw";*
- elektroenergetyczna spółka obrotu: jedna oszacowała na 4,2 mln PLN koszty związane z obsługą nieterminowych płatności grupy G, druga - wskazała, że 222 tys. PLN to koszty upomnień, natomiast 12 tys. to koszty sądowe, jeszcze inna oszacowała koszty obsługi na kwotę 207 541,00 PLN, natomiast nie podała co składa się na tą kwotę;
- spółka ciepłownicza podała, że są to koszty wyłącznie związane z umorzeniem należności, nie podając ich wielkości.

Podobne odpowiedzi były udzielane na pytania zawarte w ankiecie z 2009 r. Także, w tamtym okresie nie były prowadzone ewidencje umożliwiające wskazanie ponoszonych kosztów i uzyskano pojedyncze odpowiedzi na zadane pytania.

6. Podsumowanie i wnioski

Ankiety podzielone były na cztery części dotyczące ogólnie SOB: strategii SOB; 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. Zrealizowana próba liczyła 48 obiekty, dobór próby miał charakter celowy.

6.1.Wnioski

Generalnie wnioski, które można wyprowadzić z niniejszego badania są zbieżne z poczynionymi obserwacjami w pierwszym badaniu[18]. W szczególności warto zwrócić uwagę na następujące sprawy:

- SOB vs firmy energetyczne:
  1. problem w internalizacji SOB: akceptacja obecności SOB w firmie - poparcie adekwatnym działaniem ograniczone;
  2. brak formalnej strategii na rzecz SOB - zachowania firm w znacznym stopniu zgodne z duchem koncepcji SOB;
  3. skupienie uwagi zarządów firm wokół takich spraw jak: w pierwszej kolejności szeroko pojęty sponsoring, przedsięwzięcia charytatywne, ale również sprawy związane z pracownikami, ochroną środowiska;
  4. wśród wykorzystywanych przez firmy procedur zarządczych poszczególnymi sferami SOB wybija się przewaga pochodnych systemów ISO;
  5. szczególnie duże jest zaangażowanie ekologiczne firm. Podejmują różnorodne przedsięwzięcia (co często jest spowodowane charakterem podstawowej działalności energetycznej) indywidualnie, ale również przystępują do szerszych inicjatyw;
  6. ranga dużych, transnarodowych firm (prymusi);
  7. wraz z utworzeniem grup kapitałowych, przedsiębiorstwa – córki oczekują na przyjęcie skoordynowanych działań w ramach grup kapitałowych przez zarządy tych grup;

Postęp, w odniesieniu do wyników uzyskanych w poprzednim badaniu, można odnotować w takich obszarach jak:

1. zwiększenie zwrotu ankiet, co może świadczyć o coraz większym zainteresowaniu się przedsiębiorstw energetycznych koncepcją SOB;
2. znaczący wzrost obecności zasad i celów SOB w strategii biznesowej;
3. posiadanie strategii SOB: coraz więcej przedsiębiorstw ciepłowniczych a gazownictwo w całości;

[18] Zob. *„Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw energetycznych w świetle badań ankietowych. Raport."*

4. systemy zarządcze, procedury, wytyczne SOB – w całości jest tym objęte gazownictwo i ciepłownictwo, zaś w elektroenergetyce nastąpił wyraźny wzrost;
5. dobrowolne inicjatywy/autoregulacja - wyraźny wzrost w gazownictwie oraz w przedsiębiorstwach ciepłowniczych;
6. we wszystkich firmach gazowniczych i ciepłowniczych realizowane były działania SOB dotyczące oddziaływania na pracowników i miejsce pracy, w przedsiębiorstwach elektroenergetycznych można zaobserwować niewielki wzrost zaangażowania;
7. we wszystkich firmach gazowniczych i ciepłowniczych realizowane były działania SOB dotyczące oddziaływania na środowisko naturalne, w przedsiębiorstwach elektroenergetycznych nastąpił znaczny wzrost zaangażowania;
8. we wszystkich firmach gazowniczych i ciepłowniczych realizowane były działania SOB dotyczące oddziaływania na społeczność lokalną, w przedsiębiorstwach elektroenergetycznych nastąpił znaczny wzrost zaangażowania;
9. niewielki wzrost zaangażowania gazownictwa w działania SOB wobec rynku i większy wzrost zaangażowania się „w rynek" – przedsiębiorstw ciepłowniczych;
10. wzrost zaangażowania się przedsiębiorstw gazowniczych w wykorzystywanie dorobku ERGEG i mniejszy – przedsiębiorstw energetycznych;
11. wzrost zewnętrznego raportowania działań w zakresie SOB w gazownictwie;
12. ocena audytora - coraz więcej działań z zakresu SOB temu podlega, głównie w odniesieniu do sponsoringu/działań charytatywnych, raportowania i BHP;
13. coraz więcej firm może pochwalić się zdobywanymi nagrodami i wyróżnieniami oraz przystępowaniem do nowych konkursów;
14. przystąpienie nowych przedsiębiorstw energetycznych do *Deklaracji,* zainicjowanej przez PGNiG S.A.

Regres można natomiast zaobserwować w przedsiębiorstwach elektroenergetycznych w zakresie:

1. posiadania strategii na rzecz SOB;
2. przyjmowania przez zarządy spółek dobrowolnych inicjatyw/autoregulacji;
3. zmniejszenia aktywności wobec rynku;
4. spadku zewnętrznego raportowania działań w zakresie SOB.

- <u>odbiorca wrażliwy vs firmy energetyczne:</u>
  1. zdecydowany brak odpowiedzi na tę część ankiety, rzadko pojawiające się fragmentaryczne dane;
  2. brak realizacji w spółkach zapisów dyrektyw energetycznych, w przedmiotowym zakresie. Co więcej, niektóre ze spółek oczekują wprowadzenia rozwiązań i mechanizmów chroniących tego rodzaju odbiorców przede wszystkim przez państwo, poprzez ustawowe uregulowania;
  3. brak zdefiniowania odbiorcy wrażliwego i utrzymujący się brak jakichkolwiek ich rejestrów m.in. korzystających z urządzeń medycznych (przy odnotowanych przypadkach wstrzymania im dostaw energii);
  4. „intuicyjne" wyczucie problemu odbiorcy wrażliwego powodujące pewne działania zapobiegające wstrzymaniu dostaw, zwłaszcza energii elektrycznej, co przeciwdziała wykluczeniu społecznemu;
  5. wprowadzanie programów pomocy bez definiowania beneficjentów. Oznacza, to, że pomoc ta udzielana jest w sposób uznaniowy. Poprzednie badania także wskazywały na taki stan;
  6. utrzymywanie się zjawiska, polegającego na samoodłączeniu się odbiorcy od sieci z powodu trudności finansowych w regulowaniu opłat, o niewiadomej skali;
  7. występowanie zjawiska – o niewiadomej obecnie skali - trwałego wstrzymania dostaw energii elektrycznej do odbiorców, co pozbawia ich dostępu do podstawowego dobra cywilizacyjnego, jakim jest energia elektryczna;
  8. utrzymujący się brak wykorzystania tzw. liczników przedpłatowych;
  9. brak aktywności przedsiębiorstw energetycznych w wypełnianiu zapisów dyrektyw energetycznej i gazowej w odniesieniu do pomocy niesionej odbiorcy wrażliwemu społecznie przed wstrzymaniem dostaw może wynikać z wyczekiwania sektora na realizację zadań wskazanych w *„Polityce Energetycznej Polski do 2030 roku"* przez Ministra Gospodarki, aby następnie dostosować swoje działania do oczekiwań Ministra Gospodarki i nowych przepisów prawnych.

6.2. Wnioski wobec przyszłych badań

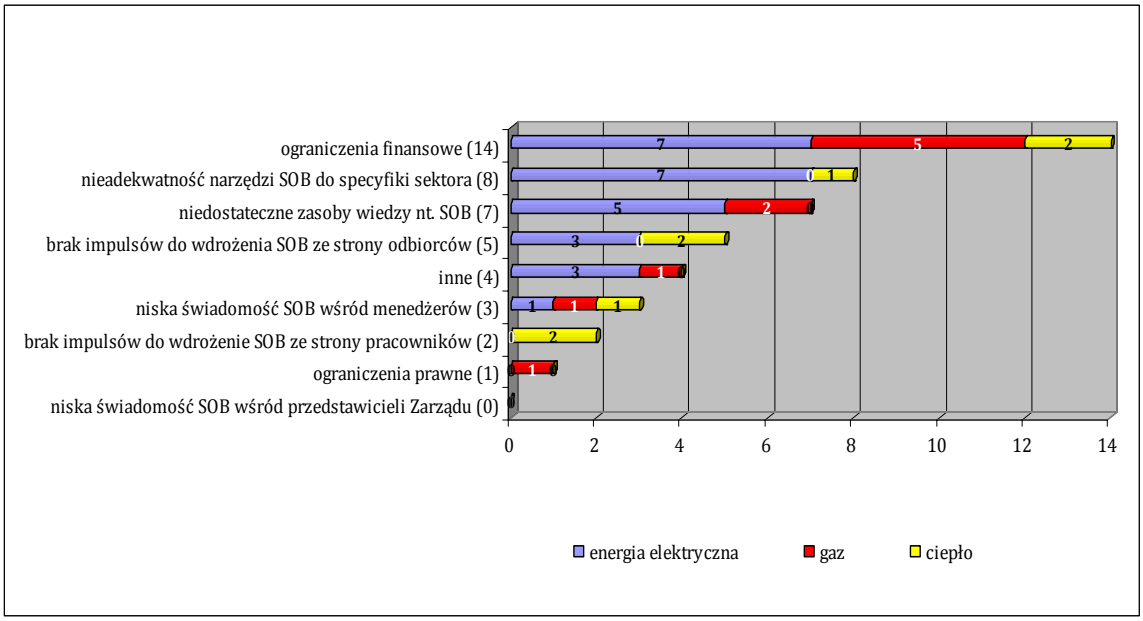
1. Zmiana doboru próby:
   - modyfikacja dla gazownictwa: ograniczenie do dwóch obiektów,
2. Zmiany w treści ankiety:
   - „A”,”B”, – utrzymanie, ewentualna rezygnacja z niższych „pięter” ankiety
   - „C” – rezygnacja ze sfer: pracownicy, środowisko, społeczność lokalna a skupienie uwagi na „rynek”, ponieważ jest pilna potrzeba sprawdzenia, „kim jest odbiorca dla firmy energetycznej”. Pojawić się tu powinny pytania o standardy, procedury, ale wsparte skwantyfikowanym (ilość z wagami) sprawdzianem „wskaźnik zachowań” (np. skargi, interwencje; średnie przerwy dostaw, sposoby regulowania należności itd….).W tej części do zastanowienia byloby, co jest probierzem właściwego zachowania firm ciepłowniczych, skoro nie obsługują odbiorcy końcowego.
   -„D” – gdyby doszło do przyjęcia w Polsce ogólnych rozwiązań prawno – systemowych, to należałoby zmienić część D w kierunku sprawdzenia przestrzegania przez przedsiębiorstwa energetyczne przyjętych rozwiązań prawnych oraz realizacji rozwiązań systemowych, także w ramach koncepcji SOB.
3. Rozważenie przeprowadzenia kolejnych badań, wraz z dostosowaniem treści ankiety, przez profesjonalną firmę.

III. Rekomendacje dla Prezesa URE

Wnioski z przeprowadzonej ponownie ankiety (jak wyżej) są podstawą dla formułowania Prezesowi URE szczegółowych rekomendacji w promowaniu społecznie odpowiedzialnych zachowań firm energetycznych.

Pomocą dla rekomendacji z badań miały być wyniki nowego pytania ankietowego skierowanego do przedsiębiorców, mianowicie, ***jakie bariery, ich zdaniem, stoją na przeszkodzie pełnej implementacji SOB w firmach.*** Uzyskano następujący rozkład odpowiedzi:

Wykres 20. Bariery w implementacji SOB w firmach



Źródło: URE

Okazało się, że oczekiwania wobec środowiska przedsiębiorców energetycznych, co do możliwości „podpowiedzi" Regulatorowi kierunków i form działań gruntujących postawy społecznie odpowiedzialnego biznesu energetycznego, się nie potwierdziły. Na to pytanie zadziwiająco bardzo mało firm udzieliło odpowiedzi. Wśród tych, jakie zostały zaznaczone, wybijają się (co nie jest zaskoczeniem) ograniczenia finansowe.

Wśród innych barier wymienianych przez przedsiębiorstwa znalazły się m.in.: struktura organizacyjna (tj. przynależność do spółki holdingowej – konieczność dostosowania do strategii całej grupy kapitałowej), nieujmowanie funduszy jako kosztów uzasadnionych w taryfach spółki.

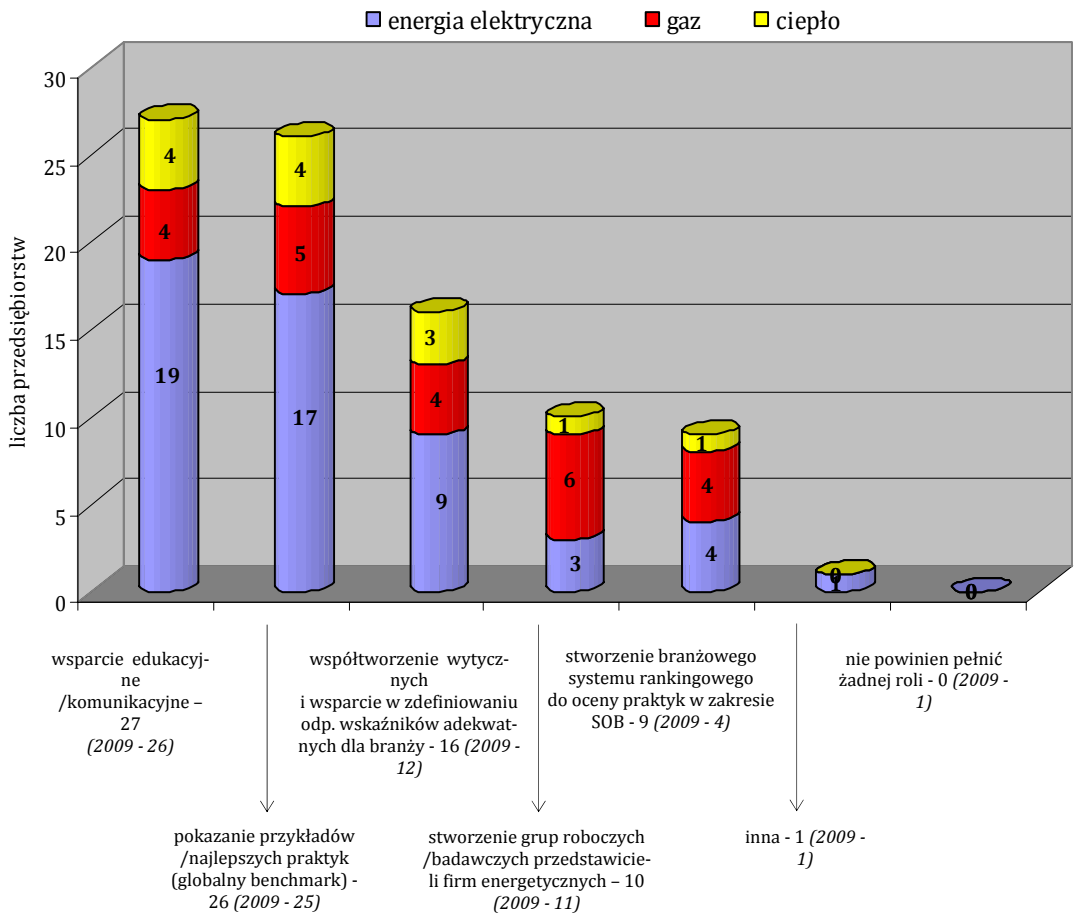
Ogólne wnioski są poparte podobnie formułowanymi opiniami w poszczególnych podsektorach, stąd można by je uznać za powszechny głos energetyków, gdyby nie skromna ilość odpowiedzi. Ten brak praktycznych wskazań z opiniowania barier SOB-u wymagał poszukiwania źródeł rekomendacji dla Prezesa URE w innych okolicznościach.

Należało zatem sprawdzić, czy środowisko przedsiębiorców energetycznych podobnie widzi rolę Regulatora, jak to zdiagnozowano w pierwszym *Raporcie, czy też* może coś w tym względzie się zmieniło. Dlatego powtórnie zapytaliśmy przedsiębiorstwa o ***rolę, jaką powinien pełnić Prezes URE w upowszechnianiu koncepcji SOB.*** Z odpowiedzi

wynika po pierwsze, że firmy energetyczne nadal nie dopuszczają możliwości biernej postawy Regulatora; po drugie, że zarazem oczekują przede wszystkim funkcji *edukatora*: dla wariantu wsparcie edukacyjne – 73%, upowszechnianie przykładów najlepszych praktyk – 70%, i już w znacznie mniejszym stopniu *promotora* – co wiąże się ze współtworzeniem pewnych wytycznych (32%), czy grupową współpracą (30%); po trzecie, zdecydowanie się obawiają zewnętrznego klasyfikowania, rankingów tworzonych przez Regulatora – 11%.

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

Wykres 21. Wybór roli dla Prezesa URE w upowszechnianiu koncepcji SOB



Źródło: URE.

Zatem utrzymuje się pogląd, że **Prezes URE jest predystynowany do roli *edukatora w sferze upowszechniania koncepcji SOB w energetyce.***

To poważna rekomendacja poparta – dwukrotnie wyrażaną podobną opinią - Regulator powinien i aktywnie się w to włącza. Rekomendacje regulacyjne pierwszego *Raportu* przyniosły szereg inicjatyw, w których uczestniczyły przede wszystkim oddziały terenowe URE[19]. Realizacja takich działań potrzebuje wielu sojuszników, podjęto współpracę z organizacjami pozarządowymi, ośrodkami naukowymi, badawczymi, firmami doradczymi i doradcami społecznymi.

Jednocześnie w poszanowaniu i wzmacnianiu praw odbiorcy energii, w tym pomocy tzw. odbiorcy wrażliwemu społecznie, jak i urzeczywistnianiu innych aspektów SOB widoczna jest ciągle mało „zagospodarowana działka" tj. współdziałanie Regulatora z regulowanym przedsiębiorstwem. Wyniki tej współpracy wymagają jeszcze większego zaangażowania się Prezesa URE w koncepcję społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw energetycznych nie tylko na poziomie ogólnym, ale w kwestiach szczegółowych, do których przede wszystkim należy praca na rzecz realizacji właściwych standardów wobec odbiorców – konsumentów energii i paliw. Zapoczątkowanie aktywności, w ramach której mieszczą się edukacja, promocja, zachęcanie - czyli to, na co czekają firmy sektora, wymaga ponownego przemyślenia i wspólnego z sektorem działania. Przypominamy, że w szerokich ramach SOB są nie tylko działania dobrowolne firm, ale mogą być obowiązki prawne, które tą drogą realizują istotne dla kraju zadania.

Z szerokiego spectrum możliwych a ciągle mało wykorzystanych, środków dla upowszechnienia koncepcji SOB w energetyce działania Prezesa URE powinny się skupić na:

- pogłębianiu wśród przedsiębiorców – przy wzmocnionej współpracy z nimi – świadomości wagi SOB i wymiany w tym zakresie dobrych praktyk,
- dalsze upowszechnianie dorobku ERGE m.in. Wytyczne i Kodeksy Dobrych Praktyk ERGEG, jako jednego ze środków autoregulacji w funkcjonowaniu firm energetycznych,
- intensyfikowanie sfery relacji firmy z konsumentem energii, jako szczególnie istotnej w polityce regulacyjnej Prezesa URE, w tym skłanianie do stałego podnoszenia

[19] Sprawozdanie z działalności Prezesa URE – 2009, Biuletyn URE, nr 3/2010.

standardów jakości obsługi odbiorców oraz ochrony tzw. odbiorcy wrażliwego społecznie, wykorzystanie Strefy Odbiorcy,

- wspieraniu dobrowolnych działań firm na rzecz środowiska,
- wspieraniu dobrowolnych działań na rzecz środowiska społeczności lokalnych,
- propagowaniu modelu SOBE Prezesa URE na forum ERRA i ERGEG i zachęcanie do współpracy na tym polu z państwami członkowskimi.

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 koncepcji SOB już bez tak szerokiego wsparcia Regulatora. Niemniej 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.

Załącznik 1

Wykaz przedsiębiorstw energetycznych, które wypełniły ankiety

Energia elektryczna

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

Gaz

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

Ciepło

1 Dalkia Poznań SA
2 Fortum Power and Heat Polska Sp. z o.o.
3 Gdańskie Przedsiębiorstwo Energetyki Cieplnej Sp. z o.o.
4 Miejskie Przedsiębiorstwo Energetyki Cieplnej SA w Krakowie
5 Stołeczne Przedsiębiorstwo Energetyki Cieplnej SA
6 Szczecińska Energetyka Cieplna Sp. z o.o.

Raportowanie przedsiębiorstw energetycznych

Jedynie pięć przedsiębiorstw przekazało Raporty, w tym: 1 przedsiębiorstwo energetyczne, 3 przedsiębiorstwa gazownicze i 1 przedsiębiorstwo ciepłownicze. I tak:

1. ENEA S.A. załączyła Raport Grupy Kapitałowej dotyczący zaangażowania społecznego w latach 2007 – 2009[20]. Należy zauważyć, że Grupa ta notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Niniejszy Raport zawiera przegląd przeprowadzonego procesu i analizy działań Grupy z zakresu zaangażowania społecznego.
„ENEA S.A. realizuje ideę społecznej odpowiedzialności biznesu firmy niemal od początku swojego istnienia. Ten szczególny dla nas aspekt działalności firmy dojrzewał, przybierał rozmaite formy, przynosząc owoce w różnych dziedzinach życia. Jednak tym, co niezmiennie spaja te wszystkie działania, jest budowa nowych relacji, w których ENEA S.A. przestaje być dla społeczności lokalnych wyłącznie dostawcą energii elektrycznej. Chcemy być partnerem, który rozumie ich potrzeby i pomaga je spełniać. Jesteśmy dumni, że pomogliśmy już zrealizować wiele świetnych pomysłów i ciekawych projektów. Były wśród nich zarówno ambitne projekty z zakresu kultury i edukacji, sportu i zdrowia, jak i mniejsze przedsięwzięcia, które nigdy nie zaistniały w medialnych przekazach, a miały wspaniałe cele i ogromne znaczenie dla wszystkich poświęcających im swój czas i energię. Każdy uśmiech, do którego się przyczyniliśmy, jest dla nas bezcenny, nadaje sens naszym działaniom i motywuje do kolejnych. Chcemy, aby ta wartość definiowała nasze relacje z otoczeniem, ale też nadawała kształt pracy wewnątrz firmy”, jak pisze Pan Maciej Owczarek – Prezes Zarządu ENEA S.A. w Liście do Raportu.

Grupa *„traktuje zaangażowanie społeczne jako jedną podstawowych powinności firmy wobec społeczeństwa, w którym funkcjonuje i które współtworzy wraz ze swoimi pracownikami, dostawcami, partnerami biznesowymi oraz klientami. Szersze niż czysto biznesowe spojrzenie na rzeczywistość, analiza istniejących w niej możliwości i potrzeb dają firmie szansę odegrania znaczącej i satysfakcjonującej roli społecznej”* jak czytamy w Raporcie.

[20] „ENEA Blisko społeczności. Przegląd zaangażowania społecznego ENEA S.A. w latach 2007 – 2009”, www.enea.pl

Grupa wytyczyła 6 kluczowych obszarów zaangażowania społecznego, na których skupiła swoją uwagę, a są nimi: zdrowie – współpraca z Fundacją Mam Marzenie oraz wsparcie wybranych jednostek medycznych i rehabilitacyjnych w zakresie działań zdrowotnych; sport – sponsorowanie wybranych wydarzeń sportowych na poziomie ogólnopolskim i międzynarodowym; edukacja – współpraca ze środowiskiem akademickim oraz wsparcie edukacji dzieci i młodzieży; kultura – promocja kultury wśród młodego pokolenia i współpraca z Fundacją Akademii Muzycznej w Poznaniu, wsparcie dla wielkich wydarzeń muzycznych oraz ochrona dziedzictwa narodowego i edukacja historyczna; przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu – równe szanse i wykazanie zrozumienia dla osób niepełnosprawnych, wsparcie projektów artystycznych jak zorganizowanego przez Forum Kultur „Niewidzialni" czy działalności Stowarzyszenia Na Tak (przedszkole dla dzieci niepełnosprawnych, Środowiskowy Dom Samopomocy, Galeria 'tak" promująca dzieła artystów niepełnosprawnych intelektualnie), wsparcie turnusów wypoczynkowych dzieci i młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym; ochrona środowiska naturalnego – budowanie świadomego ekologicznie społeczeństwa poprzez autorskie inicjatywy – Konkurs Wygraj energię, Eko-logiczni.com.pl, Festiwal Nauk Przyrodniczych 3, wsparcie działań organizacji ekologicznych (wsparcie programu Polskiego Towarzystwa Ochrony Przyrody „Salamandra" mającego na celu przywrócenie gatunku wytępionego w Polsce susła moręgowatego; zaangażowanie się w wydanie publikacji Ligi Ochrony Przyrody – „Ekologia ptaków krajobrazu rolniczego"); akcje edukacyjne (wsparcie akcji „Noc na Ziemi", sponsorowanie wydarzeń „Dzień Wiatru" oraz Targów Czystej Energii, wsparcie założonego przez pracowników i ich rodziny Towarzystwa Rowerowego STRADA).

2. Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo S.A. opracowało raport dla całej Grupy Kapitałowej „Odpowiedzialna energia. Raport społeczny 2008"[21] Należy zauważyć, że także i ta Grupa Kapitałowa notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, w ramach WIG20 – indeksu największych spółek warszawskiej giełdy,

[21] Raport dostępny na stronach www.odpowiedzialna-eneregia.pl, www.pgnig.pl oraz www.raportyspoleczne.pl.

a od października 2009 roku także w ramach Respect Index – indeksu spółek odpowiedzialnych społecznie [22].

„Na jesieni 2008 roku Grupa Kapitałowa PGNiG ogłosiła nową strategię biznesową w perspektywie 2015 roku i równocześnie przystąpiła do opracowania i wdrożenia Strategii Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialnego Biznesu GK PGNiG. Strategia Zrównoważonego Rozwoju jest gwarantem spójności naszej misji oraz celów biznesowych, społecznych i środowiskowych we wszystkich obszarach aktywności PGNiG. Teraz będziemy mogli lepiej monitorować długoterminowy wpływ na otoczenie i kształtować go zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Ten sposób działania i myślenia o rozwoju biznesu obecny jest w Grupie PGNiG od wielu lat, choć dotychczas nie miał ram formalnych. Nasze najlepsze praktyki prezentuje raport społeczny „Odpowiedzialna Energia", który właśnie oddajemy w Państwa ręce. Wybierając jego tytuł odwołaliśmy się do tego co dla nas najważniejsze - odpowiedzialności, która jest wartością szczególnie ważną dla biznesu

i dla relacji z otoczeniem oraz energii, która jest nie tylko naszą zawodową domeną, ale określa też nasz potencjał, sprawność oraz stosunek do nowych wyzwań. Będziemy je podejmować, pamiętając o oczekiwaniach i potrzebach różnych grup Interesariuszy. Raport przedstawia nasze cele i zobowiązania, które wyznaczyliśmy w Strategii Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialnego Biznesu GK PGNiG. Jego publikacja, podobnie jak danych finansowych i Raportu Rocznego, jest elementem budowania wiarygodności PGNiG jako wiodącego polskiego przedsiębiorstwa, a zarazem uczestnika rynku kapitałowego przestrzegającego zasad ładu korporacyjnego, stale doskonalącego zintegrowany system zarządzania firmą i narzędzia służące obowiązkowemu raportowaniu. Chcemy, by raport społeczny stał się trwałym uzupełnieniem naszej komunikacji z otoczeniem, w tym z rynkiem kapitałowym. Nasza publikacja opiera się na międzynarodowych standardach raportowania działań odpowiedzialnych społecznie zawartych w wytycznych Global Reporting Initiative. To pierwszy taki raport Grupy Kapitałowej PGNiG, a zarazem pierwsze w Polsce sprawozdanie w zakresie zrównoważonego rozwoju podmiotu tak dużego, jak Grupa PGNiG. W kolejnych latach z pewnością będziemy je doskonalić. Liczymy na pomoc ze strony naszych Interesariuszy, gdyż uznajemy, że tylko w dialogu możliwa jest weryfikacja za-

[22] „Raport roczny PGNiG 2009", www.pgnig.pl

równo koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (…)", jak pisze Pan Michał Szubski – Prezes Zarządu PGNiG S.A. w Liście poprzedzającym Raport.

„Misją Grupy PGNiG w obszarze zrównoważonego rozwoju jest kształtowanie polskiego rynku energii w sposób odpowiedzialny, z uwzględnieniem i poszanowaniem oczekiwań i potrzeb kluczowych grup interesariuszy i środowiska naturalnego oraz poprzez promocję innowacyjnych i proekologicznych rozwiązań oraz technologii. GK PGNiG będzie wspierać zrównoważony rozwój polskiego rynku energii, ponadto widzi swoją rolę jako promotora innowacyjnych i sprzyjających środowisku rozwiązań. Wszystko to ma się przyczynić do kształtowania pozytywnych relacji z obecnymi i przyszłymi interesariuszami oraz ze środowiskiem naturalnym. Społeczny, środowiskowy i biznesowy wymiar zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej Grupy PGNiG ma swoje uzasadnienie w systemie kluczowych wartości PGNiG. Są to: odpowiedzialność, wiarygodność, jakość, partnerstwo. (…) *Strategia Zrównoważonego Rozwoju i Odpowiedzialnego Biznesu Grupy PGNiG składa się z sześciu celów strategicznych, na których Grupa PGNiG będzie się koncentrowała w ciągu najbliższych lat. Każdy z celów strategicznych dotyczy innego obszaru tematycznego. Najwyższe priorytety otrzymały takie kwestie jak: dbałość o klienta; rozszerzenie działalności biznesowej zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju; tworzenie bezpiecznego i przyjaznego miejsca pracy; dialog i współpraca ze społecznościami lokalnymi i partnerami biznesowymi; ochrona środowiska naturalnego; rzetelna i spójna komunikacja i marketing",* jak czytamy w Raporcie.

W obszernym Raporcie, którego w tym miejscu nie sposób omówić, przedstawiono informacje dotyczące: Grupy Kapitałowej PGNiG (w tym: łańcucha wartości PGNiG i struktury zarządzania); kalendarium wydarzeń w 2008 i 2009 roku; interesariuszy Grupy Kapitałowej; podejścia GK PGNIG do zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu; zrządzania zrównoważonym rozwojem w GK PGNiG; wyzwań i dotychczasowych wyników działań GK PGNiG (w tym: dbałości o klienta, rozwoju nowych obszarów biznesu, pracowników i bezpiecznego miejsce pracy, społeczności lokalnej, ochrony środowiska i Systemów Zarządzania Środowiskowego, komunikacji i marketingu); koordynatorów ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu w GK PGNiG.

3. Operator Gazociągów Przesyłowych Gaz – System S.A. w lipcu 2009 r. przystąpił do Inicjatywy Global Compact, czym zadeklarował poszanowanie 10 zasad z zakresu prze-

strzegania praw człowieka, stosunków pracy, ochrony środowiska oraz przeciwdziałania korupcji. Rok po przystąpieniu do tej inicjatywy został opracowany pierwszy Raport z postępów we wdrażaniu zasad inicjatywy Global Compact[23]. *„Udział w inicjatywie Global Compact daje nam możliwość rozwoju przedsiębiorstwa poprzez włączenie do wizji firmy wymiaru społecznego oraz poprzez stosowanie odpowiednich społecznie strategii i praktyk. Dokładamy starań, aby prowadzić działalność zgodnie z zasadami biznesu społecznie odpowiedzialnego, który rozumiany jest w naszej Spółce jako istotny element strategii zarządzania.*", jak pisze Pan Jan Chadam – Prezes Zarządu Gaz – System S.A., w Liście poprzedzającym Raport.

W 2009 r. został przyjęty „Program Corporate Social Responsibility dla Operatora Gazociągów Przesyłowych GAZ – System S.A.", który skupia się na trzech filarach: ekologii, edukacji i zaangażowaniu społecznym pracowników w działania społeczne. W 2010 r. rozpoczęto wdrażanie pierwszych inicjatyw w ramach tego Programu skierowanych do studentów, pracowników oraz środowisk lokalnych.

W Raporcie przedstawiono dane liczbowe i informacje z zakresu: praw człowieka i standardów pracy (w tym: stanu zatrudnienia, struktury wiekowej pracowników, stanu zatrudnienia w podziale na płeć, Zakładowego Układu Pracy, wynagrodzeń pracowników, szkoleń i rozwoju pracowników, wskaźników szkoleniowych, zakazu dyskryminacji w sferze zatrudnienia – „Procedura rekrutacji i zatrudnienia", wskaźnika fluktuacji pracowników, dodatkowych świadczeń na rzecz pracowników, pakietu socjalnego, opieki medycznej, programu emerytalnego, konsultacji z pracownikami, Społecznego Inspektora Pracy, wolności stowarzyszania się, bezpieczeństwa i ochrony pracy, Pracownika Roku - konkurs, Pracodawcy Roku – ranking firm); środowiska naturalnego (w tym: prewencyjnego podejścia do środowiska naturalnego, Zintegrowanego Systemu Zarządzania, elektronicznego obiegu dokumentów, zbiórki baterii, projektów rozwojowo-badawczych, ograniczenia emisji metanu, technologii przyjaznych środowisku, troski o środowisko przy prowadzeniu inwestycji, konsultacji społecznych, podejmowaniu inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej, Programu Corporate Social Responsibility); przeciwdziałania korupcji (w tym: procedur przetar-

[23] „Raport Operatora Gazociągów Przesyłowych Gaz – System S.A. z postępów we wdrażaniu zasad inicjatywy Global Compact 07/2009 – 07/2010. Communication on Progress", www.gaz-system.pl

gowych, audytów wewnętrznych, Kodeksu Etycznego – przyjętego w 2009 r., nagród i wyróżnień).

4. Pomorska Spółka Gazownictwa sp. z o.o. przekazała również raport z postępów we wdrażaniu zasad inicjatywy Global Compact 02/2008 – 02/2010[24].
W lutym 2008 roku Pomorska Spółka Gazownictwa sp. z o.o. jako pierwsza polska firma z branży gazowniczej, pod ówczesną nazwą Pomorski Operator Systemu Dystrybucyjnego sp. z o.o., przystąpiła dobrowolnie do inicjatywy Global Compact.
Po dwóch latach członkostwa opracowany został Raport z postępów we wdrażaniu zasad Inicjatywy Global Compact.
„W związku z tym, że nacisk społeczeństwa na etyczne i odpowiedzialne postępowanie firmy wzrasta z roku na rok, uznaliśmy, że osiąganie zysku jest dla nas celem nadrzędnym, lecz traktujemy odpowiedzialność społeczną jako kluczowy element strategii biznesowej i jedną z dyscyplin zarządzania. Naszym zdaniem prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny, uwzględniający wszystkie czynniki mające lub mogące mieć w przyszłości wpływ na funkcjonowanie firmy, pozwoli budować wartość firmy w sposób efektywny i długofalowy. Za najistotniejszy moment raportowanego okresu, będący jednocześnie fundamentem dla rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu w Spółce, uważam opracowanie i wdrożenie Strategii Rozwoju Pomorskiej Spółki Gazownictwa na lata 2009 – 2013, w której określiliśmy naszą nową misję, wizję i wartości oraz wskazaliśmy CSR jako jeden z filarów rozwoju naszej spółki. Misją Pomorskiej Spółki Gazownictwa sp. z o.o. jest dostarczanie gazu w sposób ciągły, bezpieczny i ekologiczny, pamiętając o potrzebach społecznych. Przyjmując i wpisując do strategii firmy powyższą misję, PSG sp. z o.o. dobrowolnie zobowiązała się do zachowania równowagi pomiędzy trzema aspektami funkcjonowania przedsiębiorstwa: ekonomicznym, ekologicznym i etycznym. Postawa taka jest wynikiem akceptacji zależności pomiędzy sukcesem firmy a społeczeństwem, w którym prowadzi działalność oraz środowiskiem, z którego czerpie zasoby” jak pisze Pan Adam Kielak – Prezes Zarządu PSG sp. z o.o. w Liście do Raportu.

W Raporcie przedstawiono wyniki i informacje z zakresu: profilu organizacji (w tym: nagród i wyróżnień); nadzoru, zobowiązań i zaangażowania (w tym: identyfikacja klu-

[24] „Raport Pomorskiej Spółka Gazownictwa sp. z o.o. z postępów we wdrażaniu zasad Inicjatywy Global Compact 02/2008 – 02/2010. Communication on Progress”, www.psgaz.pl

czowych interesariuszy); wskaźników ekonomicznych; wskaźników środowiskowych (w tym; inicjatyw prośrodowiskowych); wskaźników społecznych (w tym: struktury zatrudnienia; wynagrodzenia i wskaźnika fluktuacji; rozwoju i szkoleń; świadczeń dodatkowych – Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy, Regulamin Korzystania z Zakładowego Funduszu świadczeń Socjalnych; wolności stowarzyszania się –Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy, Regulamin Wynagradzania Pracowników, Regulamin Pracy, Taryfikator Kwalifikacji Stanowisk Pracy, Regulamin Gospodarowania Środkami Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, Pracowniczy Program Emerytalny; bezpieczeństwa pracy – wskaźniki BHP; zatrudniania dzieci, pracy przymusowej i obowiązkowej – w spółce nie zidentyfikowano działań niosących ryzyko wykorzystania pracy dzieci czy ryzyko wykorzystania pracy przymusowej lub obowiązkowej; społeczności lokalnej – wsparcie przedszkola dla dzieci niewidomych i słabo widzących, charytatywne kartki świąteczne do interesariuszy, wsparcie organizacji charytatywnej np. Gdańskiej Fundacji Dobroczynności w akcji „Wigilijna paczka", udział w odrestaurowaniu ołtarza św. Barbary w Bazylice Mariackiej w Gdańsku, wsparcie projektu przywracania świetności Bydgoskiego Ogrodu Botanicznego, przeprowadzenie edukacyjnego konkursu dla młodzieży pt. Bezpieczny Gaz, przekazanie darowizn dla PCK, Gdańskiej Fundacji Innowacji Społecznej, Placówce Wielofunkcyjnej „Mój dom – moja przyszłość" czy Przedszkolu Integracyjnemu a także sponsoring, prowadzony na podstawie Regulaminu Sponsoringu).

5. Przedsiębiorstwo ciepłownicze Fortum przekazało Roczny Raport za rok 2009 dla całej Grupy[25], w którym osobne miejsce poświęcono zrównoważonemu rozwojowi w aspekcie odpowiedzialności wobec: środowiska – gdzie na koniec 2009 roku niemal cała działalność biznesowa Grupy uzyskała certyfikaty środowiskowe; społeczeństwa – przy aktywnym dialogu z kluczowymi interesariuszami oraz udziale w wybranych projektach, z przyjęciem celu prowadzenia prac w sposób bezwypadkowy; pracowników – dialogu z pracownikami oraz zatrudnianiu kobiet na stanowiskach kierowniczych w centrali oraz oddziałach; gospodarki – prowadzenie działalności gospodarczej we wszystkich oddziałach Grupy w sposób pozwalający na uzyskanie wartości dodanej dla akcjonariuszy, klientów, pracowników, dostawców oraz innych interesariuszy. Gru-

[25] „Delivering through competence. Annual Report 2009", www.fortum.pl

pa Fortum, także jest spółką giełdową notowaną w ramach indeksu Dow Jones Sustainability Index[26].

Komentarz

„Komunikowanie jest jednym z kluczowych obszarów zrównoważonego biznesu. Jeśli zgodzimy się z tym, że CSR jest inwestycją, która przynosi zyski w dłuższej perspektywie, to musimy mieć świadomość, że bez komunikowania tego, co robimy, tracimy co najmniej część z tych korzyści", jak piszą autorzy „Zrównoważonego Biznesu. Podręcznika dla małych i średnich przedsiębiorstw"[27].

„Cechy dobrego raportu społecznego - Raport społeczny przedstawia skondensowany obraz zarządzania i publikuje wyniki odpowiedzialnego prowadzenia działalności gospodarczej. Powinien również definiować okres sprawozdawczy, zawierać oświadczenia dotyczące polityki, celów i strategii oraz przegląd wyników, pozwalający na porównywanie ich w kolejnych latach. (…) *Raportowanie jest zaledwie czubkiem góry lodowej w strategii zarządzania działaniami z zakresu CSR. Jest też jednak znakomitym narzędziem porządkującym podejście do odpowiedzialności w firmie. Skłania do refleksji nad skutecznością tych działań i ich optymalnymi modyfikacjami. Zachęca także do kontaktu z interesariuszami. W polskich warunkach, gdzie praktyki odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju są jeszcze na wstępnym etapie, edukacja w zakresie raportowania społecznego ma jeszcze jedną wżną funkcję – może pomoc ustalić wspólne kryteria oceniania działalności firm. A tym samym – wykazać, że CSR jest działaniem wymiernym, przekładającym się na zmiany w otoczeniu firm i w samych firmach, a nie jedynie „ćwiczeniem wizerunkowym"*, jak można przeczytać na stronie poświęconej Raportom Społecznym[28].

„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 piętnasto-

[26] www.fortum.com

[27] „Zrównoważony Biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw", T.Gasiński (Det Norske Veritas), G. Piskalski (CentrumCSR.PL), opracowany na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, dostępny na stronie www.mg.gov.pl

[28] „Raport Społeczny – reklama czy pożyteczne narzędzie?", M.Thompson, I.Pichola, www.raportyspoleczne.pl

letnią tradycję – została po raz pierwszy podjęta w Polsce w 2007 r. Projekt powstał na naszym rynku w wyniku współpracy PricewaterhouseCoopers, 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 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 biznesu[29].

Uczestnikiem konkursu Raporty Społeczne 2009, ze strony energetyki, było jedynie i ponownie Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo S.A., przedstawiając Raport „Odpowiedzialna energia. Raport Społeczny 2008" i otrzymując wyróżnienie. 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.

Przytoczone, powszechnie dostępne, raporty społeczne niech będą także zachętą dla tych wszystkich przedsiębiorstw energetycznych, które realizują koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu w swojej działalności, do komunikowania o tym otoczeniu w opracowanych raportach społecznych.

[29] www.raportyspoleczne.pl