




INSTITUTE
for Sport Governance



Raport

Odpowiedzialność społeczna klubów PGNiG Superligi i PGNiG Superligi Kobiet

w sezonie 2020/2021



Fundacja Institute for Sport Governance

govsport.eu

Autorzy

mgr Anna Bielecka - Uniwersytet Warszawski

dr Paweł Zembura – pz@govsport.eu

dr Grzegorz Botwina

Piotr Popławski

ISBN 978-83-964174-2-8

Skrót

Raport przedstawia charakterystykę działań wpisujących się w odpowiedzialność społeczną klubów PGNiG Superligi i PGNiG Superligi Kobiet w szczególnym okresie pandemii Covid-19. W raporcie zebraliśmy informacje dotyczące tego, co dzieje się w klubach w odniesieniu do odpowiedzialności społecznej, jaki jest zakres ich praktyk w tym obszarze i czym poszczególne kluby wyróżniają się.

PGNiG Superliga

Przeprowadzona analiza klubów PGNiG Superligi wykazała niewielkie zaangażowanie się klubów w odpowiedzialność społeczną. Średni wynik w sezonie 2020/2021 wyniósł 6%. Obszarem, w którym kluby uzyskały najlepsze oceny było społeczeństwo (8%), jednak różnice między obszarami są niewielkie. Średnia ocena w obszarze rządzenie to 6%, a w obszarze środowisko to 4%. Wyróżnić pozytywnie należy drużynę Łomża Vive Kielce, która w obszarach społeczeństwo i środowisko uzyskała znacznie wyższe wyniki od ligowej średniej.

W obszarze społeczeństwo kluby najczęściej podejmują się wspierania działań charytatywnych, w które angażuje się ponad połowa klubów. Kluby również angażują się w dużej mierze we współpracę w obszarze edukacji dla dzieci i młodzieży objętych szkoleniem. Kluby nie poświęcają w istotnym stopniu swojej uwagi obszarowi środowisko. Działania są incydentalne, większość klubów w ogóle nie udzielała się w tym zakresie. W obszarze rządzenie można zaobserwować duże zróżnicowanie między klubami i ciężko wyodrębnić konkretny przykład, w którym zainteresowanie transparentnością czy budowaniem procedur wokół klubu czy procesu szkolenia byłoby bardziej widoczne.

PGNiG Superliga Kobiet

W PGNiG Superlidze Kobiet również zaobserwowano niską średnią ocenę zaangażowania się klubów w odpowiedzialność społeczną. W odróżnieniu od ligi mężczyzn, obszarem, który uzyskał najwyższy procent jest rządzenie (7%). Obszar ten uzyskał lepszy średni wynik niż w lidze mężczyzn (7% u kobiet, 6% u mężczyzn). Na wyniki w tym obszarze wpływa jednak dobra, wyróżniająca się wśród reszty, ocena klubu MKS FunFloor Perła Lublin (32%).

W obszarze społeczeństwo, podobnie jak w lidze mężczyzn, największe zaangażowanie klubów widoczne jest w podejmowaniu lub wspieraniu działań charytatywnych. W obszarze środowisko większość klubów nie podejmuje żadnych działań. Trzy kluby, które zaangażowały się w tym obszarze (tj. MKS FunFloor Perła Lublin, EKS Start Elbląg i Młyny Stoisław Koszalin), informują na swoich stronach internetowych o możliwościach dojazdu na wydarzenie sportowe za pomocą alternatywnych środków transportu. Te działania są jednak jedynymi z tego obszaru.

W klubach zwracano uwagę, że o ile pandemia sama w sobie nie zmienia znacząco ich rozumienia odpowiedzialności społecznej, to już kanały, poprzez które kluby się w nią angażują mogą się zmieniać. Jako przykład przytoczono m.in. konieczność większej obecności i prowadzenia interakcji z kibicami w mediach społecznościowych. W raporcie kolejno charakteryzujemy wyniki badania, ich interpretację, dobre praktyki klubów oraz przedstawiamy rekomendacje. Na końcu znajduje się opis metodologii.

Wyniki klubów PGNiG Superligi

Tabela 1. Średnie oceny klubów w PGNiG Superlidze w sezonie 2020/21

obszar	średnia
społeczeństwo	8%
środowisko	4%
rządzenie	6%
średnia	6%

Tabela 2. Średnie oceny klubów PGNiG Superligi w analizie odpowiedzialności społecznej klubów sportowych w sezonie 2020/21

	społeczeństwo	środowisko	rządzenie	średnia
Łomża Vive Kielce	25%	24%	12%	20%
Energa MKS Kalisz	7%	4%	14%	8%
Gwardia Opole	11%	0%	14%	8%
Górník Zabrze	9%	5%	7%	7%
SPR Stal Mielec	8%	7%	6%	7%
KS Azoty Puławy	9%	0%	8%	6%
Orlen Wisła Płock	5%	0%	9%	5%
Torus Wybrzeże Gdańsk	6%	7%	2%	5%
Grupa Azoty Unia Tarnów	6%	5%	2%	4%
MKS Zagłębie Lubin	9%	0%	2%	4%
Sandra SPA Pogoń Szczecin	3%	0%	8%	4%
Chrobry Głogów	5%	0%	2%	3%
MMTS Kwidzyn	3%	0%	2%	2%
Piotrkowianin Piotrków Trybunalski	2%	0%	0%	1%

Analiza odpowiedzialności społecznej klubów wskazuje na nieznaczne zaangażowanie klubów w sezonie 2020/21 w obszarze społeczeństwo. Wyniki klubów, z wyjątkiem Łomża Vive Kielce, którego ocena wynosi 25%, nie przekraczają 11%. Również w obszarze środowisko klub Łomża Vive Kielce wyróżnia się spośród innych klubów oceną wynoszącą 24%. Poza klubem Łomża Vive Kielce żaden inny klub nie uzyskał w obszarze środowisko 10%. Dwoma klubami, które zbliżyły się do tego wyniku są SPR Stal Mielec oraz Torus Wybrzeże Gdańsk, obydwa z wynikiem 7%. W obszarze rządzenie najwyższe oceny otrzymały kluby Energa MKS Kalisz i Gwardia Opole, obydwa z wynikiem 14%. Pozostałe kluby (z wyjątkiem Łomża Vive Kielce) w obszarze rządzenia uzyskały wyniki poniżej 10%.

Łomża Vive Kielce jako klub wyróżniający się w obszarze społeczeństwo aktywnie realizuje działania o charakterze społecznym, m.in. organizując wykłady z zakresu udzielania pierwszej pomocy, zdrowego odżywiania i nauki języków obcych dla młodzieży, mecze i spotkania dla dzieci, spotkania dla osób niepełnosprawnych oraz wspierając Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Ponadto zawodnicy wprowadzani byli na mecze przez osoby niepełnosprawne, co miało promować ideę równości. Także w obszarze środowisko klub może pochwalić się różnymi działaniami, m.in. edukacją kibiców, pracowników i zawodników w zakresie ograniczenia negatywnego oddziaływania na środowisko naturalne oraz promowaniem działań w tym zakresie. Klub wykorzystuje także technologie umożliwiające mniejsze zużycie wody oraz prowadzi działania wpisujące się w koncepcję zrównoważonego rozwoju.

Nie znaleźliśmy informacji by którykolwiek z klubów wspierał prawa lokalnych społeczności sąsiadujących z miejscem odbywania się wydarzeń sportowych. Kluby nie wspierają także programów społecznych organizowanych lub współorganizowanych przez kibiców, nie biorą udziału w działaniach sprzeciwiających się dyskryminacji, supremacji, chuliganizmowi i wandalizmowi oraz generalnie nie organizują wydarzeń dla promocji idei związanych z otwartym i włączającym społeczeństwem, nie wykluczającym ze względu m.in. na rasę, religię czy orientację. Tylko jeden klub, MKS Energa Kalisz, realizuje działania prewencyjne i edukacyjne dotyczące dopingu w sporcie wśród zawodników oraz dzieci i młodzieży objętych szkoleniem. Organizacje nie podejmują się również zagadnienia równowagi płci.

W obszarze środowisko działania klubów są sporadyczne. Poza klubem Łomża Vive Kielce żaden inny klub nie wykorzystuje technologii umożliwiających zmniejszenie zużycia wody oraz nie prowadzi edukacji w zakresie ograniczenia swojego oddziaływania na środowisko. Z analizy wynika także, że kluby nie informują o wdrażaniu polityk minimalizacji ilości produkowanych odpadów. Kluby nie oferują także alternatywnych środków transportu dla posiadaczy biletów na zawody oraz nie korzystają z odnawialnych źródeł energii, a także nie wykorzystują technologii umożliwiających ograniczenie zużycia energii.

W obszarze rządzenie najlepiej wypadła publikacja na stronie internetowej klubu lub akademii bezpośredniego adresu email do przynajmniej jednego przedstawiciela kadry zarządzającej. Ogólnie brakuje natomiast na stronach internetowych klubów kodeksu postępowania lub innego dokumentu zawierającego minimalne wymagania względem zachowań kadry, zawodników, dzieci, młodzieży i kibiców. Nie są publikowane także regulaminy akademii lub zasady uczestnictwa w klubie oraz cele, wizja i misja działania akademii. Tylko pojedyncze kluby zdecydowały się opublikować na swojej stronie internetowej imiona i nazwiska członków kadry zarządzającej akademią oraz przynajmniej jednej osoby odpowiedzialnej za szkolenie.

Wyniki klubów PGNiG Superligi Kobiet

Tabela 3. Średnie oceny klubów w PGNiG Superlidze Kobiet w sezonie 2020/21

obszar	średnia
społeczeństwo	3%
środowisko	3%
rządzenie	7%
średnia	4%

Tabela 4. Średnie oceny klubów PGNiG Superligi Kobiet w analizie odpowiedzialności społecznej klubów sportowych w sezonie 2020/21

	społeczeństwo	środowisko	rządzenie	średnia
MKS FunFloor Perła Lublin	8%	10%	32%	16%
Młyny Stoisław Koszalin	4%	5%	6%	5%
EKS Start Elbląg	2%	5%	6%	4%
KPR Gminy Kobierzyce	4%	0%	5%	3%
MKS Zagłębie Lubin	8%	0%	2%	3%
Eurobud JKS Jarostaw	2%	0%	0%	1%
MKS Piotrcovia Piotrków Trybunalski	1%	0%	3%	1%
Suzuki Korona Kielce	0%	0%	2%	1%

Analiza odpowiedzialności społecznej klubów wskazuje na ich nieznaczne zaangażowanie w sezonie 2020/21 w obszarze społeczeństwo. Wyniki dwóch klubów, które osiągnęły najwyższe oceny w tym obszarze, tj. MKS FunFloor Perła Lublin oraz MKS Zagłębie Lubin, wynoszą 8%. W obszarze środowisko oceny są niższe. Tu także klub MKS FunFloor Perła Lublin uzyskał najwyższy wynik - 10%, podczas gdy pięć klubów nie podejmowało w tym obszarze jakichkolwiek działań. W obszarze rządzenie wyróżnia się ponownie wynik klubu MKS FunFloor Perła Lublin wynoszący aż 32%. Oceny pozostałych klubów są znacznie niższe i nie przekraczają 6%.

W zestawieniu najlepsze wyniki we wszystkich obszarach, tj. społeczeństwo (8%), środowisko (10%) i rządzenie (32%) osiągnął klub MKS FunFloor Perła Lublin. W ramach obszaru społeczeństwo klub współpracuje z innymi organizacjami w zakresie promocji zdrowia, podejmuje działania charytatywne oraz działania mające na celu wspieranie wolontariatu, a także publikuje na swojej stronie internetowej zasady udziału w wydarzeniu sportowym dla kibiców. Klub publikuje też informacje

dotyczące współpracy w obszarze edukacji dla dzieci i młodzieży objętych szkoleniem oraz informacje o zasadach współpracy z rodzicami bądź opiekunami dzieci. W ramach obszaru środowisko klub publikuje na swojej stronie internetowej informacje o dostępnej infrastrukturze rowerowej oraz o możliwościach dostania się na organizowane wydarzenia sportowe za pomocą alternatywnych, wobec samochodu, środków transportu. W ramach obszaru rządzenie klub na swojej stronie internetowej opublikował strukturę własnościową organizacji, akcjonariuszy, wymienił także z imienia i nazwiska wszystkich członków zarządu klubu oraz członków rady nadzorczej. Ponadto skład zarządu i rady nadzorczej klubu jest zrównoważony ze względu na płeć tzn. członkami i członkiniami tych ciał są zarówno kobiety, jak i mężczyźni.

Wyniki pozostałych klubów we wszystkich trzech obszarach są znacznie niższe, nie przekraczają 6%. Wyjątek stanowi tu klub MKS Zagłębie Lubin, który w obszarze społeczeństwo uzyskał 8%. W ramach tego obszaru MKS Zagłębie Lubin podejmuje działania ukierunkowane na promocję sportu powszechnego

i prowadzi programy w tym zakresie. Drugim klubem, który także podejmuje działania w obszarze sportu powszechnego jest KPR Gminy Kobierzyce, który w obszarze społeczeństwo uzyskał 4%. MKS Zagłębie Lubin współpracuje też z innymi organizacjami, aby promować sport powszechny i zdrowie. Wspiera także działania charytatywne oraz angażuje swoich zawodników do promocji zachowań i postaw pożądanych społecznie np. związanych ze zdrowym odżywianiem.

Pozostałe sześć klubów podejmuje w minimalnym stopniu działania w obszarach społeczeństwo, środowisko i rządzenie. Najmniej zagospodarowanym obszarem wydaje się być obszar środowisko, w ramach którego pięć klubów nie wymieniło żadnej aktywności.

Jak wynika z analiz stron internetowych, kluby żeńskie nie publikują sylwetek prezesów i członków zarządu. Tylko w nielicznych przypadkach wszyscy członkowie zarządu i rady nadzorczej przedstawieni są z imienia i nazwiska na stronie internetowej klubu. Sporadycznie są tam też wymieniani członkowie kadry zarządzającej akademią i osoby odpowiedzialne za szkolenie. Żaden z badanych klubów nie opublikował także celu, wizji i misji działania akademii na swojej stronie internetowej.



Wpływ pandemii na odpowiedzialność społeczną

Pandemia w sposób znaczny wpłynęła na działalność klubów piłki ręcznej w sezonie 2020/21. Możliwość dotychczasowej organizacji meczów w rozgrywkach i kontakt z kibicami zostały zablokowane lub w dużej mierze ograniczone. Organizowane w rygorze sanitarnym mecze wielokrotnie odbywały się bez udziału widzów. Stanowiło to problem nie tylko dla zawodników, przyzwyczajonych do interakcji z kibicami, ale także dla sponsorów klubów, dla których kibice na wydarzeniach sportowych są ważnymi odbiorcami promocji marek. Dlatego kluby zauważyły konieczność przeniesienia komunikacji z kibicami do Internetu, głównie do mediów społecznościowych, które pozwalają na podejmowanie interakcji z użytkownikami.

Dla wielu klubów rozwinięcie tej formy komunikacji było wyzwaniem, niezbędnym, aby utrzymać zainteresowanie klubem. Niektóre kluby, aby przetrwać finansowo czas pandemii, sprzedawały bilety na mecze, które miały być rozegrane za kilka miesięcy. Liczba działań w zakresie społecznej odpowiedzialności klubów PGNiG Superligi oraz PGNiG Superligi Kobiet także została znacznie zmniejszona w związku z różnymi obostrzeniami dotyczącymi Covid-19, które nie pozwalały zawodnikom m.in. na spotkania z kibicami, prowadzenie działań edukacyjnych dla dzieci i młodzieży, działalność dobroczynną, która nie miałyby charakteru zdalnego, oraz inne aktywności, w ramach których potrzebny jest bezpośredni kontakt. Kluby zaznaczały też, że pandemia wymusiła na nich nie tylko zmianę sposobu komunikacji z kibicami, ale także wprowadzenie nowego modelu promowania działalności drużyn i piłki ręcznej w Internecie.

Pomimo trudności, z jakimi musiały i wciąż muszą mierzyć się kluby w okresie pandemii, niektóre z nich realizują różne działania z zakresu społecznej odpowiedzialności, przede wszystkim rozumianej przez pryzmat działań skierowanych do najbliższej społeczności klubu. Przykładem może być klub Łomża Vive Kielce, który wykorzystuje swoją markę do integracji społeczności lokalnej m.in. poprzez organizację dorocznego „Dzkiego meczu” dla dzieci, a także spływu kajakowego. Dwa kluby męskie zrealizowały też działania związane z promocją zdrowia, inne niż z zakresu promocji sportu powszechnego. Gwardia Opole zachęcała do oddawania krwi, w zamian oferując gadżety klubu. Natomiast klub Łomża Vive Kielce w ramach tej samej kategorii działań uczył zasad udzielania pierwszej pomocy i zdrowego odżywiania.

W ramach pandemicznych rozwiązań dotyczących funkcjonowania klubu warto wskazać pierwszy w historii turniej esportowy zorganizowany przez klub KS Azoty Puławy w maju 2021 roku. Zawodnicy sprawdzali swoje umiejętności w wirtualnej hali, a turniej był transmitowany m.in. w mediach społecznościowych klubu, na Twitchu oraz w TVP Sport. Obrazuje on potencjał do wpływu społecznego klubów w sieci.

Z analizy wynika także, że w trakcie pandemii większość klubów męskich i żeńskich podejmowała działania charytatywne np. przekazała sześć nowych radiowozów (KS Azoty Puławy), wsparła Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy (Łomża Vive Kielce, Piotrkowianin Piotrków Trybunalski, Torus Wybrzeże Gdańsk, Grupa Azoty Unia Tarnów i Chrobry Głogów) oraz Szlachetną Paczkę (Grupa Azoty Unia Tarnów), wzięła udział w akcji „Zostań w domu-pomagamy po kryjomu”, która pomagała seniorom w pandemii (MKS Zagłębie Lubin), włączyła się w akcję Pomorskiego Hospicjum dla dzieci (Torus Wybrzeże Gdańsk), czy wsparła Głogowskie Stowarzyszenie Pomocy Zwierzętom (Chrobry Głogów).

Po przeprowadzonej analizie wydaje się, że kluby powinny zwracać większą uwagę na rozwijanie zainteresowania swoją odpowiedzialnością w różnych obszarach. Kluby i ich zawodnicy, będąc częścią lokalnych społeczności są naturalnymi autorytetami dla swoich kibiców, dlatego mogłyby wykorzystać tę popularność i uznanie dla promowania właściwych zachowań społecznych i stanowienia dobrego przykładu. Stawiając na większą transparentność funkcjonowania i zainteresowanie tematem wpływu na środowisko mogłyby promować te pozytywne postawy wśród swoich interesariuszy. Naturalnym kierunkiem byłyby także wzrastająca profesjonalizacja myślenia o odpowiedzialności klubów w ich otoczeniu. Aktualnie myślenie o odpowiedzialności społecznej odbywa się przez pryzmat doraźnych, dobroczynnych czy charytatywnych akcji, a nie programów wpisujących się w szerszą strategię organizacji. Warto jednak wspomnieć, że w klubach będących liderami tej analizy tzn. Łomży Vive Kielce i MKS FunFloor Perle Lublin to spojrzenie na odpowiedzialność jest już dojrzałe.

Dobre praktyki

Klub: EKS Start Elbląg

Obszar: Rządzenie

Praktyka: Zatrudnienie dwóch dodatkowych osób w biurze: pierwszej odpowiedzialnej za sprawy zdrowotne i tzw. koordynatora covidowego.

Przejaw: Bieżący kontakt i wymiana dokumentacji z jednostkami medycznymi

W czasie pandemii klub zdecydował się zatrudnić dwie dodatkowe osoby w biurze. Pierwsza z nich odpowiada za przekazywanie dokumentacji jednostkom medycznym, kontakty z Superligą i przepływ informacji medycznej. Druga, nazwana „koordynatorem covidowym”, zajmowała się komunikacją dotyczącą Covid-19 i działalnością klubu w czasie pandemii. Obydwie osoby miały zabezpieczyć aspekt zdrowotny klubu w okresie pandemii.

Klub: Energa MKS Kalisz

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promowanie bezpiecznych zachowań sanitarnych oraz idei szczepień

Przejaw: komunikaty podczas meczów i promocja bezpiecznych zachowań w mediach społecznościowych

Klub promował bezpieczne zachowania w trakcie pandemii. Zachęcał do dezynfekowania rąk, noszenia maseczek i dbania o dystans społeczny. Stosowne komunikaty były włączane podczas meczów, aby jak najwięcej kibiców mogło je usłyszeć. Klub w swoich mediach społecznościowych aktywnie promował także ideę szczepień przeciwko Covid-19.

Klub: Górnik Zabrze

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promowanie prozdrowotnych zachowań

Klub w czasie pandemii podjął decyzję o promowaniu prozdrowotnych zachowań, tj. zachęcał do zachowywania dystansu społecznego, pozostawania w domu oraz prowadził akcje związane z wykonywaniem ćwiczeń w domowych warunkach.

Zawodnicy nagrywali filmy, w których pokazywali sekwencje wybranych ćwiczeń. Następnie filmy były publikowane w mediach społecznościowych klubu i w ten sposób klub promował codzienną gimnastykę i pozostawanie w formie pomimo obostrzeń sanitarnych i braku możliwości skorzystania np. z siłowni.

Klub: Grupa Azoty Unia Tarnów

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promowanie idei szczepień i zachowywanie reżimu sanitarnego w trakcie meczów

Klub w trakcie pandemii aktywnie włączył się w promowanie idei szczepień w swoich mediach społecznościowych. Trzymał się także zasad reżimu sanitarnego i związanych z nim obostrzeń podczas meczów, informując o tym swoich kibiców.

Klub: MKS Zagłębie Lubin

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: przekazanie środków budżetowych na cele społeczne w czasie pandemii

Klub w czasie pandemii podjął decyzję o przeznaczeniu środków budżetowych na cele społeczne. Kupił i przekazał maseczki, płyny do dezynfekcji oraz rękawiczki dla domów dziecka oraz domu spokojnej starości. Realizował także z własnych środków zakupy spożywcze dla seniorów ze społeczności klubu.

Klub: Orlen Wisła Płock

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promocja codziennych ćwiczeń w domu oraz prozdrowotnych zachowań w czasie pandemii

Klub w czasie pandemii zorganizował pokazowe lekcje ćwiczeń online z zawodnikami klubu, które miały na celu promowanie zdrowego trybu życia oraz wykonywanie codziennych ćwiczeń pomimo obostrzeń i braku dostępu m.in. do siłowni. Klub stworzył także specjalną grę planszową, która miała wspierać akcję „zostań w domu” oraz zdrowie i bezpieczeństwo kibiców.

Klub: SPR Stal Mielec

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promowanie akcji szczepień przeciw Covid-19

Klub w okresie pandemii nie mógł grać meczów, ale postanowił aktywnie włączyć się w promowanie akcji szczepień przeciw Covid-19. W mediach były publikowane informacje nt. zawodników, którzy są zaszczepieni. Promowanie informacji o zaszczepieniu całego klubu miało stanowić wzór do naśladowania dla kibiców i innych odbiorców tej informacji.

Klub: Łomża Vive Kielce

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: wspieranie i promocja wolontariatu

Klub Łomża Vive Kielce jako jedyny klub PGNiG Superligi w sposób aktywny w Internecie wspiera i promuje ideę wolontariatu. Przy klubie działa grupa wolontariuszy, którzy pomagają w organizacji spotkań zespołu oraz podczas innych imprez organizowanych przez klub. Wolontariusze mają możliwość spotykania się z zawodnikami, brania udziału w imprezach towarzyszących turniejom, meczom, wydarzeniom organizowanym przez klub oraz nauki nowych rzeczy i rozwoju swoich umiejętności.

Klub: KS Azoty Puławy

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: prowadzenie działań w celu zachowania równowagi płci w realizowanych programach społecznych

Przejaw: prowadzenie drużyny junierek

Klub prowadził w czasie pandemii nabór dziewcząt do drużyny junierek. Wszystkie pasjonatki piłki ręcznej urodzone w 2002 i młodsze mogły zgłosić się na codzienne treningi.

Klub: EKS Start Elbląg

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promocja lokalnych atrakcji turystycznych

Klub opublikował na swojej stronie internetowej informacje dotyczące Elbląga i walorów turystycznych

miasta. Tym samym promuje miasto, które reprezentuje i zachęca innych do odwiedzenia go, wymieniając najciekawsze miejsca, zabytki i inne powody, dla których warto przyjechać do Elbląga.

Klub: Młyny Stoisław Koszalin

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: podjęcie działań w celu podnoszenia dostępności widowiska dla osób niepełnosprawnych oraz zatrudnienie osoby odpowiedzialnej za zdrowie psychiczne zawodniczek

Klub informuje na swojej stronie internetowej o dostępnych 15 miejscach dla osób niepełnosprawnych, które mogą wziąć udział w wydarzeniu sportowym. Na stronie internetowej znajduje się także informacja dot. psycholożki sportu, która została zatrudniona, aby pomagać zawodniczkom w odpowiednim przygotowaniu do zawodów oraz treningów.

Klub: MKS FunFloor Perła Lublin

Obszar: Środowisko, Rządzenie

Praktyka: udostępnienie informacji o infrastrukturze rowerowej w miejscu organizowanych wydarzeń sportowych oraz o strukturze własnościowej i władzach organizacji

Klub opublikował na swojej stronie internetowej informację nt. dostępnej infrastruktury rowerowej w miejscu organizowanego wydarzenia sportowego. Informacja ta może być przydatna dla osób, które planują dojazd na wydarzenie sportowe rowerem. Na stronie internetowej klubu znajduje się także informacja dot. akcjonariuszy klubu, składu zarządu oraz rady nadzorczej klubu, co nie jest powszechną praktyką wśród klubów.

Klub: Torus Wybrzeże Gdańsk

Obszar: Środowisko

Praktyka: promocja działań umożliwiających ograniczenie oddziaływania na środowisko

Klub umieścił w swoich mediach społecznościowych informację nt. możliwości utylizacji elektrośmieci. W poście wskazał, gdzie można oddać m.in. zużyty telewizor.

Klub: KPR Gwardia Opole

Obszar: Rządzenie

Praktyka: publikacja kodeksu etycznego na stronie internetowej

Klub opublikował na swojej stronie internetowej Deklarację Wartości, która określa przekonania, cele i misję klubu. Pod dokumentem, który odzwierciedla filozofię klubu, podpisali się zawodnicy, trenerzy, pracownicy i kibice klubu. W Deklaracji Wartości podkreślone jest jak ważne są: szacunek, braterstwo, przywiązanie do wartości, wola zwycięstwa, ciężka praca, poświęcenie, samodoskonalenie, rozwój, otwartość, innowacyjność i wsparcie dla działań charytatywnych.

Klub: Sandra SPA Pogoń Szczecin

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: promocja aktywności sportowej wśród chłopców i dziewcząt oraz promocja sportu powszechnego

Klub promuje Enea Handball Akademię, która wspiera aktywność sportową dzieci i młodzieży, chłopców i dziewcząt w wieku 4-13 lat. Celem akademii jest rozwijanie pasji do sportu i aktywności fizycznej. Początkowo klub Sandra SPA Pogoń Szczecin koncentrował swoje wysiłki na organizacji zajęć dla dzieci i młodzieży ze Szczecina, natomiast później rozszerzył swoje działania także na mniejsze ośrodki, w których dzieci mają utrudniony dostęp do aktywności pozalekcyjnych. Treningi w Enei Handball Akademii to przygotowanie dla dzieci, które chcą rozwijać swoje umiejętności w ramach klas sportowych. Kilku absolwentów akademii obecnie trenuje w Szkołach Mistrzostwa Sportowego w całym kraju, a połowa seniorskiego zespołu Sandra SPA Pogoń Szczecin stanowią wychowankowie klubów młodzieżowych ze Szczecina.

Rekomendacje

1. Publikacja na stronie internetowej informacji o władzach klubu, w tym o członkach zarządu, rady nadzorczej, członkach kadry szkoleniowej oraz kadry zarządzającej akademią.

Sugerujemy, aby informacja nt. składu zarządu i rady nadzorczej, jak również osób będących częścią kadry szkoleniowej i zarządzającej akademią była dostępna na stronie internetowej organizacji.

2. Organizowanie akcji społecznych wspierających ochronę środowiska naturalnego oraz realizację idei zrównoważonego rozwoju.

Sugerujemy, aby kluby poddały refleksji, w jaki sposób mogłyby się zaangażować na rzecz ochrony środowiska naturalnego oraz promowania idei zrównoważonego rozwoju, dając tym samym dobry przykład m.in. kibicom i lokalnym organizacjom. Tworzenie akcji w trosce o środowisko naturalne mogłoby także stanowić dodatkową platformę komunikacji i współpracy z kibicami.

3. Przeciwdziałanie dopingowi w sporcie.

Stosowanie dopingów w wielu dyscyplinach sportowych wciąż stanowi istotny problem. Warto edukować dzieci i młodzież, że doping jest nie tylko niewskazany z powodu negatywnych, zdrowotnych skutków ubocznych, ale stanowi też zaprzeczenie idei fair play w sporcie. Spotkania edukacyjne dotyczące tego tematu mogłyby się odbywać w szkołach, także tych sportowych oraz online w mediach społecznościowych klubu.

4. Promocja pożądaných społecznie zachowań.

Z analizy działalności klubów wynika, że w niewielkim stopniu wykorzystują one wpływ, jaki mają na społeczeństwo dla promowania wartościowych postaw i zachowań. Dotyczy to zarówno zachowań prozdrowotnych m.in. promocji aktywności fizycznej, odpowiedniej diety, higienicznego stylu życia, udziału w badaniach profilaktycznych, jak również zasad fair play, które powinny być obecne nie tylko na boisku, ale też w codziennym życiu. Kluby mają do dyspozycji m.in.

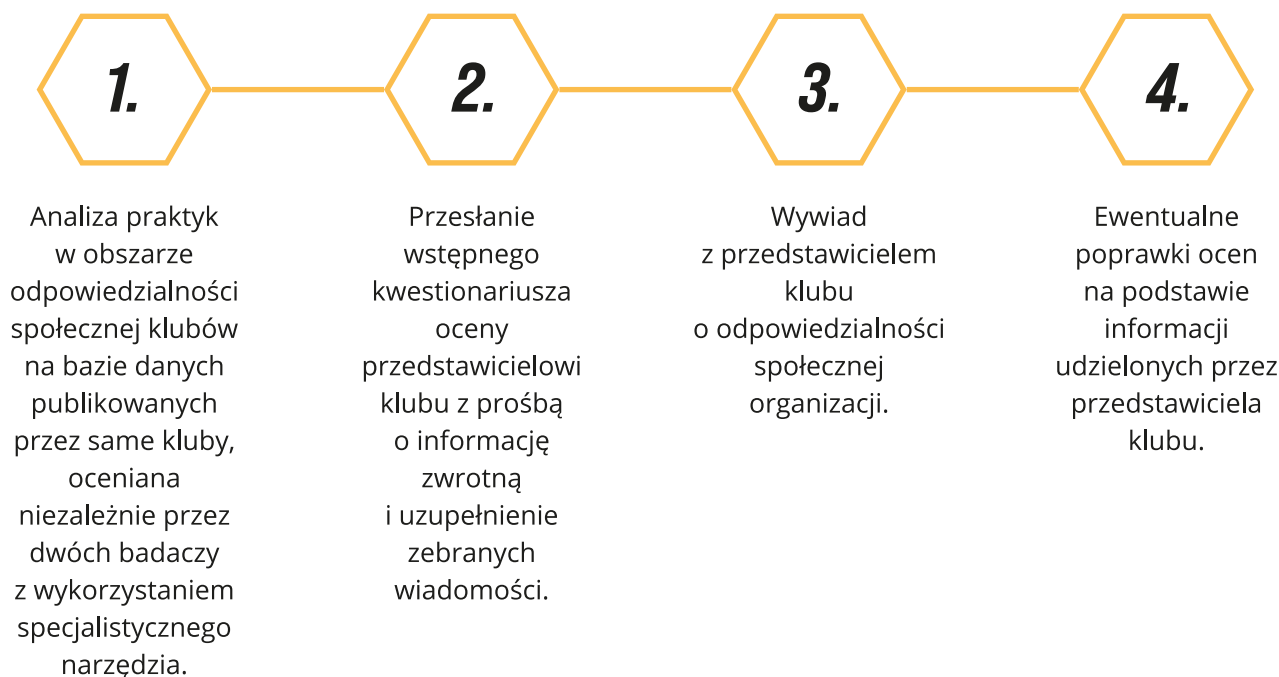
swoje media społecznościowe i strony internetowe.

5. Realizacja programów z zakresu promocji aktywności fizycznej i prozdrowotnych zachowań dla lokalnej społeczności.

Rekomendujemy aby kluby w większym stopniu zaczęły realizować programy, które będą promować aktywność fizyczną, zasady zdrowego odżywiania, sposoby wprowadzania prozdrowotnych, codziennych nawyków oraz zachęcanie innych do wspólnego uprawiania sportu. Bycie sportowcem nieodłącznie kojarzy się ze zdrowym, higienicznym trybem życia, dlatego warto, aby sportowcy stanowili wzór dla kibiców i innych odbiorców ich działalności w tym zakresie. W naszym przekonaniu szczególnie istotne są programy przemyślane, wpisujące się w zapotrzebowanie lokalnej społeczności, stałe i zakładające konkretny wpływ społeczny (długotrwały efekt). Takie działania powinny mieć zabezpieczone finansowanie i wpisywać się w szerszą strategię organizacji.

Opis metodologii

Kroki w analizie



Dane z klubów PGNiG Superligi oraz PGNiG Superligi Kobiet za sezon 2020/2021 zbieraliśmy za okres od marca 2020 do czerwca 2021 włącznie.

W analizie wykorzystaliśmy narzędzie charakteryzujące odpowiedzialność społeczną klubów, na którą składają się trzy obszary: społeczeństwo, środowisko i rządzenie. Każdy z obszarów został opisany przejawami odpowiedzialności społecznej, których jest razem 26. Każdy przejaw odpowiedzialności miał przyporządkowane od dwóch do dziesięciu dychotomicznych (tak/nie) pytań pełniących rolę wskaźników, z których pomocą można było go ocenić. Razem w narzędziu jest 127 wskaźników. W analizie obszary odpowiedzialności są równoważne, a w ramach obszarów równoważne są wszystkie przejawy. Podsumowując oceny klubów wyciągaliśmy średnie dotyczące poszczególnych przejawów odpowiedzialności, a następnie obszarów, na które te przejawy się składały.

Narzędzie opiera się na specyficznej charakterystyce CSR w organizacjach sportowych (klubach i związkach). Wykorzystane wskaźniki dotyczą zarówno procesów, jak i mechanizmów w klubach. Każdy klub był oceniany niezależnie przez dwóch badaczy. Formuła zbierania danych polegała na tym, że aby zaliczyć

klubowi jakieś działanie, musiał on komunikować o nim pisemnie, w formie opublikowanych dokumentów albo treści na stronie internetowej czy w mediach społecznościowych. Organizacja, która uzyskała dobre wyniki w analizie, musiała być zatem otwarta w komunikacji swoich działań w obszarze CSR czy dobrego rządzenia. W związku z oparciem się na dobrych praktykach niska ocena w analizie nie oznacza, że klub jest nieodpowiedzialny, a raczej – że zakres podejmowanych działań może nie być szeroki lub że klub mało komunikuje o swojej działalności.


Kluby miały okazję odpowiedzieć na pierwszą ocenę sugerując zmiany i podając źródła, na bazie których należy zmienić decyzję. Dodatkowo, każdy klub został zaproszony do wywiadu rozszerzającego zagadnienia zbierane za pomocą narzędzia.

Istotne definicje

Poprzez **klub** rozumieliśmy spółkę, podmiot zajmujący się szkoleniem (jeśli była jasna relacja między organizacjami) i ewentualnie fundację przy klubie (ale nie stowarzyszenia kibiców). W przypadku klubu wielosekcyjnego staraliśmy się, gdzie było to możliwe, wyodrębnić sekcję piłki nożnej.

W analizie, szczególnie w odniesieniu do działań w obszarze społeczeństwo, wyróżniliśmy inicjatywy, które charakteryzowaliśmy jako **programy**. Programy definiowaliśmy jako: celowe działania o długotrwałym charakterze (trwające przynajmniej rok lub zaplanowane na taki okres) nie okazjonalne, w których charakterystyce zdefiniowano przynajmniej trzy z następujących elementów: grupa docelowa; przyczyna prowadzenia programu; cel; charakterystyka działań wykorzystanych do osiągnięcia celu; wskaźniki charakteryzujące osiągnięcie celów programu; budżet działań; partnerzy instytucjonalni.





Fundacja Institute for Sport Governance to organizacja założona w 2020 roku w Warszawie. Ma na celu promocję dobrego rządzenia i odpowiedzialności społecznej w sporcie. Jest zaangażowana i prowadzi programy w obszarze dobrego rządzenia w sporcie na poziomie europejskim m.in. dotyczące wdrażania kodeksów dobrego rządzenia, relacji zawodniczych czy wpływu społecznego sportu wyczynowego, finansowane w ramach programu Erasmus+ Large Collaborations. Jej partnerami w tych programach są m.in. Uniwersytet Sportowy w Kolonii, Uniwersytet w Utrechcie i Uniwersytet Vrije w Brukseli, ministerstwa odpowiedzialne za sport w Grecji, na Malcie i w Bułgarii, organizacje sportowe jak Austriacki Związek Piłki Siatkowej i pozarządowe jak Asser Center of Sport Law.

Projekt „Analiza odpowiedzialności społecznej klubów sportowych” rozpoczął się w 2018. Od tego czasu m. in. prowadzimy regularne badania w PKO BP Ekstraklasie i Fortunie 1 Lidze. Jest to pierwsza analiza przeprowadzona w klubach PGNiG Superligi oraz PGNiG Superligi Kobiet.

govsport.eu


INSTITUTE
for Sport Governance



ISBN 978-83-964174-2-8



9 788396 417428

