



Agnieszka Gozdek

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
Katedra Systemów i Polityki Transportowej
agnieszka.gozdek@wzieu.pl

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU WŚRÓD PRZEWOŹNIKÓW DROGOWYCH W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

Streszczenie: Społeczna odpowiedzialność biznesu jest aktualnym pojęciem, analizowanym w różnych sektorach gospodarki. Zakres tematu został zawężony do sektora transportu samochodowego celem sprawdzenia rozpoznawalności zagadnienia. Coraz więcej przedsiębiorstw postrzega wdrożenie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) jako czynnik konkurencyjny. Biznes społecznie odpowiedzialny daje możliwość uzyskania skutecznej przewagi w obszarze postrzegania marki i działań przedsiębiorstwa na rynku konkurencyjnym. Celem prezentowanego artykułu jest poznanie zaangażowania przedsiębiorstw w ochronę środowiska oraz identyfikacja świadomości i zasad zrównoważonego rozwoju w sektorze transportowym. Zagadnienie jest interesujące ze względu na dobrowolność wdrażania dobrych praktyk CSR, a z drugiej strony przedsiębiorstwa odczuwają presję otoczenia.

Słowa kluczowe: transport samochodowy, społeczna odpowiedzialność biznesu, województwo zachodniopomorskie.

JEL Classification: L910, M140.

Wprowadzenie

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. CSR, *Corporate Social Responsibility*) to koncepcja, której poświęcono wiele miejsca zarówno w literaturze zagranicznej, jak i polskiej. Z perspektywy filozoficznej oraz ekonomicznej J. Filek [2007], podejmując dyskurs na temat wolności i odpowiedzialności, przedstawia powstanie idei CSR, jej etapy oraz polemizuje z przeciwnikami koncepcji CSR. Zintensyfikowany rozwój idei odpowiedzialności przypada na

lata po pierwszej wojnie światowej z kulminacją w drugiej połowie XX w. Według ówczesnych filozofów oraz pisarzy „społeczna odpowiedzialność biznesu jawi się jako konsekwencja wolności oraz coraz mocniej uświadamianej sobie przez człowieka ciężącej na nim odpowiedzialności za świat i jego przyszłość” [Filek, 2007, s. 26]. Odpowiedzialny biznes opisywany jest również jako koncepcja zarządzania, podejście strategiczne i długofalowe, które prowadzi do osiągnięcia trwałego zysku. Jest to zobowiązanie biznesu do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju, a także poprawy jakości życia. Zachodzi przy współpracy pracowników, ich rodzin, lokalnych społeczności oraz całego społeczeństwa [Filek, 2007]. W literaturze przedmiotu można zetknąć się z niejednoznacznymi definicjami społecznej odpowiedzialności biznesu, ale jak podkreśla A. Kwarciańska czy B. Kromer w przedstawionym zestawieniu definicji, podstawowym elementem jest idea dobrowolności podejmowania działań społecznie odpowiedzialnych [Kromer, 2013; Kwarciańska, 2016]. Sama koncepcja CSR została zdefiniowana przez Komisję Europejską w roku 2006 jako „koncepcja, zgodnie z którą przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają problematykę społeczną i środowiskową w swojej działalności gospodarczej i stosunkach z zainteresowanymi stronami” [Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu...].

Jednakże w 2011 r. w komunikacie „Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw” Komisja Europejska przedstawia nową definicję CSR: „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”. Komisja Europejska uważa, że koncepcja ta ma znaczenie dla zrównoważonego rozwoju, konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw UE oraz unijnej gospodarki. Przynosi korzyści w zarządzaniu ryzykiem, oszczędnościach, dostępie do kapitału, relacjach z klientami oraz zarządzaniu zasobami ludzkimi. Według komisji odpowiedzialnym społecznie można stać się poprzez:

- przestrzeganie prawa,
- uwzględnienie w strategii przedsiębiorstwa integracji społecznej, środowiskowej, etycznej, konsumenta i kwestii związanych z prawami człowieka [www 1].

Wytycznych co do formalnych wskazówek wdrożenia koncepcji CSR można poszukiwać wśród takich standardów jak [Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu...]: wytyczne OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych, dziesięć zasad inicjatywy ONZ „Global Compact”, norma ISO 26000 dotycząca odpowiedzialności społecznej, trójstronna deklaracja zasad dotyczących przedsiębiorstw wielonarodowych i polityki społecznej

Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP) oraz wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka.

Oczywiste stało się wdrożenie zasad koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu wśród przedsiębiorstw międzynarodowych. Rosnąca świadomość wpływu organizacji na społeczeństwo oraz środowisko przyczyniła się do sformalizowania dobrych praktyk. Celem artykułu jest zbadanie zachowań wśród przedsiębiorstw nieposiadających międzynarodowego statusu. Za punkt wyjścia obrano przedsiębiorstwa transportu samochodowego w województwie zachodniopomorskim.

1. Charakterystyka województwa zachodniopomorskiego

Województwo zachodniopomorskie jest jednym z 16 województw powstałych 1 stycznia 1999 r. wskutek reformy administracji publicznej w Polsce. Aktualnie obejmuje obszar dawnych województw: szczecińskiego, koszalińskiego oraz części województw gorzowskiego, pilskiego i słupskiego. Województwo zachodniopomorskie liczy 114 gmin (w tym 11 miejskich, 54 miejsko-wiejskich, 49 wiejskich), 18 powiatów i 3 miasta na prawach powiatów [Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego, 2015] (rys. 1).



Rys. 1. Podział administracyjny województwa zachodniopomorskiego

Źródło: Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego [2015].

Województwo zachodniopomorskie jest piątym co do wielkości regionem Polski (22 902 km², tj. 7,3% obszaru kraju) i jedenastym pod względem liczby mieszkańców (1 733 000), którzy w większości zamieszkują w miastach¹. Stolicą województwa jest Szczecin. Od północy naturalną granicę województwa tworzy Morze Bałtyckie, którego linia brzegowa w ramach tego obszaru wynosi 188,9 km. Od zachodu graniczy z Niemcami (188,9 km), natomiast od południa oraz wschodu z województwami lubuskim (216,9 km), wielkopolskim (197,4 km) i pomorskim (190,9 km). Zachodniopomorskie jest częścią regionu otaczającego Morze Bałtyckie, które od 1 maja 2004 r. stało się wewnętrznym morzem Unii Europejskiej. Położenie Pomorza Zachodniego w północno-zachodniej części Polski jest ważnym czynnikiem kształtującym jego rozwój. Tradycje morskie związane z rozwojem zespołu portowego Szczecin-Świnoujście oraz bliskość ważnych dla rozwoju Europy ośrodków wzrostu jak Berlin czy Kopenhaga sprawiły, że wzrosła rola szlaków transportowych o znaczeniu międzynarodowym, przebiegających w układzie północ-południe i wschód-zachód [*Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego...*]: ze Skandynawii do Europy Południowej i Południowo-Wschodniej, a także z Europy Zachodniej do państw Europy Wschodniej i Azji.

Dostępność województwa zachodniopomorskiego ułatwia duża liczba i różnorodność przejść granicznych: 8 morskich, 10 drogowych (w tym 3 dla małego ruchu granicznego), 3 rzeczne, 2 kolejowe i 1 lotnicze. W ramach współpracy transgranicznej z partnerami niemieckimi i szwedzkimi główną rolę odgrywa Euroregion Pomerania² [Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2014-2020]. Województwo zachodniopomorskie posiada rozbudowaną sieć hydrograficzną. Główną rzeką jest Odra, łącząca porty w Szczecinie i Świnoujściu z ośrodkami przemysłowymi na południu kraju oraz mniejsze rzeki jak Ina, Rega, Parsęta, Wieprza, Grabowa, Radewa i Drawa [Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego, 2015].

Według Nomenklatury Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (franc. *Nomenclature des Unités territoriales statistiques*) – NUTS) województwo zachodniopomorskie (NUTS 2) zaliczane jest do NUTS 1 – Region Północno-Zachodni wraz z województwami wielkopolskim i lubelskim. Województwo zachodniopomorskie podzielone zostało na cztery podregiony NUTS 3: m. Szczecin, koszaliński, szczecinecko-pyrzycki, szczeciński. Podział ten obowiązuje od stycznia 2015 r. [www 4].

¹ 70% ludności województwa zachodniopomorskiego to mieszkańcy miast.

² W jego skład wchodzi także Region Skania w Szwecji, część Meklemburgii – Pomorze Przednie i Brandenburgii w Niemczech.

Rozwój transportu drogowego w regionie, podobnie jak w całym kraju, charakteryzuje bardzo szybki wzrost wskaźnika motoryzacji³, który dla województwa zachodniopomorskiego w 2015 r. był na poziomie 498 [Eurostat regional yearbook 2016]. W krajowym transporcie ładunków w województwie zachodniopomorskim bilans przewozów w 2015 r. był dodatni. Statystycznie w województwie zachodniopomorskim nadano ponad 50,6 mln ton ładunku oraz przyjęto ok. 50,2 mln ton. Według klasyfikacji NUTS 3 dla województwa zachodniopomorskiego, w podregionie szczecinecko-pyrzyckim dokonano 31,4% załadunku towarów. Natomiast 30% krajowego ciężarowego transportu samochodowego, według regionu wyładunku, stanowił podregion szczeciński. Szczegółowe dane zawiera tab. 1. Według statystyk, w województwie zachodniopomorskim, za granicę nadano ponad 5,5 mln ton, a przyjęto 2,3 mln ton ładunku [Transport – wyniki działalności w 2015 r...., 2016].

Tabela 1. Krajowy ciężarowy transport samochodowy według regionu załadunku i wyładunku w 2015 r. w województwie zachodniopomorskim

Podregion (NUTS 3)	Załadunek (tys. ton)	Wyładunek (tys. ton)	Bilans przewozów
Miasto Szczecin	10 374	11 746	-1 372
Koszaliński	12 365	11 460	905
Szczecinecko-pyrzycki	15 906	11 904	4 002
Szczeciński	12 026	15 068	-3 042

Źródło: Na podstawie: [www 2].

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności w województwie zachodniopomorskim na koniec 2014 r. sekcja „Transport i gospodarka magazynowa” stanowiła 6,3% podmiotów. Najwięcej – 23,3% – stanowiły sekcje „Handel i naprawa pojazdów samochodowych” oraz „Budownictwo” – 12,5%.

2. Znajomość koncepcji CSR wśród przedsiębiorstw transportu samochodowego w województwie zachodniopomorskim na podstawie badań własnych

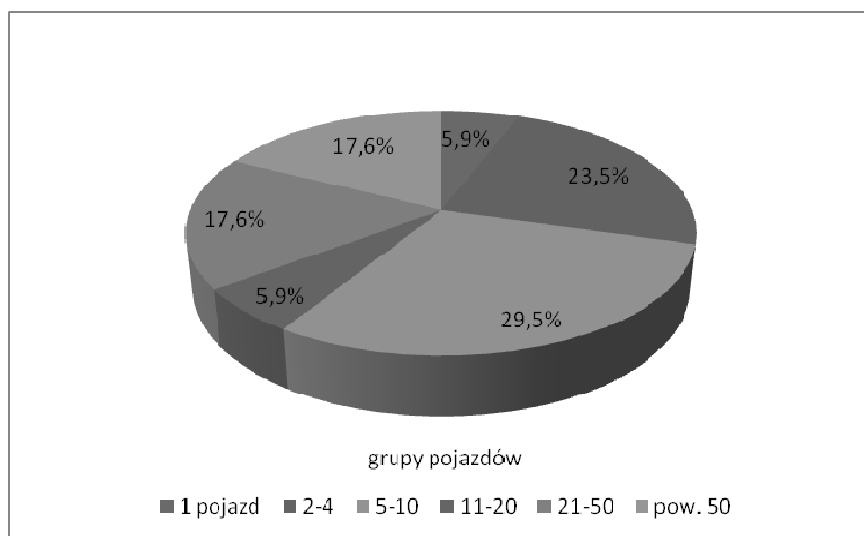
Społeczna odpowiedzialność biznesu ma zastosowanie do wszystkich rodzajów przedsiębiorstw, co również podkreśliła Komisja Europejska w komunikacie „Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw” [Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady,

³ Liczba zarejestrowanych samochodów na 1000 mieszkańców.

Europejskiego Komitetu...]. W literaturze przedmiotu analizie poddano przedsiębiorstwa sektora TSL. Odwoływano się nie tylko do koncepcji CSR, ale również do zrównoważonego transportu, etycznego systemu czy ekologii, „zielonych” łańcuchów bądź społecznie odpowiedzialnej logistyki [Kromer, 2013]. Wśród analizowanych przedsiębiorstw na uwagę zasługują następujące przedsiębiorstwa: DB Schenker Logistics (za realne działania ograniczające emisję CO₂ do atmosfery, wprowadzenie ekokalkulatora), Grupa Raben (m.in. za organizację dla pracowników tygodnia CSR w 10 krajach Europy, wprowadzenie Kodeksu Etyki [Kromer, 2013; Dembińska, 2013]), DHL Global Forwarding (m.in. za działalność społeczną na poziomie lokalnym) [Laska, Piętkowska-Laska, 2014].

W celu zbadania znajomości koncepcji CSR oraz zaangażowania społecznego czy środowiskowego wśród przedsiębiorstw transportowych województwa zachodniopomorskiego posłużono się kwestionariuszem ankiety składającej się z 14 pytań. Ankieta została rozesłana drogą elektroniczną do członków Zachodniopomorskiego Stowarzyszenia Przewoźników Drogowych w Szczecinie. Stowarzyszenie działa od ponad 23 lata. Na koniec 2016 r. liczyło ponad 289 członków – przedsiębiorstw transportowych [www 3]. Ze względu na małą zwrotność ankiet wśród przedsiębiorstw stowarzyszonych, badanie zostało ponownie przeprowadzone w celu zwiększenia próby, co skutkowało 17% próbą badawczą. Pod względem liczby zatrudnionych w badanej próbie dominowały przedsiębiorstwa małe (41,8%), natomiast odsetek badanych przedsiębiorstw kwalifikujących się jako średnie i mikro stanowił po 23,5%. Około 12% stanowiły przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 250 pracowników. Wśród respondentów ok. 60% stanowiły firmy funkcjonujące na rynku transportu samochodowego w województwie zachodniopomorskim więcej niż 10 lat. Niecałe 30% stanowiły firmy ze stażem od roku do 5 lat, pozostała grupa ankietowanych wskazała przedział funkcjonowania na rynku od 6 do 10 lat.

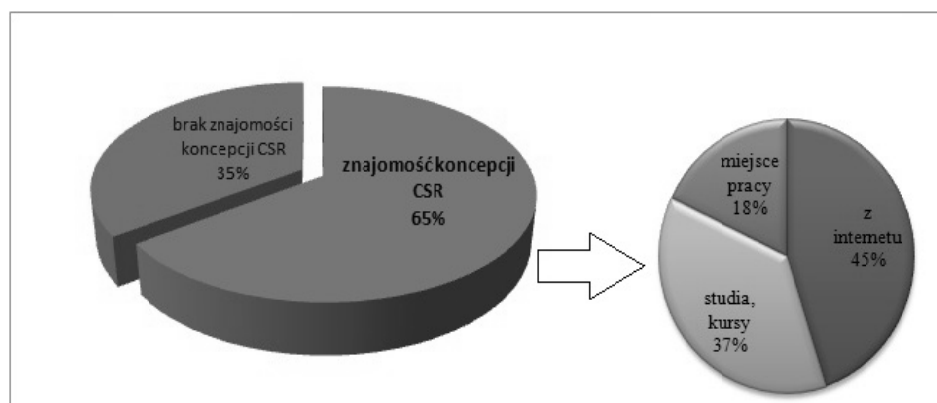
Według grup pojazdów (rys. 2) największą część ankietowanych (29,5%) stanowiły firmy posiadające od 5 do 10 pojazdów. Drugą, liczną grupę stanowiły przedsiębiorstwa posiadające od 2 do 4 pojazdów. Po około 18% stanowiły przedsiębiorstwa dysponujące pojazdami w grupie 21-50 oraz powyżej 50 pojazdów. Najmniej liczną grupę (5,9%) stanowiły przedsiębiorstwa posiadające 1 pojazd oraz mieszczące się w grupie 11-20 pojazdów.



Rys. 2. Ankietowane przedsiębiorstwa według liczby pojazdów

Źródło: Na podstawie wyników badań ankietowych.

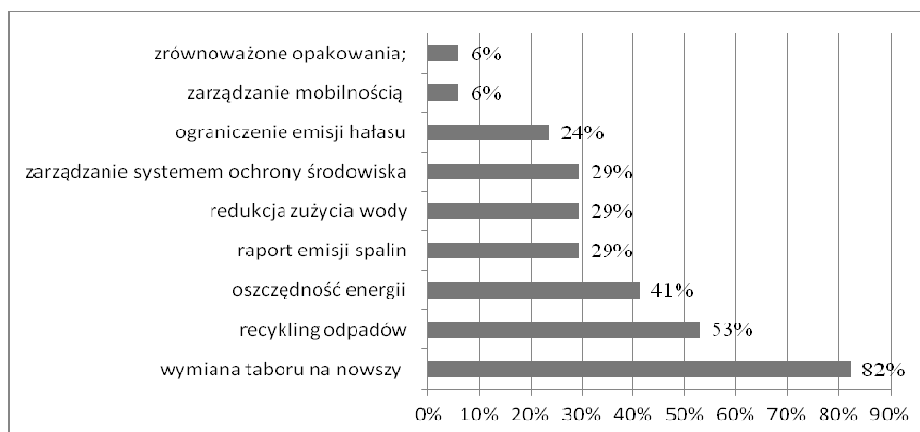
Wśród ankietowanych przedsiębiorstw transportowych województwa zachodniopomorskiego 65% z nich spotkało się z pojęciem „społecznej odpowiedzialności biznesu” oraz ze skrótem CSR. Rysunek 3 przedstawia źródła wiedzy na temat CSR. Około 47% badanej populacji realizuje koncepcję CSR, przynajmniej w niektórych obszarach.



Rys. 3. Źródła znajomości pojęcia „społecznej odpowiedzialności biznesu”

Źródło: Na podstawie wyników badań ankietowych.

Celem redukcji negatywnego wpływu na środowisko naturalne wśród ankietowanych przedsiębiorstw województwa zachodniopomorskiego zostały wdrożone środki zaradcze. Największy udział przyznano wymianie taboru na nowszy/bardziej ekologiczny (82%), w ponad połowie przedsiębiorstw zastosowano recykling odpadów, 41% badanych przedsiębiorstw wdrożyło oszczędność energii. Rysunek 4 przedstawia udział poszczególnych środków zaradczych. Wśród własnych opcji przedsiębiorstwa wyróżniły eco-driving wsparty telematyką oraz program termomodernizacji obiektów.



Rys. 4. Udział środków zaradczych w celu redukcji wpływu na środowisko naturalne wśród przewoźników drogowych województwa zachodniopomorskiego

Źródło: Na podstawie wyników badań ankietowych.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu to również działania na rzecz lokalnej społeczności. Wśród ankietowanych przedsiębiorstw z województwa zachodniopomorskiego dominującymi działaniami (po 47%) były wkłady pieniężne (bezpośrednie darowizny, sponsoring społeczny) oraz działania w naturze (darowizny produktu, wkłady używanego sprzętu biurowego i mebli oraz wykorzystanie pomieszczeń firmowych podczas imprez społeczności lokalnych). Wolontariat pracowniczy został wdrożony wśród 24% ankietowanych przedsiębiorstw transportowych. Ponadto przedsiębiorstwa angażowały się w dziedzinie bezpieczeństwa, współpracując z samorządem oraz lokalnym zespołem szkół.

Badane przedsiębiorstwa transportowe województwa zachodniopomorskiego, w celu zapewnienia większej przejrzystości na rynku, wdrożyły następujące praktyki: badanie satysfakcji klienta (53%), jasne informacje na temat ich oferty (47%), załatwianie reklamacji składanych przez klienta on-line (35%), kontrolę łańcucha dostaw (29%) oraz zaangażowanie i świadomość klientów i dostawców w kwestiach CSR (12%).

Zaskakujące może być to, że pomimo wdrożonych praktyk i działań prospołecznych i prośrodowiskowych, aż 41% przedsiębiorstw nie odczuwa potrzeby dokumentowania działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Bez względu na wielkość przedsiębiorstwa oraz stan posiadanych pojazdów, 18% ankietowanych przedsiębiorstw nie dostrzega korzyści finansowych z tytułu wdrożenia certyfikatu (głównie mikroprzedsiębiorstwa). Z kolei taki sam odsetek odczuwa potrzebę dokumentacji praktyk CSR na skutek zarówno sugestii polskich, jak i zagranicznych kontrahentów (głównie małe przedsiębiorstwa). 29% ankietowanych przedsiębiorstw transportowych przyznało, że przyczyną wdrożenia certyfikatu praktyk CSR było dostosowanie się do konkurencji.

W kolejnym pytaniu w kwestionariuszu, ankietowane przedsiębiorstwa nadały rangi ważności określonym bodźcom, zachęcającym do wdrożenia praktyk CSR. Do istotnych bodźców zaliczono (po 65% każdy): promocję wizerunku firmy oraz presję ze strony klientów. Zachęty rządowe zostały uznane za istotny powód przez 53% ankietowanych. Darmowe/dotowane doradztwo/szkolenie w zakresie praktyk CSR – 24% respondentów uznało za ważny bodziec zachęcający do zaimplementowania praktyk CSR w swojej firmie. Etyczna motywacja ze strony zarządu uznana została za najmniej istotny bodziec, zaś system nagród w 47% okazał się mało istotnym impulsem.

Popieranie godzenia życia zawodowego i prywatnego (elastyczne godziny pracy, opieki nad dzieckiem) jest działaniem podejmowanym wśród wszystkich ankietowanych przedsiębiorstw transportowych. W 65% z nich istnieje system komunikowania się z pracownikami. W ponad połowie (59%) przeprowadzane są szkolenia (m.in. BHP, eco-drivingu, pierwszej pomocy, szkolenia typowo zawodowe i doszkalające, warsztaty wzmacniające relacje w organizacji). W 41% badanych przedsiębiorstw transportowych województwa zachodniopomorskiego rozpowszechnia się wśród pracowników informacje o kwestiach etycznych. Ponad 1/3 przedsiębiorstw deklaruje, że zapewnia rozwój zawodowy swoim pracownikom oraz funkcjonowanie systemów świadczeń pracowniczych (np. umożliwiających rozwój sportowy). Najmniej liczną grupę (24%) stanowią przedsiębiorstwa posiadające system zarządzania bezpieczeństwem i ochroną zdrowia.

W odniesieniu do relacji z lokalną społecznością wyszczególnione działania w większości przypadków nie są realizowane bądź są realizowane w niewielkim lub częściowym stopniu. Procedurę regularnej wymiany informacji z władzami lokalnymi stworzyło zaledwie 6% przedsiębiorstw. W inicjatywy społeczne w regionie w pełni bądź w dużej mierze włącza się po 12% przedsiębiorstw. Udział w kampaniach reklamy społecznej, sponsoringu, projektach pomocy dla osób potrzebujących, jest w pełni realizowany przez 12% przedsiębiorstw, w niewielkim stopniu bądź częściowo realizuje je 29% przedsiębiorstw, 24% nie realizuje ich w ogóle.

We wspólne inicjatywy ze społecznością lokalną ułatwiające zgodną koegzystencję, np. poprzez organizację imprez edukacyjnych, kulturalnych, sportowych, w pełni zaangażowanych jest 12%, częściowo 29%, 35% przedsiębiorstw transportowych z województwa zachodniopomorskiego nie angażuje się w ogóle.

Podsumowanie

Spółeczna odpowiedzialność biznesu, wdrożona w długoterminową strategię przedsiębiorstw międzynarodowych, zaistniała na polskim rynku również w świadomości dużych przedsiębiorstw. Badanie własne podkreśliło intuicyjne zachowanie mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Pomimo 35% niezajomości koncepcji CSR wśród ankietowanych przedsiębiorstw, proekologiczne praktyki są jednak obecne wśród tych przedsiębiorstw, np. wymiana taboru na bardziej ekologiczny, recykling odpadów, ograniczenie emisji hałasu. Również działania prospołeczne częściowo zostały zaakcentowane, chociażby w postaci wkładów pieniężnych, darowizny produktu czy udostępnienia pomieszczeń na potrzeby imprez lokalnych. Jednak niecałe 20% z tych przedsiębiorstw udokumentowałoby formalnie praktyki CSR certyfikatem w celu dostosowania się do konkurencji. Największym bodźcem w tym kierunku, również dla tych przedsiębiorstw, które nie odczuwają potrzeby certyfikacji, są zachęty rządowe lub promocja wizerunku. Pozytywnym znakiem zmian wśród przedsiębiorstw jest ekologiczna świadomość wpływu na środowisko; do głównych praktyk należą: wymiana taboru na nowszy, bardziej ekologiczny, recykling odpadów, redukcja zużycia wody. Działania dla społeczności lokalnej akcentowane są w mniejszym zakresie. Jednak wsparcie finansowe czy rzeczowe bądź wolontariat pracowniczy są praktykowane wśród przedsiębiorstw transportowych województwa zachodniopomorskiego. Ponad połowa ankietowanych przedsiębiorstw bada satysfakcję klienta w celu zapewnienia większej przejrzystości na rynku.

Literatura

- Dembińska I. (2013), *Marketingowa orientacja działań CSR na przykładzie firm logistycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 790, „Problemy Transportu i Logistyki”, nr 23, s. 145-165.
- Eurostat Regional Yearbook 2016, <http://ec.europa.eu/eurostat> (dostęp: 25.10.2016).
- Filek J. (2007), *Między wolnością gospodarczą a odpowiedzialnością biznesu* [w:] B. Klimczak, A. Lewicka-Strzałecka (red.), *Etyka i ekonomia*, PWE, Warszawa.

- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, KOM/2011/0681 wersja ostateczna, Bruksela.
- Kromer B. (2013), *Społeczna odpowiedzialność biznesu jako czynnik determinujący funkcjonowanie przedsiębiorstw transportowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 790, „Problemy Transportu i Logistyki”, nr 23, s. 51-62.
- Kwarcieńska A. (2016), *Międzynarodowe inicjatywy normatywne w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) jako wyraz działań na rzecz zrównoważonego rozwoju*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 416, „Współczesne problemy ekonomiczne. Rozwój zrównoważony w wymiarze globalnym i europejskim”, Wrocław, s. 95-103.
- Laska A., Piętowska-Laska R. (2014), *Społeczna odpowiedzialność biznesu firm logistycznych*, „Humanities and Social Sciences”, HSS, Vol. XIX, No. 21(4), s. 83-98.
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2014-2020.
- Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego 2015 (2016), Urząd Statystyczny w Szczecinie, Szczecin.
- Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2020 (2010), Sejmik Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin.
- Transport – wyniki działalności w 2015 r.* (2016), GUS, Warszawa.
- [www 1] http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_pl (dostęp: 25.10.2016).
- [www 2] http://ec.europa.eu/eurostat/data/database?node_code=road_go_na_rl3g (dostęp: 25.10.2016).
- [www 3] <http://www.stowarzyszenie.szn.pl/o-nas/> (dostęp: 30.11.2017).
- [www 4] <http://stat.gov.pl/statystyka-regionalna/jednostki-terytorialne/klasyfikacja-nuts/klasyfikacja-nuts-w-polsce/> (dostęp: 20.10.2016).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE TRANSPORT SECTOR IN WEST POMERANIAN VOIVODESHIP

Summary: Corporate Social Responsibility is a current a theme that is analyzed in various sectors of the economy. The choice of the topic was narrowed down to the road transport sector to check the visibility of the issue. More and more companies perceive the implementation of the principles of Corporate Social Responsibility (CSR) as a competitive factor. Socially Responsible Business makes it possible to achieve effective advantage in the area of brand perception and activities of the company in a competitive market. The aim of the article is to understand companies' commitment to environmental protection and the identification and awareness of sustainable development principles in the transport sector. The issue is interesting because of the voluntary nature of the implementation of best practices of CSR, on the other hand pressure from the enterprises environment is perceived.

Keywords: Corporate Social Responsibility, West Pomeranian Voivodeship, transport sector.