

# Indeks odpowiedzialności społecznej klubów sportowych w Polsce - charakterystyka narzędzia

---

# Autorzy

---

Paweł Zembura, Uniwersytet Warszawski

Aleksandra Gołdys, Uniwersytet Warszawski

dr Monika Piątkowska, Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

dr Paweł Kuźbik, Uniwersytet Łódzki

Gabriel Pawlak, Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

Grzegorz Botwina, Instytut Sportu, Uniwersytet Warszawski

Miłosz Marchlewicz, Uniwersytet Gdański, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Marlena Syliwoniuk, Uniwersytet Warszawski

Magdalena Gałęcka

Eksperti konsultujący narzędzie:

Marcin Drogorób, Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Wojciech Dąbrowski, Stadion Energa Gdańsk

dr Kazimierz Waluch, Instytut Rozwoju Sportu i Edukacji

Proponowane cytowanie (APA):

Zembura, P., Gołdys, A., Piątkowska, M., Kuźbik, P., Pawlak, G., Botwina, G., ... Gałęcka, M. (2018). Indeks Odpowiedzialności Społecznej Klubów Sportowych. Warszawa: Centrum Wyzwań Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. Pobrano z <http://sportimpakt.org>

Kontakt

p.zembura@uw.edu.pl

# Spis treści

---

## 4 Wstęp

## 4 Podstawowe informacje o badaniu i narzędziu

- 4 Proces badawczy w projekcie
- 5 Rozwój indeksu odpowiedzialności społecznej
- 6 Zbieranie danych
- 6 Analiza danych i publikacja wyników
- 6 Uwagi do procesu opracowywania indeksu odpowiedzialności społecznej klubów sportowych
- 7 Instrukcja oceny - wykorzystania indeksu
- 9 Definicje przyjęte w indeksie
- 10 Definicje przyjęte w indeksie
- 10 Badana grupa

## 11 Narzędzie badawcze

- 11 Podstawowe wiadomości o organizacji
- 12 Odpowiedzialność społeczna w organizacji
- 14 Obszar - społeczeństwo
- 24 Obszar - środowisko
- 27 Obszar - rządy



# Wstęp

---

Opracowanie indeksu odpowiedzialności społecznej klubów sportowych stanowi część większego projektu - badania odpowiedzialności społecznej profesjonalnych klubów sportowych. Polega ono na analizie i publikacji informacji o przejawach odpowiedzialności społecznej w polskich klubach sportowych. Jego celem jest upowszechnianie wiedzy o odpowiedzialności społecznej w sporcie, promowanie dobrych praktyk w tym obszarze oraz, w dalszej perspektywie czasu, zwiększenie zaangażowania w odpowiedzialność społeczną wśród klubów sportowych w Polsce.

W tym dokumencie scharakteryzowano narzędzie wykorzystane w tym projekcie, które nazwaliśmy indeksem odpowiedzialności społecznej klubów sportowych. Jego opracowanie jest efektem potrzeby dedefiniowania, jak rozumiana być może odpowiedzialność społeczna klubu sportowego. W dokumencie opisaliśmy również proces zbierania danych w projekcie. Tekst ma stanowić bazę do dyskusji nad narzędziem i metodologią badania. Narzędzie w założeniu ma umożliwić ocenę zaangażowania w odpowiedzialność społeczną klubów sportowych i poznanie zaangażowania w odpowiedzialność społeczną profesjonalnych klubów sportowych w Polsce.

Opracowania pierwszej wersji narzędzia nie postrzegamy jako zwieńczenie zastanawiania się nad odpowiedzialnością społeczną klubu sportowego. Traktujemy ją raczej jako wstęp do dyskusji, umożliwiający specyficzne, dalsze rozważania na temat tego, co mieści się w odpowiedzialności społecznej klubu sportowego. Jednocześnie narzędzie stanowi ramę, o którą tę dyskusję można oprzeć.

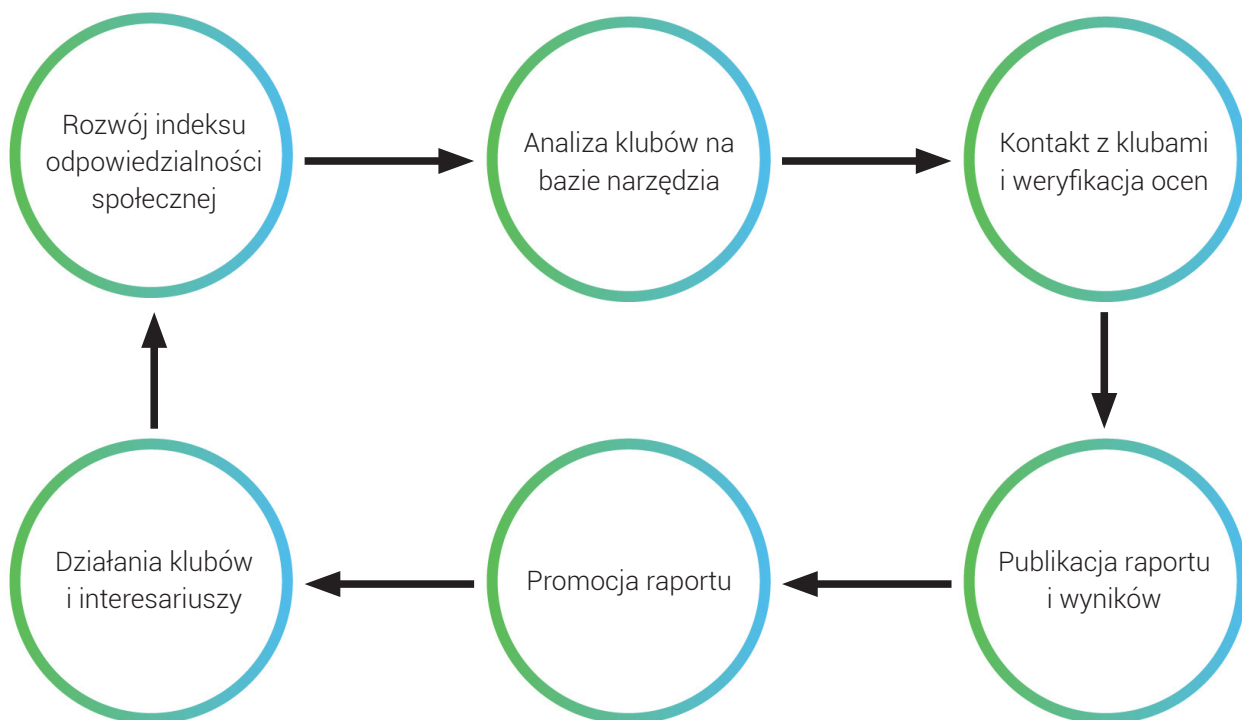
Badanie zainicjowało i koordynowało Centrum Wyzwań Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. W projekcie partnerami są badacze z 4 uczelni: Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Łódzkiego, AWF Warszawa i AWF Wrocław.

## Podstawowe informacje o badaniu i narzędziu

### Proces badawczy w projekcie

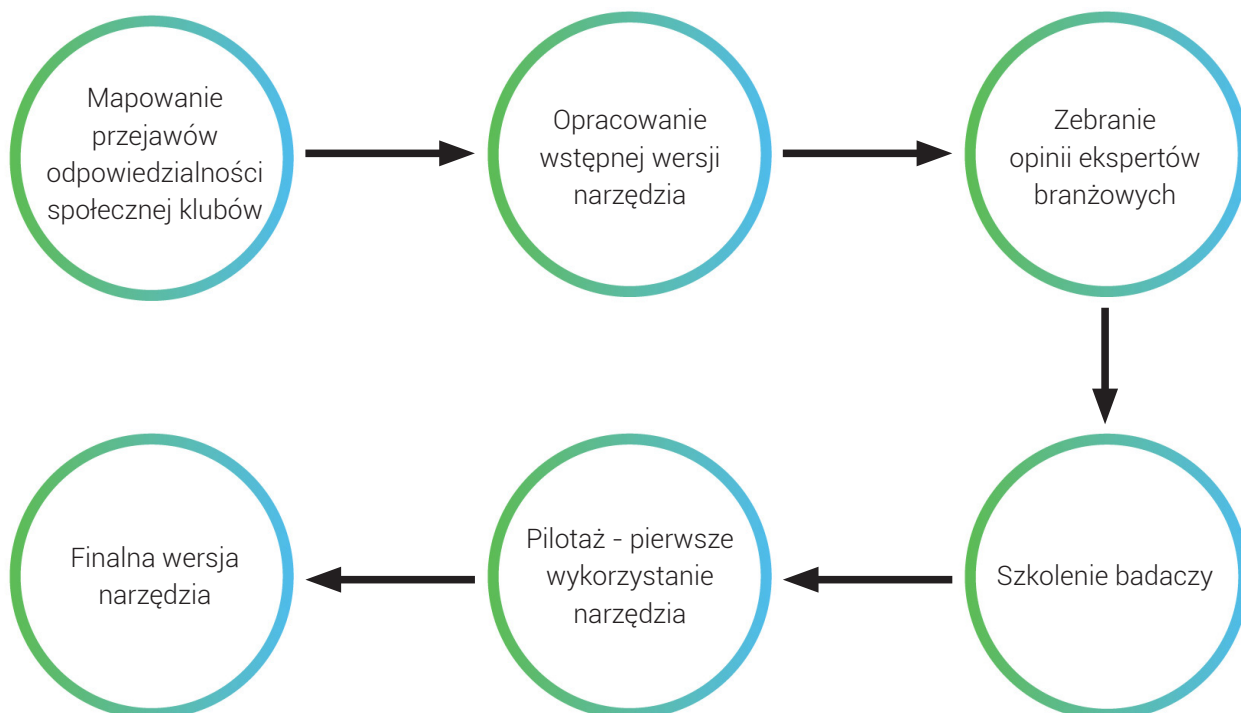
Proces badawczy, którego rezultatem ma być badanie odpowiedzialności społecznej klubów sportowych składa się z kilku etapów. Szczególną rolę odgrywała część prowadząca do opracowania narzędzia, które zostanie wykorzystane w dalszej analizie, a które nazwaliśmy indeksem odpowiedzialności społecznej klubów sportowych.

Cały proces badawczy projektu składa się z następujących elementów:



## Rozwój indeksu odpowiedzialności społecznej

Do opracowania narzędzia badawczego - indeksu odpowiedzialności społecznej klubów sportowych - prowadziły następujące etapy:



Pierwszym etapem pracy nad narzędziem było mapowanie przejawów odpowiedzialności społecznej na bazie analizy literatury naukowej i praktycznych przejawów zebranych w opracowaniach eksperckich. Następnie przeprowadzono konsultacje z badaczami w celu zebrania dodatkowych przejawów odpowiedzialności społecznej, ich weryfikacji i dodefiniowania. W kolejnym etapie zebrano opinie dotyczące narzędzia wśród ekspertów branżowych. Następnie przeprowadzono szkolenie badaczy z procesu zbierania danych. Na bazie badania pilotażowego prowadzonego na jednym klubie przez różne zespoły badawcze dokonano walidacji narzędzia i opracowania jego ostatecznej wersji.

## **Zbieranie danych**

Na bazie indeksu badacze będą zbierali informacje o zaangażowaniu klubów w odpowiedzialność społeczną. Te informacje zbierają analizując treści publikowane przez kluby na ich stronie internetowej, w mediach społecznościowych i dokumentach. Następnie badacze kontaktują się z klubami sportowymi przedstawiając im wstępne wyniki i umawiają się na wywiady z przedstawicielami klubów w celu ewentualnej korekty wstępnej analizy. Uzupełnianie danych z ankiety ma dokonywać się na podstawie wywiadów prowadzonych bezpośrednio, telefonicznie bądź na bazie odpowiedzi mailowych oraz dodatkowych materiałów udostępnianych przez kluby.

## **Analiza danych i publikacja wyników**

Na podstawie skorygowanych wyników przeprowadzimy analizę danych ilościowych i jakościowych. Uzupełniając je o dobre praktyki i treść wywiadów prowadzonych z przedstawicielami klubów opracujemy raport z badania i wykorzystamy dane do opracowania dodatkowych artykułów badawczych.

## **Uwagi do procesu opracowywania indeksu odpowiedzialności społecznej klubów sportowych**

- Narzędzie jest specyficzne dla klubów sportowych. Odpowiedzialność społeczną należy analizować w konkretnym kontekście działalności organizacji. W rezultacie opracowywanie standardów raportowania pozafinansowego dostosowane do konkretnej branży jest powszechną praktyką. Stąd wynikała też potrzeba opracowania tego narzędzia.
- Przy opracowywaniu narzędzia w pierwszej fazie zebrano dobre praktyki odpowiedzialności społecznej na bazie analizy tekstów naukowych i dobrych

praktyk opisanych w raportach organizacji zajmujące się odpowiedzialnością społeczną w sporcie m. in. FIFA, UEFA, Healthy Stadia, European Football for Development Network, European Club Association, Expert Group "Good Governance" (UE), Transparency International, Play the Game (National Sports Governance Observer), UK Sports (A Code for Good Governance), German Federal Ministry for the Environment (Green Champions in Sport and Environment), FARE, Cafe Football.

- Dobre praktyki pochodzą przede wszystkim z piłki nożnej, co wynika z przeważającej liczby publikacji dotyczących właśnie tej dyscypliny, związanych głównie z jej największą popularnością i komercyjnym sukcesem. W związku z tym nie wszystkie przejawy muszą być adekwatne dla klubów wszystkich lig. W tym dokumencie nie opisaliśmy procedury analizy danych, która tą adekwatność uwzględni, a względem której decyzje zostaną podjęte po zebraniu danych.
- Dobre praktyki zostały zamienione na przejawy odpowiedzialności społecznej.
- Przejawy odpowiedzialności społecznej opisano konkretnymi pytaniami. Pytania z założeniu są precyzyjne, ale pozostawiają badaczowi pewną możliwość interpretacji, co jest nieuniknione przy opisywaniu złożonych zjawisk.
- Przejawy wpisują się w Cele Zrównoważonego Rozwoju na okres 2015-2030 ale przy opracowywaniu narzędzia nie bazowano na pojedynczym narzędziu czy zbiorze wytycznych jak GRI czy ISO 26000.

## **Instrukcja oceny - wykorzystania indeksu**

Trzy możliwości odpowiedzi na pytanie: 1 - tak, 0 - nie, ND - nie dotyczy:

- tak - organizacja spełnia dany warunek
- nie - organizacja nie spełnia danego warunku
- ND - w nielicznych pytaniach pytania nie będą dotyczyły danej organizacji. Na przykład ND (nie dotyczy) będzie odnosiło się do pytania o sprawozdania roczne klubu, który funkcjonuje formalnie krócej niż rok
- Oceną wyjściową jest "nie". Badacz poszukuje źródeł, aby móc zmienić ocenę na pozytywną. W przypadku nieznaledzenia dowodu, to na klubie spoczywa konieczność udowodnienia, że ocena powinna być inna niż ta pierwotnie przyznana.
- Na klubie spoczywa również konieczność udokumentowania realizacji działań będących przedmiotem poszczególnych pytań. Te dowody mają być przedstawione w formie pisemnej. W niektórych przypadkach ma to być dokument (na przykład strategiczny, wewnętrzny czy opublikowany raport), w innych wystarczy wzmianka na stronie internetowej czy treściach z mediów społecznościowych.

- W pierwszej fazie badania badacze poszukują odpowiedzi na pytania na bazie analizy strony internetowej organizacji, opublikowanych przez nią dokumentów (wewnętrznych oraz zewnętrznych) i treści mediów społecznościowych. Źródłem danych mogą być również dokumenty czy strony internetowe nienależące do organizacji.
- Przyjęta forma zbierania informacji łączy się z założeniem, że organizacja przedstawia informacje o swojej działalności. Analiza treści jest często wybieraną metodą w analizie odpowiedzialności społecznej organizacji. Jest związana z różnymi ograniczeniami - organizacja może o czymś nie informować, albo informować a realnie nie realizować. Każda metoda analizy zjawiska będzie jednak łączyła się z różnorodnymi ograniczeniami. Kluby sportowe, jako podmioty posiadające wielu zaangażowanych interesariuszy udostępniają więcej informacji niż przedsiębiorstwa z innych branży. Udostępnione przez nie informacje podlegają również większej ocenie interesariuszy, co może oddziaływać na ich rzetelność.
- Nie wszystkie przejawy odpowiedzialności będą dotyczyć wszystkich klubów (i badanych lig), ale zdecydujemy o tym po zebraniu wszystkich informacji i konsultacjach z przedstawicielami lig. Po zebraniu danych zastanowimy się również nad tym, czy niektóre przejawy odpowiedzialności nie powinny dotyczyć tylko klubów o określonej wielkości (rozumianej przez wysokość przychodów, liczbę pracowników czy wielkość przychodów (np. grantów) pochodzących od podmiotów publicznych).

Pytania mają w założeniu spełniać następujące warunki:

- być przejrzyste (jednoznacznie rozumiane; umożliwiać powtarzalność (różne zespoły badawcze mają je jednoznacznie interpretować); pozostawiać do interpretacji badaczom, ale niezbyt wiele)
- być trafne (wpisywać się w badane zjawisko)
- dostępne poznawczo (możliwe do odpowiedzi na bazie technik wykorzystanych w badaniu)
- W obszarze "komentarz" prosimy o odniesienie się do adekwatnej informacji (w formie linku czy nazwy dokumentu) lub opisanie, dlaczego zdecydowano się na daną ocenę (może być w formie równoważnika zdania).
- W obszarze "dobra praktyka" prosimy o szersze opisanie przypadku wyróżniającej się, pozytywnej oceny w odniesieniu do danego pytania. W badaniu chcemy zebrać dobre praktyki, które umożliwią przedstawienie innym organizacjom wzoru, jak w polskich warunkach można spełniać konkretny warunek określony w pytaniu. Bazując na tych charakterystykach planujemy opisać wyróżniające się, wybrane praktyki w raporcie końcowym.



## Definicje przyjęte w indeksie

- Przyjęta definicja społecznej odpowiedzialności: odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko zapewniania przez przejrzyste i etyczne postępowanie które: przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa; uwzględnia oczekiwania interesariuszy; jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania; jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach (Definicja z normy ISO 26000, zgodna z zaktualizowaną definicją Komisji Europejskiej).
- Dokument strategiczny - długoletni dokument (rozpisany przynajmniej na 2 lata lub więcej), który określa wizję, misję, cele długoterminowe organizacji oraz odpowiadające im działania.
- Program - celowe działania o charakterze długotrwałym (trwające przynajmniej rok lub zaplanowane na taki okres, stałym - nieokazjonalnym (regularnym)), 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. Organizacja nie musi prowadzić własnego programu, ale musi być w niego zaangażowana w większym stopniu niż jedynie jego promocja.
- Działania - inicjatywy, aktywności organizacji, które nie muszą mieć charakteru stałego czy regularnego (mogą być to np. okazjonalne wydarzenia), mogą być też częścią innych, szerszych inicjatyw. Muszą natomiast dotyczyć 2 ostatnich lat funkcjonowania organizacji i być przynajmniej w minimalnym stopniu przedstawione w formie pisemnej (w dokumentach organizacji, na stronie internetowej czy w mediach społecznościowych).
- Działania charytatywne - działania polegające na wykorzystaniu zasobów materialnych czy włożonej pracy w celu niesienia pomocy tym, którzy jej potrzebują, w sposób bezinteresowny, filantropijny. Działania charytatywne to przykładowo zbieranie funduszy na rzecz potrzebujących czy wolontariat pracowniczy polegający na malowaniu przedszkola.
- Promocja to oddziaływanie na odbiorców produktu, mające na celu m. in. informowanie o produktach. W promocję może wpisywać się reklama społeczna – reklama mająca na celu wywołanie zmian społecznie pożądaných, czego przykładem jest promocja postaw związanych z wolontariatem, promocja diagnozy badań prostaty czy krwiodawstwa.

## Zakres narzędzia

W narzędziu ujęto dwa obszary nie podlegające ocenie, a dotyczące samej organizacji, to jest:

- podstawowe wiadomości o organizacji
- odpowiedzialność społeczna w organizacji.

Trzy obszary odpowiedzialności społecznej organizacji, które poddano pogłębionej analizie i uwzględniono w narzędziu to:

- Środowisko - opisujący oddziaływanie organizacji na środowisko naturalne, zarządzanie zasobami naturalnymi
- Rządzenie - obejmujący przede wszystkim transparentność organizacji
- Społeczeństwo - określający głównie oddziaływanie społeczne, odpowiedzialność względem interesariuszy, wykorzystanie siły oddziaływania marki klubu w reklamie społecznej i charytatywności
- Każdy z tych obszarów ma przyporządkowane różne przejawy odpowiedzialności, zaś każdy przejaw ma przyporządkowane pytania.

## Badana grupa

W pierwszym badaniu z wykorzystaniem narzędzia będą analizowane kluby sportowe z profesjonalnych lig rozgrywkowych w najpopularniejszych dyscyplinach sportu w Polsce tzn. piłki nożnej, żużla, siatkówki i koszykówki. Popularność lig analizowano pod kątem średniej liczby kibiców na meczu w lidze w ostatnim sezonie rozgrywkowym.

Kryterium popularności przyjęto ze względu na chęć skoncentrowania się na klubach sportowych, które mają największe możliwości organizacyjne i finansowe, a przy tym podobne uwarunkowania prawne działalności. Jest popularną międzynarodową praktyką, że organizacje od określonej wielkości są zobowiązane do publikowania większej ilości informacji o swojej działalności, co wynika z ich domyślnie większego wpływu na otoczenie.

Analiza klubów sportowych wymaga również dookreślenia, jak rozumiano klub. W przypadku klubu wielosekcyjnego ograniczono analizę do sekcji, którą badano. Jeśli aktywności klubu można było jednak uwzględnić jako wielosekcyjne (np. w określone działania angażowały się wspólnie sekcje: piłkarska i koszykarska), uwzględniono je w analizie. W przypadku, gdy klub posiadał własną fundację i jasno komunikował na swojej stronie internetowej relację z nią, w analizie uwzględniono jej aktywności. W analizie nie uwzględniono działań klubu kibica, który rozumiano jako niezależny od organizacji. W niektórych pytaniach znajdują się natomiast odniesienia do współpracy z takim podmiotem.

# Narzędzie badawcze

## Podstawowe wiadomości o organizacji

Ten obszar nie podlega ocenie. Zebrano w nim podstawowe informacje o organizacji i jej funkcjonowaniu.

Przedmiot	Uwagi	Komentarz
Oficjalna nazwa organizacji		
Oficjalny skrót organizacji		
Adres email		
Rok założenia		
Wysokość przychodów ze środków samorządu terytorialnego i administracji centralnej w ostatnim roku (m. in. w formie powierzenia realizacji zadań publicznych, jak usługi promocyjne i reklamowe na rzecz samorządu)		
Wysokość przychodów ze środków samorządu terytorialnego w ostatnim roku		
Inne przywileje organizacji ze strony samorządu terytorialnego (np. związane z preferencyjną ceną wynajmu stadionu czy promocją klubu w komunikacji miejskiej)		
Całkowita wysokość przychodów w ostatnim roku		
Liczba zatrudnionych pracowników (pracownicy na umowie o pracę, zlecenie bądź kontrakcie, minimum 20 godzin pracy w tygodniu)		
Forma prawna organizacji		
Struktura właścicielska (5 najważniejszych akcjonariuszy i procent pakietów akcji, jakie posiadają)		
Sytuacja zarządcza obiektu, na którym gra klub (Kto zarządza obiektem? Na jakich zasadach?)		

Jaki dział organizacji formalnie odpowiada za działania organizacji z obszaru odpowiedzialności społecznej?

Czy na stronie internetowej organizacji jest wymieniona osoba, która formalnie odpowiada za działania z zakresu odpowiedzialności społecznej (stanowi pojedynczy punkt kontaktu)?

Czy organizacja współpracuje z fundacją założoną przy klubie, która realizuje w jej imieniu działania z obszaru odpowiedzialności społecznej?

Jak zaklasyfikowany jest budżet na działania z obszaru odpowiedzialności społecznej (np. budżet działu komunikacji, marketingu)?

## Odpowiedzialność społeczna w organizacji

Ten obszar nie podlega ocenie. Obszar ma na celu przybliżenie informacji o tym, jak organizacja formalnie wpisuje odpowiedzialność społeczną w swoją strukturę i strategię. Zebrane informacje zostaną wykorzystane do pogłębienia planowanej analizy.

**Przedmiot**

**Uwagi**

**Komentarz**

Czy organizacja publikuje na swojej stronie internetowej dokument strategiczny (i jest on osiągalny poprzez stronę główną)?

Czy organizacja publikuje dokument strategiczny dotyczący odpowiedzialności społecznej lub obszar ten jest częścią ogólniejszego dokumentu strategicznego organizacji?

Czy ten dokument strategiczny zawiera konkretne cele i odpowiadające im działania odnoszące się do odpowiedzialności społecznej?

Czy w tym dokumencie organizacja przedstawia pozafinansowe, ilościowe wskaźniki odnoszące się do celów?

Czy ten dokument strategiczny zawiera nawiązania do Celów Zrównoważonego Rozwoju na okres 2015-2030?

Czy ostatnie roczne sprawozdanie zawiera informacje o finansach organizacji (włączając przychody i koszty)?

Czy to ostatnie sprawozdanie roczne obejmuje raportowanie danych pozafinansowych?

Czy dane pozafinansowe (w ostatnim sprawozdaniu) zostały przedstawione w oparciu o któryś ze standardów, norm i wytycznych dotyczących raportowania danych pozafinansowych, takich jak GRI G4, ISO 26000 czy UN Global Compact?

Czy organizacja publikuje osobną sekcję lub podstronę poświęconą odpowiedzialności społecznej na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną)?

Czy organizacja posiada dział, który formalnie odpowiada za działania z obszaru odpowiedzialności społecznej?

## Obszar – społeczeństwo

Ten obszar obejmuje różnorodne działania lub charakterystykę działania organizacji odnoszącej się do jej wpływu na interesariuszy i społeczność.

### 1. Organizacja promuje sport powszechny

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
1.1.	Czy organizacja podejmuje działania ukierunkowane na promocję sportu powszechnego (nie zalicza się tu szkolenia sportowego uzdolnionej młodzieży)?			
1.2.	Czy organizacja posiada spisany, formalny dokument, który określa cele i specyficzne działania ukierunkowane na promocję sportu powszechnego?			
1.3.	Czy organizacja prowadzi programy w obszarze sportu powszechnego?			
1.4.	Czy organizacja podejmuje konkretne działania w celu promocji aktywności sportowej wśród grup niedoreprezentowanych w sporcie powszechnym (np. kobiet, seniorów, osób niepełnosprawnych)?			
1.5.	Czy organizacja współpracuje z innymi organizacjami z intencją promocji sportu powszechnego?			
1.6.	Czy organizacja prowadzi ewaluację swoich działań i programów w tym obszarze, której wyniki publikuje na swojej stronie internetowej (dostępnej przez stronę główną)?			

2. Organizacja promuje zdrowie/ profilaktykę zdrowia/ zachowania prozdrowotne (inne niż sport powszechny czy aktywność fizyczna)

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
2.1.	Czy organizacja podejmuje działania ukierunkowane na promocję zdrowia inne niż z zakresu promocji sportu powszechnego?			
2.2.	Czy organizacja posiada spisany, formalny dokument, który określa cele i specyficzne działania ukierunkowane na promocję zdrowia inne niż sport powszechny?			
2.3.	Czy organizacja prowadzi programy w obszarze zdrowia, skierowane do swojego otoczenia?			
2.4.	Czy organizacja prowadzi programy w obszarze zdrowia, skierowane do grup szczególnie zagrożonych problemami zdrowotnymi (np. mężczyźni 60+, dzieci i młodzież chore na otyłość)?			
2.5.	Czy organizacja prowadzi programy z zakresu promocji zdrowia wśród dzieci i młodzieży objętych szkoleniem lub zawodników?			
2.6.	Czy organizacja współpracuje z innymi organizacjami z intencją promocji zdrowia?			
2.7.	Czy organizacja wspiera projekty (np. poprzez reklamę społeczną) z zakresu promocji zdrowia o zasięgu krajowym / międzynarodowym (np. Międzynarodowy Dzień Serca)?			
2.8.	Czy organizacja włącza się organizację badań profilaktycznych lub diagnozę zagrożeń zdrowia w swojej społeczności?			

### 3. Organizacja promuje zdrowe otoczenie wydarzeń sportowych

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
3.1.	Czy organizacja całkowicie zabrania palenia papierosów w przestrzeni obiektów, gdzie odbywają się jej rozgrywki?			
3.2.	Czy organizacja rozmyślnie ogranicza bądź całkowicie wyłącza sprzedaż niezdrowych produktów (np. napojów słodzonych czy fast foodów) na obiekcie, na którym odbywają się rozgrywki?			
3.3.	Czy organizacja oferuje zdrowe, niskoprzetworzone produkty w swoim cateringu?			

### 4. Organizacja promuje edukację

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
4.1.	Czy organizacja podejmuje działania w obszarze edukacji (które nie dotyczą własnej organizacji)?			
4.2.	Czy działania organizacji w obszarze edukacji są kierowane między innymi do dzieci i młodzieży?			
4.3.	Czy działania organizacji w obszarze edukacji są kierowane do konkretnej grupy innej niż dzieci i młodzież (np. seniorów, osób bezrobotnych)?			
4.4.	Czy organizacja posiada spisany, formalny dokument, który określa cele i specyficzne działania ukierunkowane na proces edukacji?			
4.5.	Czy organizacja prowadzi programy w obszarze edukacji?			
4.6.	Czy organizacja współpracuje z innymi organizacjami w obszarze edukacji?			
4.7.	Czy organizacja prowadzi edukację o byciu kibicem dla dzieci i młodzieży?			



## 5. Organizacja prowadzi działalność na rzecz społeczeństwa w obszarze innym niż sport powszechny, zdrowie i edukacja

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
5.1.	Organizacja prowadzi inne działania prowadzące do poprawy warunków ekonomicznych, społecznych lub edukacyjnych lokalnej społeczności (np. obniżenia zaangażowania w zachowania antyspołeczne i przestępczość, poprawy jakości życia)?			
5.2.	Czy organizacja posiada spisany, formalny dokument, który określa cele i specyficzne działania ukierunkowane na poprawę warunków ekonomicznych, społecznych lub edukacyjnych lokalnej społeczności?			
5.3.	Czy organizacja prowadzi programy prowadzące do poprawy warunków ekonomicznych, społecznych lub edukacyjnych lokalnej społeczności?			
5.4.	Czy organizacja współpracuje z organizacjami publicznymi w programach prowadzących do poprawy warunków ekonomicznych, społecznych lub edukacyjnych lokalnej społeczności?			
5.5.	Czy organizacja współpracuje z innymi organizacjami w programach prowadzących do poprawy warunków ekonomicznych, społecznych lub edukacyjnych lokalnej społeczności?			

## 6. Organizacja angażuje się w rozwój lokalny

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
6.1.	Czy organizacja prowadzi działania mające na celu diagnozę potrzeb swoich interesariuszy (np. w formie regularnych spotkań czy badań konsultacyjnych)?			
6.2.	Czy organizacja wspiera działania lub programy samorządu terytorialnego?			

6.3.	Czy organizacja wspiera działania lub programy innych lokalnych organizacji?			
6.4.	Czy organizacja wykorzystuje swoją markę do integracji społeczności lokalnej (np. poprzez wydarzenia z zakresu sportu powszechnego)?			
6.5.	Czy organizacja wykorzystuje swoją markę do promocji lokalnych atrakcji turystycznych poprzez swoją stronę internetową?			
6.6.	Czy organizacja wspiera prawa lokalnych społeczności sąsiadujących z miejscem odbywania się wydarzeń sportowych (np. poprzez konsultacje społeczne poprzedzające inwestycje)?			

## 7. Organizacja wykorzystuje siłę oddziaływania klubu sportowego w swoim otoczeniu

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
7.1.	Czy organizacja podejmuje lub wspiera działania charytatywne?			
7.2.	Czy organizacja podejmuje lub wspiera działania charytatywne na rzecz swojej społeczności (m.in. młodych zawodników, zawodników amatorskich, byłych zawodników, innych potrzebujących związanych z organizacją)?			
7.3.	Czy organizacja wspiera działania charytatywne prowadzone przez kibiców?			
7.4.	Czy organizacja wspiera programy społeczne organizowane lub współorganizowane przez kibiców?			
7.5.	Czy organizacja podejmuje bądź promuje działania charytatywne wewnątrz swoich struktur (np. wśród zawodników, pracowników)?			
7.6.	Czy organizacja wykorzystuje swoją markę do zwracania uwagi na istotne problemy społeczne (np. krwiodawstwo, diagnostyka medyczna, udział			

	w działaniach charytatywnych) poprzez działania promocyjne (np. reklamę społeczną)?			
7.7.	Czy organizacja wykorzystuje swoją markę do promocji pożądaných społecznie zachowań i postaw poprzez działania promocyjne (np. reklamę społeczną)?			
7.8.	Czy organizacja wykorzystuje swoich zawodników do promocji zachowań i postaw pożądaných społecznie (np. zdrowe odżywianie, aktywność fizyczna, udział w badaniach profilaktycznych)?			
7.9.	Czy organizacja podejmuje bądź wspiera działania z zakresu promowania celów humanitarnych i celów zrównoważonego rozwoju?			

## 8. Organizacja angażuje się w wolontariat

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
8.1.	Czy organizacja podejmuje działania mające na celu wspieranie i promocję wolontariatu?			
8.2.	Czy organizacja na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną) przedstawia informacje o tym, jak można zostać wolontariuszem?			
8.3.	Czy organizacja na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną) przedstawia informacje o tym, jakie funkcje może pełnić w klubie wolontariusz?			
8.4.	Czy na stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną) organizacji podano bezpośredni adres email do kontaktu w kwestiach wolontariatu?			

## 9. Organizacja przeciwdziała zachowaniom niepożądanym i promuje pożądane postawy społeczne

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
9.1.	Czy organizacja publikuje na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną) zasady udziału w wydarzeniu sportowym dla kibiców (np. kodeks postępowania, regulamin)?			
9.2.	Czy organizacja bierze udział w działaniach sprzeciwiających się zjawiskom dyskryminacyjnym i supremacyjnym i informuje o nich na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną)?			
9.3.	Czy organizacja bierze udział w działaniach sprzeciwiających się zjawiskom dyskryminacyjnym i supremacyjnym i informuje o nich w mediach społecznościowych?			
9.4.	Czy organizacja bierze udział w działaniach przeciw chuliganizmowi i wandalizmowi i informuje o nich na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną)?			
9.5.	Czy organizacja bierze udział w działaniach przeciw chuliganizmowi i wandalizmowi i informuje o nich w mediach społecznościowych?			
9.6.	Czy organizacja prowadzi programy, których celem jest przeciwdziałanie dyskryminacji na tle rasowym, religijnym czy seksualnym?			
9.7.	Czy programy prowadzone przez organizację, których celem jest wykluczanie dyskryminacji na tle rasowym, religijnym czy seksualnym są adresowane do kibiców?			
9.8.	Czy organizacja publicznie potępia zachowania zachowania dyskryminacyjne i supremacyjne (na swojej stronie internetowej, osiągalne przez stronę główną)?			
9.9.	Czy organizacja publicznie potępia zachowania zachowania chuligańskie i wandalizm (na swojej stronie internetowej, osiągalne przez stronę główną)?			

<b>9.10</b>	Czy organizacja organizuje wydarzenia dla promocji idei związanych z otwartym i włączającym społeczeństwem, niewykluczającym m.in. ze względu ze względu na rasę, religię czy orientację seksualną?				
-------------	---	--	--	--	--

## 10. Organizacja promuje równowagę płci

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
<b>10.1.</b>	Czy organizacja podejmuje działania ukierunkowane na wspieranie (przyszłych) liderów obu płci poprzez sformalizowane szkolenie lub nieformalne porozumienia (np. poprzez mentoring)?			
<b>10.2.</b>	Czy organizacja posiada spisany, formalny dokument, która określa cele i specyficzne działania ukierunkowane na promocję równowagi płci w sporcie?			
<b>10.3.</b>	Czy organizacja współpracuje z innymi organizacjami z intencją promocji równowagi płci w sporcie?			
<b>10.4.</b>	Czy organizacja prowadzi działania w celu zachowania równowagi płci w realizowanych przez siebie programach społecznych (np. udziału dziewcząt i kobiet w swoich programach z zakresu sportu powszechnego, trenowania liderów sportowych)?			

## 11. Organizacja stawia na dostępność i przystosowanie wydarzeń do potrzeb wszystkich kibiców

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
<b>11.1.</b>	Czy organizacja podejmuje działania w celu podnoszenia dostępności widowiska dla osób niepełnosprawnych (audiodeskrypcja, fizyczne ułatwienia, miejsca dostosowane do możliwości			

	osób poruszających się na wózkach), o których informuje na swojej stronie internetowej?			
11.2.	Czy organizacja ma przygotowaną strefę dopasowaną do potrzeb kibiców niepełnosprawnych (na wózkach) i informuje o tym na swojej stronie internetowej?			
11.3.	Czy organizacja zapewnia kibicom alternatywne formy podawania informacji (duże czcionki, wysoki kontrast) na swojej stronie internetowej?			
11.4.	Czy organizacja posiada rozwiązania stadionowe dla osób słabosłyszących i niesłyszących bądź niewidomych i słabowidzących w trakcie wydarzeń sportowych (np. urządzenia wspomagające słyszenie, napisy w czasie rzeczywistym, audiodeskrypcja) i informuje o tym na swojej stronie internetowej?			
11.5.	Czy organizacja publikuje na swojej stronie internetowej informacji o sekcji kibiców niepełnosprawnych (np. klubie kibica współpracującym z klubem)?			
11.6.	Czy organizacja współpracuje z klubem kibica posiadającym sekcję osób niepełnosprawnych albo z podobnym podmiotem?			

## 12. Organizacja promuje ideę fair play

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
12.1.	Czy organizacja prowadzi działania prewencyjne / edukujące o dopingu w sporcie wśród zawodników lub dzieci i młodzieży objętych szkoleniem (np. poprzez współpracę z POLADA)?			
12.2.	Czy organizacja wykorzystuje swoją markę do promocji zasad fair play (np. poprzez reklamę społeczną)?			

**12.3.** Czy organizacja wspiera prawa kibiców i ich zainteresowania (dotyczy m.in. działań z zakresu ochrony prywatności, zapewniania dostępu do informacji, ubiegania się o zwrot pieniędzy w uzasadnionych sytuacjach)?

### 13. Organizacja stwarza warunki do profesjonalnego rozwoju pracowników i wolontariuszy

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
13.1.	Czy organizacja organizuje szkolenia dla swoich pracowników i umożliwia im podnoszenie kompetencji?			
13.2.	Czy organizacja oferuje mentoring swoim pracownikom?			
13.3.	Czy organizacja prowadzi działania ułatwiające zawodnikom godzenie trenowania i nauki?			
13.4.	Czy organizacja prowadzi działania ułatwiające zawodnikom lub byłym zawodnikom zdobycie dodatkowych kompetencji zawodowych?			
13.5.	Czy organizacja prowadzi działania ułatwiające dzieciom i młodzieży objętych szkoleniem godzenie trenowania i nauki?			
13.6.	Czy organizacja prowadzi szkolenia dla swoich wolontariuszy i umożliwia im podnoszenie kompetencji?			
13.7.	Czy na stronie internetowej organizacji wymieniono osobę odpowiedzialną za zdrowie fizyczne zawodników bądź dzieci i młodzieży objętych szkoleniem?			
13.8.	Czy na stronie internetowej organizacji wymieniono osobę odpowiedzialną za zdrowie psychiczne zawodników bądź dzieci i młodzieży objętych szkoleniem?			

## Obszar – środowisko

W tym obszarze oceniamy, na ile organizacja angażuje się w działania, które ograniczają jej oddziaływanie na środowisko.

14. Organizacja ogranicza oddziaływanie na środowisko poprzez efektywne zarządzanie zasobami naturalnymi

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
14.1.	Czy organizacja wykorzystuje technologie umożliwiające ograniczenie zużycia wody (np. drugi obieg, wykorzystanie wody deszczowej)?			
14.2.	Czy organizacja korzysta z odnawialnych źródeł energii (np. panele słoneczne, turbiny wiatrowe)?			
14.3.	Czy organizacja wykorzystuje technologie umożliwiające ograniczenie zużycia energii (np. poprzez zautomatyzowane systemy sterowania oświetleniem, korzystanie wyłącznie z urządzeń klasy A+)?			

15. Organizacja prowadzi edukację dotyczącą ograniczania oddziaływania na środowisko

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
15.1.	Czy organizacja prowadzi edukację kibiców dotyczącą ograniczania oddziaływania na środowisko?			
15.2.	Czy organizacja prowadzi edukację pracowników i zawodników dotyczącą ograniczania oddziaływania na środowisko?			
15.3.	Czy organizacja angażuje się w promocję (np. reklamę społeczną) dotyczącą ograniczania swojego oddziaływania na środowisko?			



## 16. Organizacja wspiera w korzystaniu i promuje alternatywne środki transportu na wydarzenia sportowe

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
16.1.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne poprzez stronę główną) znajdują się informacje o możliwości dostania się na organizowane wydarzenie sportowe za pomocą alternatywnych środków transportu (shuttle busy, rower, marsz, komunikacja publiczna)?			
16.2.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne poprzez stronę główną) znajdują się szczegółowe informacje (np. mapy, numery autobusów, długość marszu), które ułatwiają planowanie transportu na wydarzenie sportowe z wykorzystaniem alternatywnych środków transportu?			
16.3.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne poprzez stronę główną) znajdują się informacje o dostępnej infrastrukturze rowerowej (miejsca parkingowe) w miejscu organizowanych wydarzeń sportowych?			
16.4.	Czy organizacja oferuje preferencyjne ceny alternatywnych środków transportu dla posiadaczy biletów na swoje zawody (np. obniżona cena komunikacji miejskiej)?			

## 17. Organizacja ogranicza oddziaływanie na środowisko poprzez redukcję i segregację odpadów

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
17.1.	Czy organizacja umożliwia segregację odpadów na obiekcie sportowym?			
17.2.	Czy organizacja zapewnia oddzielne pojemniki na "problematyczne" odpady (np. baterie)?			

**17.3.** Czy organizacja wdraża politykę minimalizacji ilości produkowanych odpadów (np. ograniczenie jednorazowych zbiorników na płyny)?

**17.4.** Czy organizacja korzysta z usług i materiałów stworzonych w oparciu o koncepcję zrównoważonego rozwoju (np. stosowanie w cateringu produktów pochodzących od lokalnych producentów oraz firm posiadających certyfikaty EMAS czy spełniających wymagania normy ISO 14001)?

## 18. Ograniczanie oddziaływania na środowisko odgrywa rolę w działalności organizacji

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
18.1.	Czy organizacja posiada spisany, formalny dokument, który określa cele i specyficzne działania ukierunkowane na ograniczenie oddziaływania na środowisko?			
18.2.	Czy określony pracownik organizacji jest odpowiedzialny formalnie za kwestie oddziaływania organizacji na środowisko i stanowi pojedynczy punkt kontaktu w związanych z tym kwestiach (a na stronie internetowej organizacji podano jego adres email)?			
18.3.	Czy organizacja podejmuje działania ukierunkowane na ograniczenie oddziaływania na środowisko wydarzeń sportowych, które (współ-) organizuje?			
18.4.	Czy organizacja współpracuje z innymi organizacjami z intencją ograniczenia oddziaływania na środowisko wydarzeń bądź aktywności sportowych?			
18.5.	Czy organizacja jest zrzeszona w organizacjach zajmujących się ochroną środowiska?			

## Obszar – rządzenie

W tym obszarze analizowano czynniki wpisujące się w dobre rządzenie w organizacjach sportowych, co odnosiło się przede wszystkim do transparentności klubu i polityki zatrudniania.

### 19. Organizacja ma przejrzystą strukturę właścicielską, zarządu i rady nadzorczej

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
19.1.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne ze strony głównej) opisano strukturę własnościową organizacji i wypisano (przynajmniej 3, jeśli jest ich więcej) głównych akcjonariuszy?			
19.2.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne ze strony głównej) są przedstawieni z imienia i nazwiska wszyscy członkowie zarządu klubu?			
19.3.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne ze strony głównej) są przedstawione sylwetki (doświadczenie, wykształcenie) wszystkich członków zarządu klubu?			
19.4.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne ze strony głównej) jest przedstawiona sylwetka (doświadczenie, wykształcenie) prezesa zarządu?			
19.5.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne ze strony głównej) są przedstawieni z imienia i nazwiska członkowie rady nadzorczej organizacji?			
19.6.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalne ze strony głównej) są przedstawione sylwetki (doświadczenie, wykształcenie) członków rady nadzorczej organizacji?			
19.7.	Czy na stronie internetowej organizacji (osiągalny ze strony głównej) znajduje się ogólny adres email do zarządu bądź bezpośrednio do któregoś z jego członków?			

## 20. Organizacja stawia na zróżnicowany skład zarządu

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
20.1.	Czy organizacja posiada formalne zasady, które zapewniają zróżnicowany skład zarządu (np. parytet płci)?			
20.2.	Czy aktualny skład zarządu jest zrównoważony ze względu na płeć (w skład zarządu wchodzi zarówno kobiety, jak i mężczyźni)?			

## 21. Organizację ma przejrzystą wizję rozwoju

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
21.1.	Czy organizacja posiada aktualny, wieloletni dokument strategiczny (przynajmniej 2 letni), który jest dostępny na jej stronie internetowej (i jest osiągalny poprzez stronę główną)?			
21.2.	Czy organizacja publikuje swoją misję albo wizję i cele strategiczne, do których można dotrzeć poprzez stronę internetową (i są osiągalne poprzez stronę główną)?			

## 22. Organizacja jest transparentna

Liczba	Przejaw odpowiedzialności społecznej	Ocena	Komentarz	Dobra praktyka
22.1.	Czy organizacja publikuje sprawozdania roczne z ostatnich trzech lat na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną)?			
22.2.	Czy ostatnie sprawozdanie roczne organizacji zawiera informacje o finansach organizacji (włączając przychody i koszty)?			

22.3.	Czy organizacja publikuje informacje o swoich aktualnych kontraktach / zadaniach finansowanych z udziałem środków publicznych (na stronie internetowej, osiągalne poprzez stronę główną)?				
22.4.	Czy organizacja publikuje informacje o wartości kontraktów / zadań finansowanych z udziałem środków publicznych (na stronie internetowej, osiągalne poprzez stronę główną)?				
22.5.	Czy organizacja przedstawia na swojej stronie internetowej (osiągalne poprzez stronę główną) uzasadnienie kluczowych decyzji zarządu (np. zmiana trenera)?				
22.6.	Czy organizacja publikuje na swojej stronie internetowej (osiągalną poprzez stronę główną) ewaluację swoich działań / programów w obszarze odpowiedzialności społecznej?				