

Analiza odpowiedzialności
społecznej klubów
Fortuny 1 Ligi
w sezonie 2019-2020



Institute for Sport Governance

Pierwszy autor

dr Paweł Zembura

pz@govsport.eu

Cytowanie

Zembura, P. i inni, (2020). Analiza odpowiedzialności społecznej klubów Fortuny 1 Ligi w sezonie 2019/2020. Warszawa: Fundacja Institute for Sport Governance. Pobrano z <http://govsport.eu>

Spis treści

Wstęp	4.
Zmieniające się rozumienie CSR klubu sportowego	5.
Metodologia badania	6.
Co analizowaliśmy?	6.
Analizowane kluby	6.
Proces zbierania danych	6.
Narzędzie	7.
Obszary i przejawy analizy odpowiedzialności społecznej	8.
Wyniki	9.
Wyniki klubów	9.
Podsumowanie wyników	12.
Obszar społeczeństwo	12.
Obszar środowisko	14.
Obszar rządzenie	15.
Wnioski	17.
Dobre praktyki	19.
Rekomendacje	26.

Wstęp

Celem tej analizy jest lepsze zrozumienie odpowiedzialności społecznej klubów Fortuny 1 Ligi. Zebraliśmy w niej informacje, co w odniesieniu do odpowiedzialności społecznej dzieje się w klubach, jaki jest zakres ich określonych praktyk w obszarze odpowiedzialności i czym poszczególne kluby się wyróżniają.

Kluby Fortuny 1 Ligi należą do największych organizacji sportowych w Polsce i, szczególnie lokalnie, są bardzo wpływowe. Stanowią istotną część regionalnej rzeczywistości, powiązaną z wieloma innymi organizacjami, samorządem terytorialnym i znaczną grupą ludzi.

To sprawia, że z jednej strony mają wiele szans na partnerstwa i zaangażowanie w obszarze CSR, z drugiej - że znajdują się w centrum społecznego zainteresowania i mają szczególne wyzwania powiązane z odpowiedzialnością.

Jest to pierwsze badanie CSR klubów Fortuny 1 Ligi. Metodologicznie analiza stanowi kontynuację badań dotyczących odpowiedzialności społecznej klubów uczestniczących w rozgrywkach na najwyższym poziomie ligowym w dużych polskich ligach zawodowych z 2017/2018.

W raporcie kolejno charakteryzujemy metodologię badania, jego wyniki i ich interpretację, dobre praktyki klubów i wreszcie - rekomendacje dla organizacji.

Zmieniające się rozumienie CSR klubu sportowego

Kluby piłki nożnej, szczególnie tak istotne w swoich lokalnych społecznościach, jak kluby Fortuny 1 Ligi, są specyficznymi organizacjami - łączą cele sportowe, ekonomiczne i społeczne. W analizie wychodzimy z założenia, że kluby mają bardzo istotną rolę społeczną. Koncentrują wokół siebie oddaną społeczność- ludzi, którzy identyfikują się z organizacją, jej symbolami i promowanymi wartościami. Ta sytuacja stwarza ogromne możliwości oddziaływania społecznego, niedostępne dla innych organizacji czy podmiotów. Szczególna szansa na oddziaływanie klubów wynika również stąd, że szerzej rozumianemu sportowi, a piłce nożnej w szczególności, przypisuje się wiele wyjątkowych cech, jak atrakcyjność dla dzieci i młodzieży czy możliwość dotarcia przez niego do grup szczególnie zagrożonych wykluczeniem społecznym. Piłkę nożną postrzega się też jako efektywne narzędzie wychowawcze, prozdrowotne, instrument do krzewienia postaw fair play. Siła, z jaką sport wpływa na życie ludzi powoduje, że wiele instytucji (jak choćby Komisja Europejska) wyróżnia go wśród innych sektorów gospodarki.

Odpowiedzialność społeczna to jednak nie tylko działania „fakultatywne” skierowane do społeczności klubu. W analizie obejmuje ona również wiele innych praktyk, choćby dotyczących środowiska, rządu a w obszarze społeczeństwa - terminowości realizacji zobowiązań wobec pracowników i partnerów.

W tej edycji badania po raz pierwszy uwzględniliśmy też wiele pytań dotyczących procedur związanych ze szkoleniem. Analizowaliśmy m. in. obecność mechanizmów mających na celu ochronę dzieci i młodzieży, publikację regulaminów dotyczących udziału w szkoleniu czy formalizowanie relacji z rodzicami dzieci i młodzieży nim objętych.

W analizie pogłęбилиśmy też pytania dotyczące procedur, które umożliwiają dzieciom i młodzieży łączenie edukacji z karierą sportową. W związku z procesem selekcji tylko nieduży odsetek podopiecznych akademii będzie mógł w przyszłości zarabiać na sporcie. Stąd też przekonanie, że wejście w bardzo młodym wieku w proces szkolenia, w którym nie uwzględnia się edukacji może negatywnie wpłynąć na przyszłe szanse na rynku pracy.

Kluby mogą też edukować swoich wychowanków w obszarach, które wpisują się w karierę sportową. Takie szkolenia mogą dotyczyć choćby edukacji o zdrowym stylu życia, podstawowych regulacji prawnych dotyczących kariery zawodowej czy zarządzania finansami.

Wśród nowych pytań w analizie uwzględniliśmy też transparentność dotyczącą informacji o kadrze odpowiedzialnej za proces szkolenia i kadrze zarządzającej akademii, które są zwykle formalnie oddzielnym podmiotem względem klubu.

Metodologia badania

Co analizowaliśmy?

Poprzez dany klub rozumieliśmy spółkę akcyjną, 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.

Analizowaliśmy zakres i charakterystykę działań w obszarze odpowiedzialności społecznej klubów Fortuny 1 Ligi w oparciu o treści publikowane przez kluby.

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 dobrze wypadła w analizie, musiała być zatem otwarta w komunikacji swoich działań w obszarze CSR czy dobrego rządzenia.

Druga specyfika badania to branie pod uwagę, szczególnie w przypadku analizy tego, co dzieje się w obszarze społeczeństwo, działań, które charakteryzowaliśmy jako programy. To znaczy – chcieliśmy rozróżnić działania między aktywnością ad hoc (inicjatywami doraźnymi) a strategicznymi programami, przemyślanymi, długotrwałym i w domyśle – z konkretnymi rezultatami i wpływem społecznym.

W odniesieniu do niektórych przejawów odpowiedzialności lepsze oceny otrzymywały zatem organizacje, które angażowały się w programy, czyli: 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.

Analizowane kluby

Dane z klubów Fortuny 1 Ligi za sezon 2019/2020 zbieraliśmy za okres od lutego 2019 do lutego 2020 włącznie. W analizie ilościowej nie uwzględniliśmy okresu od marca 2020. Sytuacja związana z pandemią COVID-19 i reakcje klubów na pandemię wykraczały bowiem poza zakres specyficznego narzędzia, które wcześniej wypracowaliśmy. Czyli - badanie z zaplanowanym kształcie nie umożliwiłoby charakterystyki działań klubów w okresie pandemii.

Metodologia badania

Proces zbierania danych

Odpowiedzialność społeczną klubów analizowaliśmy z wykorzystaniem specjalnie w tym celu opracowanego narzędzia. Zdefiniowaliśmy w nim konkretne przejawy społecznej odpowiedzialności w klubach sportowych - jest to zaktualizowana wersja opublikowanego wcześniej Indeksu Odpowiedzialności Społecznej Profesjonalnych Klubów Sportowych.

Narzędzie opiera się na specyficznych definicjach CSR w organizacjach sportowych (klubach i związkach) w celu scharakteryzowania przejawów odpowiedzialności społecznej i wykorzystaniu dobrych praktyk (przede wszystkim z dużych organizacji) w celu opracowania wskaźników. Wykorzystane wskaźniki dotyczą zarówno procesów jak i mechanizmów w klubach. Należy uwzględnić, że 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, albo, że klub mało komunikuje o swojej działalności.

Na podstawie narzędzia analizowaliśmy dane publikowane przez same kluby na ich stronach internetowych, w oficjalnych dokumentach i w mediach społecznościowych. W przypadku niektórych pytań - jak tych o regularność wypłat pensji korzystaliśmy też z informacji w zewnętrznych mediach.

Każdy klub był oceniany niezależnie przez dwóch badaczy, którzy następnie dyskutowali niezgadające się oceny.

Narzędzie

W narzędziu na odpowiedzialność społeczną klubów składają się trzy obszary: społeczeństwo, środowisko i rządzenie.

Każdy z obszarów został opisany przejawami odpowiedzialności społecznej, których jest razem 26. Każdy przejaw odpowiedzialności miał dodatkowo przyporządkowane od 2 do 10 dychotomicznych (tak/nie) pytań pełniących rolę wskaźników, z których pomocą można było go ocenić. Razem owych wskaźników było w narzędziu 127.

W analizie uznaliśmy, że przejawy są równoważne, tak samo jak obszary. Stąd podsumowując oceny klubów wyciągaliśmy średnie dotyczące poszczególnych przejawów odpowiedzialności, a następnie obszarów, na które się składały.

Obszary i przejawy analizy odpowiedzialności społecznej

Obszar społeczeństwo

1. Organizacja promuje sport powszechny
2. Organizacja promuje zdrowie/ profilaktykę zdrowia/ zachowania prozdrowotne (inne niż sport powszechny czy aktywność fizyczna)
3. Organizacja promuje zdrowe otoczenie wydarzeń sportowych
4. Organizacja promuje edukację
5. Organizacja angażuje się w rozwój lokalny
6. Organizacja wykorzystuje siłę oddziaływania klubu sportowego w swoim otoczeniu
7. Organizacja angażuje się w wolontariat
8. Organizacja przeciwdziała zachowaniom niepożądanym i promuje pożądane postawy społeczne
9. Organizacja promuje równowagę płci
10. Organizacja stawia na dostępność i przystosowanie wydarzeń do potrzeb wszystkich kibiców
11. Organizacja promuje zasady fair play
12. Organizacja stwarza warunki do profesjonalnego rozwoju pracowników i wolontariuszy
13. Organizacja wywiązuje się z umów z pracownikami i kontrahentami
14. Organizacja informuje o mechanizmach ochrony zdrowia i bezpieczeństwa dzieci i młodzieży
15. Organizacja wspiera w łączeniu kariery sportowej z edukacją

Obszar środowisko

16. Organizacja ogranicza oddziaływanie na środowisko poprzez efektywne zarządzanie zasobami naturalnymi
17. Organizacja prowadzi edukację dotyczącą ograniczania oddziaływania na środowisko
18. Organizacja wspiera w korzystaniu i promuje alternatywne środki transportu na wydarzenia sportowe
19. Organizacja ogranicza oddziaływanie na środowisko poprzez redukcję i segregację odpadów
20. Ograniczanie oddziaływania na środowisko odgrywa rolę w działalności organizacji

Obszar rządzenie

21. Organizacja ma przejrzystą strukturę właścicielską, zarządu i rady nadzorczej
22. Organizacja stawia na zróżnicowany skład zarządu
23. Organizację ma przejrzystą wizję rozwoju
24. Organizacja jest transparentna
25. Organizacja ma przejrzyste zasady postępowania (np. kodeks etyczny)
26. Akademia organizacji jest transparentna

Wyniki

Wyniki klubów

Średnia ocena klubów Fortuny 1 Ligi w sezonie 2019/2020 w trzech obszarach odpowiedzialności

Na najogólniejszym poziomie kluby Fortuny 1 Ligi zdobyły podobną średnią ocenę w obszarze społeczeństwo i rządzenie i znacznie gorszą w obszarze środowisko. W przypadku obszaru społeczeństwo różnorodność ocen między klubami była znaczna, podczas gdy w obszarze rządzenie - wiele klubów znalazło się na bardziej zbliżonym poziomie.



W tym badaniu klubem wyróżniającym się pozytywnie na tle innych organizacji w Fortunie 1 Lidze jest Miedź Legnica. Klub otrzymał najwyższą ocenę w każdym z obszarów odpowiedzialności: społeczeństwa, środowiska i rządzenia. Oprócz Miedzi Legnica w określonych obszarach wyróżniały się: Zagłębie Sosnowiec i PGE FKS Stal Mielec w obszarze społeczeństwo, Podbeskidzie Bielsko-Biała i GKS Bełchatów w obszarze środowisko oraz Sandecja Nowy Sącz oraz Podbeskidzie Bielsko-Biała w obszarze rządzenie.



Wyniki

Porównanie wyników klubów Fortuny 1 Ligi w sezonie 2019/2020

KLUB	SPOŁECZEŃSTWO	ŚRODOWISKO	RZĄDZENIE	ŚREDNIA
Miedź Legnica	47%	10%	39%	32%
Zagłębie Sosnowiec	46%	0%	25%	24%
Podbeskidzie Bielsko-Biała	31%	10%	31%	24%
PGE FKS Stal Mielec	39%	0%	26%	22%
Chrobry Głogów	35%	0%	24%	20%
Sandecja Nowy Sącz	24%	0%	35%	20%
GKS 1962 Jastrzębie	28%	0%	24%	17%
GKS Bełchatów	15%	10%	26%	17%
Wigry Suwałki	21%	0%	23%	15%
Odra Opole	16%	0%	26%	14%
GKS Tychy	21%	0%	20%	14%
Warta Poznań	23%	0%	15%	13%
Stomil Olsztyn	14%	5%	15%	11%
Bruk-Bet Termalica Nieciecza	14%	0%	15%	10%
Chojniczanka Chojnice	17%	0%	6%	7%
Puszcza Niepołomice	16%	0%	6%	7%
Olimpia Grudziądz	11%	0%	10%	7%
Radomiak Radom	10%	0%	7%	6%
Średnia	24%	2%	21%	15%

Wyniki

W porównaniu do klubów PKO BP Ekstraklasy kluby Fortuny 1 Ligi odbiegają przede wszystkim w obszarze środowisko i społeczeństwo. W przypadku rządzenia ta różnica średnich ocen jest relatywnie niewielka. Miedź Legnica ze swoją średnią oceną należałaby do czołowych klubów PKO BP Ekstraklasy, podczas gdy kolejne kluby: Zagłębie Sosnowiec, PGE FKS Stal Mielec czy Podbeskidzie Bielsko-Biała znalazłyby się w drugiej połowie ekstraklasowej stawki.

Porównanie średnich ocen w analizie odpowiedzialności społecznej 2019/2020 w klubach Fortuny 1 Ligi i PKO BP Ekstraklasy

KLUB	SPOŁECZEŃSTWO	ŚRODOWISKO	RZĄDZENIE	ŚREDNIA
Fortuna 1 Liga	24%	2%	21%	15%
PKO BP Ekstraklasa	40%	13%	27%	27%



Podsumowanie wyników

Oceny w analizie odpowiedzialności społecznej obrazują przede wszystkim zakres funkcjonowania klubów, który można wpisać w ich odpowiedzialność oraz komunikowanie o niej. Jak w innych ligach zawodowych, w Fortunie 1 Lidze kluby podejmują różnorodne działania w obszarze społeczeństwo a znacznie mniej robią w obszarze środowisko. Kluby Fortuny 1 Ligi otrzymały relatywnie dobre oceny w obszarze rządzenie, lepsze niż w innych zawodowych ligach w Polsce, z wyłączeniem PKO BP Ekstraklasy.

Ciekawym aspektem analizy odpowiedzialności społecznej klubów Fortuny 1 Ligi są działania podejmowane na poziomie ligi. Zewnętrzne regulacje i inicjatywy mają zwykle istotny wpływ na obszar, który można wpisać w odpowiedzialność klubów. Przykładowo w podręczniku licencyjnym mogą znajdować się wymagania względem dostępności organizowanych wydarzeń dla kibiców z niepełnosprawnościami czy braku zaległości względem wynagrodzeń kadry organizacji. W wyniku takich procedur kluby PKO BP Ekstraklasy powszechnie publikowały na swoich stronach sprawozdania finansowe za ostatni rok, co można uznać za dobrą praktykę w odniesieniu do transparentności.

Fortuna 1 Liga podejmuje inicjatywy, poprzez które rozszerza zakres działań klubów w obszarze społeczeństwo. Obejmuje to działania ukierunkowane na edukację („Pierwszoligowe Czytanie”), analizę potrzeb interesariuszy (badania kibiców klubów) czy charytatywność („Fortuna za Gole”). Wydają się one dobrym przykładem obopólnych korzyści - z jednej strony przedsięwzięcia rozszerzają widoczność roli organizacji zarządzającej ligą i rozpoznawalność jej głównego sponsora. Z drugiej strony - wpływają na zakres inicjatyw i kooperacji podejmowanych przez same kluby, bo część organizacji nie podjęłaby bez tego zewnętrznego bodźca podobnych działań. Obserwowaliśmy choćby, że dzięki akcji Pierwszoligowe Czytanie wszystkie kluby realizowały jakieś działania w odniesieniu do promocji edukacji, które nie dotyczyły własnej organizacji, co nie było powszechne w klubach PKO BP Ekstraklasy.

Obszar społeczeństwo

W obszarze społeczeństwo wszystkie kluby (100%) są zaangażowane w działania ukierunkowane na promocję sportu powszechnego (gdzie nie uwzględniliśmy szkolenia sportowego uzdolnionej młodzieży). Żaden z klubów nie miał jednak spisanego dokumentu, który obejmowałby charakterystykę specyficznych celów i działań w tym zakresie. Sporadyczne (17%) były też programy prowadzone w sporcie powszechnym, choć na pewno za dobre praktyki można uznać Akademię Zdrowia Stali Mielec czy Trenera Osiedlowego Chrobrego Głogów. Warto natomiast podkreślić, że 33% klubów podejmuje działania z intencją promocji sportu powszechnego w grupach w sporcie niedoreprezentowanych albo zagrożonych wykluczeniem. Można wymienić tu współpracę Podbeskidzia Bielsko-Białej z Kuloodpornymi Bielsko-Białą czy wsparcie rozwoju drużyn kobiecych grających na niższym poziomie rozgrywkowym.

Podsumowanie wyników

Znacznie rzadsze są inicjatywy klubów w obszarze zdrowia wykraczające poza promocję sportu powszechnego (39%). Jeden klub (6%) prowadzi program w odniesieniu do promocji zdrowia a jest to Akademia Zdrowia FKS Stali Mielec. Z drugiej strony część (39%) klubów angażuje się (przede wszystkim komunikacyjnie) we wsparcie międzynarodowych lub krajowych projektów mających na celu promocję zdrowia, a 22% włącza się w promocję badań profilaktycznych czy diagnozę zagrożeń zdrowia w swojej społeczności.

W rezultacie akcji Pierwszoliigowe Czytanie wszystkie kluby angażują się w działania z zakresu promocji edukacji, których najczęściej grupą docelową są dzieci i młodzież (83%). O ile rzadkie są przykłady prowadzenia programów (17%), to kluby czasami kooperują w obszarze edukacji z innymi organizacjami (39%).

Mimo tego, że dla wielu klubów przychody pochodzące od samorządów terytorialnych stanowią bardzo istotną część budżetu notujemy relatywnie niewiele współprac klubów w tym obszarze. 44% organizacji wspiera działania lub programy samorządu terytorialnego i taki sam odsetek wspiera działania lub programy innych lokalnych organizacji. Połowa klubów wykorzystuje zaś swoją markę do integracji społeczności lokalnej. Znacznie rzadsze (11%) jest wykorzystanie marki klubu do promocji lokalnych atrakcji turystycznych na swojej stronie internetowej.

Wszystkie kluby podejmują bądź wspierają działania charytatywne. W przypadku 56% klubów te działania dotyczą również bliskiej społeczności klubu. Połowa podmiotów wspiera też w jakiś sposób działania charytatywne prowadzone przez swoich kibiców. Kluby Fortuny 1 Ligi wykorzystują również swoją markę do zwracania uwagi na istotne problemy społeczne (56%) i promocję pożądaných społecznie zachowań (44%). Rzadziej w takich działaniach wykorzystują jednak swoich zawodników (39%).

Temat wolontariatu jest niepopularny. Zaledwie 28% klubów podejmuje działania mające na celu promocję wolontariatu, gdzie 11% przedstawia na swojej stronie internetowej informację, jak można zostać wolontariuszem (Miedź Legnica i PGE FKS Stal Mielec). Żaden klub nie informuje, jakie funkcje może w klubie pełnić wolontariusz.

Niemal połowa (44%) organizacji przedstawia regulamin uczestnictwa w wydarzeniu sportowym. Kluby niemal w ogóle nie informują o działaniach sprzeciwiających się zjawiskom dyskryminacyjnym i supremacyjnym (6%), jak również chuliganizmowi czy wandalizmowi (0%). W analizie nie ocenialiśmy jednak, na ile istotne są to problemy w tych organizacjach i w ich otoczeniu. Wyróżniającym się klubem zaangażowanym w programy mające na celu przeciwdziałanie dyskryminacji na tle rasowym, religijnym czy seksualnym było Zagłębie Sosnowiec.

Temat promocji równości płci nie jest popularny w klubach. Znaleźliśmy natomiast pojedyncze przykłady podejmowania działań mających na celu zachowanie równości płci w prowadzonych przez siebie działaniach społecznych (w 17% organizacji).

Podsumowanie wyników

39% klubów Fortuny 1 Ligi podejmuje działania mające na celu podnoszenie dostępności widowiska dla osób z niepełnosprawnościami. Jest to zwykle (39%) informacja o strefie dostosowanej do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Tylko jedna organizacja posiada (i komunikuje) natomiast rozwiązania stadionowe dla osób słabosłyszących i niesłyszących bądź niewidomych i słabowidzących w trakcie wydarzeń sportowych (Zagłębie Sosnowiec). Żaden z klubów nie zapewnia też alternatywnej formy podawania informacji na swojej stronie internetowej. 17% informuje o klubie kibiców niepełnosprawnych na swojej stronie.

44% klubów informuje o organizacji szkoleń dla swoich pracowników i umożliwia im podnoszenie kompetencji. Nie znaleźliśmy natomiast żadnych informacji o mentoringu dla swoich pracowników i szkoleniach dla wolontariuszy. O ile 39% klubów wymieniało na stronie osobę odpowiedzialną za zdrowie fizyczne zawodników bądź dzieci i młodzieży objętej szkoleniem, rzadziej (17%) przedstawiano osobę odpowiedzialną za ich zdrowie psychiczne.

Niepopularny jest jeszcze temat informowania o mechanizmach bądź politykach dotyczących ochrony zdrowia i bezpieczeństwa dzieci i młodzieży objętych szkoleniem (6% - PGE FKS Stal Mielec). 22% klubów publikuje informacje o ubezpieczeniach szkolonych. Żaden klub nie przedstawia szczegółowych informacji dotyczących kwalifikacji i wymagań względem kadry pracującej z dziećmi i młodzieżą.

Połowa organizacji za to informuje o mechanizmach wsparcia szkolonych w procesie edukacji. Rządziej dotyczy to starszych drużyn młodzieżowych i seniorów (33%). 28% klubów (akademii) publikuje informacje o zasadach współpracy z rodzicami lub opiekunami dzieci i młodzieży objętych szkoleniem.

Obszar środowisko

W obszarze środowisko w klubach Fortuny 1 Ligi dzieje się mało. Wiele z przejawów odpowiedzialności w tym obszarze odnosi się do stadionu i innej infrastruktury wykorzystywanej przez kluby, które rzadko przedstawiają o niej większą liczbę informacji. Oprócz tego, podobnie jak w klubach PKO BP Ekstraklasy, organizacje nie są zwykle właścicielami infrastruktury i nie traktują jej jako „własnej” w kontekście komunikacji.

W rezultacie żaden klub nie informuje o wykorzystaniu rozwiązań umożliwiających ograniczenie zużycia wody, energii czy korzystanie z odnawialnych źródeł energii. Kluby nie prowadzą edukacji dotyczącej ograniczenia oddziaływania na środowisko w swojej szerszej społeczności czy wśród pracowników, ani nie angażują się w działania mające na celu promocję podobnych wiadomości.

Podsumowanie wyników

22% klubów Fortuny 1 Ligi przedstawiało na swojej stronie wiadomości o tym, jak można dotrzeć na stadion za pomocą alternatywnych środków transportu (innych niż samochód). W 11% były to wyczerpujące informacje (np. mapy, numery autobusów czy długość marszu na stadion z centrum miasta). Tylko jedna organizacja (Miedź Legnica) informowała o preferencyjnych cenach alternatywnych środków transportu dla kibiców w dniu meczowym.

Żaden klub nie przedstawiał wiadomości dotyczących możliwości segregacji odpadów, korzystania z rozwiązań stworzonych w oparciu o ideę zrównoważonego rozwoju czy podejmowania działań

Obszar rządzenie

W obszarze rządzenia jedna trzecia klubów przedstawia informacje o strukturze właścicielskiej klubu. Zdecydowana większość (83%) na swojej stronie internetowej zawiera wiadomość o imionach i nazwiskach członków zarządu. Zaledwie w przypadku Miedzi Legnica rozszerzono te informacje o doświadczenie i wykształcenie członków zarządu. Gorzej wygląda informowanie o członkach rady nadzorczej. Dwie trzecie klubów informuje o imionach i nazwiskach, lecz żaden klub nie rozszerza tych informacji o doświadczenie i wykształcenie członków organu kontrolnego.

W kontekście globalnie rozwijającego się zainteresowania piłką żeńską ciekawe są informacje o braku formalnych zasad zapewniających zróżnicowany skład zarządu. Aktualnie zrównoważony ze względu na płeć (w skład którego wchodzi zarówno kobiety, jak i mężczyźni) skład zarządu ma 17% klubów. W przypadku rad nadzorczych jest to 11%.

Żaden klub nie publikuje na swojej stronie wieloletniego dokumentu strategicznego. Pojedynczym klubem, który posiadał (i przedstawiał) spisana wizję, misję bądź cele strategiczne było Podbeskidzie Bielsko-Biała (w ostatnim sprawozdaniu zarządu).

Kluby nie publikowały na swojej stronie internetowej sprawozdań finansowych z ostatnich trzech lat. 22% organizacji publikowało natomiast ostatnie sprawozdanie finansowe, które zawierało podstawowe informacje o przychodach i kosztach. 17% organizacji publikowało informacje o swoich aktualnych kontraktach czy zadaniach finansowanych z udziałem środków publicznych, zaś 11% - o wartości tych zadań. Jedna trzecia organizacji informowała natomiast o uzasadnieniu decyzji kluczowych dla klubu.

Kodeks etyczny (lub jasne odwołania do jakiegoś kodeksu) posiadała jedna organizacja – PGE FKS Stal Mielec. Dotyczył on jednak wyłącznie trenerów zatrudnianych przez klub. Żaden klub nie posiadał kodeksu etycznego lub podobnego dokumentu (innego niż regulamin uczestnictwa w wydarzeniu sportowym), który dotyczyłby kibiców czy zarządu.

Podsumowanie wyników

Najlepiej w obszarze rządzenia wygląda kwestia informacji dotyczących akademii czy procesu szkolenia. 39% klubów przedstawia regulamin udziału w tym procesie. Aż 33% publikuje cel, wizję lub misję swojej akademii. Kluby powszechnie dzielą się informacją o osobach zarządzających akademią (78%) i kierujących wyszkoleniem (100%). W jednej trzeciej klubów znalazły się bezpośrednie adresy email do kontaktu z kadrą zarządzającą lub kierowniczą.



Wnioski

Kluby Fortuny 1 Ligi na tym etapie dosyć wąsko rozumieją swoją odpowiedzialność społeczną. Są to przede wszystkim działania skierowane do otoczenia klubu (dzieci i młodzieży z pobliskich szkół i niedalekich osiedli), łączące promocję klubu i sportu dla wszystkich. Ze względu na inicjatywy podejmowane przez organizację zarządzającą ligą, kluby powszechnie są też zaangażowane w akcję dotyczącą edukacji oraz działania charytatywne - w tym te dotyczące szerokiej społeczności klubu.

Działania podejmowane przez organizacje rzadko mają charakter programów - czyli długoterminowych, ustrukturalizowanych interwencji, które mają jasny cel, grupę docelową i narzędzia, które ten cel mogą pomóc osiągnąć. Należy jednak podkreślić, że jest co najmniej kilka klubów, które podobne programy już realizują np. Akademia Zdrowia FKS Stal Mielec, GKS 1962 Jastrzębie w ramach działań w ramach Fundacji Familia czy Trener Osiedlowy Chrobrego Głogów. Warto byłoby podjąć i publikować ewaluacje tych działań, by móc je jeszcze wzmacniać w przyszłości a także - by móc je skalować w skali kraju.

Na pewno pozytywnie należy ocenić profesjonalizowanie się akademii czy komórek zajmujących się szkoleniem. W klubach Fortuny 1 Ligi obserwowaliśmy wiele przykładów zrozumienia tematu złożoności rozwoju młodego zawodnika i związane z tym np. działania mające na celu edukację i włączenie w ten proces rodziców (PGE FKS Stal Mielec, GKS Tychy, Sandecja Nowy Sącz), przejrzystość procesu szkolenia (GKS 1962 Jastrzębie, PGE FKS Stal Mielec), czy poważne podejście do zdrowia zawodników - jak publikowanie procedury pourazowej (PGE FKS Stal Mielec) czy szczegółowych informacji o ubezpieczeniach.

Wnioski

W obszarze środowisko kluby komunikują bardzo mało. Jak wspomnieliśmy, może to wynikać z sytuacji własnościowej obiektów. Środowisko to zdecydowanie obszar wymagający wzmożonej uwagi, w którym małe działania (jak publikowanie informacji o możliwościach dotarcia i zaparkowania roweru w okolicach stadionu) mogą przynieść duże zmiany, biorąc pod uwagę liczbę kibiców w dniu meczowym.

W obszarze rządzenia na pewno jest potrzeba pracy nad transparentnością organizacji. Kluby prawie w ogóle nie publikują obszernych informacji o kwalifikacjach kadry zarządzającej, które to są tematem zainteresowania kibiców i innych interesariuszy.

Sugerujemy również bardziej przejrzyste informowanie o sytuacji klubów, bo o ile organizacje dosyć często przedstawiają na stronie internetowej ważne decyzje dla swoich losów (np. zmiana trenera), to rzadziej znajdują się w nich sprawozdania finansowe. Dobrą praktyką raportowania jest Podbeskidzie Bielsko-Biała, które m. in. opublikowało sprawozdanie z pracy zarządu, a sprawozdanie finansowe jest wyczerpujące i przystępne. W porównaniu do klubów ich akademie lepiej radzą sobie ze zdefiniowaniem celów, wizji czy misji.

W porównaniu do klubów PKO BP Ekstraklasy kluby Fortuny 1 Ligi rzadziej angażują się strategiczne partnerstwa m. in. z samorządem terytorialnym, z którym zwykle są bardzo silnie związane. To zdecydowanie obszar, w którym organizacje mają do zaoferowania duży potencjał i relacja ta powinna się (również formalnie) szybko wzmacniać w przyszłości.

Dobre praktyki

Klub: Chrobry Głogów

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Trener Osiedlowy

Przejaw: Organizacja promuje sport powszechny

Trener Osiedlowy to program realizowany przez Chrobrego Głogów. Zadanie jest finansowane przez Gminę Miejską Głogów, a jego grupą docelową są dzieci i młodzież. W 2020 odbywa się już piąta edycja programu. Polega on na prowadzeniu (w okresie od kwietnia do października) bezpłatnych zajęć odbywających na ośmiu przyszkolnych boiskach położonych w różnych częściach miasta. Trenerzy to nauczyciele WF, którzy posiadają dodatkowe uprawnienia trenerskie lub instruktorskie.

Grupy, oprócz zajęć na boiskach, uczestniczyły również w inicjatywach poza boiskiem np. wspólnych wyjściach na pływalnię czy wycieczkach. Dodatkową składową uatrakcyjnijającą program są rozgrywki międzyboiskowe (Liga Osiedlowa Chrobrego).

Chrobry Głogów realizuje więc istotny z perspektywy Miasta program animacji czasu wolnego i promocji sportu powszechnego dla młodych ludzi, z wykorzystaniem miejskiej bazy sportowo-rekreacyjnej. Poprzez program zaś klub jest stale obecny w różnych częściach, pokazując również wychowawczą rolę sportu.

Klub: PGE FKS Stal Mielec

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Promocja aktywności fizycznej wśród grup zagrożonych wykluczeniem ze sportu

Przejaw: Organizacja promuje sport powszechny

Akademia Zdrowia FKS Stali Mielec to duża długoterminowa inicjatywa klubu kierowana do młodzieży z powiatu mieleckiego. Jej grupą docelową są przede wszystkim członkowie Akademii Piłkarskiej PGE FKS Stal Mielec, ale istnieje możliwość uczestnictwa również dla młodzieży spoza akademii. Program obejmuje m. in. przygotowanie sportowe i zajęcia piłkarskie, ale również edukację o zdrowym stylu życia, wykłady z psychologiem, badania profilaktyczne oraz opiekę fizjoterapeutyczną.

Co istotne pierwszeństwo w rekrutacji do projektu miały dzieci i młodzież pochodzące z rodzin o trudnej sytuacji materialnej, należące wcześniej do Akademii Piłkarskiej PGE FKS Stal Mielec (do 40% uczestników). Sytuację weryfikowano na podstawie opinii trenera lub dobrowolnego oświadczenia opiekuna.

To pojedynczy przykład formalnego mechanizmu włączania grupy, która z przyczyn ekonomicznych może być wykluczona z udziału w programie.

Dobre praktyki

Klub: Chojniczanka Chojnice

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Współpraca ze szkołami w celu promocji aktywności fizycznej i sportu wśród dzieci i młodzieży

Przejaw: Organizacja promuje sport powszechny

Chojniczanka Chojnice w ramach akcji Lekcja 1930 opracowała ofertę edukacyjną dla szkół (dzieci i młodzieży szkolnej), ale również innych podmiotów pracujących z dziećmi, w celu promocji aktywności fizycznej i sportu wśród młodzieży, jak również promocji kibicowania. Klub zaprasza grupy dzieci i młodzieży na mecze, organizuje zwiedzanie stadionu, lekcje WF z piłkarzami, czy wizyty piłkarzy w szkole. Oferta jest przejrzystie przedstawiona.

Klub: GKS 1962 Jastrzębie

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: #WydobywamyTonyEmocji - działalność Fundacji Familia - integracja społeczności lokalnej

Przejaw: Organizacja angażuje się w rozwój lokalny

Fundacja prowadzi działalność wspierającą rozwój społeczności lokalnej i jej integrację. Organizuje między innymi imprezy „Leonowa Mila” - bieg dla dzieci” i „Jastrzębska Piwna Mila” – bieg dla dorosłych, z którego wpisowe jest przeznaczane na cele charytatywne.

Fundacja prowadzi przedsiębiorstwa społeczne – Sklep Kibica GKS-u Jastrzębie oraz pub Klubowa'62. Zatrudnia trzy osoby z niepełnosprawnościami oraz cztery osoby, które były wcześniej zarejestrowane w Urzędzie Pracy jako osoby bezrobotne. Dochód ze Sklepu oraz pubu przeznaczony jest na działalność Fundacji.

Klub: Sandecja Nowy Sącz

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Wsparcie działań innych organizacji lokalnych

Przejaw: Organizacja angażuje się w rozwój lokalny

Piłkarze Sandecji byli obecni na otwarciu Domu Młodzieży w Nowym Sączu, promując w ten sposób instytucję mającą wspierać rozwój młodzieży z lokalnej społeczności. Piłkarze pojawili się na premierze spektaklu przygotowanym przez dzieci ze szkoły specjalnej, promując w ten sposób działalność społeczną i włączenie osób niepełnosprawnych.

Klub promuje informacje o podobnych inicjatywach w swoich mediach, docierając do potencjalnego grona ich odbiorców.

Dobre praktyki

Klub: Puszcza Niepołomice

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Wizyty obcokrajowców w szkołach

Przejaw: Organizacja przeciwdziała zachowaniom niepożądanym i promuje pożądane postawy społeczne

Puszcza Niepołomice informowała o wizycie w lokalnej szkole podstawowej swojego zawodnika Longinusa Uwakwe. Tematem spotkania była tolerancja, a sportowiec opowiadał w jego trakcie o swoim kraju i wyzwaniach, które czekały na niego po przyjeździe do Europy.

Wydaje się to naturalny sposób na naukę o tolerancji z wykorzystaniem lokalnego potencjału zawodników klubów.

Klub: Sandecja Nowy Sącz

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Warsztaty dla trenerów

Przejaw: Organizacja stwarza warunki do profesjonalnego rozwoju pracowników i wolontariuszy

Sandecja Nowy Sącz informowała o przeprowadzeniu warsztatów praktycznych i teoretycznych dla trenerów Akademii przez przedstawicieli projektu Deductor. Efektem pracy projektu Deductor jest system mający na celu wszechstronny rozwój zawodników.

Regularne szkolenia to przykład inwestycji klubu w swoje kadry i wsparcie rozwoju pracowników Akademii Sandecji.

Klub: Podbeskidzie Bielsko-Biała

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Podbeskidzie bez barier

Przejaw: Organizacja stawia na dostępność i przystosowanie wydarzeń do potrzeb wszystkich kibiców

Podbeskidzie stworzyło program „Podbeskidzie bez barier” umożliwiający kibicom z niepełnosprawnościami uczestnictwo w meczach bezpłatnie, w dedykowanej strefie na stadionie. Klub publikuje na stronie internetowej regulamin programu.

Dobre praktyki

Klub: GKS Tychy

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Promocja roli rodziców w procesie szkolenia

Przejaw: Organizacja stwarza warunki do profesjonalnego rozwoju pracowników i wolontariuszy

GKS Tychy dostrzega rolę rodziców w rozwoju i wsparciu młodego zawodnika. Na stronie internetowej przedstawia Strefę sportowego rodzica - zawierające wartościowe informacje dla rodziców m. in. dotyczące roli, którą rodzic może spełniać we wspieraniu rozwoju dziecka (np. upowszechnione spoty Piasta Gliwice, Kolegium Sędziów ZZPN czy FA).

Na stronie znajduje się również regulamin zawodnika oraz rodzica Akademii Piłki Nożnej GKS Tychy „porządkujący” zachowania rodziców.

Klub: Podbeskidzie Bielsko-Biała

Obszar: Środowisko

Praktyka: Informacje o alternatywnym transporcie na stadion

Przejaw: Organizacja wspiera w korzystaniu i promuje alternatywne środki transportu na wydarzenia sportowe

Na stronie internetowej organizacja promuje transport na mecz z wykorzystaniem komunikacji zbiorowej. Oprócz tego klub prezentuje informacje o dojeździe na stadion, które obejmują wiadomość o specjalnie podstawianych w dniu meczowym autobusach i ich rozkłady jazdy.

Klub: GKS Bełchatów

Obszar: Rządzenie

Praktyka: Przejrzysta sytuacja właścicielska i kontakt do zarządu

Przejaw: Organizacja ma przejrzystą strukturę właścicielską, zarządu i rady nadzorczej

GKS Bełchatów ułatwia dostęp do kadry zarządzającej i kierującej klubem, poprzez publikację adresu email do kluczowych osób w organizacji. Klub przejrzysto przedstawia swoją strukturę właścicielską i jej zmiany w ostatniej przeszłości.

Klub: Podbeskidzie Bielsko Biała

Obszar: Rządzenie

Praktyka: Kompleksowe sprawozdanie finansowe

Przejaw: Organizacja jest transparentna

Podbeskidzie opublikowało na swojej stronie kompleksowe sprawozdanie finansowe. W raporcie znalazły się informacje o aktualnych kontraktach czy zadaniach finansowanych z udziałem środków publicznych oraz ich wartość. Dokument zawiera informację o wynagrodzeniu osób wchodzących w skład organów zarządzających i nadzorujących a także - wyjaśnienia o działaniach podjętych przez spółkę w kontekście zagrożeń dla kontynuacji działalności.

Dobre praktyki

Klub: Podbeskidzie Bielsko Biała

Obszar: Rządzenie

Praktyka: Sprawozdanie z działalności zarządu

Przejaw: Organizacja jest transparentna

Podbeskidzie Bielsko-Biała opublikowało na swojej stronie internetowej raport z działalności zarządu za 2019 rok. Jest to pojedynczy dokument z klubów Fortuny 1 Ligi, który zawiera przejrzyste opisane cele i działania mające prowadzić do tego celu. W dokumencie wyjaśniono narracyjnie kluczowe decyzje podjęte w spółce m. in. w odniesieniu do polityki pionu sportowego oraz w przejrzysty sposób opisano realizację budżetu organizacji (z głównymi źródłami przychodów i kosztów). Dostępne dla różnych interesariuszy sprawozdanie jest dobrym przykładem transparentności w działalności spółki.

Klub: PGE FKS Stal Mielec

Obszar: Rządzenie

Praktyka: Kodeks etyki trenera

Przejaw: Organizacja ma przejrzyste zasady postępowania (np. kodeks etyczny)

PGE FKS Stal Mielec publikuje dokument nazwany Kodeks Etyki Trenera Piłki Nożnej. Jego przestrzegania oczekuje się od trenerów i instruktorów pracujących w klubie FKS PGE FKS Stal Mielec oraz w ośrodkach sportowych i akademiach piłkarskich będących partnerami klubu. Dokument odnosi się również do okresu poza realizacją zadań zawodowych. Charakteryzuje m. in. wychowawczą rolę trenera względem wychowanków, jego stosunki z innymi trenerami i współpracownikami czy klubem. Uszczegóławia takie kwestie, jak prawa autorskie, zagadnienie tajemnicy zawodowej czy rozstrzygnięcie naruszenia postanowień kodeksu. Zawiera dodatkowe wskazówki względem złożonej pracy trenera.

Klub: PGE FKS Stal Mielec

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Spisany system szkolenia w akademii

Przejaw: Akademia organizacji jest transparentna

PGE FKS Stal Mielec publikuje bardzo wiele informacji przydatnych dla członków Akademii i ich najbliższego otoczenia. Na najbardziej podstawowym poziomie- przedstawiono filozofię Akademii wyjaśniającą na różnych poziomach cele pracy z zawodnikami. W dokumencie „Jak zostać piłkarzem I drużyny PGE FKS Stal Mielec” zawarto również narzędzia monitorowania sprawności i poziomu zawodników, m. in. wykorzystywane testy funkcjonalne. Ciekawe jest również przedstawienie generalnych zasad procesu treningowego.

PGE FKS Stal Mielec publikuje też na stronie Akademii Procedury Pomocy Pourazowej, z przejrzystym wyjaśnieniem procesu oraz numerem telefonu osób kontaktowych. Strona zawiera także materiały edukacyjne o żywieniu dzieci i młodzieży, z prostymi przepisami i kluczowymi przesłankami względem odżywiania się szkolonych.

Dobre praktyki

Kompleksowa informacja o wizji i politykach Akademii ułatwia podejmowanie trafniejszych decyzji młodzieży i jej opiekunom, jak również uszczegóławia oczekiwania względem tego procesu i umożliwia rodzicom czy opiekunom rozwój wraz z dzieckiem.

Klub: GKS 1962 Jastrzębie

Obszar: Społeczeństwo

Praktyka: Spisany system szkolenia w akademii

Przejaw: Akademia organizacji jest transparentna

GKS 1962 Jastrzębie publikuje dokument „System Szkolenia Dzieci i Młodzieży w Klubie KS GKS 1962 Jastrzębie S.A. - Akademia Piłkarska GKS Jastrzębie”. Charakteryzuje on filozofię szkolenia i organizację tego procesu, w tym - jego program. Materiał zawiera również opis działań z zakresu zwalczania dopingu w sporcie i spotkania dotyczące tematu hazardu w sporcie.

Dokument porządkuje istotne kwestie z perspektywy szkolonego, ale również rodzica, który wie, czego może się spodziewać po procesie szkolenia swojego dziecka.

Rekomendacje

1. Rozwój dotychczasowych działań w obszarze sportu powszechnego, edukacji czy promocji zdrowia w kierunku programów - inicjatyw długoterminowych, o zdefiniowanym celu, wskaźnikach sukcesu, narzędziach do osiągnięcia celu, partnerach itd.
2. Budowanie partnerstw w obszarze programów społecznych z samorządem terytorialnym i sponsorami, szczególnie wykorzystanie roli klubów w takich obszarach, jak profilaktyka zdrowia czy promocja aktywności fizycznej dzieci i młodzieży.
3. Ewaluowanie swoich działań i publikowanie podsumowań tych działań w formie raportów pozafinansowych czy części sprawozdań z pracy zarządu.
4. Koncentrowanie się w ewaluacjach nie tylko na bezpośrednich produktach inicjatyw (np. przeprowadzenie 50 zajęć promujących aktywność fizyczną), ale także ich rezultatach (np. zmiana sprawności fizycznej dzieci objętych programem).
5. Poświęcenie uwagi grupom szczególnie zagrożonych wykluczeniem m. in. z udziału w sporcie powszechnym: dzieciom/młodzieży ze środowisk nie oferujących wsparcia, dziewczętom czy seniorom.
6. Większa uwaga poświęcona promocji wolontariatu i publikowanie przejrzystych zasad i wartości z udziału w nim dla wolontariuszy.
7. Publikowanie regulaminów dotyczących udziału w szkoleniu uwzględniających rolę rodziców czy opiekunów oraz przedstawianie informacji o mechanizmach profilaktyki i ochrony zdrowia fizycznego i psychicznego szkolonych.
8. Publikowanie informacji o możliwości dotarcia na wydarzenia sportowe z wykorzystaniem alternatywnych środków transportu.
9. Zainteresowanie tematem środowiska i zrównoważonego rozwoju - klub jako organizator meczu, w którym uczestniczą setki osób, ma na nie duży wpływ.
10. Publikowanie informacji o obecnych mechanizmach ochrony środowiska (w odniesieniu do dnia meczowego) i ogólniej: większa ilość informacji o samym stadionie, jego otoczeniu i infrastrukturze sportowej klubu w tym kontekście.
11. Podniesienie transparentności organizacji poprzez publikowanie na stronie internetowej sprawozdań finansowych i sprawozdań z pracy zarządu.
12. Większa ilość informacji (np. doświadczenie, wykształcenie) o członkach organu zarządzającego klubem i organu nadzoru klubu.

Institute for Sport Governance to podmiot wspierający organizacje sportowe w obszarze dobrego rządzenia i odpowiedzialności społecznej.
<http://govsport.eu>

kontakt: dr Paweł Zembura
pz@govsport.eu