



AgEcon SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

EKOLOGICZNE ODNIESIENIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW

Dagmara K. Zuzek¹, Bartosz Mickiewicz²

¹Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

²Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Abstrakt. W artykule przedstawiono wybrane uwarunkowania podejmowania przez przedsiębiorców odpowiedzialności za środowisko. Omówiono kierunki rozwoju koncepcji ekologicznej odpowiedzialności biznesu. Wskazano przesłanki włączania małych i średnich przedsiębiorstw w obszar odpowiedzialności. Przedstawiono obowiązki przedsiębiorców wobec środowiska jako podstawę do podejmowania dobrowolnych zobowiązań.

Słowa kluczowe: małe i średnie przedsiębiorstwa, społeczna odpowiedzialność biznesu, ekologia

WSTĘP

Ochrona środowiska przyrodniczego jest jednym z postulatów Global Compact oraz stanowi element społecznej odpowiedzialności biznesu, która w ujęciu Zielonej Księgi Komisji Europejskiej „jest w gruncie rzeczy koncepcją, według której przedsiębiorstwa dobrowolnie decydują się pomóc w stworzeniu lepszego społeczeństwa i czystszej środowiska” [Green Paper... 2001].

Można zatem stwierdzić, że przedsiębiorstwa, które w ramach swojej strategii biznesowej oraz koncepcji zarządzania nie uwzględniają praktyk służących dbałości o stan przyrody – nie spełniają kryteriów przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie. Kryteria te wymagają oczywiście, aby podejmowane działania były zobowiązaniami dobrowolnymi, tzn. miały charakter przedsięwzięć wykraczających poza obowiązujące wymagania prawne.

Celem artykułu jest identyfikacja uwarunkowań umożliwiających małym i średnim przedsiębiorcom podejmowanie wobec środowiska przyrodniczego działań z zakresu społecznej odpowiedzialności. Dokonano w nim analizy uwarunkowań zewnętrznych, narzuconych przez politykę ekologiczną państwa i narzędzia jej realizacji oraz wskazano na działania będące rezultatem swobodnych decyzji przedsiębiorstw. Wykorzystano także wyniki badań przeprowadzonych w 2011 roku, dotyczących społecznej odpowiedzialności biznesu, na grupie 250 losowo dobranych przedsiębiorców, prowadzących swoją działalność w województwie małopolskim.

EKOLOGICZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU (ECSR) – EWOLUCJA KONCEPCJI I PRAKTYKI STOSOWANIA

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CRS) stanowi odpowiedź na narastającą dynamikę i złożoność interakcji przedsiębiorstwa z otoczeniem. Oznacza to między innymi konieczność poszerzenia kryteriów oceny przedsiębiorstw o cele pozaeconomiczne, związane z szeroko pojętym interesem społecznym.

Takie podejście jest zgodne z koncepcją Ansoffa [1985], traktującą przedsiębiorstwa jako organizacje służące otoczeniu. W pierwszym etapie rozwoju omawianej koncepcji podejmowanie obowiązków społecznych dotyczyło dynamicznie rozwijających się korporacji i oznaczało głównie odpowiedź na oczekiwania, wymuszone rozwiązaniami legislacyjnymi i administracyjnymi.

Koncepcja ekologicznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa stanowi rozwinięcie koncepcji CSR. W koncepcji ECSR, obok społecznego modelu działania przedsiębiorstwa stanowiącego podstawę modelu CSR, wskazuje się na zasadność dowartościowania roli czynników ekologicznych. W koncepcji tej przyjmuje się, że zmienne ekologiczne stanowią nośnik wartości przedsiębiorstwa i tym samym można je uznać za [Chodyński i in. 2008]:

- „podstawę rozwoju przedsiębiorstwa,
- źródło przewagi konkurencyjnej,
- wyróżnik firmy na rynku,
- podstawę budowy wartości firmy,
- podstawę dialogu społecznego,
- płaszczyznę porozumienia pomiędzy akcjonariuszami a innymi interesariuszami,
- kryterium porównawcze w procesie oceny konkurencyjności przedsiębiorstwa”.

Przedsiębiorstwa zaczynają postrzegać potrzeby społeczne, w tym ekologiczne, jako możliwość rozwijania idei, demonstrowania nowych technologii, szukania i znajdowania nowych rynków, a także pokonywania problemów nierozwiązanych od wielu lat. Dużą wagę przywiązano do zidentyfikowania czynników korporacyjnej innowacyjności społecznej. Należą do nich:

- zbieżność celów biznesowych i potrzeb społecznych,
- silni partnerzy zaangażowani w ideę trwałych zmian,
- inwestycje dokonywane przez obie strony,
- bliskie relacje między stronami projektu,
- powiązania z innymi organizacjami,
- konsekwentne podtrzymywanie i powielanie rezultatów.

Na podstawie przeanalizowanych opracowań oraz raportów dotyczących problematyki CSR w małych i średnich przedsiębiorstwach wyodrębniono następujące dominujące w Polsce typy tzw. dobrych praktyk zrównoważonego biznesu (tab. 1).

Tabela 1. Dominujące w Polsce typy tzw. dobrych praktyk zrównoważonego biznesu
Table 1. Domineering types of so-called good practices of sustainable business

Wyszczególnienie Item	Przykłady dobrych praktyk Examples of good practices
Ochrona środowiska Protecting the environment	wdrożenie systemu zarządzania środowiskowego oraz uczestnictwo w konkursach implementation of an environmental management system and participation in competitions recykling recycling efektywne wykorzystywanie energii efficient use of energy
Spółeczności lokalne Local communities	sponsoring i mecenat (sport, kultura, służba zdrowia) sponsorship and patronage (sport, culture, health care) wsparcie w postaci transferu dóbr i usług oferowanych przez firmę (usługi budowlane, księgowość, internetowe itd.) support in the form of transfer of goods and services offered by the company (building services, accounting, Internet, etc.) staże i praktyki dla młodzieży traineeships and apprenticeships for young people
Konsumenci Consumers	rozszerzony zakres gwarancji produktów extended warranties products znakowanie produktów, rabaty i preferencyjne ceny marking products, discounts and preferential rates
Pracownicy Employees	organizacja imprez integracyjnych dla pracowników i ich rodzin organising team building events for employees and their families rozszerzony zakres działań z dziedziny BHP extended range of activities in the field of occupational health and safety inwestycje w kompetencje pracowników (szkolenia) investment in the skills of staff (training)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gasiński i Piskalski [2007].
Source: own study on basis of: Gasiński and Piskalski [2007].

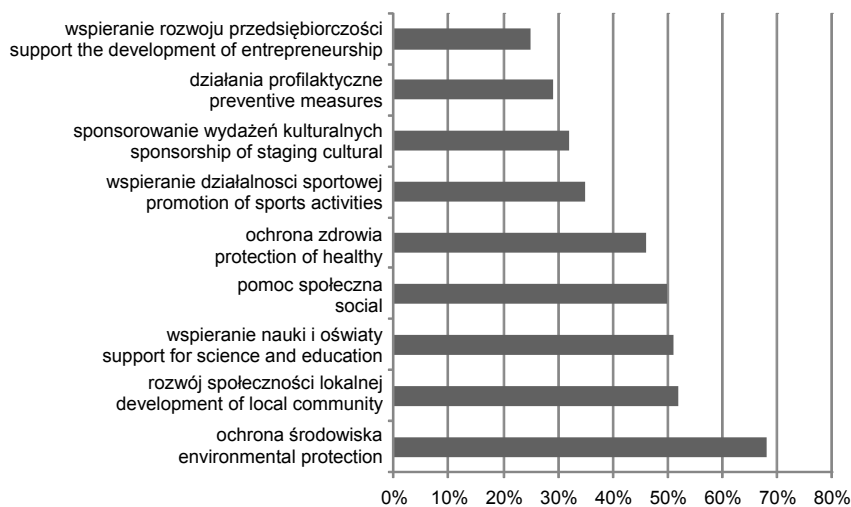
Współcześnie koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu musi być rozpatrywana jako element znacznie szerszej kategorii solidarności międzyludzkiej, odwołującej się do poczucia wspólnoty, odpowiedzialności za wspólną przyszłość, gotowości do troski o dobro innych i znajdowania polubownych i trwałych rozwiązań sporadycznych konfliktów. Podniesienie tych cech na poziom wyższy od państwa narodowego wymaga instytucjonalnych ram kształtowania opinii i woli. Bauman [2007] postuluje logikę globalnej odpowiedzialności i wiążącą się z nią logikę globalnych aspiracji. Ma ona na celu, przynajmniej teoretycznie, stawianie wprost czoła globalnym problemom – na odpowiednim dla nich poziomie. Wynika to z założenia, że do trwałych i skutecznych

rozwiązań ogólnoswiatowych problemów można dojść jedynie poprzez ponowne przedyskutowanie i zreformowanie sieci globalnych zależności i interakcji. Bauman [2007] akcentuje początek ery politycznego eksperymentowania, wynikający z konieczności odrzucenia strategii obrony przeciw globalnym trendom wyłącznie na poziomie lokalnym.

ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA A DZIAŁANIA NA RZECZ PROEKOLOGICZNEGO WIZERUNKU PRZEDSIĘBIORSTWA

Postulat społecznej odpowiedzialności biznesu może obejmować różne działania związane z respektowaniem wartości i zasad etycznych przez przedsiębiorstwo. Warto jednak skupić się na tych aspektach, którym poświęca się stosunkowo mało uwagi, a zatem na działaniach związanych z ochroną środowiska i zasobów, troską o jakość życia. Mimo że polskie przedsiębiorstwa podejmują działania na rzecz urzeczywistnienia postulatów CSR, informacje na ten temat w małym stopniu są rozpowszechniane.

Społeczna odpowiedzialność biznesu zorientowana na ochronę środowiska pozwala zmniejszać koszty ekonomiczne, oszczędnie i racjonalnie gospodarować zasobami, chronić powietrze, wodę, glebę, utylizować odpady, zmniejszać uciążliwość firmy dla środowiska i w efekcie kształtować pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa, opierając się na działaniach uwzględniających troskę o stan środowiska. Jest to wizerunek, który pociąga za sobą dalsze skutki, jak: podniesienie prestiżu firmy, wzrost zaufania do jej produktów i marki, dobre relacje z władzą i społecznością lokalną, rozwój świadomości ekologicznej tych, którzy z firmą się stykają, wreszcie silniejsza pozycja na tle konkurencji.



Rys. 1. Obszary, w które najbardziej są zaangażowane przedsiębiorstwa w ramach CSR
Źródło: opracowanie własne.

Fig. 1. Areas in which most businesses are involved in CSR
Source: own study.

Korzyści marketingowe związane z polityką proekologiczną i z wizerunkiem społecznej odpowiedzialności biznesu mogą być duże, zwłaszcza dla firm działających na rynku europejskim lub światowym, gdzie wyższy poziom świadomości ekologicznej społeczeństw, aktywniejsze organizacje ekologiczne oraz obowiązujące normy decydują o większych oczekiwaniach wobec przedsiębiorstw [Derczyński 1997].

Chociaż poziom świadomości ekologicznej polskiego społeczeństwa jest znacznie niższy niż w Europie Zachodniej, to – jak wskazują badania CBOS-u – informacja umieszczona na opakowaniach typu: „nieszkodliwy dla środowiska” lub „opakowanie do powtórnego przetworzenia” ma duże znaczenie marketingowe. Świadczą o tym badania, wskazujące na to, że część społeczeństwa uwzględnia kryteria ekologiczne przy zakupie produktów. Wzrastający poziom wykształcenia i zamożności będzie coraz częściej przekładał się na rezygnację z kupna produktów szkodliwych dla środowiska lub identyfikowanych z firmą uchodzącą za sprawcę dewastacji przyrody [Świadomość ekologiczna... 1995].

SEKTOR MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW A SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA ŚRODOWISKO W POLSCE

Większość czynników wpływających na zachowania przedsiębiorstw względem środowiska przyrodniczego i na zarządzanie interakcjami ze środowiskiem oddziałuje pośrednio poprzez politykę ekologiczną państwa. Decydującą rolę w tej polityce odgrywają aspekty ekologiczne, ich skuteczność środowiskowa oraz wynikająca z nich, rosnąca skala dolegliwości dla przedsiębiorstw. Znajomość mechanizmów oddziaływania polityki ekologicznej i narzędzi jej realizacji wyznacza podstawy koniecznego dostosowania aspektów prawnych do sfery przedsiębiorczości. Stanowi także istotny element do oceny możliwości i celowości dodatkowego, dobrowolnego angażowania się małych i średnich przedsiębiorstw w proces racjonalizacji interakcji ze środowiskiem.

Standaryzacja powiązań przedsiębiorstw ze środowiskiem przyrodniczym stanowi ważne źródło uwarunkowań funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw, także w aspekcie przewidywanego wpływu globalizacji. Z badań nad oceną przewidywanego wpływu globalizacji na funkcjonowanie polskich przedsiębiorstw wynika, że wzrost obligatoryjnych wymagań dotyczących ochrony środowiska naturalnego generalnie jest oceniany pozytywnie (30,2%). Tylko 28,7% respondentów oceniło go jako nieznacznie pozytywny. Równocześnie jednak 25,4% badanych przedsiębiorstw zasygnalizowało brak wpływu lub wpływ trudny do przewidzenia.

Współczesna polityka ekologiczna bazuje na zróżnicowanych instrumentach, wśród których coraz większą rolę odgrywają instrumenty ekonomiczne, zorientowane produktowo. Wpływają one na zestawienie korzyści i kosztów zanieczyszczającego w sposób bezpośredni (subwencje, opłaty) lub w sposób pośredni, głównie poprzez tworzenie rynków, także sztucznych, np. rynku handlu uprawnieniami do zanieczyszczeń. Istotna sfera oddziaływania na przedsiębiorczość wynika także z zastosowania narzędzi prawn-administracyjnych. Sfera interakcji ze środowiskiem jest regulowana w prawie ochrony środowiska, ale także w prawie cywilnym, karnym, administracyjnym, prawie atomowym, geologicznym, górniczym, wodnym, budowlanym [Lisiecka 2008]. Głębokie i radykalne zmiany w prawie ochrony środowiska wynikały głównie z konieczności

jego dostosowania do wymogów Unii Europejskiej. Prawo to nadal podlega licznym i częstym zmianom, szczególnie w aspekcie nowelizacji wielu ustaw oraz zmian w przepisach wykonawczych [Paczuski 2000]. Dla przedsiębiorców oznacza to konieczność dobrej znajomości regulacji prawnych i administracyjnych, dokonywanych i możliwych zmian w tym zakresie oraz potencjalnych lub rzeczywistych konsekwencji dla funkcjonowania i rozwoju firmy. Istotne obowiązki dla małych i średnich przedsiębiorców wynikają z rozszerzenia odpowiedzialności producenta za produkt na całą sferę eksploatacyjną i użytkową. Dotyczy to m.in. opakowań i odpadów opakowaniowych, a skutkuje koniecznością wypełniania przez przedsiębiorców obowiązku recyklingu oraz wynikającymi z tego zobowiązaniami (oraz możliwymi korzyściami i sytuacjami wymagającymi dodatkowych uregulowań). W tym obszarze istnieje także szereg problemów niezależnych od przedsiębiorców, a pogarszających warunki ich funkcjonowania i rozwoju. Wyniki badań różnych organizacji sygnalizują istnienie poważnych problemów w systemie odzysku i recyklingu odpadów w Polsce [Polska... 2000]. Należą do nich: handel dokumentami potwierdzającymi odzysk, niedostateczna kontrola Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska, brak potencjału inwestycyjnego w systemie, niestabilność legislacyjna i luki interpretacyjne oraz rozproszenie rynku i za duża liczba organizacji odzysku, wśród których działają firmy nie posiadające statusu organizacji odzysku. Zakładany wzrost poziomów recyklingu i odzysku oraz sygnalizowane patologie w systemie nieuchronnie spowodują pojawienie się niedoboru pozyskiwania odpadów opakowaniowych (w obecnym systemie zbiórki opakowań oraz przy braku inwestycji na rozwój selektywnej zbiórki odpadów). Redukcja rezerwy zbieranych opakowań w oczywisty sposób wpłynie na zwiększenie stawek opłat recyklingowych.

Przedsiębiorstwa muszą także mieć świadomość, że relacje pomiędzy sferą przedsiębiorczości a organami tworzącymi i nadzorującymi realizację polityki ekologicznej mają coraz większe znaczenie. Wykorzystuje się nie tylko różny dostęp do informacji o charakterze ekologicznym, ale także niespójność i luki w przepisach prawnych i administracyjnych, jak również nieprecyzyjność ich sformułowań. Działania tych nie można traktować wyłącznie w kategoriach negatywnych. Wynikają one głównie z obronnych reakcji firm na niedogodności i niespójności w sferze rozwiązań ekologicznych, utrudniających im działalność w tym obszarze. Rosnący zakres standaryzacji i normalizacji w obszarze kreowania jakości i interakcji ze środowiskiem przyrodniczym powoduje, że małe i średnie firmy muszą dysponować specyficzną wiedzą w tej sferze. Podstawą projektowania i wykorzystania systemów zarządzania jakością i zarządzania środowiskiem w oparciu o normy ISO, w kontekście tworzenia wartości dodanej, jest rzetelne podejście do wyboru jednostki projektującej i certyfikującej.

Istotną rolę odgrywa także polityka dużych firm, które od swoich potencjalnych i rzeczywistych dostawców bezwzględnie, a czasem niepotrzebnie wymagają legitymowania się certyfikowanymi systemami zapewniania jakości i zarządzania środowiskiem. Tego typu postępowanie jest po części zrozumiałe, gdyż narzucenie obowiązku posiadania certyfikowanych systemów zarządzania jakością i środowiskiem przez dostawców jest często jedynym sposobem utrzymania kontroli korporacji nad jakością surowców, materiałów i komponentów. Ważnym czynnikiem jest też chęć przedsiębiorców wykorzystania ze środków unijnych dofinansowania kosztów szkoleń dla potrzeb wdrożenia i certyfikacji systemu zarządzania środowiskiem. Odpowiedzią rynku na rosnące zapotrzebowanie w zakresie certyfikacji było pojawienie się wielu nowych

jednostek, które oferowały równoczesne projektowanie, wdrożenie i certyfikację systemów, w krótkim czasie, w dodatku po dumpingowych cenach.

ZAKOŃCZENIE

Charakter wymienionych uwarunkowań podejmowania ekologicznej odpowiedzialności w małych i średnich przedsiębiorstwach pokazuje, że idea ta jest niezwykle istotna z punktu tych firm, biorąc pod uwagę zjawisko konkurencyjności. Dlatego ważne wydaje się, jakie podejście do tego zagadnienia posiada przedsiębiorca. To wyznawane przez nich wartości etyczne, cechy psychosocjologiczne, samoświadomość, zdolności menedżerskie, umiejętność dostrzegania i budowania wizji i misji firmy oraz umiejętność samooceny inicjują proces budowy kultury organizacyjnej przedsiębiorstw. To on decyduje o tym, czy system zarządzania środowiskiem pozostanie sformalizowanym tworem na okoliczność legitymowania się określonym certyfikatem dla potrzeb wejścia na określony rynek lub do sieci handlowej, czy też będzie stanowił punkt wyjścia do doskonalenia organizacji i angażowania pracowników w jej rozwój w zgodzie ze środowiskiem. Stosowanie idei CSR pozwala przedsiębiorcy między innymi na: zmniejszenie kosztów ekonomicznych, racjonalne gospodarowanie zasobami czy kształtowanie pozytywnego wizerunku, co może przełożyć się na sukces jego firmy.

LITERATURA

- Ansoff H.I., 1985. Zarządzanie strategiczne. PWE, Warszawa.
- Bauman Z., 2007. Szanse etyki w globalizowanym świecie. Wyd. Znak, Kraków.
- Chodyński A., Jabłoński A., Jabłoński M., 2008. Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) – koncepcja strategiczna budowy wartości firmy oparta na kryteriach ekologicznych. *Przeł. Org.* 3, 85-88.
- Derezyński W., 1997. Postawy i zachowania konsumenckie. W: O stylach życia Polaków. Red. M. Falkowska. CBOS, Warszawa, 53-58.
- Gasiński T., Piskalski G., 2007. Zrównoważony biznes, Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw. Ministerstwo Gospodarki, Warszawa.
- Green Paper, Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. 2001. COM (2001) 366, Brussels.
- Lisiecka K., 2008. Wartości i dylematy etyczne w biznesie certyfikacji systemów zarządzania (artykuł dyskusyjny). Polskie Forum ISO, Warszawa.
- Paczuski R., 2000. Prawo ochrony środowiska. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz.
- Polska 2025. Długookresowa strategia trwałego i zrównoważonego rozwoju. 2000. Rada Ministrów, Warszawa.
- Świadomość ekologiczna konsumentów polskich. 1995. Red. A. Wiśniewski. Friedrich Ebert Foundation Poland, Warszawa.

ENVIRONMENTAL REFERENCE OF ENTERPRISES SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary. This paper presents some considerations to take over the realm of entrepreneurial responsibility for the environment. It discusses the concept of ecological trends responsibility. Evidence indicates inclusion of small and medium-sized enterprises in the area of responsibility. Business responsibilities towards the environment as a basis for making voluntary commitments are presented.

Key words: small and medium-sized enterprises, corporate social responsibility, ecology

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 4.03.2013

Do cytowania – For citation: Zuzek D.K., Mickiewicz B., 2013. Ekologiczne odniesienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. J. Agribus. Rural Dev. 2(28), 291-298.