

Wojciech Leoński

Ekologiczne aspekty społecznej odpowiedzialności biznesu

Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania 43/1, 45-53

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



DOI: 10.18276/sip.2016.43/1-04

Wojciech Leoński*

Uniwersytet Szczeciński

EKOLOGICZNE ASPEKTY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

STRESZCZENIE

W artykule przedstawiono podstawowe zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (*corporate social responsibility* – CSR), kładąc szczególny nacisk na aspekty związane z ochroną środowiska. Ponadto omówiono wybrane narzędzia CSR w ekologii, tj. eko-znakowanie, zarządzanie środowiskowe i inwestycje w ekologię. Następnie dokonano analizy, która wskazała, że działania w ramach ochrony środowiska mogą przynieść przedsiębiorstwu istotne korzyści.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, strategia, ekologia

Wprowadzenie

Różne czynniki mogą decydować o tym, że firma staje się proekologiczna, np. oczekiwania klientów, rynku czy też konkurencja. Innym motywem może być także przemyślana strategia mająca na celu poprawę wizerunku. Obecnie przedsiębiorstwa muszą sprostać nowym trendom i standardom wyznaczanym przez współczesny rynek. Jednym z takich trendów są kwestie związane z ekologią. Organizacje ekologiczne niejednokrotnie kontrolują i opiniują działalność przedsiębiorstw, ujawniając opinii publicznej negatywny wpływ na środowisko naturalne. W skrajnych przypadkach może to prowadzić nawet do bojkotu produktów czy też usług firm

* E-mail: wleonski@wneiz.pl

nieodpowiedzialnych społecznie. Dlatego też firmy podejmują rozmaite działania w dziedzinie ochrony środowiska, będącej jednym z kluczowych elementów koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (*corporate social responsibility* – CSR). W tym kontekście ochrona środowiska może być postrzegana jako minimalizowanie negatywnego wpływu przedsiębiorstwa na środowisko naturalne, a także działalność w zakresie komunikacji z interesariuszami na rzecz działań proekologicznych.

Do przygotowania artykułu wykorzystano następujące metody badawcze: krytyczną analizę literatury polskiej i zagranicznej, raportów i opracowań przygotowanych przez różne instytucje, metodę opisową i porównawczą. Głównym celem artykułu jest próba analizy korzyści wynikających z zastosowania CSR w ekologii.

1. Pojęcie społecznej i ekologicznej odpowiedzialności biznesu

Jednoznaczne zdefiniowanie społecznej odpowiedzialności biznesu nie jest rzeczą prostą z uwagi na fakt, że w literaturze przedmiotu można spotkać się z wieloma interpretacjami tego pojęcia. Jedną z najbardziej precyzyjnych definicji CSR sformułowała Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna w standardzie ISO 26000. CSR to odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działalności na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które uwzględnia m.in. oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z prawem, wpływa pozytywnie na zrównoważony rozwój, przyczynia się do dobrobytu społeczeństwa. Do głównych obszarów CSR zaliczono: ład organizacyjny, prawa człowieka, stosunki pracy, ochronę środowiska naturalnego, relacje z konsumentami i zaangażowanie społeczne (*ISO 26000*, 2011).

CSR może być np. dobrowolnym przyjęciem na siebie odpowiedzialności ekonomicznej, prawnej, etycznej i filantropijnej za wpływ prowadzonej działalności gospodarczej na interesariuszy zewnętrznych, pracowników i środowisko naturalne. Podmioty gospodarcze dążąc do uzyskania własnych celów ekonomicznych i społecznych, stają się współtwórcami dobrobytu społecznego i współuczestniczą w dążeniu do zrównoważonego rozwoju (Stefańska, 2014, s. 5). Inna interpretacja przedstawia współczesną odpowiedzialność biznesu jako strategię i sposób prowadzenia biznesu, który wywiera pozytywny wpływ na reputację i zwiększa wartość firmy na rynku, a także generuje całkiem nowe lub zmodyfikowane produkty i usługi. Tak rozumiany CSR nie jest wydatkiem i kosztem, lecz inwestycją i oszczędnością. Strategia CSR dotyczy praktycznie wszystkich obszarów działalności przedsiębiorstwa. Jest

to sposób zarządzania firmą – transparentny dla pracowników, akcjonariuszy i partnerów biznesowych (Płoszajski, 2012, s. 6).

CSR może być także postrzegana poprzez pryzmat korzyści, jakie daje przedsiębiorstwu. W tym przypadku jest to proces zarządzania przedsiębiorstwem, który przez możliwe do zidentyfikowania potrzeby interesariuszy przyczynia się do wzrostu konkurencyjności, co zapewnia stabilność i stały rozwój, a także kształtuje korzystne warunki dla rozwoju ekonomicznego i społecznego, tworząc zarówno wartość społeczną, jak i ekonomiczną (Paliwoda-Matiolańska, 2014, s. 78).

Warto zauważyć, że sama odpowiedzialność ekologiczna firmy oznacza podjęcie szeregu inicjatyw mających na celu ograniczenie wpływu na środowisko naturalne, w szczególności wykonania produktu z materiałów nieszkodliwych dla środowiska naturalnego, oszczędności energii, wody i innych materiałów w procesie produkcji, a także stosowania recyklingu surowców oraz produktu, wprowadzania ocen środowiskowych czy raportów z działalności środowiskowej (Słupik, 2014, s. 77–89). Ponadto przedsiębiorstwo może aktywnie uczestniczyć i wspierać liczne programy ekologiczne mające na celu propagowanie ochrony środowiska w społeczeństwie. Inna definicja ekologicznej odpowiedzialności biznesu mówi o obowiązku pokrycia środowiskowych skutków działalności przedsiębiorstwa poprzez eliminację odpadów i emisji zanieczyszczeń, maksymalizację efektywności i produktywności zasobów, a także ograniczenie działań, które mogłyby negatywnie wpłynąć na korzystanie z zasobów kraju przez przyszłe pokolenia (Mazurkiewicz, 2004, s. 2).

CSR można zatem uznać za strategiczne i kompleksowe podejście do prowadzenia działalności gospodarczej, które jest oparte na uwzględnieniu przez przedsiębiorstwo kwestii społecznych, ekologicznych i pracowniczych. Społeczna odpowiedzialność biznesu to strategia, w której szczególny nacisk kładzie się na komunikację i kształtowanie relacji z interesariuszami. Należy zaznaczyć, że działania społecznie odpowiedzialne muszą wychodzić poza firmę, aby podmiot mógł osiągnąć zamierzone cele ekonomiczne, społeczne i ekologiczne. Odpowiedzialność ekologiczna przedsiębiorstwa natomiast to zestaw działań proekologicznych, za pomocą których dąży się do częściowej lub całkowitej eliminacji negatywnego oddziaływania firmy na środowisko.

2. Eko-znakowanie

Eko-znakowanie (*eco-labeling*) to umieszczanie na produktach oznaczeń, które mają na celu informowanie konsumenta o oddziaływaniu towaru na środowisko naturalne. Istnieje wiele rodzajów znaków ekologicznych, w zależności od prowadzonej działalności gospodarczej, grupy towarów, kraju itp. Co ważne, znaki te świadczą o tym, że firma spełnia normy dotyczące środowiska wyższe niż określone prawnie. Ubieganie się o ekoetykiety jest dobrowolne, natomiast otrzymanie jej uzależnione od oceny, jaką towarowi wystawi dana komisja przyznająca znak. Najczęściej ekoetykiety przyznawane są na określony okres, po którym produkt musi poddać się kolejnej weryfikacji (Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2015). Ocena jest dokonywana przez fachowców reprezentujących producentów, ośrodki naukowe, organizacje ekologiczne, konsumenckie itp.

Etykiety te mogą mieć postać obrazka, symbolu, logo czy też napisu. Jako przykłady organizacji zajmujących się weryfikacją i nadawaniem ekoznaków można podać Polskie Centrum Badań i Certyfikacji oraz Europejską Organizację ds. Ekoznaku. Pierwszym ekoznakiem był wprowadzony w 1977 roku w Niemczech tzw. Błękitny anioł, który na celu ma promocję firm tworzących produkty bezpieczne zarówno dla środowiska, jak i człowieka. Do innych popularnych ekoznaków należą: Zielone Płuca Polski, Ekoland, Nie testowano na zwierzętach, Zielony punkt (*Der Grüne Punkt*), Znak EKO, Dbaj o czystość – wrzuć do kosza, CE, Euroliść, Margerytka, pętla Möbiusa – recykling, Produkt bezpieczny dla ozonu. Warto zauważyć, że zamieszczenie ekoznaku na produkcie może przyczynić się do wzrostu sprzedaży. Znaczna część klientów jest wrażliwa na kwestie ekologiczne, które w procesie decyzyjnym zakupu odgrywają istotną rolę. Nie bez znaczenia jest także uwiarygodnienie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa. Ekologiczne etykiety są oczywistym przekazem dla interesariuszy, że podmiot gospodarczy wyróżnia się od konkurencji i stosuje nowoczesne metody produkcyjne w zakresie ochrony środowiska. Pełnią one także funkcję edukacyjną, gdyż pogłębiają wiedzę klientów o ekologicznych produktach i ich cechach, a zatem zwiększają świadomość społeczeństwa w zakresie ochrony środowiska.

3. Zarządzanie środowiskowe i inwestycje w ekologii

System zarządzania środowiskowego oznacza część kompletnego systemu zarządzania, który obejmuje strukturę organizacyjną, planowanie, zakres odpowiedzialności, praktyki i procedury, procesy i zasoby służące rozwijaniu, wdrażaniu, realizowaniu, przeglądaniu i utrzymaniu polityki środowiskowej (Parlament Europejski i Rada). Zarządzanie środowiskowe można najprościej zdefiniować jako zarządzanie tymi obszarami przedsiębiorstwa, które mają lub mogą wywierać wpływ na środowisko naturalne, zaś kluczowym celem zarządzania środowiskowego jest zachowanie surowców naturalnych, ograniczenie emisji różnego rodzaju zanieczyszczeń środowiskowych, oszczędność energii oraz ochrona zdrowia pracowników i społeczności narażonej na oddziaływanie firmy (Mazur-Wierzbicka, 2012, s. 227). Do najbardziej popularnych standardów zarządzania środowiskowego można zaliczyć: normę ISO 14001, która została stworzona przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną i jest stosowana przez różne organizacje na całym świecie. Kolejnym standardem jest EMAS (*Eco Management and Audit Scheme*) przygotowany przez Komisję Europejską dla organizacji mających swoje siedziby na terenie Unii Europejskiej. Zarządzanie środowiskowe może wiązać się z wymiernymi korzyściami zarówno dla przedsiębiorstwa, jak i społeczeństwa. Nie bez znaczenia jest tutaj poprawa współpracy z interesariuszami. Dzięki zarządzaniu środowiskowemu przedsiębiorstwo może np. obniżyć koszty zużycia energii i innych surowców, czy też zmniejszyć koszty utylizacji odpadów. Wadą systemów zarządzania środowiskowego mogą być stosunkowo wysokie koszty, które musi ponieść firma chcąc sprostać wytycznym zamieszczonym w standardach.

Instrumentem społecznej odpowiedzialności biznesu są także inwestycje w ekologii, które można rozumieć jako nakłady finansowe lub niefinansowe przeznaczane na ogólnie rozumianą ochronę środowiska, mające przynieść wymierne korzyści w przyszłości. Mogą to być np. inwestycje w bardziej wydajne maszyny, które zużywają mniej surowców, aby wyprodukować finalny produkt. Innym przykładem może być prowadzenie badań i wdrażanie produktów ekologicznych. Część firm inwestuje w celu modyfikacji opakowania produktu, tak aby wyprodukować je z materiałów pochodzących z recyklingu czy też biodegradowalnych.

Fundamentem inwestycji ekologicznej jest niewątpliwie minimalizacja negatywnego wpływu działalności firmy na środowisko. W przypadku inwestycji w ekologię istotną rolę odgrywa sytuacja finansowa firmy, dlatego też przewagę w tym wypadku mają największe przedsiębiorstwa. Znajduje to potwierdzenie w bada-

niach PARP, według których aspekty środowiskowe w rozwoju produktów i usług uwzględnia 48% dużych firm i 33% średnich, zaś w przypadku podmiotów mikro i małych jest to odpowiednio tylko 22% i 15% (MillwardBrown SMG/KRC dla PARP, 2011, s. 153). W przedsiębiorstwach dokonujących inwestycji ukierunkowanych na ochronę środowiska następuje ekologizacja produkcji, na którą składa się m.in. (Mazur-Wierzbicka, 2006, s. 84):

- wybór odpowiednich technik wytwarzania (energooszczędnych, materiałoszczędnych, bezodpadowych),
- hermetyzacja procesów produkcyjnych oraz ograniczenie wytwarzanych zanieczyszczeń,
- pozyskiwanie surowców z recyklingu,
- wytwarzanie ekologicznych produktów i opakowań w fazie produkcji, użytkowania, składowania, utylizacji).

W przypadku inwestycji proekologicznych warto zauważyć, że przedsiębiorstwa na polskim rynku mogą skorzystać zarówno z pożyczek, jak i dotacji. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oferuje dofinansowanie takich inwestycji zarówno ze środków krajowych (ochrona i zrównoważone gospodarowanie zasobami wodnymi, racjonalne gospodarowanie odpadami i ochrona powierzchni ziemi, ochrona atmosfery, ochrona różnorodności biologicznej i funkcji ekosystemów), jak i ze środków Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014–2020, czyli programu ukierunkowanego na gospodarkę niskoemisyjną, ochronę środowiska, przeciwdziałanie i adaptację do zmian klimatu, transport i bezpieczeństwo energetyczne.

4. Wybrane korzyści stosowania społecznej odpowiedzialności biznesu w ekologii

Istnieje wiele korzyści z działalności ekologicznie odpowiedzialnej w przedsiębiorstwie. Należy jednak zwrócić uwagę, że ich zakres uzależniony jest od ilości i jakości podejmowanych działań. Ponadto w przypadku CSR korzyści są zazwyczaj widoczne dopiero w dłuższym okresie. Jedną z częściej wymienianych w literaturze i raportach korzyści może być ograniczenie kosztów. W polskim prawie obowiązują tzw. opłaty środowiskowe, które musi uiszczać część podmiotów gospodarczych. Są one wymienione w obwieszczeniu Ministra Środowiska z dnia 8 września 2014 roku w sprawie wysokości stawek opłat za korzystanie ze środowiska na rok 2016. Opłaty ponosi się m.in. za: emisję zanieczyszczeń do powietrza, np. ze spalania paliw przez

środki transportu (samochody służbowe), pobór wód, wprowadzanie ścieków do wód lub ziemi, składowanie odpadów. Przykładowe koszty związane z opłatami środowiskowymi to np. umieszczenie odpadów na składowisku 284,71 zł/Mg, substancje wprowadzone do wód ze ściekami 249,17 zł/kg, gazy lub pyły wprowadzane do powietrza 388,64 zł/kg. Przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne, które dokonuje inwestycji w ekologię, może w istotny sposób zmniejszyć opłaty stanowiące koszt prowadzenia działalności. Firma musi oczywiście czasami ponieść znaczne wydatki związane z instalacją proekologicznych maszyn czy urządzeń, jednakże w dłuższym okresie mogą one przynieść wymierne korzyści, zarówno finansowe, jak i wizerunkowe. Niewątpliwie mniejsze zużycie wody, segregowanie odpadów, kupowanie towarów z certyfikatem (np. Energy Star) i używanie kolektorów słonecznych na dachach sprawi, że portfel firmy będzie bardziej zasobny. Przedsiębiorstwa ekologicznie odpowiedzialne mogą także zachęcać swoich pracowników do wyłączania wszelkich urządzeń elektrycznych w czasie, kiedy z nich nie korzystają, albo nie ma ich w pracy. Takie działania pozwalają zmniejszyć zużycie prądu a także wpłynąć korzystnie na środowisko.

Firma odpowiedzialna ekologicznie zyskuje prestiż w następstwie otrzymania certyfikatów, nagród i znaków ekologicznych, które są synonimem wysokiej jakości, a także podnoszą wartość rynkową zarówno firmy, jak i jej produktów. Przykładem konkursu dla firm CSR jest np. organizowany przez Komisję Europejską *European CSR Award Scheme for Partnerships, Innovation and Impact*. Przedsiębiorstwa CSR są często obecne w różnych mediach czy też rankingach krajowych i międzynarodowych. Sytuacja ta jest bardzo korzystna, gdyż taka obecność jest dla przedsiębiorstwa dodatkową reklamą, za którą nie trzeba płacić. Podmioty, które troszczą się o środowisko naturalne, zwiększają zaufanie i świadomość ekologiczną konsumentów. Pozytywne doświadczenie klientów z firmą i jej produktami sprzyja powstaniu ścisłej relacji między konsumentem a firmą, budując trwałą więź i zaufanie. Przywiązani i usatysfakcjonowani odbiorcy to niewątpliwie jeden z kluczowych czynników sukcesu współczesnego przedsiębiorstwa. Umiejętne kształtowanie relacji z interesariuszami przy pomocy CSR wpływa w istotny sposób na stabilizację prowadzenia działalności gospodarczej.

Dzięki działaniom CSR firma jest lepiej postrzegana także w oczach pracowników, którzy często utożsamiają się z zaangażowaniem organizacji w rozwiązywanie problemów społecznych i ekologicznych. Przedsiębiorstwo może dzięki takim działaniom pozyskać i zatrzymać u siebie najlepiej wykwalifikowanych pracowników (Leoński, 2015, s. 92–102).

Zaangażowanie ekologiczne firmy sprzyja zdobyciu zaufania władz lokalnych oraz wzrostowi zainteresowania inwestorów, a co za tym idzie, ułatwia dostęp do finansowania. Zwłaszcza osoby inwestujące są zainteresowane współpracą z przedsiębiorstwami, które mogą pochwalić się nie tylko dobrymi wynikami finansowymi, ale także przejrzystością działania oraz uczciwym budowaniem własnego wizerunku i pozytywnych relacji z otoczeniem (Słupik, 2014, s. 83). Kolejną zaletą ekologicznej odpowiedzialności jest pozytywny wpływ na kulturę organizacyjną. Dzięki działaniom prospołecznym i proekologicznym można uniknąć kryzysowych sytuacji spowodowanych np. protestami pracowników, organizacji ekologicznych czy lokalnych społeczności, bojkotami konsumenckimi, wypadkami oraz sprawami sądowymi (Wołoszyn, Stawicka, Ratajczak, 2012, s. 28).

Podsumowanie

Wiele przedsiębiorstw coraz częściej dostrzega zalety prowadzenia polityki proekologicznej. Są to korzyści zarówno w wymiarze finansowym, głównie osiągnięte poprzez oszczędności, jak i niefinansowym, dotyczące zazwyczaj kwestii wizerunkowych. Ekologiczna odpowiedzialność staje się istotnym czynnikiem decydującym o odniesieniu sukcesu na współczesnym rynku. Dlatego też podmioty gospodarcze przestają postrzegać jako koszt działalności gospodarczej wydatki ponoszone na cele związane z ochroną środowiska. Wydatki te są inwestycją w lepszą przyszłość przedsiębiorstwa. Aktywność na polu ekologii staje się jednym z elementów sprzyjających promocji w otoczeniu oraz budowie reputacji. Pozwala sprostać rosnącym wymaganiom rynku krajowego i międzynarodowego. Nie bez znaczenia jest także jej wpływ na konkurencyjność.

Literatura

- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (2015). *Encyklopedia CSR*. Pobrane z: <http://odpowiedzialnybiznes.pl/hasla-encyklopedii/ekoznakowanie-eco-labeling/> (11.12.2015).
- Leoński, W. (2015). Koncepcja CSR w polskim sektorze MSP. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 229, 92–102.
- Mazurkiewicz, P. (2004). *Corporate environmental responsibility: Is a common CSR framework possible?* World Bank Working Paper. Pobrane z: <https://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/csrframework.pdf> (10.12.2015).

- Mazur-Wierzbicka, E. (2006). Motywy podejmowania działalności proekologicznej przez przedsiębiorstwa. W: D. Kopycińska (red.), *Zachowania decyzyjne podmiotów gospodarczych*. Szczecin: Printgroup.
- Mazur-Wierzbicka, E. (2012). *CSR w dydaktyce, czyli jak uczyć studentów społecznej odpowiedzialności*. Szczecin: Stowarzyszenie Kreatywni dla Szczecina.
- ISO 26000 (2011). Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna, *Norma ISO 26000*. Pobrano z: http://biznesodpowiedzialny.pl/pliki/normy/discovering_iso_26000PL.pdf (12.12.2015).
- MillwardBrown SMG/KRC dla PARP (2011). *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu*. Warszawa.
- Paliwoda-Matiolańska A. (2014). *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*. Warszawa: C.H. Beck.
- Płoszajski, P. (red.). (2012). *Społeczna odpowiedzialność biznesu w nowej gospodarce*. Warszawa: Wyd. OpenLinks.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 marca 2001 nr 761/2001 dopuszczające dobrowolny udział organizacji w systemie ekozarządzania i audytu we Wspólnocie, Dziennik Urzędowy Wspólnot Europejskich L 114 z dnia 24 kwietnia 2001 r.
- Słupik, S. (2014). Ekologiczna społeczna odpowiedzialność biznesu w strategiach rozwoju firm. *Gospodarka w Praktyce i Teorii*, 4 (37), 77–89.
- Stefańska, M. (2014). Rola społecznej odpowiedzialności w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw handlu detalicznego. Poznań: Wyd. UE.
- Wołoszyn, J., Stawicka, E., Ratajczak, M. (2012). *Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich*. Warszawa: SGGW.

ECOLOGICAL ASPECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Abstract

This article presents main aspects concerning corporate social responsibility and emphasises on ecological subject of the concept. Moreover the article shows chosen instruments of CSR in the area of ecology, for instance: ecolabelling, ecological management, investment in environmental protection. It analyses benefits which can bring ecological and social responsibility for many enterprises.

Translated by Wojciech Leoński

Keywords: corporate social responsibility, strategy, ecology

Kody JEL: M21, M31, M14