

<http://dx.doi.org/10.18778/1429-3730.36.06>

Sylwia Słupik*

EKOLOGICZNA SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU W STRATEGIACH ROZWOJU FIRM

ENVIRONMENTAL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES

Abstract

The purpose of this article is to present the idea of environmental corporate social responsibility and the identification of the key benefits and barriers to the development of ideas ECSR in the strategies of Polish companies with a particular emphasis on companies in Silesian Voivodeship. The main obstacles to running an environmentally and socially responsible business are: ignorance of benefits resulting from CSR and lack of knowledge about how to promote CSR among employees of all levels. Moreover, as a result of a surveys presented, the main barriers to the implementation of environmental strategies and actions in the Silesian province enterprises are capital-intensive investment; low awareness; financial lack of institutional support; legislative conditions and the lack of institutional support for the regional government. However, the idea of ecological and social responsibility consistently implemented by the company can contribute to improving the competitiveness and build a sustainable advantage over business competitors.

Key words: Environmental Corporate Social Responsibility; enterprises, Silesian Voivodeship, Poland.

JEL classification: Q59

Wstęp

W dynamicznie rozwijającej się gospodarce rynkowej od pewnego czasu zaobserwować można rosnące zainteresowanie koncepcją zarządzania biznesem, polegające na świadomym działaniu zorientowanym nie tylko na zysk finansowy i aspekty ekonomiczne, ale także na szeroko rozumiane interesy społeczne

* Dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

i ekologiczne. Organizacja jest bowiem zbiorem przedsięwzięć tych, którzy są wewnątrz i na zewnątrz niej, a jej przetrwanie zależy od stopnia realizacji oczekiwań zainteresowanych grup. Działania przedsiębiorstwa dotyczą nie tylko właścicieli, menedżerów, pracowników i akcjonariuszy, lecz także klientów i inne podmioty, na które instytucja wywiera wpływ bezpośredni i pośredni. Akcentuje się potrzebę odpowiedzialności za wszelkie podejmowane decyzje i przedsięwzięcia odnoszone do różnych osób, placówek i firm. Rosnąca rola aspektu ekologicznego w rozwoju przedsiębiorstwa powoduje, iż coraz częściej uwzględniają one również środowisko jako swego rodzaju interesariusza w realizacji koncepcji Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (*Environmental Corporate Social Responsibility* – ECSR).

Społeczna odpowiedzialność powinna się przejawiać w strategii firmy ukierunkowanej na stałe. Co więcej, należałoby, aby występowała w długotrwałym, a przede wszystkim ofiarnym działaniu na rzecz bliższego i dalszego otoczenia. Odpowiedzialność ekologiczna to pojęcie szerokie i dotyczy w szczególności przestrzegania przepisów ochrony środowiska oraz realizacji działań w obszarze poprawy efektywności biznesowej mierzonej efektem ekologicznym.

Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji ekologicznej społecznej odpowiedzialności biznesu, a także identyfikacja podstawowych korzyści i barier rozwoju idei ECSR w strategiach polskich firm ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw w województwie śląskim. Artykuł opiera się na wynikach badań sondażowych przeprowadzonych w 2013 roku w ramach badań statutowych Katedry Zarządzania Ochroną Środowiska Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, które dotyczyły rozwoju rynku dóbr i usług ekologicznych na badanym obszarze. Badaniem sondażowym w 2013 roku objęto przedsiębiorstwa z listy firm śląskich wystawców na Międzynarodowych Targach Ochrony Środowiska POLEKO oraz przedsiębiorstwa sektora ochrony środowiska dostępne w internetowej bazie Panorama Firm. Łącznie ankieta rozesłana została do ok. 250 podmiotów. Jednakże z relatywnie dużej liczby firm objętych badaniem ok. 20% ankiet zostało zwróconych z adnotacją „adresat nieznanym” lub „zmiana adresu”. Świadczy to o dużej fluktuacji w tym sektorze. Wysyłka ankiet pocztą uzupełniona została kolejno przesłaniem monitów z prośbą o wypełnienie ankiety w wersji elektronicznej. Ponadto, wyniki przeprowadzonych badań zostały porównane z dostępnymi badaniami ogólnopolskimi dotyczącymi standardów społecznej odpowiedzialności biznesu, przeprowadzonymi w 2011 roku przez MillwardBrown SMG/KRC oraz PwC dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości¹.

¹ PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznes. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach*, Warszawa 2011.

Idea ekologicznej i społecznej odpowiedzialności biznesu

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu nie ma jednoznacznej definicji ani w literaturze przedmiotu ani w działalności praktycznej. Najbardziej precyzyjne wyjaśnienie pojęcia CSR przedstawia standard ISO 26000, który traktuje CSR jako odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko poprzez przejrzyste i etyczne zachowania. W tej koncepcji społeczna odpowiedzialność biznesu przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa. Co więcej, uwzględnia oczekiwania interesariuszy. Jest zgodna również z obowiązującym prawem. Wprowadza się ją w całej organizacji i praktykuje w obrębie jej strefy wpływu².

Interpretując pojęcie CSR, należy podkreślić konieczność szerszego formułowania celów przedsiębiorstwa niż tylko w kategoriach interesu ekonomicznego i włączania w działalność biznesową aspektów społecznych, ekologicznych oraz budowania dialogu z interesariuszami. Panuje opinia, że żadna firma nie osiągnie sukcesu w biznesie, jeśli nie będzie odpowiedzialna społecznie. To z kolei jest związane z dążeniem do utrzymania się na rynku i realizowaniem długofalowej strategii rozwoju³.

Na koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu składa się, obok aspektu ekonomicznego i społecznego (etycznego), aspekt ekologiczny, związany z podejmowaniem dobrowolnych działań w odniesieniu do środowiska naturalnego. Koncepcja ekologicznej odpowiedzialności oznacza zespół inicjatyw organizacji mających na celu ograniczenie wpływu przedsiębiorstwa na środowisko naturalne, w szczególności do wykonania produktu z materiałów nieszkodliwych dla środowiska, oszczędności energii, wody, materiałów w procesie produkcji, stosowania recyklingu surowców oraz produktu, wprowadzania ocen środowiskowych czy raportów z działalności środowiskowej.

Biorąc pod uwagę doświadczenia światowe oraz kierunki rozwoju koncepcji zarządzania, można rozszerzyć pojęcie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu o komponent jasno wskazujący na czynnik wyróżniający przedsiębiorstwa, dla których ochrona środowiska jest zagadnieniem kluczowym. W ten sposób można sformułować koncepcję ECSR, która łączy się z następującymi założeniami⁴:

² K. Olejniczak, *Wpływ wybranych czynników ekologicznego aspektu CSR na przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw działających na terenie województwa śląskiego*, „Rocznik Ochrona Środowiska” 2013, t. 15, s. 2841–2849.

³ A. Lewicka-Strzałecka, *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, IFiS PAN, Warszawa 2006; M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.

⁴ A. Jabłoński, M. Jabłoński, A. Primus, M. Spytkowska, *Ekologiczna, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu. Raport przedsiębiorstw i gmin odpowiedzialnych ekologicznie*, Europejskie Forum Odpowiedzialności Ekologicznej, Katowice 2010, s. 9; A. Chodyński, A. Jabłoński, M. Jabłoński, *Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) – koncepcja strategiczna budowy wartości firmy oparta na kryteriach ekologicznych*, „Przegląd Organizacji” 2008, nr 3, s. 31.

1. ECSR stanowi koncepcję zwiększenia wartości przedsiębiorstwa poprzez dynamikę wykorzystania kryteriów ekologicznych dla spełnienia potrzeb akcjonariuszy i innych interesariuszy;

2. ECSR to platforma do budowy efektywnego modelu biznesowego oparte-
go na kryteriach ekologicznych;

3. ECSR stanowi źródło kreowania innowacji ekologicznej na potrzeby dłu-
gotrwałego rozwoju i wzrostu przedsiębiorstwa;

4. ECSR kreuje działania połączone z dążeniem do równowagi potrzeb biz-
nesowych między akcjonariuszami a interesariuszami, gdzie platforma dialogu
związana jest z traktowaniem ochrony środowiska jako kluczowego czynnika
sukcesu, rozpatrywania procesów krytycznych w odniesieniu do ich ekologizacji
oraz rozwoju bioekologiczności produktów;

5. ECSR stanowi źródło skutecznego wykorzystania kombinacji zasobów
materialnych oraz niematerialnych czynników funkcjonowania firmy w kontek-
ście przyjętych kryteriów ekologicznych (proekologiczne surowce, proekolo-
giczne maszyny, urządzenia i inne zasoby rzeczowe firmy, wiedza ekologiczna,
kompetencje ekologiczne);

6. ECSR to łącznik pomiędzy otoczeniem wewnętrznym a otoczeniem ze-
wnętrznym (porównanie czynników makrootoczenia, np. czynniki regulacyjne,
prawne i polityczne w odniesieniu do wnętrza firmy oddziałującego na środowi-
sko naturalne);

7. ECSR jest gwarantem skutecznego raportowania standardów postępo-
wania dla interesariuszy w odniesieniu do wewnętrznego funkcjonowania firmy
(prawa człowieka i przyrody, pracy i technologii, środowiska pracy i środowiska
naturalnego, ochrony zdrowia i ochrony środowiska naturalnego itp.);

8. ECSR stanowi platformę skutecznego wykorzystania kapitału intelektual-
nego firmy (relacyjnego, organizacyjnego, innowacyjnego i ludzkiego) w aspek-
cie zwiększenia kapitału społecznego pomiędzy wszystkimi interesariuszami;

9. ECSR to źródło obniżenia ryzyka biznesowego firmy (poprawa zdolności
kredytowej, poprawa wiarygodności biznesowej, obniżenie ryzyka procesowego
strategicznych zasobów firmy).

Podejście ECSR oznacza zarówno przestrzeganie zasad z zakresu praw czło-
wieka, standardów pracy, ochrony środowiska naturalnego, przeciwdziałanie ko-
rupcji, jak i dobrowolne prowadzenie działań społecznie użytecznych. Na gruncie
europejskim tę koncepcję określa się jako dobrowolne uwzględnienie przez firmę
aspektów społecznych i ekologicznych podczas prowadzenia działań handlowych
i kontaktów z interesariuszami. Zatem społeczna odpowiedzialność jest elemen-
tem budowania długofalowej strategii rozwoju firmy, uzasadniona obowiązkiem
moralnym, zrównoważonym rozwojem, przyzwoleniem na prowadzenie działa-
łości i reputacją firmy⁵.

⁵ M. Porter, M. Kramer, *Strategia a społeczeństwo: społeczna odpowiedzialność biznesu-po-
żyteczna moda czy nowy element strategii konkurencyjnej?*, "Harvard Business Review" 2007, no. 6.

Wychodząc naprzeciw społecznym oczekiwaniom, przedsiębiorstwa podejmują różne działania, najczęściej są to przedsięwzięcia charytatywne. To zarazem część społecznej odpowiedzialności firmy, jak i widoczny przejaw jej społecznie zaangażowania. Jednakże działalność charytatywna nie jest łączona z celami przedsiębiorstwa i uwzględniana w jej strategii. Dlatego też jej zasięg staje się ograniczony, gdyż nie wiąże ona interesów firmy z potrzebami społecznymi.

Podstawowym problemem stosowania koncepcji ECSR jest brak wpisywania się kwestii ekologicznych w utarte wzorce zarządzania strategicznego przedsiębiorstw. Sprawy te są traktowane jako zagadnienie pozabiznesowe, czyli zewnętrzne lub dodatkowe. Stąd pomimo dostrzegania ich wagi, przedsiębiorstwa oczekują, iż ich rozwiązaniem będą zajmować się politycy i przedstawiciele administracji państwowej. Koszty zaś powinni ponosić klienci, społeczności lokalne i partnerzy biznesowi. Niestety, przy takim podejściu nadal głównym mechanizmem regulacji sposobu wpływu na środowisko jest, i będzie, legislacja o charakterze nakazowo-kontrolnym, która odpowiada poziomowi świadomości ekologicznej i woli politycznej oraz zobowiązaniom zagranicznym. Przy czym niełatwo można sprostać jej wymaganiom, zwłaszcza inwestycyjnym, a swoboda wyboru sposobu dostosowania z reguły stanowi pewnego rodzaju ograniczenie. Coraz częstsze są również zachowania proaktywne, jednakże ich skuteczność zależy od współpracy różnorodnych podmiotów. Kooperacja ta może rozwijać się w układzie regionalnym (np. w klastrach) lub w układzie zintegrowanych łańcuchów wartości, choć nie są to, niestety, działania wystarczające do odwrócenia negatywnych trendów globalnych⁶.

Korzyści i bariery rozwoju Ekologicznej CSR

Społeczna i ekologiczna odpowiedzialność przedsiębiorstw stanowi w Polsce inicjatywę stosunkowo mało znaną. Co więcej, nie jest jeszcze głęboko zakorzeniona w świadomości polskich przedsiębiorców, szczególnie w sferze MSP oraz społecznościach lokalnych. Profesjonalne narzędzia ECSR, kodeks etyczny, raportowanie społeczne, audyty i certyfikacja są wykorzystywane głównie przez duże przedsiębiorstwa. Jednakże coraz więcej firm rozumie tę koncepcję i podejmuje się działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Z badań⁷ wynika, że polskie przedsiębiorstwa zaczęły upatrywać sukcesu w takich czynnikach działalności, jak: dostosowywanie się do zmian, jakość obsługi klienta, siła marki i reputacji, innowacje, znajomość klientów i rynku, zarządzanie łańcuchem dostaw, zarządzanie talentami, czyli kwestii pozostających w obszarze szeroko rozumianej

⁶ G. Leśniak-Lebkowska, *Strategie przedsiębiorstw a środowisko naturalne*, [w:] M. Kaleta, K. Moszkowicz, *Zarządzanie strategiczne w badaniach teoretycznych i w praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008, s. 196.

⁷ PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów...*

koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Starają się też odbudować zaufanie społeczne konieczne do sprawnego funkcjonowania. Ponadto zarządzający przekonali się, że ECSR może stworzyć nie tylko niematerialną część wartości firmy, ale także przynosić realne korzyści materialne⁸.

W literaturze przedmiotu przeważają poglądy, iż proekologiczne nastawienie przedsiębiorstw, związane z ich odpowiedzialnością ekologiczną, wpływa pozytywnie na ich pozycję konkurencyjną⁹. Przedsiębiorcy dostrzegają kryteria ekologiczne prowadzenia działalności jako platformę do osiągnięcia sukcesu na rynku. Warunki te ukierunkowane są na realizację celów ekologicznych, która jest wynikiem świadomości i wrażliwości ekologicznej zarządzających przedsiębiorstwami. Funkcjonowanie strategii ECSR staje się w tym przypadku czynnikiem wyróżniającym firmę na konkurencyjnym rynku. Kryteria ekologiczne mogą być również kreowane przez społeczność lokalną i inne grupy nacisku, które oczekują od przedsiębiorstwa etycznych zachowań na rzecz środowiska naturalnego. Zatem są one źródłem budowy strategii firmy. Oznacza to, że społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi obszar rozwoju proekologicznych zachowań strategicznych firmy¹⁰.

Odpowiedzialność ekologiczna przedsiębiorstwa może przyczyniać się do kreowania nowych przedsięwzięć handlowych i poprawy relacji z interesariuszami. Zaangażowanie ekologiczne firmy ułatwia pozyskanie przychylności społeczności lokalnych i zdobycie zaufania władz lokalnych oraz wzrost zainteresowania inwestorów, a co za tym idzie, toruje 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.

Pozytywny wpływ ECSR można oceniać również przez pryzmat nie tylko efektów w zakresie finansów, ale także benefitów pozafinansowych, które związane są ze stworzeniem obrazu i reputacji organizacji, wzrostem motywacji pracowników. Łączy się to także z poprawą wizerunku marki. Konsumenci, którzy są coraz bardziej świadomi różnych zagrożeń oraz wrażliwi na wszelkie przejawy zachowań nieetycznych, poza dobrą ceną i jakością, oczekują także, aby produkty i usługi były możliwie ekologiczne, wzbudzały pozytywne skojarzenia, a w procesie ich wytworzenia przestrzegano zasad społecznej odpowiedzialności. Przedsiębiorstwa wykazujące proaktywność ekologiczną w obrębie społecznej odpowiedzialności czerpią korzyści poprzez zwiększenie sprzedaży wśród klien-

⁸ J. Wołoszyn, E. Stawicka, M. Ratajczak, *Spoleczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012, s. 31–33.

⁹ A. Chodyński, *Odpowiedzialność ekologiczna w proaktywnym rozwoju przedsiębiorstw*, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne – Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2011.

¹⁰ A. Jabłoński, M. Jabłoński, A. Primus, M. Spytowska, *op. cit.* s. 11.

tów, którzy doceniają postawy i zachowania dotyczące ochrony środowiska, dając wzrost przychodów. Interesanci i konsumenci doceniają firmy odpowiedzialne społecznie. Co więcej, są bardziej lojalni wobec odpowiedzialnej marki, ufają jej. Inni klienci również łatwiej chcą zaufać przedsiębiorstwu odpowiedzialnym za jakość, ochronę środowiska, BHP itd., niż tym, którzy nie działają na rzecz stanu natury. Dlatego też chętniej nawiązują z nimi współpracę¹¹.

Kolejną korzyścią wynikającą z postępowania w zgodzie z ideą ECSR jest poprawa jakości i wzrost innowacyjności (w tym innowacyjności ekologicznej). Wyższa jakość ekologiczna oferowanych produktów, przy utrzymaniu atrakcyjnej ceny dla konsumenta, może przyczynić się do zwiększenia poziomu sprzedaży wśród świadomych konsumentów i interesariuszy. Nierzadko implementacja dobrych praktyk środowiskowych prowadzi do obniżenia ryzyka środowiskowego związanego z ewentualnymi zagrożeniami ekologicznymi. Ponadto kierowanie się zasadami zrównoważonego biznesu to także lepsze wykorzystanie zasobów. Ograniczenie energo- i materiałochłonności produkcji oraz usług, zmniejszenie kosztów zużycia energii i materiałów, wody, wywozu odpadów itp. zwiększa rentowność działalności firmy¹².

Stosując zasady ekologicznej i społecznej odpowiedzialności biznesu, przedsiębiorstwo poprawia również swoją kulturę organizacyjną. Podnoszone są bowiem standardy postępowania względem pracowników, klientów, kontrahentów itp., co zabezpiecza przed kosztami złego partnerstwa. Pozytywnym skutkiem stało się zmniejszenie starć, oporów i konfliktów, a także poprawa efektywności pracy. Kolejnym, bardzo ważnym czynnikiem jest ograniczenie ryzyka działalności poprzez wystrzeganie się wszelkich konfliktów lub innych czynności mogących mieć szkodliwy wpływ na interesariuszy. W momencie gdy już zaistnieje jakikolwiek konflikt, rozwiązuje się go na zasadzie dialogu umożliwiającego dochodzenie do porozumienia. Pozwala to uniknąć kryzysowych sytuacji spowodowanych m.in. protestami pracowników, organizacji ekologicznych czy lokalnych społeczności, bojkotami konsumenckimi, wypadkami oraz sprawami sądowymi¹³.

W 2011 roku zostało przeprowadzone przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości badanie pt. *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu*. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach¹⁴ wskazuje, że bez względu na fakt realizowania bądź nierealizowania działań społecznie odpowiedzialnych większość polskich firm dostrzega korzyści z realizacji ECSR. Wśród 60%

¹¹ J. Wołoszyn, E. Stawicka, M. Ratajczak, *Społeczna odpowiedzialność*, s. 26–27; O. Seroka-Stolka, *Ekologiczna i społeczna odpowiedzialność biznesu w opinii przedsiębiorstw regionu częstochowskiego*, „Journal of Ecology and Health” 2012, no. 16 (3), p. 121.

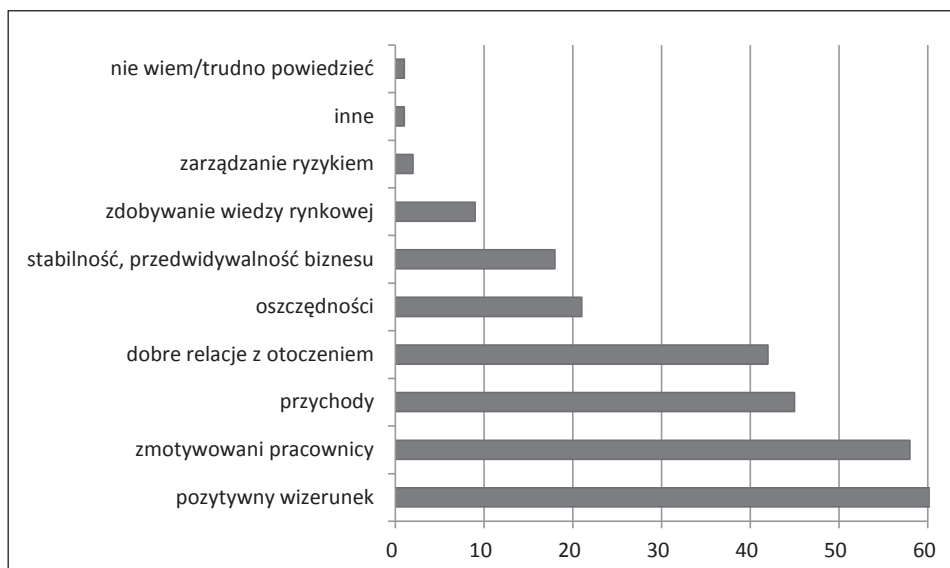
¹² J. Wołoszyn, E. Stawicka, M. Ratajczak, *Społeczna odpowiedzialność...*, s. 26–27.

¹³ *Ibidem*, s. 28.

¹⁴ PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów...*

respondentów widzących pożytek z zastosowania tej idei, aż 79% poleceń pochodzi z firm zlokalizowanych w centralnej części kraju. Przedsiębiorstwa zatrudniające ponad 250 pracowników charakteryzują się 76% wskazań ogółem, działające na rynku zagranicznym – 74% i działające od ponad 15 lat – 70%. W zdecydowanie mniejszym stopniu niż pozostałe firmy korzyści dostrzegają przedstawiciele firm zlokalizowanych na wschodzie państwa – 57% wskazań oraz firm mikro – 58%. W co czwartym przedsiębiorstwie nie zauważa się żadnych korzyści związanych ze stosowaniem zasad CSR w działaniach biznesowych¹⁵.

Zdecydowanie najczęściej wymienianą korzyścią płynącą z wdrażania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, wskazywaną przez respondentów w badaniu, jest poprawa wizerunku firmy. Trzy czwarte przedstawiciele firm uznaje tę zasługę, a 58% uczestników dostrzega również benefity z realizacji społecznej odpowiedzialności biznesu w zwiększaniu motywacji zatrudnionych. Ponadto korzyści w postaci generowania przychodów i pożytek polegający na utrzymywaniu dobrych relacji z otoczeniem to kolejne wskazania respondentów badania (zob. wykres 1). Pozytywny wizerunek i zmotywowani pracownicy to dwie korzyści wynikające ze stosowania ECSR, które są wybierane przez wszystkie firmy, bez względu na wielkość, branżę, obszar działalności czy długość funkcjonowania.



Wykres 1. Najczęściej dostrzegane korzyści związane ze stosowaniem zasad CSR (w %)

Źródło: PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów...*, s. 79.

¹⁵ *Ibidem*.

Analizując wyniki badań można stwierdzić, iż większość przedsiębiorstw traktuje koncepcję ECSR jako narzędzie służące do budowania marki i reputacji firmy, a także poprawy kultury organizacyjnej. W podejściu respondentów brakuje większego zaangażowania w problemy ekologiczne. Badane podmioty preferują korzyści wewnętrzne wynikające z zastosowania zasad ESCR. Ponadto deklarują również chęć inwestowania w rozwiązania technologiczne lub organizacyjne sprzyjające ochronie środowiska.

W przeprowadzonym w 2013 roku badaniu sondażowym spytano o narzędzia ECSR stosowane w przedsiębiorstwie związane z ochroną środowiska. Respondenci w województwie śląskim wskazywali fakt posiadania certyfikatów zarządzania środowiskowego czy też stosowanie ekoznaków. Wśród badanych firm 33% spośród nich posiadało certyfikat norm ISO 9000. Z kolei 19% przedsiębiorstw udokumentowało, iż posiada certyfikat zgodności z PN, 9% respondentów wykazało się posiadaniem świadectwa Czystej Produkcji oraz Śląskiej Nagrody Jakości, a także norm ISO 14000. Pozostałe dokumenty certyfikacyjne posiadane przez śląskie firmy to wdrożony system zarządzania środowiskiem zgodny z EMAS, normą ISO 50001, SA 8000, PN-N 18001 oraz ekoznaki Lidera Polskiej Ekologii i EKOLAUR.

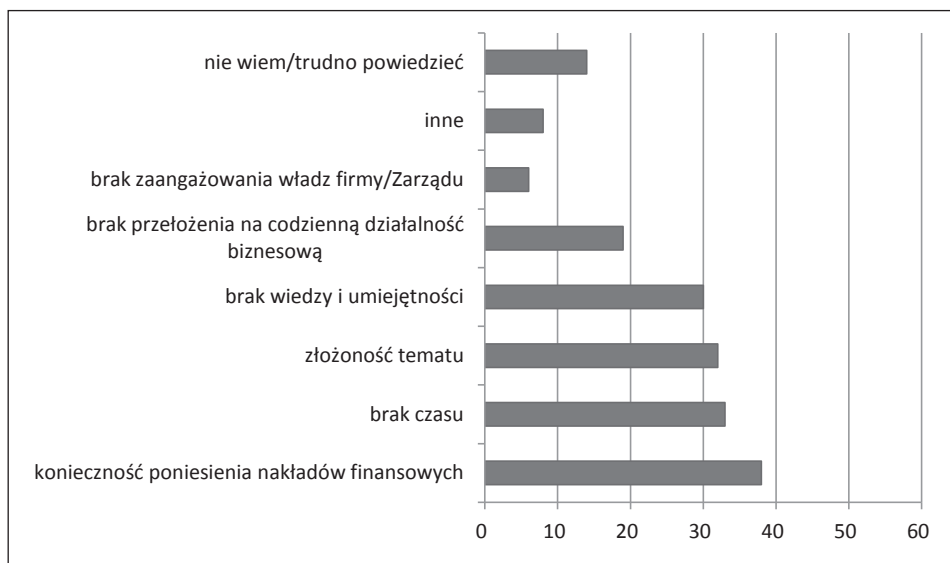
Głównymi korzyściami, jakie wynikają z posiadania przez przedsiębiorstwa znajdujące się na Śląsku certyfikatów zarządzania środowiskowego, które zostały wskazane w badaniu przez respondentów były: prestiż firmy, ułatwienia w nawiązywaniu kontaktów z kontrahentami, oszczędność czasu przy kontroli m.in. podzespołów, wyrobów itp.

W warunkach współczesnej gospodarki rynkowej firmy są zmuszone do poszukiwań i wdrażania rozwiązań innowacyjnych, a co za tym idzie – powinny rozwijać działalność badawczo-rozwojową. Nowoczesne, ciekawe pomysły stanowią jeden z istotniejszych czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa. Stąd wysoka skłonność firm do innowacji świadczy o ich dążeniu do sprostania warunkom konkurencji. To również ma służyć poprawie owej konkurencyjności. Ważne miejsce zajmuje tutaj konkurowanie w zakresie ekologii, które rozumiane jest jako właściwość określająca zdolność dostosowania się przedsiębiorstwa do warunków rynkowych związanych z proekologicznymi zachowaniami innych podmiotów (producentów i konsumentów) oraz zdolność do konkurowania i osiągnięcia korzyści z podejmowanych działań na rzecz środowiska przyrodniczego.

Wśród badanych przedsiębiorstw woj. śląskiego, które nie posiadały certyfikacji norm ISO 14000, tylko 17% respondentów wskazało chęć i zamiar wdrożenia tego typu zasad. Natomiast pozostałe przedsiębiorstwa zaznaczyły, iż nie są zainteresowane implementacją tego rodzaju działań. Wśród powodów rezygnacji z możliwego w przyszłości bądź planowanego wykorzystania tych norm firm wyszczególniły na pierwszym miejscu brak potrzeby (45%). Następnie wskazano na niewystępowanie zainteresowania ze strony kontrahentów (25%), co mogłoby

wymusić na przedsiębiorstwie wdrożenie zasad. Kolejno były to zbyt duże koszty, jakie musiałaby ponieść firma, chcąc wdrożyć normy (20%) i w końcu brak korzyści organizacyjnych dla badanego przedsiębiorstwa (10%).

Istnieją również pewne zagrożenia dla przestrzegania zasad odpowiedzialności ekologicznej jako jednego z czynników Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Wynika to z faktu, iż menadżerowie postrzegają tego typu działania jako niezwiązane bezpośrednio z celem, dla którego powołane zostało przedsiębiorstwo. W związku z tym ich podejmowanie przedsięwzięć uważają za nieodpowiedzialne, oznaczające przeznaczenie środków inwestorów na inną działalność, generującą jedynie dodatkowe koszty dla firmy. Równocześnie wymaganie od przedsiębiorców tego rodzaju aktywności może być traktowane jako dodatkowe opodatkowanie organizacji.



Wykres 2. Najczęściej dostrzegane problemy związane ze stosowaniem zasad CSR

Źródło: PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów...*, s. 80.

Przytoczone badania ogólnopolskie¹⁶ wskazują, iż głównymi przeszkodami w prowadzeniu biznesu odpowiedzialnego społecznie są problemy finansowe, a także słaba świadomość na temat korzyści płynących z ECSR i narzędzi, które można stosować wśród pracowników wszystkich szczebli wewnątrz firm. Istotną trudnością okazała się konieczność poniesienia dodatkowych nakładów finansowych na tego typu działania. Aż 38% uczestników badania reprezentujących firmy działające w Polsce dostrzega problem związany z finansami w związku

¹⁶ PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów...*

z realizacją zasad Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Ponadto respondenci wskazywali na brak zaangażowania kadry kierowniczej w realizację ECSR. Wykazali, że budżet przedsiębiorstwa jest niewystarczający, aby przeznaczyć środki na działania zmierzające do poprawy stanu środowiska. Z badania wynika, że 30% firm odznacza się brakiem wiedzy i umiejętności realizacji działań społecznie odpowiedzialnych. Co piąta firma nie dostrzega przełożenia przedsięwzięć CSR na codzienne funkcjonowanie firmy (wykres 2). Również około jedna trzecia badanych wskazywała na następujące bariery wprowadzania idei ECSR: skupienie się firm na sprawach doraźnych i realizowanie strategii krótkoterminowych, a także przekonanie o braku związku między działaniami z obszaru biznesu odpowiedzialnego społecznie a sukcesem rynkowym firmy.

Przeprowadzone w województwie śląskim w 2013 roku wstępne badania sondażowe wskazały, iż co trzeci z badanych podmiotów postrzega politykę fiskalną jako istotną barierę wprowadzania proekologicznych zachowań w działalności firmy. Jak wynika z przeprowadzonej ankiety, głównymi trudnościami w wdrażaniu strategii w zakresie ekologii i działań w przedsiębiorstwach województwa są: kapitałochłonność nakładów inwestycyjnych; niska świadomość ekologiczna, brak finansowego wsparcia instytucjonalnego, uwarunkowania legislacyjne oraz nieotrzymanie wsparcia instytucjonalnego władz regionalnych.

Struktura motywacji niepodejmowania działań proekologicznych przedsiębiorstw woj. śląskiego pokrywa się z ogólną tendencją krajową. Respondenci najczęściej wskazują na brak środków finansowych na inwestycje prośrodowiskowe. Wśród odpowiedzi pojawiła się również niska świadomość ekologiczna. Ponadto zostało podkreślone, że wpływ ma na to brak właściwej wiedzy, informacji, doradztwa. Firmy, które dotychczas nie wdrażały rozwiązań prośrodowiskowych, mogłyby dokonać tego typu zmian, gdyby zniesione zostały różnego rodzaju bariery. Kluczową kwestią stają się działania uświadamiające, które wpłynęłyby na modyfikację postawy kadry zarządzającej/właścicieli względem ochrony środowiska i odpowiedzialności przedsiębiorstw za otoczenie przyrodnicze.

Podsumowanie i wnioski

Problematyka środowiska naturalnego coraz częściej akcentowana jest zarówno w teorii, jak i praktyce zarządzania. Przyczyniła się do tego zmiana świadomości co do wpływu przedsiębiorstwa na naturę. Dynamicznie zachodzące przekształcenia w otoczeniu, nasilające się procesy globalizacji, a także rosnące wymagania społeczne i ekologiczne powodują coraz większe i częstsze zaangażowanie się firm w działalność proekologiczną. Wynikiem tego typu działań jest eksponowanie Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Wyzwania bowiem, które stanęły przed firmami, takie jak: zapewnienie ludziom akceptowalnego poziomu, jakości i godności życia przy jednoczesnym

poszanowaniu zasobów środowiska przyrodniczego, wymagają połączenia tradycyjnego zarządzania z zarządzaniem środowiskowym.

Z przeprowadzonych badań wyłania się obraz śląskich przedsiębiorstw, w których utrwała się świadomość ekologiczna wyrażana przekonaniem o konieczności stosowania polityki ochrony zasobów naturalnych (energii i surowców) oraz wprowadzania do strategii zarządzania przedsiębiorstwem aspektów ekologicznych.

Korzyści, jakie mogą wynikać z tego typu podejścia, przyczyniają się do poprawy wizerunku przedsiębiorstwa. Co więcej, mogą być doskonałym fundamentem do redukcji kosztów, implementowania innowacji, jak również w znaczącym stopniu oddziaływać na całe otoczenie. Skutecznie i rozsądnie wdrażana koncepcja Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Biznesu w długim okresie czasu będzie warunkować również pozycję konkurencyjną podmiotu gospodarczego. Ponadto ważnym argumentem wprowadzania idei ECSR do strategii rozwoju firm jest satysfakcja płynąca ze świadomości prowadzenia działalności uwzględniającej oczekiwania otoczenia zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego.

Bibliografia

- Chodyński A., *Odpowiedzialność ekologiczna w proaktywnym rozwoju przedsiębiorstw*, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne – Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2011.
- Chodyński A., Jabłoński A., Jabłoński M., *Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) – koncepcja strategiczna budowy wartości firmy oparta na kryteriach ekologicznych*, „Przeгляд Organizacji” 2008, nr 3.
- Jabłoński A., Jabłoński M., Primus A., Spytowska M., *Ekologiczna, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu. Raport przedsiębiorstw i gmin odpowiedzialnych ekologicznie*, Europejskie Forum Odpowiedzialności Ekologicznej, Katowice 2010.
- Leśniak-Lebkowska G., *Strategie przedsiębiorstw a środowisko naturalne*, [w:] M. Kaleta, K. Moszkowicz, *Zarządzanie strategiczne w badaniach teoretycznych i w praktyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2008.
- Lewicka-Strzałecka A., *Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym*, IFiS PAN, Warszawa 2006.
- Olejniczak K., *Wpływ wybranych czynników ekologicznego aspektu CSR na przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw działających na terenie województwa śląskiego*, „Rocznik Ochrona Środowiska”, t. 15, 2013.
- PARP, *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznes. Zestaw wskaźników społecznej odpowiedzialności w mikro, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstwach*, Warszawa 2011.
- Porter M., Kramer M., *Strategia a społeczeństwo: społeczna odpowiedzialność biznesu – pożyteczna moda czy nowy element strategii konkurencyjnej?*, „Harvard Business Review” 2007, no. 6.
- Rybak M., *Etyka menedżera-społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Seroka-Stolka O., *Ekologiczna i społeczna odpowiedzialność biznesu w opinii przedsiębiorstw regionu częstochowskiego*, „Journal of Ecology and Health” 2012, no. 16 (3).
- Wołoszyn J., Stawicka E., Ratajczak M., *Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2012.

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, a także identyfikacja podstawowych korzyści i barier rozwoju idei ECSR w strategiach polskich firm, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw w województwie śląskim. Do głównych przeszkód w prowadzeniu przedsięwzięć na rzecz ekologii oraz oddziałujących społecznie należy przede wszystkim brak świadomości na temat korzyści płynących z CSR i narzędzi, które można stosować wśród pracowników wszystkich szczebli wewnątrz firm. Ponadto, jak wynika z przeprowadzonych badań, głównymi barierami wdrażania proekologicznych strategii i działań w przedsiębiorstwach województwa śląskiego są kapitałochłonność nakładów inwestycyjnych, niska świadomość ekologiczna. To także brak finansowego wsparcia instytucjonalnego, jak również uwarunkowania legislacyjne oraz niewystępowanie wsparcia instytucjonalnego władz regionalnych. Jednakże koncepcja ekologicznej i społecznej odpowiedzialności konsekwentnie realizowana przez przedsiębiorstwa może przyczynić się do poprawy konkurencyjności i budowania trwałej przewagi nad konkurentami.

Słowa kluczowe: Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu, przedsiębiorstwa, województwo śląskie, Polska.

Numer klasyfikacji JEL: Q59