

Marcin Ratajczak, Ewa Stawicka, Jan Wołoszyn

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

ODPOWIEDZIALNY BIZNES (CSR) W ASPEKTCIE ŚRODOWISKA NATURALNEGO NA PRZYKŁADZIE MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW AGROBIZNESU Z WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO¹

RESPONSIBLE BUSINESS (CSR) IN THE CONTEXT OF THE ENVIRONMENT: THE EXAMPLE OF SMALL AND MEDIUM AGRIBUSINESS COMPANIES IN MAZOWIECKIE VOIVODESHIP

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, CSR, gospodarka, środowisko, agrobiznes
Key words: corporate social responsibility, CSR, economy, environment, agribusiness

Abstrakt. Celem artykułu było ukazanie specyfiki CSR w środowisku, określenie zakresu polityki środowiskowej w badanych przedsiębiorstwach agrobiznesu oraz identyfikacja obszarów wpływu na środowisko naturalne przedsiębiorstw. Badania zostały przeprowadzone w 2011 r. za pomocą kwestionariusza ankiety i obejmowały 137 przedsiębiorstw agrobiznesu. Zaprezentowane w tym opracowaniu wyniki badań, dotyczące dbałości o środowisko naturalne przez małe i średnie przedsiębiorstwa agrobiznesu w województwie mazowieckim, nie są optymistyczne. Praktyki w zakresie ochrony środowiska wdrażane są w bardzo małym zakresie i sporadycznie.

Wstęp

Troska o środowisko naturalne to nie tylko zadania dla ekologów. Obecny stan środowiska naturalnego to wyznacznik jakości życia. Zważywszy fakt kurczenia się zasobów naturalnych, z których część nie odnawia się, zachodzi uzasadniona obawa, że przy wyniszczającej eksploatacji może ich zabraknąć nie tylko dla obecnego pokolenia, a przede wszystkim dla przyszłych pokoleń. Ponadto, na dobrostan ludzi ma wpływ uprzemysłowienie, a zwłaszcza związane z nim zatrucie środowiska naturalnego.

Celem badania było ukazanie specyfiki *Corporate Social Responsibility* (CSR), określenie zakresu polityki środowiskowej w badanych przedsiębiorstwach agrobiznesu oraz identyfikacja obszarów wpływu na środowisko naturalne badanych przedsiębiorstw.

Ogólne założenia społecznej odpowiedzialności w zakresie ekologii

Bez dbałości o stan środowiska naturalnego nie może więc być mowy o odpowiedzialnym biznesie. Ustawa *Prawo ochrony środowiska* (Dz.U. 2001 r., Nr 62, Poz. 627). Wyznacza podstawowe obowiązki przedsiębiorstw względem środowiska. Przedsiębiorstwa są zobowiązane do:

- wykorzystywania technologii spełniających normy ochrony środowiska,
- zagwarantowania bezpieczeństwa produktów,
- występowania o pozwolenia, które są wymagane prawem,
- monitorowania zanieczyszczeń i udostępniania informacji na ten temat,
- rekompensowania szkód w środowisku, powstałych w skutek prowadzonej działalności,
- sporządzania raportów o oddziaływaniu przedsięwzięć na środowisko,
- opracowania przeglądu ekologicznego, jeśli taki obowiązek nakłada administracja,
- regulowania opłat za korzystanie z zasobów środowiska.

Od pewnego czasu obserwujemy wzmożone zainteresowanie przedsiębiorców zagadnieniami ekologii. Zainteresowanie to ma źródło nie tylko w obowiązku wynikającym z powyższej ustawy, ale także we wzroście świadomości, iż dalsza dewastacja środowiska naturalnego oraz brak ochrony zasobów naturalnych nie pozwalają ludziom zaspokajać swoich obecnych potrzeb bytowych, a także zagrażają prawom przyszłych pokoleń do spełnienia swoich potrzeb. Świadomość ekologiczna to także uzmysłowienie sobie, że ludzkość to element przyrody, dlatego należy się jej szacunek.

¹ Praca naukowa finansowana ze środków na naukę w latach 2010-2012 jako projekt badawczy nr N N114 165638.

- Według Skolimowskiego [1993], można wyodrębnić następujące rodzaje świadomości ekologicznej:
- holistyczną – zakłada postrzeganie świata jako całości o cechach charakterystycznych dla ludzkiego organizmu;
 - jakościową – dostrzeganie cech jakościowych w całym świecie;
 - duchową – jest to świadomość funkcjonująca w psychice ludzkiej;
 - referencyjną – wyróżnia się czcią i uznaniem dla wszystkich istnień;
 - ewolucyjną – stawia sobie za cel ukierunkowanie procesów w przyrodzie w stronę bogactwa życia i jego różnorodności;
 - uczestniczącą – postrzega człowieka jako uczestnika wszelkich procesów zachodzących w świecie, a nie tylko ich obserwatora.

Wymienione rodzaje świadomości wzajemnie się uzupełniają, tworząc pełny obraz całości, na której kształt i intensywność wpływają: wiedza, poglądy, przeżycia, opinie, postawy i wzory zachowań. Poziom świadomości ekologicznej społeczeństwa, w tym także przedsiębiorców, jest zróżnicowany, od niskiego do bardzo wysokiego. Wzrost poczucia potrzeby dbania o środowisko naturalne spowodował, że ekologia jest jednym z ważniejszych kryteriów społecznej odpowiedzialności biznesu. Przedsiębiorstwa angażują się więc w opracowywanie produktów i systemów oszczędnie wykorzystujących zasoby naturalne oraz wdrażają technologie ograniczające emisję CO₂ oraz szkodliwych dla zdrowia zanieczyszczeń.

Coraz częstszym działaniem systemowym jest wdrażanie standardów i wytycznych zarządzania środowiskowego na poszczególnych etapach cyklu życia produktu, od jego wytworzenia, przez użytkowanie, aż po ewentualną utylizację i recykling. Są to zarówno formalne standardy, jak i nieformalne. Oficjalne standardy są certyfikowane na zgodność z pierwszą normą ISO 14001 opublikowaną w 1996 r. lub jej drugim wydaniem (2004 r.) w Systemie Ekozarządzania i Audytu EMAS (ang. *Eco Management and Audit Scheme*), będącym instrumentem, wprowadzonym rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej. Do zadań EMAS należy przeciwdziałanie, zmniejszenie i eliminacja zanieczyszczeń, racjonalne zarządzanie zasobami naturalnymi i stosowanie czystej technologii. Jest ona normą dobrowolną, ukierunkowaną na [Paliwoda-Matiolańska 2009]:

- aktywizację pracodawców i pracowników, aby identyfikowali i eliminowali niezgodności z wewnętrznymi oraz zewnętrznymi wymaganiami,
- podniesienie skuteczności systemu zarządzania środowiskowego; poszukiwanie możliwości ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko,
- szkolenie personelu, aby zwiększyć ich skuteczność pozytywnego oddziaływania na środowisko.

Z kolei nieformalne standardy to np. program Czystsza Produkcja i program Odpowiedzialność i Troška. Efektem przyjęcia standardów zarządzania środowiskowego jest poprawa wizerunku organizacji, zwłaszcza w oczach klienta, szczególnie korporacyjnego, a także uporządkowany zakres odpowiedzialności i uprawnień oraz procedur wewnątrz przedsiębiorstwa [Gasiński, Piskalski 2008].

Środowisko przyrodnicze ma też swoje miejsce w normie ISO 26000, gdzie analizowane jest pod kątem działań związanych m.in. z [www.iso.org/sr]:

- ograniczeniem emisji zanieczyszczeń i adaptacją nowych rozwiązań technologicznych,
- ochroną i naprawą szkód w środowisku,
- identyfikowaniem źródeł zanieczyszczeń i odpadów,
- ograniczenia zużycia energii, wody, surowców,
- wykorzystywanie niskoemisyjnych technologii oraz odnawialnych źródeł energii,
- racjonalnego gospodarowania zasobami (woda, surowce, paliwa),
- utylizacji odpadów, efektywnego wykorzystania i odzyskiwania surowców,
- ograniczenia negatywnych skutków zmian klimatu.

Ochrona środowiska to dla przedsiębiorstw nie tylko zbędny koszt, zmniejszający ich rentowność, ale również czynnik wpływający na atrakcyjność ich wyrobów i świadczonych usług. Zarządzanie środowiskiem stało się zatem ważnym narzędziem zarządzania przedsiębiorstwem.

Material i metodyka badań

Badania zostały przeprowadzone w 2011 r. za pomocą kwestionariusza ankiety i obejmowały 137 mikro (0-9 osób), małych (10-49 pracowników) oraz średnich (50-249) przedsiębiorstw agrobiznesu prowadzących działalność gospodarczą na obszarach wiejskich województwa mazowieckiego.

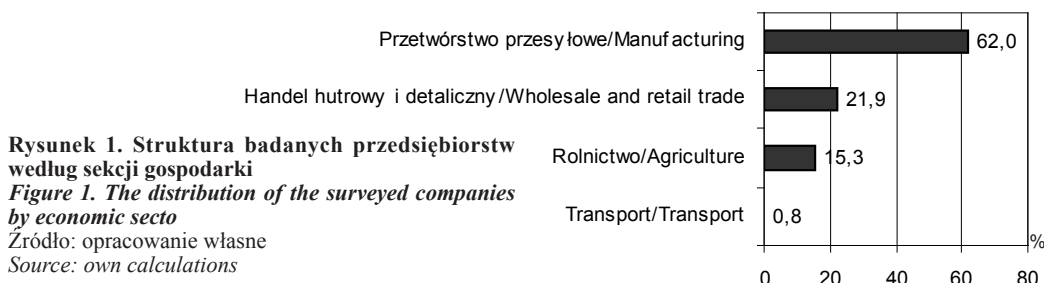
W badanej próbie przeważały małe przedsiębiorstwa – stanowiły 61,5%, mikrofirmy – 31,5%, natomiast średnie firmy stanowiły 7% badanej populacji.

Okolo 82% badanych podmiotów miało stabilną pozycję na rynku, ponieważ prowadziło działalność już kilkanaście lat (przed 1989 r. powstała co piąta firma, a w latach 1990-1999 ponad 64% badanych przedsiębiorstw). W okresie przed akcesją Polski do Unii Europejskiej, czyli latach 2000-2004, została utworzona co dziesiąta badana firma, a po wejściu do Wspólnoty Europejskiej utworzono zaledwie 7,3% podmiotów z badanej populacji.

Tabela 1. Wykształcenie właścicieli przedsiębiorstw w zależności od płci i wieku
Table 1. Business owner education by gender and age categories

Wykształcenie/ Education	Ogółem/ Total	Płeć/Gender		Wiek [lata]/Age [years]			
		kobieta/ female	mężczyzna/ male	do 30/ less than 30	30-45	46-55	powyżej 56 lat/ 56 years old or older
Wyższe/High	48,9	41,8	58,2	16,4	34,3	23,9	25,4
Średnie/Average	35,8	46,9	53,1	4,1	38,8	44,9	12,2
Zasadnicze/Basic	15,3	19,0	81,0	0,0	33,3	19,0	47,7

Źródło: opracowanie własne
 Source: own calculations



Rysunek 1. Struktura badanych przedsiębiorstw według sekcji gospodarki
Figure 1. The distribution of the surveyed companies by economic sector

Źródło: opracowanie własne
 Source: own calculations

Mężczyźni byli właścicielami 59,9% ankietowanych podmiotów, a kobiety 40,1% firm z analizowanej populacji przedsiębiorstw agrobiznesu.

Można stwierdzić wyraźne zróżnicowanie właścicieli firm w odniesieniu do ich wieku. Ponad połowa ankietowanych miała 46 lat i więcej (odpowiednio przedział 46-55 lat stanowił 30,7%, a powyżej 56 lat około 24% badanych właścicieli). Co trzeci przedsiębiorca znajdował się w przedziale wiekowym 30-45 lat, a najmłodszy właściciele, w wieku do 30 lat, stanowili około 9% całej badanej populacji.

Korzystnie prezentowała się struktura właścicieli badanych firm według ich wykształcenia (tab. 1). Zarządzający 49% firm mieli wykształcenie wyższe, co jest pozytywnym zjawiskiem, jeśli chodzi o prowadzenie działalności na obszarach wiejskich (biorąc pod uwagę migracje osób wykształconych ze wsi do miast). Jeśli chodzi o płeć, to w przypadku tego poziomu wykształcenia występowało zróżnicowanie – przeważali mężczyźni z tym poziomem wykształcenia. Natomiast wykształcenie wyższe mieli głównie właściciele w przedziale wieku 30-55 lat (ponad 58%). Co piąty zarządzający z wykształceniem wyższym miał do 30 lat.

Prawie 36% ankietowanych miało wykształcenie średnie. Nieznaczną przewagę mieli w tej grupie mężczyźni, a przedział wiekowy zdominowany był przez zarządzających w wieku 46-55 lat. Pozostali właściciele firm charakteryzowali się jedynie wykształceniem zasadniczym i stanowili około 15% badanej populacji. W przypadku tego poziomu wykształcenia występowała duża dominacja mężczyzn w wieku powyżej 56 lat (prawie połowa ankietowanych w tej grupie).

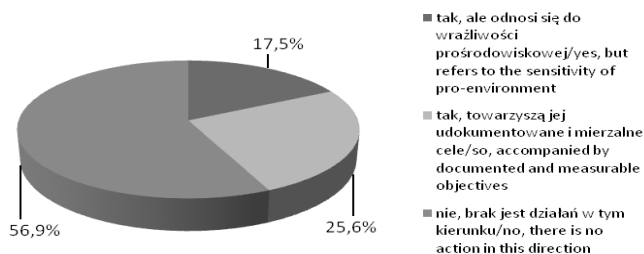
Struktura badanych przedsiębiorców wiejskich według sekcji, w której prowadzili działalność gospodarczą, przedstawiono na rysunku 1. Ponad 60% ankietowanych prowadziła działalność w sekcji przetwórstwa przemysłowego, co jest charakterystyczne także dla wszystkich małych i średnich podmiotów (MSP) agrobiznesu w skali kraju, zwłaszcza na terenie obszarów wiejskich. Natomiast znacznie większy udział występował przedsiębiorców zajmujących się handlem hurtowym i detalicznym, co wynikało z częstego lokalizowania tych podmiotów na obszarach wiejskich w pobliżu dużych miast. Pozostałe sekcje, transport oraz rolnictwo, stanowiły około 16% struktury badanych podmiotów.

CSR w aspekcie środowiska naturalnego w świetle badań własnych

Aspekt środowiskowy jest coraz częściej przedmiotem zainteresowania polskich przedsiębiorców. Połączenie innowacyjnych rozwiązań z troską o środowisko naturalne staje się wyzwaniem stawianym przedsiębiorcom w całej Unii Europejskiej.

Coraz częściej polscy przedsiębiorcy podejmują trud i ryzyko inwestycji w działania i rozwiązania w kierunku zrównoważonego rozwoju. Istnieje wiele przykładów firm, które ograniczyły swój negatywny wpływ na środowisko, a przy tym zmniejszyły koszty działalności.

Badania przeprowadzone wśród właścicieli MSP agrobiznesu wskazują na bardzo małe zainteresowanie działaniami z zakresu polityki środowiskowej (rys. 2). Znaczny odsetek, bo aż 57% badanych z



Rysunek 2. Zakres wdrażania polityki środowiskowej w małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu

Figure 2. The scope of environmental policy implementation in small and medium agribusiness companies

Zródło: opracowanie własne
Source: own calculations

wdrożono konkretne rozwiązania i towarzyszą im udokumentowane, realne i mierzalne cele. Co czwarty badany przedsiębiorca deklaruje, że poczynił konkretne kroki, co do wdrażania rozwiązań ekologicznych i działań z poszanowaniem dla środowiska.

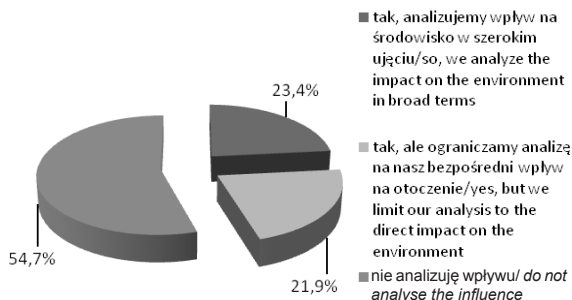
Słabe zainteresowanie przedsiębiorców sektora MSP agrobiznesu polityką środowiskową w przyszłości może skutkować poważnymi konsekwencjami ekonomicznymi. Podkreśla się również, że nie ma szans na zmianę polityki UE, dlatego polskie firmy muszą jak najszybciej wprowadzać innowacje [Biznes i Ekologia 2010].

Co drugi badany przedsiębiorca sektora MSP przyznaje, że nie kieruje się w zarządzaniu firmą aspektami środowiskowymi. Badani podkreślali, że nie wdrażają rozwiązań w kierunku ochrony środowiska, a nawet nie zastanawiają się, jak ich firma wpływa na środowisko. Wciąż daje się odczuć przekonanie, że pomimo wykorzystywania wspólnych zasobów naturalnych przedsiębiorcy nie czują się zobowiązani dbać o nie. Jedynie co piąty badany deklaruje, że analizuje otoczenie i stara się wprowadzać rozwiązania prośrodowiskowe, z tym że pod uwagę brane są aspekty ściśle związane z charakterem działalności firmy.

Grupę najbardziej świadomych środowiskowo przedsiębiorców sektora MSP stanowi 23% badanych, która deklaruje stałą troskę i analizę działań firmy w zakresie ochrony środowiska oraz podejmowania działań i konkretnych rozwiązań z rozpatrywaniem zjawiska kompleksowo, tj. biorąc pod uwagę otoczenie i wpływ na środowisko w szerokim ujęciu (rys. 3).

Coraz większe wymagania stawiane przed przedsiębiorcami łączą w sobie konieczność wdrażania nowych, innowacyjnych rozwiązań z troską o środowisko. Świadomi przedsiębiorcy, którzy chcą pozostać na rynku i zachować konkurencyjność muszą podejmować długoterminowe decyzje i wdrażać innowacyjne rozwiązania z uwzględnieniem rozwiązań prośrodowiskowych i programów naprawczych. Zmieniają się również wymagania konsumentów co do bezpieczeństwa i jakości produktów. Już teraz, szczególnie w Europie, istnieje coraz więcej świadomych konsumentów, którzy poszukują produktów firm odpowiedzialnych, stosujących praktyki, które nie naruszają równowagi środowiskowej [Stawicka 2011].

W sektorze MSP agrobiznesu dobre praktyki w zakresie ochrony środowiska wdrażane są w bardzo małym zakresie, sporadycznie. Ochrona środowiska wciąż nie stanowi elementu związanego z codzienną praktyką i misją firm. Świadoma postawa i zrozumienie kwestii środowiskowych nie jest rozpowszechniona, a dobrych praktyk i ekologicznych rozwiązań w polskich firmach sektora MSP jest wciąż zbyt mało.



Rysunek 3. Obszary wpływu na środowisko naturalne w małych i średnich przedsiębiorstwach agrobiznesu

Figure 3. Areas of environmental impact in small and medium agribusiness companies

Zródło: opracowanie własne
Source: own study

sektora MSP nie podejmuje kroków w celu wdrażania rozwiązań proekologicznych i wciąż zaniebdywane są działania w kierunku tworzenia rozwiązań w zakresie środowiskowym.

Zaledwie część badanych (17,5%) deklaruje postawę dojrzewania do praktycznych rozwiązań, wskazując, że tworzy się w ich przedsiębiorstwach „klimat sprzyjający rozumieniu problemów dotyczących zrównoważonego rozwoju”. Przedsiębiorcy skupili się na propagowaniu wiedzy i uwrażliwieniu interesariuszy na aspekt ochrony środowiska.

Jedynie około 26% badanych potwierdziło, że w przedsiębiorstwie

Podsumowanie

W literaturze przedmiotu często podkreśla się, że aspekt środowiskowy jest coraz częściej przedmiotem zainteresowania ze strony polskich przedsiębiorców. Coraz częściej polscy podejmują oni trud i ryzyko inwestycji w działania i rozwiązania w kierunku zrównoważonego rozwoju. Połączenie innowacyjnych rozwiązań z troską o środowisko naturalne staje się wyzwaniem stawianym przedsiębiorcom w całej Unii Europejskiej.

Zaprezentowane w tym opracowaniu wyniki badań, dotyczące dbałości o środowisko naturalne przez małe i średnie przedsiębiorstwa agrobiznesu w województwie mazowieckim nie są jednak zbyt optymistyczne. Praktyki w zakresie ochrony środowiska wdrażane są w bardzo małym zakresie, sporadycznie. Ponad połowa badanych przedsiębiorstw nie wdraża żadnych rozwiązań proekologicznych. Ochrona środowiska wciąż nie stanowi elementu związanego z codzienną praktyką i misją firm. Świadoma postawa i zrozumienie kwestii środowiskowych nie jest rozpowszechniona, a dobrych praktyk i ekologicznych rozwiązań w polskich firmach sektora MSP jest wciąż zbyt mało.

Na podstawie wyników przeprowadzonych analiz sformułowano następujące wnioski:

- jeśli chodzi o opracowanie polityki środowiskowej sprzyjającej oszczędności energii i wody, to przedsiębiorcy w małym stopniu interesowali się tego rodzaju rozwiązaniami;
- udokumentowane i mierzalne cele w zakresie polityki środowiskowej były przede wszystkim opracowane przez właścicieli z wykształceniem wyższym w podmiotach gospodarczych przetwórstwa przemysłowego;
- przedstawione analizy w pewnym stopniu potwierdzają opinię innych autorów, iż polskim przedsiębiorcom brakuje nastawienia prośrodowiskowego, które przejawia się m.in. tym, iż nie oszczędzają podstawowych zasobów, takich jak energia i woda.

Literatura

Biznes i Ekologia. 2010, 93.

Gasiński T., Piskalski G. 2008: Zrównoważony biznes. Podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw, [www.mg.gov.pl/files/upload/7904/podrecznik.pdf].

ISO 26000: Społeczna Odpowiedzialność Biznesu, [www.iso.org/sr].

Paliwoda-Matiolańska A. 2009: Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. Wyd. C.H. Beck, Warszawa, 145-146.

Skolimowski H. 1993: Filozofia życia: Eko-filozofia jako drzewo życia. Wyd. Pusty Obłok, Warszawa, 52.

Stawicka E. 2011: Agrobiznes a społeczna odpowiedzialność. *Rocz. Nauk. SERiA*, t. XIII, z. 5.

Ustawa *Prawo Ochrony Środowiska* z 2001 r. Dz.U. 2001 r. Nr 62, poz. 627.

Summary

The paper examines the specificity of CSR with regard to the environment, determines the scope of environmental policy and environmental impact of the surveyed companies. The survey was conducted in 2011 and 137 agribusiness companies returned questionnaires. Results presented in this paper concern the care for the environment by small and medium agribusiness companies in Mazowieckie voivodship and they are not too optimistic. Practices in the field of environmental protection are implemented to a very small extent, only occasionally.

Adres do korespondencji:

dr Marcin Ratajczak, prof. Jan Wołoszyn, dr Ewa Stawicka
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
ul. Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
tel. (22) 593 41 82
e-mail: marcin_ratajczak@sggw.pl