

EWA MAZUR-WIERZBICKA

Ekologiczny wymiar CSR w sektorze MŚP w Polsce

<https://doi.org/10.33141/po.2013.06.05>

Przegląd Organizacji, Nr 6 (881), 2013, ss. 25-30
www.przegladorganizacji.pl

©Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK)

Wprowadzenie

W ostatnich latach w Polsce obserwujemy zwiększone zainteresowanie koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR – *Corporate Social Responsibility*), której głównym elementem jest dbanie o utrzymywanie i rozwijanie relacji korzystnych tak dla przedsiębiorstwa, jak i jego interesariuszy. Ponieważ najliczniejszą grupę podmiotów gospodarczych stanowią mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa ważne jest, aby koncepcja ta została przez nie przyjęta i realizowana¹. Praktyka gospodarcza pokazuje jednak, że koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu jest domeną dużych przedsiębiorstw. W kontekście tym należy podejmować działania sprzyjające adaptowaniu instrumentarium społecznej odpowiedzialności biznesu do działalności przedsiębiorstw sektora MŚP [Sokołowska, 2010b, s. 50].

CSR można rozpatrywać m.in. poprzez 3 wymiary: ekonomiczny, społeczny, ekologiczny, pomiędzy którymi powinna zachodzić równowaga². Wymiar ekologiczny dotyczy nade wszystko podejmowanych działań, efektem których jest ograniczenie negatywnego oddziaływania przedsiębiorstw na środowisko naturalne.

Ochrona środowiska jest wpisana w działalność każdego przedsiębiorstwa. Wynika to z konieczności przestrzegania coraz rygorystyczniejszego prawa ochronnego środowiska, będącego odpowiedzialnością na zwiększone zanieczyszczenie środowiska i tego konsekwencje, np. zachodzą-

ce zmiany klimatyczne, spadek jakości życia, zanieczyszczenie środowiska jako bariera wzrostu gospodarczego. Zajmuje ona istotne miejsce w tworzonych, rozwijanych obecnie koncepcjach, programach, politykach zarówno lokalnych, jak i międzynarodowych.

Stąd też w artykule podjęto próbę analizy ekologicznego wymiaru CSR w sektorze MŚP w Polsce. Realizację tak przyjętego celu oparto na opracowaniach wyników badań empirycznych oraz literaturze przedmiotu z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Postawiono tezę, że w sektorze MŚP w Polsce wymiar ekologiczny CSR nie zajmuje ważnego miejsca, zaś podejmowane działania proekologiczne wynikają głównie z przesłanek ekonomicznych, a nie z troski o stan środowiska naturalnego.

Koncepcja CSR w Polsce

Koncepcja społecznie odpowiedzialnego biznesu pojawiła się w krajach zachodnich i wraz z zachodnimi korporacjami została wprowadzona na polski rynek. Korporacje zaimplementowały ideę CSR w polskim biznesie poprzez narzucenie standardów swoim oddziałom w Polsce, wprowadzenie określonej kultury organizacyjnej, wymogi stawiane swoim kontrahentom. Odzwierciedleniem tego są m.in. spisane procedury (np. kodeksy etyczne, kodeksy postępowania), strategię czy jeszcze nie licznie pojawiające się raporty społeczne pokazujące zaangażowanie przedsiębiorstw w zakresie CSR³. Pamiętać nale-



ży, że koncepcja ta ma wymiar interdyscyplinarny, ciągle ewoluje. Nie zamyka się jedynie w schematach, procedurach czy kodeksach, dlatego też powinna być domeną wszystkich przedsiębiorstw. W Polsce realizowana jest ona głównie przez duże przedsiębiorstwa, korporacje, zaś różnorodne akcje, programy (informacyjne, szkoleniowe, promujące CSR) skierowane głównie do sektora MŚP nie przekładają się na zwiększone zainteresowanie wprowadzaniem koncepcji CSR w tym sektorze.

Znacznymi przeszkodami w szybkim rozwoju koncepcji CSR w Polsce jest brak silnych organizacji społeczeństwa obywatelskiego, organizacji, które w sposób krytyczny kontrolowałyby funkcjonowanie przedsiębiorstw. Ma to swoje podłoże w małej aktywności społecznej i obywatelskiej Polaków. Także niewystarczająco rozwinięty jest w Polsce świadomy ruch konsumencki, chociaż zauważalny jest powolny wzrost świadomości ekologicznej, etyczności konsumpcji, etyczności w zakresie dokonywania zakupów (rynek produktów Fair Trade). Należy mieć nadzieję, że wraz z dalszym rozwojem społeczno-gospodarczym Polski, wzrostem poziomu życia Polaków, poprawy jakości życia następować będzie dalszy, szybszy wzrost świadomości konsumencieckiej, co wpłynie na rozpowszechnienie się

koncepcji CSR wśród polskich przedsiębiorstw, szczególnie tych z sektora MŚP.

Koncepcja CSR w sektorze MŚP



W polskiej gospodarce zdecydowanie największy udział mają przedsiębiorstwa z sektora MŚP⁴. To one w znacznym stopniu warunkują rozwój gospodarki. Mają także bardzo często charakter działalności lokalnej, dlatego też, jak pokazuje praktyka, to one najmocniej angażują się w życie społeczności lokalnej, wywierając znaczący wpływ na rozwój lokalny. Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa chcąc wdrażać koncepcję CSR włączają ją często do funkcjonującego już modelu biznesowego, integrują samą ideę odpowiedzialnego biznesu ze swoimi misjami czy realizowanymi strategiami.

W sposób szczególny przedsiębiorstwom z sektora MŚP powinno zależeć na budowaniu pozytywnego wizerunku wśród swoich interesariuszy, m.in. poprzez zaspokajanie ich różnorodnych potrzeb – także tych powiązanych z ochroną środowiska. Obecnie, gdy problematyka ochrony środowiska naturalnego, zrównoważonego rozwoju stanowi przedmiot zainteresowania zarówno

organizacji lokalnych, jak i międzynarodowych, coraz większego znaczenia zaczyna nabierać wymiar ekologiczny CSR. Ważne jest zatem skierowanie uwagi MŚP m.in. na korzyści, jakie mogą one uzyskać z większego zaangażowania się w problematykę ochrony środowiska, budowę wizerunku przedsiębiorstw proekologicznych, dbających o jakość życia społeczności, wśród których funkcjonują [zob. szerzej: Chodyński, Jabłoński, Jabłoński, 2008]. Jest to szczególnie istotne ze względu na rosnącą (choć powoli) świadomość ekologiczną otoczenia społecznego, wzrost jego ekologicznych wymagań, rygorystyczniejszego prawa. Nabiera to jeszcze większego znaczenia w przypadku, gdy kluczowi interesariusze sami podejmują dobrowolne działania proekologiczne. To w dużej mierze od nich uzależnione jest przetrwanie i rozwój każdego przedsiębiorstwa [por.: Jabłoński, Jabłoński, 2008].

Wymiar ekologiczny CSR



Koncepcja CSR najczęściej utożsamiana jest z zaangażowaniem społecznym oraz występującymi relacjami w miejscu pracy. Wzrost świadomości kadry zarządzającej, właścicieli powoduje, że przedsiębiorstwa zaczynają

Tab. 1. Kluczowy obszar CSR – Środowisko naturalne

Kluczowy obszar CSR Środowisko naturalne	Zagadnienia kluczowe dla obszaru Środowisko naturalne	Potencjalne korzyści z praktykowania
Wpływ decyzji i działań organizacji na środowisko przyrodnicze.	Ograniczanie zużycia surowców i energii, ograniczanie produkcji niebezpiecznych odpadów oraz innego rodzaju zanieczyszczeń (promieniowania, wibracji itp.). Świadomość wpływu na zmiany klimatu (emisja gazów cieplarnianych). Ochrona i odbudowywanie naturalnych ekosystemów, unikalnych zasobów środowiska, poszanowanie dla różnorodności biologicznej (zagrożone gatunki, funkcjonowanie ekosystemów itp.). Identyfikowanie potencjalnych negatywnych skutków środowiskowych, wprowadzanie mechanizmów mających na celu internalizację zewnętrznych kosztów środowiskowych, uwzględnianie założeń środowiskowych na etapie projektowania produktu (eco-design, analiza cyklu życia – LCA/LCM).	Oszczędności wynikające z bardziej wydajnego wykorzystania zasobów, mniejszego zużycia wody, niższych wydatków na utylizację odpadów, oszczędności wynikające z bardziej efektywnego wykorzystania i odzyskiwania surowców (niższa materiałochłonność i energochłonność). W dłuższej perspektywie strategiczne zwiększenie dostępności surowców, przyczynienie się do ograniczenia negatywnych skutków zmian klimatu (ograniczenie emisji CO ₂). W związku z rosnącą świadomością społeczeństw pozytywny wpływ na reputację.

powoli dostrzegać i dbać także o wymiar ekologiczny swojej działalności, tym bardziej że dzięki temu mogą osiągać wymierne korzyści finansowe, biznesowe, marketingowe. Każde z przedsiębiorstw niezależnie od wielkości, formy organizacyjno-prawnej, rodzaju i zakresu prowadzonej działalności wpływa na środowisko naturalne w większym bądź mniejszym zakresie. Zatem chcąc działać zgodnie z zasadami CSR, powinny one dbać o interesariusza, którym jest środowisko naturalne [zob. szerzej: Chodyński, 2012, s. 21-25], być świadome swojego oddziaływania na środowisko⁵. Istotność wymiaru ekologicznego została zaakcentowana w normie ISO 26000⁶ (będącej niecertyfikowanym standardem zarządzania społeczną odpowiedzialnością), poprzez wyodrębnienie w niej kluczowego obszaru „Środowisko naturalne” (tab. 1).

Przedsiębiorstwa wdrażające koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu dzielą się z otoczeniem swoimi osiągnięciami czy inicjatywami, jakich dokonały w ramach CSR. W wielu przypadkach jest to bardzo subiektywne, niepoparte głębszą samooceną, czyli pozbawione obiektywizmu⁷. Analizując opracowania, raporty z zakresu funkcjonowania CSR w sektorze MŚP w Polsce można wywnioskować, że w praktyce wymiar ekologiczny CSR opiera się na konkretnie mierzalnych efektach (możliwość zastosowania wskaźników dotyczących np. energii, surowców/materiałów, wody, emisji/ścieków/odpadów) [Adamczyk, 2009, s. 188-190]. Przedsiębiorstwa chcąc być odpowiedzialne ekologicznie mogą wdrażać znormalizowane systemy zarządzania środowiskowego zgodne z normą ISO 14001 lub rozporządzeniem EMAS, zyskując poprzez to większą wiarygodność wśród interesariuszy, głównie z uwagi na ich udokumentowany, oficjalny charakter (w przypadku normy ISO 14001 certyfikat, zaś w przypadku rozporządzenia EMAS wpis do rejestru). Wiarygodność efektów, jak i ciągłego doskonalenia w obszarze ekologicznym potwierdza niezależna, zewnętrzna jednostka. Mogą także one podejmować inne formy działania służące ochronie środowiska (np. wdrażać Program Czystszej Produkcji, Program „Odpowiedzialność i Troska”) [Mazur-Wierzbicka, 2011, s. 76-77].

Realizacja wymiaru ekologicznego CSR przez sektor MŚP w Polsce



Analizując wyniki badań empirycznych przeprowadzonych w 2011 roku na terenie Polski, starano się ukazać m.in. stopień znajomości pojęcia, zasad, idei CSR wśród przedsiębiorców MŚP. Stanowi to punkt wyjścia do analizy podejmowanych przez nich działań w wymiarze ekologicznym CSR⁸.

Przeprowadzone badania w województwie pomorskim pokazały⁹, że 57% badanych przedsiębiorstw znało termin społecznej odpowiedzialności biznesu, nie znało go pozostałe 43%. W kontekście tym dziwią kolejne dane, według których 87,2% przedsiębiorców MŚP województwa pomorskiego uważało swoje przedsiębiorstwa za społecznie odpowiedzialne. Można zatem zadać pytanie, skąd taka rozbieżność? Czy może odpowiedzi były udzielane na zasadzie zbyt dużego optymizmu, czy też z chęci bycia „społecznie poprawnym”? W przypadku respondentów z województwa zachodniopomorskiego¹⁰ sytuacja przedstawia się mniej korzystnie. Znajomość pojęcia CSR zadeklarowało jedynie 14% badanych¹¹ (nieco większą znajomość tego terminu deklarowały przedsiębiorstwa średnie – 20%). W badanych przedsiębiorstwach województwa małopolskiego tylko 11% respondentów deklarowało, że zna pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu (81% złożyło deklarację, że go nie zna; 8% zaznaczyło odpowiedź „trudno powiedzieć”). Znajomość pojęcia CSR wzrastała wraz z rozmiarem przedsiębiorstwa, 26% średnich przedsiębiorstw znało pojęcie CSR¹². Z kolei wśród małych przedsiębiorstw z województwa dolnośląskiego (badania z lat: 2008-2009) 2% nigdy nie słyszało o tej koncepcji, zaś 35% respondentów „kojarzyło” społeczną odpowiedzialność biznesu z działaniami podejmowanymi względem środowiska naturalnego¹³. Według badań ogólnopolskich pojęcie CSR znane było 31% badanych przedsiębiorstw sektora MŚP¹⁴.

Przechodząc do wymiaru ekologicznego CSR 85% badanych przedsiębiorstw województwa pomorskiego wskazało obszar środowisko naturalne za ważny. Istot-

niejsze okazały się jedynie: praktyki handlowe – 90%, kwestie związane z klientem – 96% oraz prawa człowieka – 86%. Za mniej istotne w stosunku do środowiska naturalnego uznano: praktyki w miejscu pracy – 73%, zaangażowanie społeczne i rozwój lokalnej społeczności – 54%.

Z kolei przedsiębiorstwa zachodniopomorskie były mało aktywowane poprzez swoich interesariuszy (klientów, kontrahentów) do podejmowania działań proekologicznych. Tylko 40% badanych zwracało uwagę przy wyborze kontrahentów na przestrzeganie przez nich zasad ekologii. W przypadku 35% ankietowanych dostawcy, podwykonawcy zwracali uwagę na ekologiczność ich produktów, usług, zaś 41% badanych stosowało w produkcji surowce ekologiczne (z certyfikatem). Tylko 19% respondentów posiadało certyfikaty ekologiczne. Także zaledwie 41% ankietowanych wskazało, że ich klienci zwracają uwagę na ekologiczność produktów czy usług. Można zatem twierdzić, że obszar środowisko naturalne w zachodniopomorskim sektorze MŚP nie jest uznawany za zbyt ważny. W przedsiębiorstwach małopolskich sektora MŚP za najistotniejsze uznano problemy środowiska naturalnego: jego zanieczyszczenie, jak też nieodpowiedzialne korzystanie z surowców naturalnych i energii. Odpowiedzi te uzyskiwały średnią wskazań na poziomie 1,7 i 1,9 – gdzie 1 oznaczało „bardzo ważne”. W misjach 5% badanych przedsiębiorstw pojawiały się sformułowania dotyczące wartości proekologicznych. Z kolei w przypadku czynników wpływających na proces decyzyjny przedsiębiorstw dobro środowiska naturalnego na sześć rozpatrywanych kategorii zajęło piątą pozycję. Oznacza to, że jedynie mniej ważną rangę w procesie decyzyjnym nadawano odpowiedzialności wobec społeczności lokalnej (co jest mocno zastanawiające). Podkreślić także należy, że ponad 50% badanych raczej zrezygnowałoby ze współpracy z kontrahentami, gdyby okazało się, że zanieczyszczają oni środowisko bądź też np. łamią prawa pracownicze. Należy mieć jednak na uwadze fakt, że są to deklaracje, które nie zawsze muszą mieć przełożenie na rzeczywiste działania. Z kolei z badań ogólnopolskich wynika, że przedsiębiorstwa nie wykazywały zbyt dużej troski o śro-



dowisko naturalne w ramach podejmowanych działań z zakresu CSR.

Zaskakujący jest fakt, że wśród 56,2% badanych przedsiębiorstw województwa pomorskiego panowało przekonanie, że ich działalność nie wpływa na środowisko naturalne. Tylko 27,8% uważało, że prowadzona przez nich działalność ma swoje konsekwencje dla środowiska naturalnego. Pozostała część badanych nie miała zdania. Podobna sytuacja wystąpiła w przypadku badań prowadzonych w województwie małopolskim, gdzie 71% respondentów nie zgodziła się z twierdzeniem, że działalność ich przedsiębiorstwa wywiera negatywny wpływ na środowisko naturalne, zaś kolejne 18% udzieliło odpowiedzi „raczej się nie zgadzam”. Także z przeprowadzonych badań ogólnopolskich wynika, że aż 31% mikroprzedsiębiorstw, 24% małych i 22% średnich deklaruje negatywne niegenerowanie zanieczyszczeń. Pokazuje to jak bardzo nieświadomi swojego oddziaływania na otoczenie są polscy przedsiębiorcy. Stanowi to poważny problem w sposobie myślenia polskich przedsiębiorców sektora MŚP o ochronie środowiska naturalnego. W większości utożsamiają oni negatywny wpływ na środowisko z dużymi, produkcyjnymi przedsiębiorstwami, a przecież każde z przedsiębiorstw zużywa surowce (energię, wodę), wytwarza odpady bez względu na to, czy należy do sektora MŚP, czy jest przedsiębiorstwem dużym; czy prowadzi działalność usługową, czy też produkcyjną. Wydaje się zatem konieczne podjęcie działań podnoszących świadomość przedsiębiorców w zakresie skutków ubocznych prowadzonej przez nich działalności – świadomość ekologiczną.

Badania wykazały, że w 72,5% ankietowanych pomorskich przedsiębiorstwach prowadzone są działania oszczędzające energię, zaś w 76,1% ograniczające wytwarzanie odpadów. W przedsiębiorstwach zachodniopomorskich jako systematycznie realizowane działania proekologiczne wskazano: ograniczenie zużycia wody i energii – 81%, segregację odpadów – 61%. Niestety, aż 40% badanych MŚP w Zachodniopomorskiem nie prowadziło segregacji odpadów, a zatem nie przestrzegało podstawowych standardów środowiskowych. Warto jednakże w tym miejscu podkreślić, że gospodarka odpadami w Polsce stanowi jedną z najbardziej zaniedbanych dziedzin ochrony

środowiska [Mazur-Wierzbicka, 2012, s. 188-189]. Zaskakujący w tym kontekście jest natomiast fakt, że najpopularniejszym działaniem promującym zachowania proekologiczne w zachodniopomorskich przedsiębiorstwach była zbiórka materiałów i ich segregacja – 24% (najwięcej wskazań), na drugim miejscu znalazły się spotkania, rozmowy i imprezy promujące ekologię – 17%. Wśród respondentów z województwa małopolskiego 50% deklaruje podejmowanie pozytywnych działań na rzecz środowiska naturalnego (w szczególności związanych ze zmniejszeniem zużycia energii i surowców naturalnych). W badaniu ogólnopolskim podejmowanie działań na rzecz obniżania zużycia energii, wody i innych zasobów naturalnych deklaruje w tym samym roku badawczym 67% mikro, 76% małych oraz 81% średnich przedsiębiorstw.

Tak przedstawione wyniki w kontekście niskiej świadomości ekologicznej przedsiębiorców skłaniają do wniosku, że oszczędzanie zasobów, minimalizacja odpadów podyktowane są głównie względami ekonomicznymi, optymalizacją kosztów, nie zaś troską o stan środowiska naturalnego. Ważne jest, aby umieć wykorzystać w tym przypadku argument, że bycie proekologicznym wymaga nie tylko ponoszenia kosztów (z czym kojarzą się w większości podejmowane działania proekologiczne), ale przynosi wymierne efekty finansowe. Dotyczy to zarówno drobnych czynności, które obniżają koszty (np. stosowanie energooszczędnych żarówek, dwustronnego druku), jak też takich o większym zakresie, będących pochodną zastosowania nowoczesnych, proekologicznych technologii, nowego stylu zarządzania opartego na ograniczeniu zużycia zasobów naturalnych. Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce, głównie ze względu na ograniczoną ilość zasobów nie chcą jednak podejmować ryzykownych i kosztownych działań, z jakimi kojarzone są m.in. działania proekologiczne.

Podsumowanie

Przedstawiona analiza wyników badań pozwala na pozytywne zweryfikowanie postawionej tezy. W sektorze MŚP w Polsce wymiar eko-

logiczny CSR nie zajmuje ważnego miejsca, zaś podejmowane działania proekologiczne wynikają głównie z przesłanek ekonomicznych, a nie z troski o stan środowiska naturalnego.

Wyniki badań pokazują, że świadomość społecznej odpowiedzialności biznesu wśród polskich przedsiębiorstw jest niska. Jeszcze mniejsza jest chęć zaangażowania się w działania proekologiczne stanowiące podstawę funkcjonowania wymiaru ekologicznego CSR. Podyktowane jest to m.in. brakiem impulsów z otoczenia. Zarówno klienci, jak i kontrahenci, dostawcy w małym stopniu wymagają od przedsiębiorstw spełniania określonych wymogów środowiskowych, posiadania certyfikatów środowiskowych czy stosowania do produkcji ekologicznych surowców. Ma to bezpośredni związek z zamożnością społeczeństwa (im jest ono zamożniejsze, tym większą wagę przywiązuje do problematyki środowiskowej, zwracając przy zakupie uwagę nie tylko na cenę, ale również na walory ekologiczności produktów czy usług). Wiele działań, także tych proekologicznych (np. oszczędzanie energii, wody), podejmowanych przez przedsiębiorców rzadko kojarzonych jest ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, jej wymiarem ekologicznym. Wynikają one przeważnie z chęci uzyskania korzyści ekonomicznych, oszczędności. Przedsiębiorstwa często nie są świadome korzyści, jakie mogą uzyskać m.in. poprzez inwestowanie w działalność proekologiczną (np. wpływ działań proekologicznych na wizerunek przedsiębiorstwa, wzmocnienie pozycji konkurencyjnej). Dopóki jednak interesariusze nie będą wymagać od przedsiębiorców zachowań proekologicznych, zaś oni sami nie będą chcieli być ekologicznie odpowiedzialni, obszar związany z ochroną środowiska nie będzie odpowiednio ważny.

Wyniki badań pokazują, że jednoczesne zainteresowanie MŚP wszystkimi wymiarami CSR jest bardzo znikome. Wynika to ze specyfiki małych i średnich przedsiębiorstw, których skala działania jest ograniczona. Z uwagi na dużą liczbę, rozdrobnienie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, różnorodność w zakresie specyfiki prowadzonej działalności, potrzeb, relacji z otoczeniem etc., nie jest możliwe zbudowanie jednego,

spójnego wzorca CSR. Każde z przedsiębiorstw musi samo wypracować własny model CSR dopasowany do swoich możliwości, specyfiki, otoczenia, w którym działa, sytuacji rynkowej.

Konieczne wydaje się zwrócenie szczególnej uwagi na odpowiedzialną nie tylko społecznie, ale także i ekologicznie edukację menedżerską w MŚP. Jest to bardzo istotne zważywszy na to, że w wielu przedsiębiorstwach sektora MŚP głównym menedżerem, jak i decydem jest właściciel. Jego przekonania co do podejmowania np. działań proekologicznych, stopień świadomości ekologicznej mają bezpośrednie przełożenie na społeczną, ekologiczną odpowiedzialność przedsiębiorstwa. Dodatkowo należy spopularyzować „dobre praktyki” zarówno krajowe, jak i zagraniczne, powiązanie uzyskiwanych korzyści ekologicznych i innych z praktyką biznesową, wiedzą typu know-how.

Pomimo że przedstawione wyniki badań nie są zbyt optymistyczne, należy pamiętać, iż wśród respondentów byli także tacy, którzy wykazali się znaczącą znajomością problematyki z zakresu CSR. To oni powinni stać się wzorem do naśladowania dla innych przedsiębiorstw w poszczególnych regionach, inicjatorami „dobrych praktyk”, szczególnie tych o charakterze lokalnym.

Wprowadzenie zarządzania społecznego odpowiedzialnego do sektora MŚP jest dużym wyzwaniem, przed którym stoi nie tylko Polska, ale i cała Unia Europejska.

PRZYPISY

- 1) W literaturze przedmiotu z zakresu odpowiedzialności społecznej występuje duża liczba ujęć, definicji tej interdyscyplinarnej, wielopłaszczyznowej, złożonej kategorii. Z uwagi na ograniczony zakres niniejszego artykułu nie dokonano przeglądu definicji społecznej odpowiedzialności biznesu.
- 2) Społeczną odpowiedzialność biznesu można także rozpatrywać w kontekście poszczególnych obszarów, tj.: ekonomicznym, prawnym, etycznym i filantropijnym. [zob. Sokółowska, 2010b, s. 53-57].
- 3) Raporty te powinny być przygotowywane zgodnie z metodologią Global Reporting Initiative – GRI. Zastosowanie tej metodologii daje możliwość porównywalności podejmowanej przez przedsiębiorstwa działalności w ramach CSR.
- 4) Według danych GUS za 2011 r. w Polsce działało 1,78 mln przedsiębiorstw. Większość (98,9%) to przedsiębiorstwa małe, z czego mikroprzedsiębiorstwa stanowiły 95,9%. Udział jednostek średnich i dużych stanowił odpowiednio 0,9% i 0,2% wszystkich przedsiębiorstw [GUS, 2013, s. 22]. Średnioterminowe trendy pokazują, że struktura firm w Polsce zmierza w kierunku podobnej do UE – spada udział mikrofirm, a wzrasta udział pozostałych grup przedsiębiorstw [PARP, 2011, s. 16].
- 5) Warto zaznaczyć, że podejmowanie przez przedsiębiorstwa działań ograniczających ich negatywne oddziaływanie na środowisko naturalne nie tylko przyczynia się do ochrony środowiska, ale także wpływa na wzrost jakości życia (walory estetyczne, warunki zdrowotne etc.) Jakość życia natomiast jest jednym z fundamentalnych celów społecznych.
- 6) Norma ISO 26000 – norma społecznej odpowiedzialności biznesu. ISO 26000:2010 Guidance for Social Responsibility. (ISO 26000:2010 Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności). Polska Norma PN-ISO 26000 jest w trakcie opracowania w KT 305 ds. Społecznej odpowiedzialności [zob. www.pkn.pl].
- 7) Nawet wprowadzenie normy ISO 26000 nie dostarcza obiektywnej informacji w zakresie chociażby uzyskanych wyników, gdyż nie podlega ona zewnętrznej weryfikacji, nie jest normą certyfikowaną.
- 8) Przy analizie wyników badań należy wziąć pod uwagę różnice metodologiczne prowadzonych badań w poszczególnych regionach kraju. Nie wszystkie uzyskane wyniki, przeprowadzane analizy mogą być zestawione tak, aby dawały rzeczywisty obraz, tworząc pełną tzw. mapę stanu społecznej odpowiedzialności. Kolejną trudnością, głównie interpretacyjną analizy, jest deklaratywność przeprowadzanych badań, co oznacza, że udzielane przez respondentów odpowiedzi nie były poddawane weryfikacji (np. audytowi). Zatem wszelkie przeprowadzane do tej pory badania pozwalają na zbadanie stanu świadomości problematyki z zakresu CSR (także wymiaru ekologicznego) wśród MŚP. Może to zniekształcać rzeczywistość, szczególnie w przypadku konfrontacji rzeczywistych działań podejmowanych przez ankietowanych z ich deklaracjami [zob. Pańków, Rok, Strumińska-Kutra, 2010, s. 7].
- 9) Badania przeprowadzono w 251 przedsiębiorstwach sektora MŚP w województwie pomorskim w latach 2010-2011 w ramach projektu „RespEn – Odpowiedzialna przedsiębiorczość sposobem na podniesienie konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw podczas kryzysu gospodarczego”. Prezentacja wyników badania: [Nikodemka-Wołowik, 2011].
- 10) Badania przeprowadzono wśród 200 przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie zachodniopomorskim w okresie 29.08.2011 r. – 10.09.2011 r. w ramach projektu „CSR wspólna sprawa”. Prezentacja wyników badania: [Millward Brown SMG/KRC, 2011].
- 11) Na taką rozbieżność w znajomości pojęcia CSR wpłynąć mógł sam dobór respondentów do badania. W województwie pomorskim były to w większości przedsiębiorstwa współpracujące z zagranicznymi kontrahentami, zatem już na etapie wcześniejszej współpracy mogli oni spotkać się z wymaganiami z zakresu CSR.
- 12) Badanie „CSR wśród małopolskich przedsiębiorstw” przeprowadzono w okresie od 7 września do 5 października 2011 roku. Jego celem głównym było zbadanie znajomości pojęć oraz aktywności na polach związanych z CSR wśród przedsiębiorstw województwa

DR EWA MAZUR-WIERZBICKA

Wydział Nauk Ekonomicznych
i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego



małopolskiego zatrudniających mniej niż 250 pracowników. Struktura próby ze względu na wielkość przedsiębiorstw kształtowała się następująco: 23% przedsiębiorstwa jednoosobowe, 38% mikro, 28% małe, 11% średnie przedsiębiorstwa. Prezentacja wyników badania: [Józefowski, Kokoszka, 2012].

- 13) Badania przeprowadzane przez A. Sokołowską z Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu wśród małych przedsiębiorstw województwa dolnośląskiego w lipcu, wrześniu i październiku 2008 r. (badania pilotażowe) oraz od marca 2009 r. Wśród badanych 78% stanowiły małe przedsiębiorstwa, 22% – mikroprzedsiębiorstwa. Celem badań była ocena stopnia świadomości właścicieli – menedżerów małych firm co do ważności społecznej odpowiedzialności oraz analiza uwarunkowań, przejawów oraz sposobów zarządzania społeczną odpowiedzialnością w małym przedsiębiorstwie [Sokołowska, 2010a, s. 133]. Szeroki zakres badań z zakresu zawiera także monografia: [Sokołowska, 2013].
- 14) Badania przeprowadzono w 270 przedsiębiorstwach sektora MŚP w 2011 r. – CSR, ale o co chodzi? Prezentacja wyników badania: [UnitedCast Entertainment Ltd, 2011, <http://www.united-cast.com>].

BIBLIOGRAFIA

- [1] ADAMCZYK J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2009.
- [2] CHODYŃSKI A., *Środowisko naturalne jako interesariusz w koncepcjach odpowiedzialnego biznesu*, „Przegląd Organizacji” 2012, nr 1.
- [3] CHODYŃKI A., JABŁOŃSKI M., JABŁOŃSKI A., *Environmental Corporate Social Responsibility (ECSR) koncepcja strategiczna budowy wartości firmy oparta na kryteriach ekologicznych*, „Przegląd Organizacji” 2008, nr 3.
- [4] *CSR, ale o co chodzi? Prezentacja wyników badania sektora MSP*, UnitedCast Entertainment Ltd, 2011- <http://www.united-cast.com>.
- [5] *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2011 roku*, GUS, Warszawa 2013.
- [6] GASIŃSKI T., PISKALSKI G., *Zrównoważony biznes – poradnik dla małych i średnich przedsiębiorstw*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2009.
- [7] *ISO 26000:2010 Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, ISO, 2011.
- [8] JABŁOŃSKI A., JABŁOŃSKI M., *Wartość interesariuszy jako kluczowy czynnik wartości organizacji odpowiedzialnych społecznie*, „Problemy Jakości” 2008, nr 5.

- [9] JÓZEFOWSKI B., KOKOSZKA B., *CSR w Małopolsce*, Małopolskie Obserwatorium Gospodarki, Kraków 2012.
- [10] *Mali i średni przedsiębiorcy regionu zachodniopomorskiego wobec społecznej odpowiedzialności biznesu*, Millward Brown SMG/KRC, 2011.
- [11] MAZUR-WIERZBICKA E., *Zarządzanie środowiskowe jako narzędzie odpowiedzialnego biznesu*, w: M. PORADA-ROCHOŃ (red.), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu jako wyraz reorientacji działania współczesnych firm*, Stowarzyszenie Kreatywni dla Szczecina, Szczecin 2011.
- [12] MAZUR-WIERZBICKA E., *Ochrona środowiska a integracja europejska. Doświadczenia polskie*, Difin, Warszawa 2012.
- [13] NIKODEMSKA-WOŁOWIK A.M. (red.), *RespEn – Odpowiedzialna przedsiębiorczość. Polskie i szwedzkie MŚP wobec wyzwań CSR*, Warszawa 2011.
- [14] *Ocena stanu wdrażania standardów społecznej odpowiedzialności biznesu. Raport*, PARP, Warszawa 2011.
- [15] PAŃKÓW W., STRUMIŃSKA-KUTRA M., *Odpowiedzialność w różnych kontekstach instytucjonalnych, organizacyjnych i społecznych*, w: W. PAŃKÓW, B. ROK, M. STRUMIŃSKA-KUTRA, J. WOŹNICZKO (red.), *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Scholar, Warszawa 2010.
- [16] *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, PARP, Warszawa 2011.
- [17] SOKOŁOWSKA A., *Identyfikacja przejawów społecznej odpowiedzialności w małym przedsiębiorstwie – wyniki badań*, w: B. OLSZEWSKA (red.), *Nauki o zarządzaniu. Zarządzanie w praktyce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 114, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010a.
- [18] SOKOŁOWSKA A., *Wybrane aspekty społecznej odpowiedzialności małego przedsiębiorstwa*, w: J. LICHTARSKI (red.), *Nowe kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 89, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010b.
- [19] SOKOŁOWSKA A., *Spoleczna odpowiedzialność małego przedsiębiorstwa identyfikacja ocena kierunki doskonalenia*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2013.

ECOLOGICAL DIMENSION OF CSR IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN POLAND

SUMMARY

The concept of CSR in Poland is associated mainly with large enterprises whereas it is the SMBs sector that has the biggest share in the market. At the same time, most often discussed areas of CSR are the economic and social ones. For this reason this article attempts to analyse one of the least noticeable dimension of CSR – ecological dimension in the sector of small companies in Poland. The analysis is based on numerous descriptions of empirical research and literature of corporate social responsibility. The particular parts of this article have been devoted to the accomplishment of the main objective. At the beginning the CSR functioning in Poland has been depicted, in the SMBs sector. Next, the ecological dimension of this conception was presented. In the subsequent part of the article the realisation of ecological dimension for CSR in small and medium enterprises in Poland has been demonstrated.

Key words: corporate social responsibility, small and medium enterprises, environmental protection