



Środowisko przyrodnicze jako niemy interesariusz społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa. Dobre praktyki biznesu w Polsce

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) jest odpowiedzią biznesu na oczekiwania społeczeństw, domagających się, by partycypował on w rozwiązywaniu i niwelowaniu problemów współczesnego świata, w tym zagrożeń ekologicznych. Istotą CSR jest teoria interesariuszy, zgodnie z którą każde przedsiębiorstwo powinno budować ze swoimi interesariuszami pozytywne relacje, ponieważ od tego zależą jego przetrwanie i sukces. Jednym z kluczowych interesariuszy przedsiębiorstwa jest środowisko przyrodnicze. Celem artykułu jest zaprezentowanie wybranych prośrodowiskowych instrumentów CSR (zasady 3R, środowiskowej oceny cyklu życia produktu, zarządzania zrównoważonym łańcuchem dostaw) oraz zilustrowanie ich dobrymi praktykami biznesu w Polsce.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, interesariusze, zasada 3R, ocena cyklu życia produktu, zarządzanie zrównoważonym łańcuchem dostaw, środowisko przyrodnicze

The natural environment as a silent stakeholder of a socially responsible company. Good business practices in Poland.

The concept of corporate social responsibility (CSR) is a business response to the expectations of societies demanding business participation in solving and eliminating problems of the modern world, including environmental hazards. The essence of CSR is the stakeholders' theory, according to which each company should build positive relations with their stakeholders, since its survival and success depend on them. One of the key stakeholders of the company is the natural environment. The purpose of this article is to present selected environmentally-friendly CSR instruments (the 3R concept, life cycle assessment, sustainable supply chain management) and illustrate their good business practices in Poland.

Keywords: corporate social responsibility, stakeholders, 3R concept, life cycle assessment, sustainable supply chain management, natural environment

Wstęp

Ludzkość zaczęła rozumieć, że środowiska przyrodniczego nie można traktować jako dobra wolnego (tj. dostępnego dla każdego, bezpłatnie i bez ograniczeń), dopiero wówczas gdy okazało się, że postępująca degradacja środowiska stanowi istotną barierę rozwojową. Przekroczenie granic odnawialności i asymilacji środowiska sprawiło, że zagrożenia ekologiczne stały się dziś jednym z najważniejszych megatrendów światowych. Ponieważ powszechnie uważa się, że

dr Ewa Jastrzębska

adiunkt

Katedra Rozwoju Regionalnego i Przestrzennego
Zakład Ekonomii Środowiska i Zasobów Naturalnych
Kolegium Ekonomiczno-Społeczne
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
ul. Wiśniowa 41, pok. 64, 02-520 Warszawa
e-mail: ewa.jastrzebska@sggw.edu.pl

biznes, wzmacniający dzięki globalizacji swoje znaczenie, jest jednym z kluczowych sprawców kosztów zewnętrznych, opinia publiczna coraz wyraźniej domaga się, by partycypował on w niwelowaniu i przeciwdziałaniu problemom współczesnego świata, w tym także ekologicznym.

Koncepcją, która wychodzi naprzeciw tym oczekiwaniom, jest idea społecznej odpowiedzialności biznesu (*corporate social responsibility* – CSR). Celem artykułu jest zaprezentowanie wybranych prośrodowiskowych instrumentów CSR, ilustrowanych dobrymi praktykami biznesu w Polsce.

Teoria interesariuszy jako istota społecznej odpowiedzialności biznesu

Opublikowana w 2010 r. międzynarodowa norma ISO 26000 uznaje, że społeczna odpowiedzialność to *odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko, zapewniana poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które przyczynia się do rozwoju zrównoważonego, w tym dobrobytu i zdrowia społeczeństwa, uwzględnia oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z mającym zastosowanie prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania oraz jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej relacjach* [11, s.16]. U podstaw CSR leży zatem teoria interesariuszy (czyli osób lub grupy osób zainteresowanych jakimikolwiek decyzjami lub działaniami organizacji), która zakłada, że każde przedsiębiorstwo powinno budować ze swoimi interesariuszami pozytywne relacje. Biorąc pod uwagę, że poszczególne grupy interesariuszy mają różne oczekiwania (co więcej, zmieniające się w czasie), a także inne możliwości wpływania (będące kompilacją ich siły oddziaływania i poziomu zainteresowania) [6], u podstaw teorii leży przekonanie, że przetrwanie i sukces przedsiębiorstwa zależą od umiejętności wypracowywania kompromisów w zaspokajaniu często wzajemnie się wykluczających potrzeb interesariuszy poprzez formułowanie wobec nich odpowiednich strategii [4, s.274]. Nie jest to możliwe bez prowadzenia dialogu z interesariuszami, który służy poznawaniu ich oczekiwań oraz odpowiadaniu na nie poprzez włączanie w strategię biznesową firmy. Angażowanie interesariuszy we wspólne poszukiwanie kompromisów i rozwiązań zamiast reagowania na problem, gdy on wystąpi, przyczynia się do tworzenia wspólnej wartości (*shared value*) [13, s. 77-94] i bardzo często staje się źródłem innowacji społecznych, w tym także eko-innowacji. Mimo iż początkowo CSR łączono przede wszystkim ze społecznymi aspektami biznesu, często w dodatku tylko z działalnością charytatywną, a dyskusja wokół ochrony środowiska toczyła się równoległe w nurcie rozwoju zrównoważonego (początkowo z kolei interpretowanego w kategoriach ekorozwoju), współcześnie ideę społecznej odpowiedzialności biznesu uznaje się za realizację rozwoju zrównoważonego w skali mikro, w praktyce gospodarczej. Koncepcję CSR można uznać za „platformę” spinającą i porządkującą wiele dotychczas rozproszonych koncepcji, inicjatyw i narzędzi podejmowanych na rzecz różnych grup interesariuszy.

Jednym z kluczowych interesariuszy większości przedsiębiorstw jest środowisko przyrodnicze, nazywane niemyim interesariuszem, ze względu na fakt, że jego interesy muszą reprezentować ekologiczne organizacje pozarządowe.

Jednym z kluczowych interesariuszy większości przedsiębiorstw jest środowisko przyrodnicze, nazywane niemyim interesariuszem, ze względu na fakt, że jego interesy muszą reprezentować ekologiczne organizacje pozarządowe

Współcześnie znaczenie tego interesariusza rośnie wraz z nasilającymi się zagrożeniami ekologicznymi i faktem, że środowisko coraz częściej staje się nie tyle czynnikiem, ile barierą rozwoju. Podstawowymi „oczekiwaniem” środowiska są ograniczanie negatywnego wpływu na nie poprzez zmniejszanie zużycia zasobów i generowania odpadów oraz ochrona ekosystemów. Przedsiębiorstwa mają do dyspozycji wiele narzędzi, za pomocą których mogą niwelować swoje negatywne oddziaływanie na środowisko przyrodnicze, a tym samym budować z tym interesariuszem pozytywne relacje.

Prośrodowiskowe narzędzia i inicjatywy CSR – od zasady 3R do zarządzania zrównoważonym łańcuchem dostaw

Zasada 3R

Koncepcja 3R (*reduce, reuse, recycle*) jest narzędziem minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko i zrównoważonej gospodarki odpadami. Chcąc doprowadzić do ograniczenia zużycia surowców i energii oraz produkcji odpadów, przedsiębiorstwa powinny przede wszystkim redukować zużycie produktów (ograniczać nadmierną konsumpcję) [Por. 14], powtórnie, a nawet wielokrotnie, je wykorzystywać (także w nowym zastosowaniu) i dopiero gdy nie jest to możliwe – poddać taki odpad selektywnej zbiórce i ponownie wykorzystać do produkcji. Jedynie w przypadku, gdy żadne z działań 3R nie jest możliwe, należy odpad poddać składowaniu lub usunąć [1, s. 294-296]. Przykładem wdrażania zasady 3R może być strategia Procter & Gamble „Zero Odpadów”, w ramach której 3 zakłady firmy w Polsce prawie przestały przekazywać odpady produkcyjne na wysypiska (np. dzięki powtórnemu używaniu tworzyw sztucznych do produkcji przedmiotów codziennego użytku dla gospodarstw domowych, przekazywaniu odpadów metalowych do hut w celu przetopienia i ponownego użycia w przemyśle metalurgicznym oraz przetwarzaniu palet na drewniane panele podłogowe) [9].

Ocena cyklu życia produktu

Środowiskowa ocena cyklu życia produktu (*life cycle assessment* – LCA) służy ilościowemu mierzaniu wielkości wpływu produktu na środowisko w ujęciu procesowym

w szerokiej perspektywie w całym jego cyklu życia. LCA może być stosowana przy ekoprojektowaniu produktów, czyli projektowaniu z myślą o środowisku, jako narzędzie oceny środowiskowych konsekwencji posiadania przez produkt pożądaných cech lub sposobów wypełniania przez niego określonych funkcji [8, s. 129-133].

Przedsiębiorstwa mogą stosować LCA m.in. dla określania śladu węglowego (*carbon footprint*) czy szerzej – śladu ekologicznego – jak Unilever, który w 2013 r. przeprowadził szczegółową analizę wszystkich 1500 produktów i funkcji w 14 krajach na potrzeby programu „Życie w sposób zrównoważony”, w ramach którego dąży do zmniejszenia śladu ekologicznego produktów firmy o połowę [10].

Ślad węglowy mierzy całkowitą emisję gazów cieplarnianych wywołaną bezpośrednio lub pośrednio przez daną osobę, organizację, wydarzenie lub produkt i wyraża się go w ekwiwalencie CO₂. Jest rodzajem śladu ekologicznego, który z kolei stanowi szacowana liczba hektarów powierzchni lądu i morza potrzebna do rekompensacji zasobów zużytych na konsumpcję i absorpcję odpadów [2, 17].

Zarządzanie zrównoważonym łańcuchem dostaw

Zarządzanie zrównoważonym łańcuchem dostaw (*sustainable supply chain management* – SSCM) to zarządzanie ekonomicznym, społecznym i środowiskowym wpływem procesu dostaw w całym cyklu życia produktu w celu tworzenia, ochrony i długofalowego rozwoju wartości ekonomicznej, społecznej i środowiskowej dla wszystkich interesariuszy zaangażowanych w tym procesie [16]. Stąd też obecnie coraz częściej mówi się nie tyle o łańcuchu dostaw, ile o łańcuchu wartości (*value chain*)¹. SSCM wymaga zatem wywierania wpływu zarówno na dostawców, jak i odbiorców oraz innych interesariuszy.

W ramach SSCM przedsiębiorstwa mogą m.in.:

- stosować ekologiczne kryteria wyboru dostawców (np. jak Danone, którego ponad 70% głównych dostawców jest zarejestrowanych w bazie SEDEX, czyli platformie zawierającej informacje o ponad 28 tys. dostawców na temat przestrzeganych przez nich standardów pracy, BHP, środowiskowych i etycznych) [20];
- wprowadzać kodeksy dla dostawców (np. Kodeks Postępowania Dostawców SABMiller [7], opisujący zobowiązania dostawców także w zakresie zrównoważonego podejścia do środowiska oraz propagowania zasad Kodeksu w ich własnych łańcuchach dostaw);
- przeprowadzać audyty dostawców (np. Danone, który w ramach programu FaRMs ocenia współpracujących z firmą rolników podczas przeprowadzanych co półtora roku audytów m. in. w obszarze środowiska i dobrostanu zwierząt) [20];
- edukować interesariuszy (np. ekokalkulator DB Schenker, oferowany klientom w celu monitorowania zużycia energii i paliwa oraz podstawowych zanieczyszczeń środowiska wymitych w trakcie przewozu ich przesyłek) [18].

Podsumowanie

Na początku tego roku Komisja Europejska zaproponowała ambitne założenia planu gospodarki o obiegu za-

mkniętym (w której produkty, które kupujemy dziś, są surowcami przyszłości), zakładającego praktyczne wyeliminowanie składowania podlegających recyklingowi odpadów do 2030 r. [5]. Już w lutym jednak wyczołgała się z pakietu legislacyjnego w ówczesnym kształcie [15] i podjęła prace nad przygotowaniem zaktualizowanego pakietu cyrkulacyjnego. Mimo braku stosownych wymogów prawnych oraz dobrowolności CSR, coraz więcej przedsiębiorstw, także w Polsce, podejmuje kompleksowe działania na rzecz poprawienia swojej efektywności, zdając sobie sprawę, że nie można ograniczać się wyłącznie do podnoszenia wskaźnika recyklingu, ponieważ produkt ekologiczny powinien nie tylko być zaprojektowany „od kołyski do kołyski”², gwarantując przestrzeganie najwyższych norm środowiskowych w każdej fazie cyklu życia produktu, lecz także powinien zapewniać przestrzeganie tych standardów w całym łańcuchu dostaw. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu oferuje wiele rozwiązań w tym zakresie, a praktyka gospodarcza – coraz więcej dobrych przykładów do naśladowania. ■

ŹRÓDŁA:

1. Bergier T., *Gospodarka komunalna*, [w:] J. Kronenberg, T. Bergier (red.), *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.
2. *Carbon footprinting guide*, www.carbontrust.com/resources/guides/carbon-footprinting-and-reporting/carbon-footprinting, (02.04.2015).
3. *Definicja Łańcucha Dostaw*, www.interesariusze.pl/artykuly/definicja-lancucha-dostaw/, (02.04.2015).
4. Evan W., Freeman R., *Teoria nowoczesnej korporacji oparta na koncepcji „udziałowców zewnętrznych”: kapitalizm kantowski*, [w:] G. Chryssides, J. Kaler (red.), *Wprowadzenie do etyki biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
5. Grodkiewicz P., *Ku gospodarce o obiegu zamkniętym*, „Logistyka Odzysku” 2015, nr 1 (14).
6. Johnson G., Scholes K., Whittington R., *Exploring corporate strategy*, FT Prentice Hall, 2008, www.academia.edu/6286445/Exploring_Corporate_Strategy_Text_and_Cases_8e_by_Johnson_Scholes_Whittington, (07.03.2015).
7. Kodeks Postępowania Dostawców SABMiller, www.kp.pl/files/partnerzy/pol/KP_KODEKS_POSTEPOWANIA_DOSTAWCOW.pdf, (14.03.2015).
8. Kronenberg J., *Zrównoważona produkcja*, [w:] J. Kronenberg, T. Bergier (red.), *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.
9. *Misja „Zero Odpadów” zrealizowana w 45 fabrykach Procter & Gamble na całym świecie*, www.pg.com/pl_PL/news_views/Zero_Odpadow.shtml, (14.03.2015).
10. *Nasze podejście*, www.unilever.pl/sustainable-living-2014/our-approach/, (14.03.2015).
11. *Norma PN-ISO 26000. Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, PKN, Warszawa 2012.
12. *Od kołyski do kołyski – wywiad z prof. Michałem Braungartem, współtwórcą koncepcji „Logistyka Odzysku” 2013*, nr 3.
13. Porter M., Kramer M., *Strategia a społeczeństwo: społeczna odpowiedzialność biznesu – pożyteczna moda czy nowy element strategii konkurencyjnej?*, „Harvard Business Review Polska” 2007, nr 52.
14. *Reduce, Reuse, Recycle, Rethink – zrównoważona konsumpcja w praktyce. Rozmowa z Karoliną Maliszewską, trenerką zrównoważonego rozwoju i prezesem Fundacji Sendzimira*, „Logistyka Odzysku” 2015, nr 1.
15. Rolecki M., *Ambitna unijna reforma śmieciowa idzie do kosza*, „Gazeta Wyborcza” 25 lutego 2015.
16. *Supply Chain Sustainability. A Practical Guide for Continuous Improvement*, United Nations Global Compact, Business for Social Responsibility, 2010, www.bsr.org/reports/BSR_UNGC_SupplyChainReport.pdf, (14.03.2015).
17. *Ślad ekologiczny*, www.wwf.pl/co-robimy/living_planet_report/śląd_ekologiczny/, (14.03.2015).
18. *Zielona logistyka czyli nasz ECO2 PHANT*, www.dbschenker-csr.pl/pl/wyzwania-logistyki/zielona-logistyka, (14.03.2015).
19. *Zrównoważony łańcuch dostaw: trendy i innowacje*, Analiza tematyczna nr 3/2013, FOB, www.odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2014/04/FOB_Analiza_Tematyczna_3_2013_%C5%82a%C5%84cuch-dostaw.pdf, (02.04.2015).
20. *Zrównoważony Rozwój w praktyce biznesowej. W trosce o zdrowie, ludzi i środowisko. Raport 2010-2012*, Danone, www.danone.pl/content/download/13773/73864/file/Raport%20CSR%202012.pdf, (14.03.2015).

PRZYPISY:

¹ Tradycyjnie rozumiany łańcuch dostaw dotyczył jedynie kontrahentów dostarczających firmie podstawowe produkty lub usługi. Współcześnie uważa się, że łańcuch dostaw obejmuje wszystkie fazy i funkcje związane bezpośrednio lub pośrednio z zaspokojeniem potrzeb klienta, czyli de facto cały cykl życia produktu. Tak kompleksowo pojmowany łańcuch dostaw jest określane jako łańcuch wartości, zawiera bowiem wszystkie elementy działalności, które w sumie decydują o wartości jaką firma dostarcza otoczeniu. W koncepcji łańcucha wartości większą wagę skupia się zatem na tworzeniu wartości dodanej dla wszystkich interesariuszy [19], [3].

² Zgodnie z tym podejściem, wszystkie materiały, z których wykonany jest produkt, który zakończył swój cykl życia, mogą zostać użyte do stworzenia innego produktu – odpady stają się surowcem [12].