

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 419

Imperatyw przedsiębiorczości a odpowiedzialność przedsiębiorcy



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2016

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska, Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Cibis

Lamanie: Agata Wiszniowska

Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania

znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

www.pracnaukowe.ue.wroc.pl

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska

(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2016

ISSN 1899-3192

e-ISSN 2392-0041

ISBN 978-83-7695-564-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

tel./fax 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl

www.ksiegarnia.ue.wroc.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Agnieszka Barcik: Mechanizm compliance – pytanie o miejsce i zasadność w strategiach CSR współczesnych organizacji (Compliance mechanism – The question about the place and legitimacy in the CSR strategies of modern organizations)	9
Ryszard Barcik, Piotr Dziwiński: Społecznie odpowiedzialna restrukturyzacja zatrudnienia (Socially responsible restructuring of employment)	21
Katarzyna Brendzel-Skowera: Paradoksy w rozwoju przedsiębiorczości akademickiej (Paradoxes in the development of academic entrepreneurship) ...	33
Karolina Gonera, Ewa Olszak-Dyk: Świadome zarządzanie marką pracodawcy – studium przypadku (Employer branding management as an example of selected organization)	43
Andrzej Kaleta, Letycja Soloduch-Pelc: Integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego w koncepcji strategicznej przedsiębiorczości – ocena przeszłości i sugestie na przyszłość (Integration of the entrepreneurship and strategic management in the concept of strategic entrepreneurship – assessment of the past and suggestions for the future)	56
Rafał Kusa: Wybrane problemy pomiaru poziomu przedsiębiorczości organizacji niekomercyjnych (Selected problems of measuring the level of entrepreneurship in non-profit organisations).....	68
Renata Lisowska: Uwarunkowania rozwoju współpracy zewnętrznej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie (Determinants of the development of cooperation between small and medium-sized enterprises in the region)	77
Izabela Marzec: Konsekwencje rozwoju zatrudnialności pracowników w organizacjach publicznych: szansa czy zagrożenie? (Consequences of employees' employability enhancement in public organizations: a chance or a threat?)	87
Marek Matejun: Statyka i dynamika w cyklu życia mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (Statics and dynamics in the life cycle of the micro, small and medium-sized enterprises).....	95
Anna Michna, Roman Kmiecik: Przedsiębiorczość międzynarodowa mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw – wybrane zagadnienia (International entrepreneurship of micro, small and medium-sized enterprises – selected aspects).....	107

Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość na pograniczu polsko-białorusko-ukraińskim: (Entrepreneurship on the Polish-Belarusian-Ukrainian borderland).....	117
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Paradoks doskonalenia produktu na rynku maszyn rolniczych – relacje jakość a zysk (Paradox of the product improvement on the agricultural machinery market – quality and profit relations).....	129
Katarzyna Olejniczak: Między zyskiem a odpowiedzialnością w zarządzaniu. Paradoks Milтона Friedmana (Between profit and responsible management. The paradox of Milton Friedman).....	150
Agnieszka Puto: Przedsiębiorczość pracowników stymulantą rozwoju przedsiębiorstwa (Entrepreneurship of employees as a stimulant for the development of enterprises)	158
Marcin Ratajczak: Ocena wybranych działań na rzecz środowiska naturalnego podejmowanych przez przedsiębiorstwa agrobiznesu w ramach koncepcji CSR (Evaluation of some actions taken in favour of natural environment by agribusiness companies within the concept of CSR)	167
Włodzimierz Sitko, Elena Mieszajkina: Przedsiębiorczość intelektualna w dobie globalizacji (Intellectual entrepreneurship in a globalizing world)	178
Elżbieta Skrzypek: Paradigmaty zarządzania wiedzą w warunkach zmian otoczenia (Paradigms of knowledge management in conditions of changing environment).....	189
Hanna Soroka-Potrzebna: Zysk przedsiębiorstwa ważny, ale nie najważniejszy – społeczna odpowiedzialność biznesu (Profit is important for the company, but not the most important – corporate social responsibility)....	207
Iwona Staniec: Koncepcja szansy w przedsiębiorczości technologicznej (The concept of opportunity in the technological entrepreneurship)	216
Edward Stawasz: Rola doradztwa gospodarczego w zarządzaniu mikroprzedsiębiorstwami – wybrane oddziaływania i determinanty (The role of business consulting in managing micro enterprises – selected effects and determinants)	228
Maciej Urbaniak: Rola społecznej odpowiedzialności biznesu w budowaniu relacji z dostawcami (The role of the concept of corporate social responsibility in building relationships with suppliers)	237
Anna Wójcik-Karpacz, Joanna Rudawska: Instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości w Polsce (Institutional models of entrepreneurship support in Poland).....	248
Przemysław Zbierowski: Paradoks efektów przedsiębiorczości: satysfakcja i <i>work-life balance</i> (The paradox of entrepreneurship outcomes: satisfaction and work-life balance).....	265

Wstęp

Przedsiębiorczość to jedno z najstarszych pojęć nauk o zarządzaniu. Nierozzerwalnie łączy się ze sprawnym i skutecznym działaniem przedsiębiorców i ich zachowaniami. Współcześnie – w dobie realiów społecznej odpowiedzialności biznesu – przedsiębiorczość nabiera swoistych cech.

Autorzy niniejszego opracowania postanowili powrócić do korzeni przedsiębiorczości, spojrzeć na nią z perspektywy współczesnych paradygmatów, odnaleźć w niej szczególnie paradoks racjonalności menedżera i przedsiębiorczości menedżera-właściciela. Dodatkowo, w wielu artykułach, poruszono wątek zachowań menedżera i przedsiębiorcy we wspomnianych realiach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Badania omówione w zamieszczonych w tym zeszycie opracowaniach wskazują na to, że u podstaw współczesnej przedsiębiorczości leży chęć pokonywania konkurencji oraz coraz lepszego zaspokajania potrzeb klientów dzięki:

- rozwojowi aktywności innowacyjnej,
- skłonności do podejmowania ryzyka i wykorzystywania okazji,
- umiejętności szybkiego dostosowywania się do zmiennych warunków otoczenia, ale i kreowaniu w otoczeniu zmian, które będą korzystne dla przedsiębiorstwa.

Nowoczesna przedsiębiorczość to różne aspekty działań przedsiębiorczych. Autorzy zwrócili szczególną uwagę na takie jej wymiary, jak:

- integracja przedsiębiorczości i zarządzania strategicznego,
- przedsiębiorczość w aspekcie krajowym i międzynarodowym,
- przedsiębiorczość organizacji niekomercyjnych,
- przedsiębiorczość technologiczna,
- przedsiębiorczość intelektualna,
- przedsiębiorczość a społeczna odpowiedzialność biznesu,
- strategie przedsiębiorczego CSR.

Artykuły zebrane w niniejszym zbiorze są efektem nie tylko analiz empirycznych, ale też badań o charakterze dedukcji, bazujących na solidnej kwerendzie literatury przedmiotu. Zachęcamy do ich lektury.

Jerzy Niemczyk, Katarzyna Olejczyk-Kita

Marcin Ratajczak

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

e-mail: marcin_ratajczak@sggw.pl

OCENA WYBRANYCH DZIAŁAŃ NA RZECZ ŚRODOWISKA NATURALNEGO PODEJMOWANYCH PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWA AGROBIZNESU W RAMACH KONCEPCJI CSR

EVALUATION OF SOME ACTIONS TAKEN IN FAVOUR OF NATURAL ENVIRONMENT BY AGRIBUSINESS COMPANIES WITHIN THE CONCEPT OF CSR

DOI: 10.15611/pn.2016.419.15

JEL Classification: O12, O13, O18

Streszczenie: CSR jest to koncepcja, według której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska naturalnego, a także relacje ze swoimi interesariuszami. Celem niniejszego opracowania jest analiza i ocena podejmowanych działań na rzecz środowiska naturalnego (zgodnie z normą ISO 26000) przez badane przedsiębiorstwa agrobiznesu, ze szczególnym wskazaniem zależności między badanymi zmiennymi. Badania dotyczące opinii przedsiębiorców na temat powyższej koncepcji zostały przeprowadzone na przełomie lat 2014/2015 i obejmowały 182 mikro- (0-9 osób), małe (10-49 zatrudnionych) i średnie (50-249 pracowników) przedsiębiorstwa agrobiznesu prowadzące działalność gospodarczą na obszarach wiejskich województwa małopolskiego. Wyniki badań pokazały, że polskim przedsiębiorcom brakuje nastawienia prośrodowiskowego, które przejawia się między innymi tym, że firmy nie oszczędzają podstawowych zasobów oraz nieefektywnie wdrażają wybrane rozwiązania w zakresie polityki prośrodowiskowej.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność, agrobiznes, obszary wiejskie, środowisko naturalne, małe i średnie firmy.

Summary: CSR is a concept according to which companies at the stage of strategy building voluntarily take into account social interests and environmental protection, as well as relationships with their stakeholders. The aim of this study is to analyze and evaluate the activities undertaken on the environment (in accordance with ISO 26000) by the surveyed agribusiness companies, with particular reference to the relationship between the examined variables. Research on opinions of entrepreneurs on the above concepts were carried out at the turn of 2014/2015 and included 182 micro (0-9 persons), small (10-49 employees) and medium (50-249 employees) agribusiness companies engaged in business activities in rural areas of Małopolska. The results showed that Polish entrepreneurs lack

pro-environmental attitudes, which manifests itself in the fact that a company does not save essential resources and inefficiently implements chosen solutions in the scope of pro-environmental policies.

Keywords: social responsibility, agribusiness, rural areas, natural environment, small and medium-sized companies.

1. Wstęp

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (CSR – *Corporate Social Responsibility*) jest to koncepcja, według której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska naturalnego, a także relacje ze swoimi interesariuszami. Takie podejście oznacza, że bycie odpowiedzialnym to nie tylko spełnianie wszystkich wymogów formalnych oraz prawnych przez organizacje biznesowe (przedsiębiorstwa), ale także zwiększenie inwestycji w zasoby ludzkie, ochronę środowiska oraz relacje z interesariuszami [Ratajczak, Wołoszyn, Stawicka 2012].

W literaturze współczesnej odnajdziemy znaczną liczbę definicji określających społeczną odpowiedzialność biznesu. Zjawisko to ma charakter wielowymiarowy, a na jego końcowy kształt wpływa wiele czynników, między innymi takich jak: globalizacja, wzrost konkurencyjności oraz świadomości społecznej, a także rozwój mediów. Właśnie dlatego organizacje międzynarodowe, branżowe oraz przedsiębiorstwa podejmują próby określenia standardów społecznej odpowiedzialności, opracowując w tym celu własne kodeksy etyczne oraz wewnętrzną politykę odpowiedzialności [Altman, Vidaver-Cohen 2000].

Na pewno trzeba stwierdzić, że społeczna odpowiedzialność powinna być uwzględniana zarówno w działaniach wewnątrz, jak i na zewnątrz przedsiębiorstwa, jako podstawa biznesu, a nie jako dodatkowe działania i procedury etyczne podejmowane w wybranych obszarach i aktywnościach organizacji [Bromley 1991]. Kompleksowe działania przedsiębiorstw odnośnie do pracowników, społeczeństwa czy środowiska naturalnego, posiadanie spójnego systemu wartości, na których opierają się wszystkie działania firmy, to możliwość jej stabilnego i prawidłowego funkcjonowania. Pozwoli to uniknąć wielu zagrożeń i kosztów będących skutkiem nieetycznych zachowań i nieprawidłowych decyzji, tym bardziej w tak ważnej branży gospodarki, jaką jest na pewno agrobiznes [Waddock 2008].

Komisja Europejska określa społeczną odpowiedzialność jako ideę, w ramach której firmy dobrowolnie wbudowują kwestie społeczne i środowiskowe w swoje działania biznesowe oraz w relacje ze swoimi grupami interesariuszy [*Zielona Księga...* 2001].

Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju definiuje odpowiedzialność przedsiębiorstw jako ciągle zobowiązanie biznesu do zachowania etycznego oraz przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju ekonomicznego poprzez

poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako całości [Saiia, Cyphert 2003].

Uzupełnienie powyższej definicji zostało dokonane przez Międzynarodową Korporację Finansową z Grupy Banku Światowego poprzez stwierdzenie, że zobowiązanie do przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju poprzez pracę z zatrudnionymi, ich rodzinami, społecznością lokalną i społeczeństwem jako całością musi być realizowane w celu podnoszenia jakości życia w sposób, jaki jest dobry zarówno dla biznesu, jak i rozwoju, także środowiskowego [www.web.worldbank.org 2014].

Trzeba także wspomnieć, że obok przywołanych dokumentów międzynarodowych zawierających kodeksy etyczne, w maju 2010 roku na sesji plenarnej ISO w Kopenhadze przyjęto pierwszy międzynarodowy standard społecznej odpowiedzialności – ISO 26000, który w Polsce został oficjalnie przetłumaczony i przedstawiony w drugiej połowie 2012 roku. W jego treści, oprócz zasad społecznej odpowiedzialności, zaprezentowano opis podstawowych siedmiu obszarów CSR odnoszących się do: ładu organizacyjnego, praw człowieka, relacji z pracownikami, środowiska naturalnego, praktyk rynkowych, kwestii konsumenckich oraz zaangażowania i rozwoju społecznego [Hąbek, Szweczyk 2010].

Ład organizacyjny rozumiany jest jako proces podejmowania decyzji zgodnie z prawem i normami etycznymi. Prawa człowieka to wszystkie niezbywalne prawa, które przysługują ludziom z racji tego, że posiadają godność. Z kolei relacje z pracownikami to relacje ze wszystkimi osobami świadczącymi pracę na rzecz danej organizacji, w strukturze zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej [Banerjee 2008].

Środowisko przyrodnicze (naturalne) zazwyczaj jest analizowane pod kątem działań związanych z ograniczeniem emisji zanieczyszczeń i wdrażaniem nowych rozwiązań technologicznych, a także ochrony i naprawy szkód w środowisku naturalnym (działania prośrodowiskowe) [Ratajczak 2014]. Uczciwe praktyki rynkowe to etyczne postępowanie organizacji w stosunku do wszystkich podmiotów współpracujących, także w ramach etycznego postępowania wobec klientów oraz zaangażowania społecznego i rozwoju pod kątem relacji ze społecznością lokalną [Sethi 1979].

Celem niniejszego opracowania jest analiza i ocena podejmowanych działań na rzecz środowiska naturalnego (zgodnie z normą ISO 26000) przez badane przedsiębiorstwa agrobiznesu, ze szczególnym wskazaniem zależności między badanymi zmiennymi.

2. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Badania dotyczące opinii przedsiębiorców na temat znajomości przez nich koncepcji CSR, jej zakresu i zastosowania zasad społecznej odpowiedzialności zostały przeprowadzone na przełomie 2014 oraz 2015 roku i obejmowały 182 mikro- (0-9 osób), małe (10-49 zatrudnionych) i średnie (50-249 pracowników) przedsiębiorstwa agrobiznesu prowadzące działalność gospodarczą na obszarach wiejskich województwa małopolskiego.

Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego, a podstawowym narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety skierowany do badanych podmiotów. Na podstawie zakupionej bazy przedsiębiorstw (z firmy zewnętrznej) rozesłano ankiety w wersji elektronicznej do wszystkich podmiotów sektora MŚP branży agrobiznesu z obszarów wiejskich Małopolski – ostatecznie w analizach uwzględniono 182 prawidłowo wypełnione oraz kompletne ankiety odesłane przez przedsiębiorców.

Pozyskany w ten sposób materiał poddano analizie, która miała charakter matematyczno-statystyczny. Wykorzystano przy tym średnią arytmetyczną, test niezależności χ^2 , współczynnik zbieżności *T* Czuprowa oraz współczynnik kontyngencji *C* Pearsona (skorygowany i zwykły).

W analizowanej populacji dominowały małe firmy – stanowiły 65,9%, przedsiębiorstwa mikro odpowiednio 23,6%, z kolei podmioty średnie 10,4%.

Mężczyźni byli właścicielami 51,7% analizowanych przedsiębiorstw, a kobiety 48,3% podmiotów gospodarczych z sektora agrobiznesu.

W badanej populacji występowało wyraźne różnicowanie właścicieli w odniesieniu do ich wieku. Prawie 54% ankietowanych miało 46 lat i więcej (odpowiednio przedział 46-55 lat stanowił 30,5%, a powyżej 56 lat około 23,4% właścicieli). Co trzeci przedsiębiorca znajdował się w przedziale wiekowym 30-45 lat, natomiast osób na stanowiskach kierowniczych, w wieku do 30 lat, w analizowanej populacji było około 11,5%.

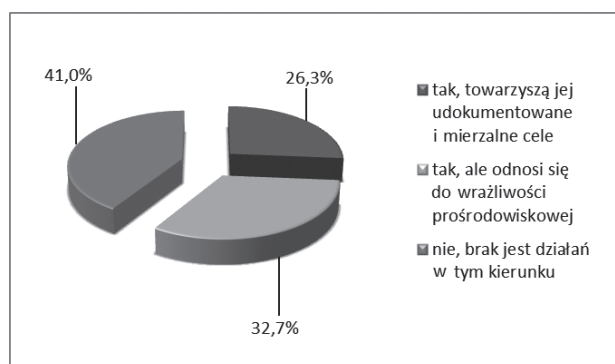
Ponad 65% ankietowanych prowadziło działalność w sekcji przetwórstwa przemysłowego, co jest charakterystyczne dla małych i średnich firm agrobiznesu w skali kraju, a zwłaszcza na terenach wiejskich. Co piąty badany zajmował się handlem hurtowym i detalicznym, co wynikało z częstego lokalizowania podmiotów gospodarczych na obszarach wiejskich w pobliżu dużych aglomeracji miejskich (dystrybucja i sprzedaż oferowanych towarów), zwłaszcza w okolicach Krakowa, Nowego Sącza i Nowego Targu. Pozostałe dwie sekcje, rolnictwo oraz transport, stanowiły około 13,5% w strukturze badanych przedsiębiorców.

Kolejnym przedmiotem badań były formy prawne, jakie miały badane podmioty gospodarcze z obszarów wiejskich. Najwięcej badanych przedsiębiorstw (prawie 69%) funkcjonowało jako osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą – forma ta jest również najczęściej spotykana w skali całego kraju na terenach wiejskich. W pozostałych przypadkach podmioty te były zarejestrowane jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, cywilne (co dziesiąty podmiot gospodarczy) oraz spółki jawne (około 8% badanej populacji).

3. Analiza i ocena wybranych działań na rzecz środowiska naturalnego podejmowanych przez badane przedsiębiorstwa agrobiznesu

Wyniki badań przeprowadzonych wśród małych i średnich przedsiębiorców prowadzących działalność na obszarach wiejskich pokazują stosunkowo małe zainteresowanie działaniami w zakresie polityki środowiskowej (rys. 1). Prawie 41% ankieto-

wanych nie podejmuje żadnych kroków w celu wdrażania rozwiązań ekologicznych i nie tworzy rozwiązań w zakresie środowiskowym. Co czwarty badany wskazał, że w przedsiębiorstwie wdrożono konkretne rozwiązania środowiskowe i towarzyszą temu udokumentowane, realne i mierzalne cele. Natomiast prawie 33% właścicieli działania te odnosi tylko do wrażliwości próśrodowiskowej, czyli propagowania wiedzy oraz uwrażliwiania interesariuszy na aspekt ochrony środowiska, chociaż trzeba przyznać, że raczej jest to etap deklaracji niż wdrażania zasad w praktyce gospodarczej.



Rys. 1. Wdrażanie polityki środowiskowej w badanych przedsiębiorstwach agrobiznesu (%)

Źródło: badania własne.

W celu zbadania statystycznej niezależności pomiędzy wykształceniem właścicieli przedsiębiorstw a wdrażaniem przez nich polityki środowiskowej przeprowadzono test niezależności χ^2 , który pokazał, że analizowane zmienne są wzajemnie zależne (tab. 1). Udokumentowane i mierzalne cele w zakresie polityki środowiskowej były realizowane przez właścicieli z wykształceniem wyższym, a wrażliwość próśrodowiskowa była głównie promowana przez osoby z wykształceniem zasadniczym. Z kolei wyraźny brak działań w tym kierunku miał miejsce u przedsiębiorców z wykształceniem średnim. Obliczone współczynniki pokazały, że siła zależności między tymi cechami jest umiarkowana.

Postarano się także określić statystyczną niezależność pomiędzy sekcją działalności a opracowaniem oraz stosowaniem polityki środowiskowej – test niezależności χ^2 pokazał, że badane zmienne nie są wzajemnie niezależne (tab. 2). Udokumentowane i mierzalne cele w zakresie polityki środowiskowej były realizowane głównie przez firmy z branży przetwórstwa przemysłowego oraz handlowej. Uwrażliwianie interesariuszy na ochronę środowiska miało miejsce przede wszystkim w podmiotach gospodarczych z sekcji rolnej. Warto także podkreślić, że obliczone współczynniki pokazały silną zależność między tymi cechami, szczególnie pokazuje to wysoka wartość skorygowanego współczynnika kontyngencji C Pearsona.

Tabela 1. Określenie statystycznej niezależności pomiędzy wykształceniem właścicieli badanych przedsiębiorstw a opracowaniem i stosowaniem polityki środowiskowej

TEST NIEZALEŻNOŚCI χ^2	
Hipotezy: H ₀ : [badane zmienne są wzajemnie niezależne] H ₁ : [badane zmienne nie są wzajemnie niezależne]	
$\chi^2 = 14,04 > \chi^2_{\alpha} = 10,47$, zatem odrzucamy hipotezę H ₀ na rzecz H ₁ przy $\alpha = 0,05$	
Współczynnik zbieżności T Czuprowa	Txy = 0,48
Współczynnik kontyngencji C Pearsona – zwykły	Cxy = 0,62
Współczynnik kontyngencji C Pearsona – skorygowany	skorCxy = 0,73
Zmienna X: Wykształcenie właścicieli przedsiębiorstw Zmienna Y: Opracowanie i stosowanie polityki środowiskowej	

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Określenie statystycznej niezależności pomiędzy sekcją działalności (PKD) a opracowaniem i stosowaniem polityki środowiskowej

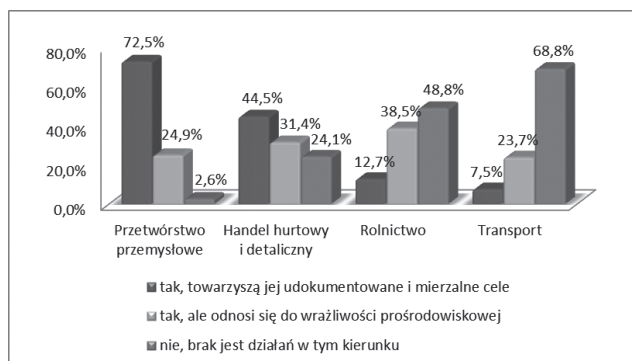
TEST NIEZALEŻNOŚCI χ^2	
Hipotezy: H ₀ : [badane zmienne są wzajemnie niezależne] H ₁ : [badane zmienne nie są wzajemnie niezależne]	
$\chi^2 = 22,17 > \chi^2_{\alpha} = 8,81$ zatem odrzucamy hipotezę H ₀ na rzecz H ₁ przy $\alpha = 0,05$	
Współczynnik zbieżności T Czuprowa	Txy = 0,57
Współczynnik kontyngencji C Pearsona – zwykły	Cxy = 0,62
Współczynnik kontyngencji C Pearsona – skorygowany	skorCxy = 0,72
Zmienna X: Sekcja działalności (PKD) Zmienna Y: Opracowanie i stosowanie polityki środowiskowej	

Źródło: opracowanie własne.

Słuszność przeprowadzonego powyżej testu niezależności potwierdza przedstawione na rys. 2 zestawienie dotyczące wdrażania polityki środowiskowej według sekcji gospodarki. Wyniki pokazują, że udokumentowane i mierzalne cele występowały przede wszystkim w firmach przetwórstwa przemysłowego (prawie 73% odpowiedzi) oraz handlowych (prawie połowa wskazań). Wrażliwość prośrodowiskowa oraz aspekty z tym powiązane miały miejsce w największym zakresie w podmiotach z sekcji rolnej (prawie 39%). Warto zwrócić uwagę też na to, że w najmniejszym zakresie działania tego typu podejmowały firmy działające w transporcie – prawie 69% wskazań braku jakichkolwiek działań w obszarze środowiskowym.

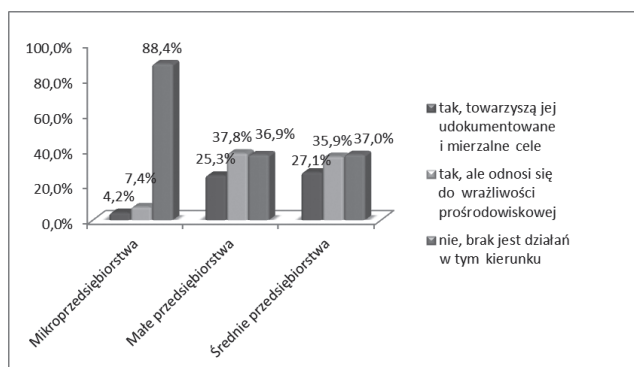
Ważnym aspektem jest także wdrażanie polityki środowiskowej według wielkości przedsiębiorstwa (rys. 3). Na początku trzeba podkreślić, że w firmach mikro praktycznie nie występowała polityka środowiskowa (ponad 88% odpowiedzi o braku działań w tym kierunku). W podmiotach małych około 1/4 ankietowanych wskazała

na udokumentowane cele w tym kierunku, a także na przekazywanie wiedzy na temat wrażliwości próśrodowiskowej (prawie 38%).



Rys. 2. Wdrażanie polityki środowiskowej według sekcji gospodarki (%)

Źródło: badania własne.



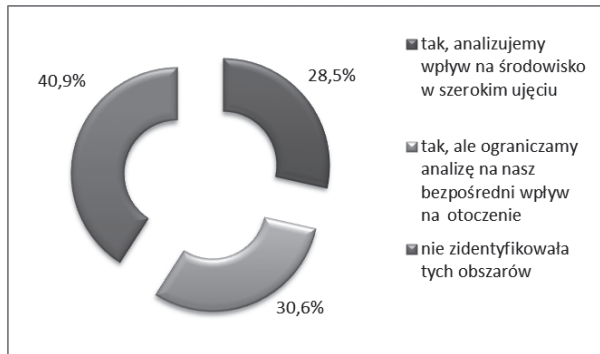
Rys. 3. Wdrażanie polityki środowiskowej według wielkości firmy (%)

Źródło: badania własne.

W największym zakresie wdrażanie polityki środowiskowej miało miejsce w firmach średnich, chociaż na pewno nie jest to poziom zadowalający, biorąc pod uwagę sektor agrobiznesu. Ponad 27% tych podmiotów wskazało na udokumentowane i mierzalne cele tej polityki, a prawie 36% odnosi to do wrażliwości próśrodowiskowej. Na pewno bardzo negatywne jest to, że wśród podmiotów gospodarczych małych oraz średnich co trzeci w ogóle nie podejmuje działań dotyczących ochrony środowiska naturalnego, jednego z głównych obszarów obowiązującej obecnie normy ISO 26000.

Prawie 41% badanych przyznało, że nie wdrażają działań zmierzających do ochrony środowiska, a nawet nie zastanawiają się, jak ich firma wpływa na środowiska naturalne (rys. 4). Około 31% ankietowanych stwierdziło z kolei, że analizuje

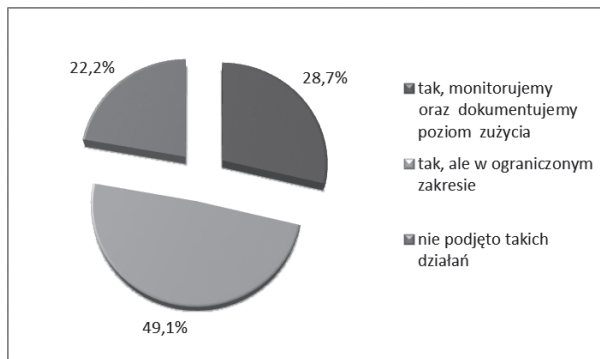
otoczenie i stara się wprowadzać rozwiązania prośrodowiskowe, ale bierze pod uwagę tylko aspekty ściśle związane z charakterem działalności firmy. Tylko co czwarty właściciel zadeklarował stałą troskę i analizę działań podmiotu gospodarczego w zakresie ochrony środowiska, a także podejmowanie działań oraz konkretnych rozwiązań w tym zakresie.



Rys. 4. Identyfikacja obszarów środowiskowych w badanych firmach agrobiznesu (%)

Źródło: badania własne.

Przedsiębiorcy zostali także spytani o aspekt ograniczania zużycia materiałów i surowców w przedsiębiorstwie (rys. 5). Co piąty badany przyznał, że nie podejmuje żadnych działań w tym zakresie, a jedynie około 29% stwierdziło, że systematycznie stara się monitorować i dokumentować zużycie materiałów oraz surowców w firmie.

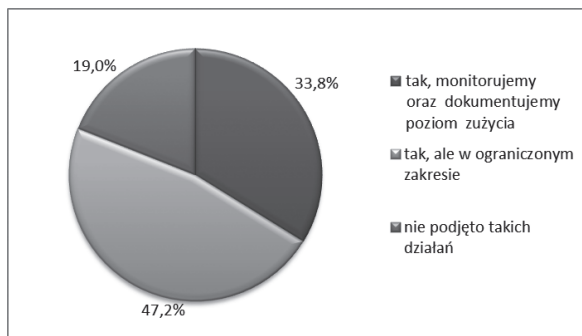


Rys. 5. Ograniczenie zużycia materiałów i surowców w badanych przedsiębiorstwach agrobiznesu (%)

Źródło: badania własne.

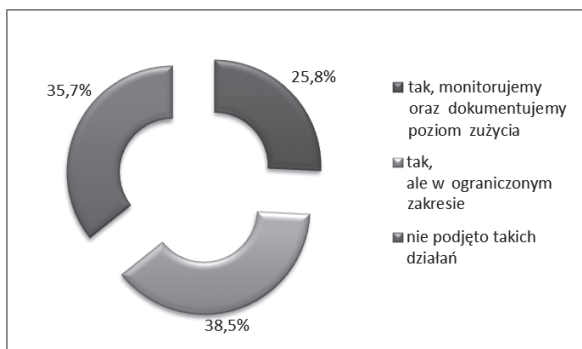
Właściciele firm zostali również spytani o ich politykę i działania względem zużycia paliw i energii (rys. 6). Co trzeci ankietowany przyznał, że w przedsiębiorstwie

monitorowane jest zużycie paliwa czy też energii w celu podejmowania dalszych działań oszczędnościowych. Z kolei prawie 19% badanych właścicieli w ogóle nie podejmuje żadnych kroków, aby kontrolować czy nadzorować zużycie paliw i energii.



Rys. 6. Ograniczenie zużycia paliw i energii w badanych przedsiębiorstwach agrobiznesu (%)

Źródło: badania własne.



Rys. 7. Ograniczenie zużycia wody w badanych przedsiębiorstwach agrobiznesu (%)

Źródło: badania własne.

W przypadku badanych przedsiębiorstw tylko 26% potwierdziło, że stara się monitorować, dokumentować oraz ograniczać zużycie wody (rys. 7). Na pewno niepokojące jest to, że co trzeci badany przyznał, że nie podejmuje żadnych działań w kierunku ograniczania zużycia i oszczędności wody, a około 39% przedsiębiorców w ograniczonym zakresie monitoruje zużycie wody w swojej działalności.

4. Podsumowanie

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić stosunkowo małe zainteresowanie badanych małych i średnich przedsiębiorców z obszarów wiejskich dzia-

łaniami na rzecz środowiska przyrodniczego. Przedsiębiorcy raczej nie kierują się ekofilozofią oraz w niewielkim stopniu wdrażają udokumentowane rozwiązania w kierunku ochrony środowiska, dobrych praktyk oraz rozwiązań ekologicznych. Udokumentowane i mierzalne cele w zakresie polityki środowiskowej były przede wszystkim opracowane przez właścicieli z wykształceniem wyższym w podmiotach gospodarczych przetwórstwa przemysłowego.

Uzyskane wyniki badań w pewnym stopniu potwierdzają opinie innych autorów, że polskim przedsiębiorcom brakuje nastawienia prośrodowiskowego, które przejawia się między innymi w tym, że firmy nie oszczędzają podstawowych zasobów oraz nieefektywnie wdrażają wybrane rozwiązania w zakresie polityki prośrodowiskowej.

We współczesnej gospodarce konkurencyjność przedsiębiorstw na rynku w bardzo dużym stopniu zależy od umiejętności podejmowania trafnych decyzji strategicznych, które będą uwzględniały nie tylko kwestie ekonomiczne i społeczne, ale również ekologiczne. Wynika to także z tego, że z roku na rok zwiększa się świadomość ekologiczna społeczeństwa oraz obserwuje się duże zainteresowanie tematem ekologii ze strony konsumentów, którzy w większym zakresie zaczynają zwracać uwagę na produkty ekologiczne, politykę środowiskową stosowaną przez sektor MŚP czy też działania na rzecz ograniczania zużycia wody i energii.

Wydaje mi się, że powinno się promować w coraz większym zakresie działania prośrodowiskowe, zwłaszcza w firmach z sektora agrobiznesu, podkreślając wiele korzyści możliwych do osiągnięcia dzięki tym działaniom, takich jak poprawa relacji ze społecznością lokalną, większa motywacja pracowników oraz zwiększenie lojalności klientów. Przedstawione w opracowaniu wyniki pokazują, że badane podmioty gospodarcze w pełni nie dostrzegają tych korzyści, być może także z pewną ostrożnością podchodzą do kosztów, które na pewno trzeba ponieść, żeby te działania zastosować w praktyce gospodarczej.

Biorąc pod uwagę powyższe kwestie, wydaje się zasadne kontynuowanie badań w aspekcie wdrażania polityki środowiskowej w sektorze MŚP ze sfery agrobiznesu. Na pewno ważnym elementem do dalszych analiz w obszarze środowiska naturalnego powinna być kwestia współpracy sektora MŚP z partnerami zewnętrznymi, między innymi dostawcami. To właśnie stawianie im wymagań związanych z kwestiami ekologicznymi powinno stawać się standardem wśród firm promujących i stosujących koncepcję CSR.

Konieczne wydaje się także zaangażowanie organizacji pozarządowych, a przede wszystkim administracji publicznej, w promowanie prośrodowiskowych projektów lub inicjatyw. W dalszych badaniach trzeba uwzględniać także rolę konsumenta w kwestii tych zagadnień – właśnie ta grupa interesariuszy w dużej mierze jest odpowiedzialna za wpływ, jaki na środowisko naturalne wywierają produkty wytwarzane przez firmy, w których się zaopatrują. Jeśli przyjmiemy taki punkt widzenia oraz uwzględnimy wszystkie powyższe elementy, to na pewno działania proekologiczne podjęte przez sektor MŚP z branży agrobiznesu mogą wpłynąć także na zwiększenie przewagi konkurencyjnej na rynku zarówno krajowym, jak i globalnym.

Literatura

- Altman B.W., Vidaver-Cohen A., 2000, *A framework for understanding corporate citizenship*, Business and Society Review, nr 105.
- Banerjee S., 2008, *Corporate Social Responsibility: the good, the bad and the ugly*, Critical Sociology, nr 34.
- Bromley D.W., 1991, *Environment and Economy: Property rights and public Policy*, Blackwell, New York.
- Hąbek P., Szewczyk P., 2010, *Spoleczna odpowiedzialność a zarządzanie jakością*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Ratajczak M., 2014, *Koncepcja CSR w aspekcie polityki środowiskowej na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu*, Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego, nr 14, Łódź.
- Ratajczak M., Wołoszyn J., Stawicka E., 2012, *Spoleczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu z obszarów wiejskich*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Saia D.H., Cyphert D., 2003, *The public discourse of the corporate citizen*, Corporate Reputation Review, nr 6(1).
- Sethi P., 1979, *Dimensions of Corporate Social Responsibility*, Californian Management Review, nr 17(3).
- Waddock S., 2008, *Building a new institutional infrastructure for corporate social responsibility*, Academy of Management Perspectives, nr 22(3).
- www.web.worldbank.org (17.10.2015).
- Zielona Księga: Promoting Framework for Corporate Social Responsibility*, Commission of the European Communities, Brussels 2001, COM(2001) 366 final.