

Biznes odpowiedzialny ekologicznie

Podstawą działania biznesu jest kapitał ludzki, finansowy i materialny. Ten ostatni bazuje na korzystaniu z zasobów środowiska naturalnego, dostarczając biznesowi usług ekosystemu. W artykule opisujemy, co biznes XXI wieku w Polsce robi i robić powinien, by mógł nosić miano odpowiedzialnego ekologicznie.

Tekst:

Joanna Mieszkowicz

Fundacja Aeris Futurum

Przedsiębiorcy coraz częściej podejmują działania, mające na celu ochronę środowiska naturalnego. Z pewnością motywują ich do tego wymierne korzyści, które mogą osiągnąć w stosunkowo krótkim czasie. Wdrażanie ekologicznej odpowiedzialności biznesu (eko-odpowiedzialności) w firmie powinno być jednak prowadzone w sposób przemyślany i uwzględniać 3 elementy:

- zgodność z prawodawstwem w zakresie środowiska naturalnego,
- politykę firmy, zgodną z zasadami zrównoważonego rozwoju (realizowaną na wszystkich szczeblach struktury firmy),
- działalność edukacyjną (komunikacja realizowanych celów i działań w tym zakresie poprzez projekty edukacyjno-informacyjne, skierowane do pracowników, partnerów biznesowych oraz klientów).

Zgodność z prawodawstwem

Zrównoważony Rozwój (ZR) wg ustawy Prawo ochrony środowiska „to taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych



i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń (art. 3 pkt 50 ustawy z dn. 27.04.2001 r. Prawo ochrony środowiska).

Z ustaw obowiązujących przedsiębiorców na szczególną uwagę zasługuje także ustawa o odpadach, regulująca gospodarowanie i postępowanie z odpadami. Trudno bowiem znaleźć firmę, w której nie powstawałyby odpady. Ponadto warto zwrócić uwagę, że niektóre regulacje zawarte są nie tylko w ustawach, ale także w wydawanych do nich rozporządzeniach, z których wiele jest autorstwa Ministra Środowiska, jak np. rozporządzenie w sprawie standardów emisyjnych z instalacji.

Prawo polskie zmienia się i dostosowuje do norm Unii Europejskiej, stąd na bieżąco przedsiębiorca powinien monitorować zakres swoich obowiązków, wynikających z prawa. W tym celu warto korzystać ze szkoleń specjalistycznych, portali bran-

żowych (np. ekoportal.gov.pl) oraz bezpośrednio czytać akty prawne. Eko-odpowiedzialność bazująca tylko na polskim prawie – to zaledwie fundament. Odpowiedzialność przedsiębiorstwa za środowisko w pełnym zakresie zaczyna się wraz z wdrożeniem etycznej polityki pro-środowiskowej, angażującej zarząd/właścicieli, pracowników a także pozostałych interesariuszy.

Polityka i zarządzanie środowiskowe

Prawodawstwo reguluje działalność firm w zakresie wpływu ich funkcjonowania na środowisko naturalne, ale tak naprawdę najważniejsze jest to, czy firma, jej Zarząd, pracownicy chcą i umieją prowadzić działania, mające na celu troskę o środowisko. Jednym z przejawów takich działań jest sporządzenie własnego, wewnętrznego dokumentu firmy, gdzie zawarta jest deklaracja, że misją firmy jest prowadzenie działalności w oparciu o zasadę odpowiedzialności, zarówno wobec społeczeństwa, jak i środowiska naturalnego. Każda taka polityka powinna zawierać w sobie cele strategiczne i operacyjne, dostosowane do ich osiągnięcia oraz wskaźniki. Jedną z popularnych metod określania wskaźników jest stosowanie kalkulatora

emisji gazów cieplarnianych, w którym różne działalności możemy sprowadzić do wspólnego mianownika, określając ślad klimatyczny firmy, tzw. carbon footprint. Warto także zadbać o to, by wdrożenie polityki pro-środowiskowej nie było odbierane przez konsumentów jako jedynie pusta deklaracja. Firma może postarać się o przyznanie certyfikatu, poświadczającego działanie przedsiębiorstwa w zgodzie z określonymi normami. Przykładem może być tu wprowadzenie systemu zarządzania środowiskowego (SZŚ), zgodnego z normą ISO. Norma ISO 14001 (2004) dotyczy systemu zarządzania środowiskowego (wymagania i wytyczne stosowania), natomiast ISO 14020 dotyczy eko-etykiety i deklaracji środowiskowych (ogólne zasady). Europejskim odpowiednikiem tych regulacji jest Wspólnotowy System Ekozarządzania i Audytu EMAS (Eco-Management and Audit Scheme).

Działanie każdego z tych systemów sprawdza się do trzech płaszczyzn. Po pierwsze – nakłada na organizację obowiązek wykazywania ciągłej poprawy działalności pro-środowiskowej, potwierdzanej przez niezależnego weryfikatora środowiska; po drugie – wymaga deklaracji wykazywania pełnej zgodności z unijnymi i krajowymi przepisami prawa ochrony środowiska, weryfikowanej przez organy administracji egzekwujące te prawa; po trzecie – nakłada obowiązek informowania (za pomocą deklaracji środowiskowej) opinii publicznej i zainteresowanych stron (klientów,

społeczności lokalnej) o wpływie na środowisko organizacji, jej produktów/usług oraz o działaniach podejmowanych przez nią w celu minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko.

Od czego zacząć wdrażanie eko-odpowiedzialności?

Początki zwykle bywają trudne, nie inaczej jest w zakresie wdrażania eko-odpowiedzialności w firmie. Warto wtedy uporządkować pracę, stosując np. tzw. zasadę 3R (z ang. *reduce* – redukcja, *reuse* – ponowne użycie, *recycle* – recykling). Można ją rozpatrywać jako tę, związaną z produkcją oraz ekologicznym biurem, tzw. eko-biurem. Jak zasadę 3R wykorzystać w praktyce firmy? Pierwszym etapem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko poprzez mądre zakupy (np. w dużych opakowaniach), efektywną logistykę i promocję, np. rezygnacja ze zbędnych wydruków na rzecz komunikacji elektronicznej,

przejazdy grupowe zamiast samodzielných, szkolenia z ekologicznego stylu jazdy samochodem. Dzięki temu można także ograniczyć wydatki. Zaoszczędzone środki finansowe warto wykorzystać na zamówienia produktów ekologicznych, które są nieco droższe. Po drugie – używanie wielokrotnie – choćby zużyte jednostronnie kartki papieru na notatki z drugiej strony, zakupy sprzętu dobrej jakości, trwałego oraz z gwarancją serwisu w razie usterki, produkcja uniwersalnych materiałów promocyjnych tak, by móc je użyć w roku następnym. I po trzecie – recykling – wybór takich produktów, które nadają się do ponownego przetworzenia czy system do sortowania odpadów.

Działalność pro-ekologiczna firm

Państwowa Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w 2011r.¹ przeprowadzała badania wśród polskich firm, dotyczące stosowania zasad odpowiedzialności społecznej i ekologicznej. W zakresie dobrych praktyk pro-środowiskowych firmy najczęściej wskazywały takie działania, jak: wprowadzanie ekologicznych rozwiązań w biurze (50%), prowadzenie edukacji ekologicznej pracowników (38%), wprowadzanie ekologicznych metod produkcji (24%), promowanie odpowiedzialności ekologicznej wśród klientów (23%), dostawców, społeczności lokalnej oraz uwzględnianie aspektów środowiskowych w rozwoju produktów i usług (22%, dane nie sumują się do 100%, ponieważ jedna firma mogła zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź). Wyniki badania wskazały na dość duże zróżnicowanie między małymi i dużymi firmami w zakresie wprowadzania poszczególnych rozwiązań. Jak łatwo się domyślić, takie rozwiązania, jak wprowadzenie eko-produkcji czy uwzględnianie aspektów środowiskowych w rozwoju firmy częściej wprowadzają duże

EKO-TEST: Sprawdź swoją wiedzę

1. Jak długo rozkłada się w ziemi butelka plastikowa rzucona w lesie?

- a) 200 lat
- b) 500 lat
- c) 650 lat

2. Ile hektarów lasu jest potrzebne, aby wyprodukować odpowiednią ilość tlenu niezbędną do zaspokojenia dobowego zapotrzebowania dla około 2,5 tys. ludzi?

- a) 1 hektar
- b) 3 hektary
- c) 5 hektarów

3. Ile procent energii produkują w Polsce elektrownie wiatrowe?

- a) 1%
- b) 3%
- c) 5%

4. Lekko kapiący kran powoduje, że w ciągu doby wyteka około:

- a) 12 litrów wody
- b) 26 litrów wody
- c) 36 litrów wody

5. Ile drzew trzeba ściąć, aby wyprodukować 1 tonę papieru?

- a) 7 drzew
- b) 17 drzew
- c) 27 drzew

6. Ile zużytych puszek jest potrzebnych, aby uzyskać oszczędność równą spalaniu jednego litra paliwa?

- a) 24 puszki
- b) 14 puszek
- c) 6 puszek

7. Każda szklana butelka ponownie wprowadzona do obiegu pozwala zaoszczędzić energię potrzebną do świecenia 100-watowej żarówki przez:

- a) 1 godzinę
- b) 3 godziny
- c) 4 godziny

8. Butelki, torbki śniadaniowe bądź torby na zakupy stanowią około:

- a) 31% masy wszystkich śmieci
- b) 19% masy wszystkich śmieci
- c) 7% masy wszystkich śmieci

9. Energoozczędne żarówki zużywają:

- a) 35-55% mniej energii niż konwencjonalne
- b) 55-75% mniej energii niż konwencjonalne
- c) 75-80% mniej energii niż konwencjonalne

10. Średnie gospodarstwo domowe, pozostawiając sprzęt w stanie czuwania (stand-up), zużywa w ten sposób rocznie:

- a) 72 kWh
- b) 98 kWh
- c) 114 kWh

Prawidłowe odpowiedzi na stronie 8.

i średnie firmy, jako że mogą to być stosunkowo kosztowne działania lub wymagające istnienia odpowiedniej struktury organizacyjnej czy zasobów organizacyjnych firmy (np. zaplecza logistycznego). Może jednak dziwić, że np. edukacja ekologiczna pracowników czy promowanie odpowiedzialności ekologicznej wśród interesariuszy jest rzadko wprowadzana w małych firmach (odpowiednio 35% i 22%). Najmniejsza różnica, wynikająca z wielkości przedsiębiorstwa, dotyczy wprowadzania ekologicznego myślenia do biur, ponieważ zarówno małe jak i duże firmy stosują to rozwiązanie względnie najczęściej z pozostałych form odpowiedzialności za środowisko (wśród dużych było ok. 60% firm, wśród małych ok. 50%).

Podstawą aktywności pro-środowiskowej firm jest edukacja ekologiczna – zarówno ta wewnętrzna (pracowników), jak i zewnętrzna (interesariuszy), jako że bez zrozumienia wartości dbania o środowisko wszystkie działania w tym zakresie będą jedynie pobieżne i krótkotrwałe.

Edukacja ekologiczna wewnętrzna

Zagadnienia najczęściej uwzględniane w zakresie edukacji pracowników to oszczędzanie energii, np. poprzez wyłączenie światła, diod w trybie czuwania (stand-by) czy paliw poprzez zastępowanie wyjazdów coraz popularniejszymi telekonferencjami. Kolejny aspekt to ograniczanie i segregacja odpadów – oszczędzanie papieru, redukcja opakowań jednorazowych oraz wprowadzenie pojemników do recyklingu to standardowe praktyki eko-biura. Edukacja to także promowanie odpowiedzialnych zachowań w zakresie podróżowania, czyli wspólne dojazdy do pracy (tzw. carpooling) oraz zasady ekonomicznej i ekologicznej jazdy, zwane eco-driving.

Często bodźcem do podjęcia takich działań są różnego rodzaju konkursy (np. na pro-



Źródło: Fundacja Alex Dyrhøj, „Mnie Wszystko”, kwartalnik o rozwoju ENOBUD 2011.

-ekologiczne biuro, ekologiczne rozwiązania produkcyjne). W jednym z nich wzięła udział firma Diversey Polska, która zorganizowała szereg działań, mających na celu zarówno edukację pracowników, jak i aktywne działania pro-ekologiczne. Pracownicy zadeklarowali chęć wprowadzenia dwustronnego drukowania oraz oczyszili swoje biurka ze zbędnych papierów. Ze sprzedaży zebranej makulatury zostały zakupione sadzonki drzew do zazielenienia terenu szkoły, będącej pod opieką firmy Diversey. Zorganizowano „kącik ekologiczny”, gdzie pracownicy mogą segregować odpady oraz oddawać zużyte baterie (specjalnie w tym celu zaangażowano organizację odzysku Reba). Powstał również pomysł, aby w porozumieniu z administratorem budynku wprowadzić w biurze automatyczne wyłączenie światła po zamknięciu. „Wszystkie te działania sprawiły, że świadomie kontrolujemy wpływ naszej firmy na przyrodę i przynajmniej w małym stopniu mamy swój udział w ratowaniu środowiska” – mówią pracownicy.

Innym przykładem są programy szkoleniowe dla pracowników, takie jak ten zorganizowany w firmie Jeppesen Poland

Sp. z o.o., która w 2011r. ułożyła plan edukacji ekologicznej na cały tydzień dla swoich pracowników – każdego dnia omawiany był inny temat (m.in. racjonalne zużycie energii, wody, transport czy odpowiedzialna konsumpcja i zdrowy styl życia).

Edukacja ekologiczna zewnętrzna

Jedynie 40% dużych firm deklaruje promowanie ekologicznej odpowiedzialności wśród klientów, dostawców czy społeczności lokalnej, co wydaje się być stosunkowo niewielkim odsetkiem, zważywszy na możliwości dużych firm, np. w zakresie oddziaływania na swoich kontrahentów. Co więcej – jest to działanie, pozwalające firmie na uzyskanie przewagi konkurencyjnej na rynku m.in. poprzez pozyskanie nowej grupy klientów o pro-ekologicznych poglądach.

Bardzo dobrym tutaj przykładem jest firma Barlinek S.A., produkująca naturalne podłogi. Firma ta stosuje bowiem kompleksowe podejście do ochrony środowiska. Pozyskując surowiec do swojej produkcji, stara się odpowiedzialnie nim zarządzać. Po pierwsze – drewno do produkcji wprowadzane jest tylko z lasów spełniających Zasady Dobrej Gospodarki Leśnej, po drugie – surowiec jest w pełni wykorzystywany (odpady są również wykorzystywane m.in. do produktów pobocznych, takich jak biopaliwa drzewne), po trzecie – zasoby, które firma pozyskuje, stara się „uzupełniać” poprzez nasadzenia drzewek. W tym celu stosowany jest tzw. marketing zaangażowany społecznie – za każdą sprzedaną paczkę deski barlineckiej oznaczoną logo akcji, współfinansowane jest sadzenie jednego drzewka. „Las Klientów” Barlinka liczy już blisko 8 mln drzew. Działania te prowadzą do realnego ograniczenia negatywnego wpływu działalności firmy na środowisko (brak produkcji

EKO-TEST: Prawidłowe odpowiedzi

1. Rzucana w lasie butelka plastikowa rozłoży się w ziemi po 500 latach, gumna do żucia po 5 latach, a niedopalki papierosów po 2 latach.
2. Jeden hektar lasu liściastego może wyprodukować ok. 700 kg tleniu, co stanowi dobowe zapotrzebowanie ponad 2,5 tys. ludzi.
3. W Polsce pracuje 22% 290 profesjonalnych elektryków wiatrowych o łącznej mocy 10 MW, podłączonych do sieci i sprzedających energię zakładom energetycznym. Razem produkują zaledwie 3% energii elektrycznej.
4. Jeden nieszczelny, lekko kapiący kran powoduje, że w ciągu doby wycieka około 36 litrów wody. Nieszczelna spłuczka w WC powoduje wyciek w ciągu dnia około 720 litrów wody, a rocznie – 260 m sześciennych wody. Gdyby wszyscy Europejczycy gotowali tyle wody, ile naprawić potrzebują, czyli średnio o 1 liter wody dziennie mniej, oszczędzona energia mogłaby zasilić jedną trzecią oświetlenia ulicznego w Europie!
5. Aby wyprodukować 1 tonę papieru trzeba ścinać średnio 17 drzew.
6. W Polsce rocznie zużywa się 400 miliardów aluminiowych puszek, które można powtórnie przetworzyć oraz wykorzystać (to nieskonczenie wiele razy). Szczęść puszek ze złomu to oszczędność energii równej spalaniu jednego litra paliwa.
7. Każda szklana butelka ponownie wprowadzona do obiegu pozwala zaoszczędzić energię potrzebną do świecenia 100-watowej żarówki przez 4 godziny.
8. Butelki, torbki śniadaniowe bądź torby na zakupy stanowią ok. 7% masy wszystkich śmieci, ale zajmują dużo miejsca, niemal 30% wszystkich odpadów.
9. Energoozczędne żarówki zużywają 75-80% mniej energii niż konwencjonalne, a ich żywotność jest 10-krotnie większa niż tradycyjnych. Kupując energooszczędną żarówkę o mocy 21W zamiast zwykłej żarówki o mocy 100W oszczędzamy nawet 200 złotych w okresie jej użytkowania. Zastąpienie pięciu zwykłych żarówek w domu przez ok. 5 godzin dziennie żarówkami energooszczędnymi zmniejsza emisję CO₂ o ok. 250 kg rocznie.
10. Przycisk stand-by jest najbardziej podstawnym pozbieraczem grądu. Czerwona dioda, sygnalizująca stan czuwania urządzenia, świadczy o tym, że cały czas z sieci pobierany jest prąd. Zazwyczaj mamy w mieszkaniu po kilka urządzeń, które posiadają funkcję stand-by. Średnie gospodarstwo domowe zużywa w ten sposób 114 kWh rocznie, co daje koszt 40,4 zł i 140 kg CO₂ wyemitowanego do atmosfery!

Źródło: razzelele.pl

odpadów, zalesianie), co przekłada się na pozytywny wizerunek firmy. Jest to niezwykle ważny element w budowaniu przewagi konkurencyjnej firmy na rynkach zewnętrznych (np. skandynawskich).³

Także małe i średnie firmy z powodzeniem prowadzą działania ekologiczne. Ciekawe dobre praktyki dotyczą sektora przedsiębiorstw, świadczących usługi w zakresie e-biznesu. Poprzez swoje produkty – specjalne aplikacje – pozwalają choć w niewielkim stopniu ograniczyć negatywny wpływ na środowisko. Takie aplikacje, to np. systemy elektronicznych faktur czy też systemy do elektronicznych rozliczeń podatkowych. Tutaj warto wspomnieć o praktyce firmy e-file z Poznania, która wprowadzając w 2010 roku swój nowy produkt na rynek – program e-pity do rozliczeń podatkowych postawiła na komunikację ekologiczną (green PR) – informowała o zaletach programu, dzięki któremu można ograniczyć wydruki, a tym samym wycinkę drzew, a dodatkowo za każdy pobrany przez użytkownika program przekazywała (w latach 2010-2011) symboliczny 1 gross na sadzenie drzewek. Na dedykowanej stronie (www.e-las.pl) można zobaczyć, ile wirtualnych drzewek przybyło, dzięki klientom firmy.

Przykładem zewnętrznej edukacji ekologicznej (z elementami wewnętrznej – dwa w jednym) jest wolontariat pracowniczy. Inspiracją dostarcza m.in. firma DB Schenker, dostawca zintegrowanych usług logistycznych. W okresie wiosenno-letnim realizują oni projekty ekologiczne pod nazwą Zielony Czas Pomagania. Ich celem jest neutralizowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne, a także edukacja ekologiczna i promowanie postaw pro-ekologicznych wśród pracowników i społeczności lokalnej. Do tej pory zostały zrealizowane takie projekty, jak

sprzątanie dna jeziora przez plewonośników, oczyszczanie linii brzegowej rzek i jezior, sadzenie drzew i kwiatów, przygotowywanie kącików zieleni w ogrodach domów dziecka oraz organizacja eko-festynów.⁴

Podsumowanie

Niewątpliwie odpowiedzialność za środowisko powinna być wpisana w strategię każdej firmy, nie tylko dużej. Należy jednak pamiętać, że o tym, czy przedsiębiorcy skorzystają czy stracą na wdrażaniu zasad zrównoważonego rozwoju, decyduje przede wszystkim podejście do tematu ich samych. Jeśli przedsiębiorcy traktować będą ekologię jako obowiązek i przymusowe podporządkowanie się przepisom oraz jako barierę prowadzonej działalności, w dłuższej perspektywie odczują negatywne konsekwencje swoich decyzji. Jeżeli jednak poprzez wdrażanie systemów zarządzania ochroną środowiska i realizację niezbędnych działań dostrzegą oni szansę na wygranie z konkucją, to wdrażanie eko-odpowiedzialności z pewnością przyniesie im korzyści i przewagę konkurencyjną na rynku. *

Artykuł powstał na współpracy z Instytut Ekologiczny i Fundacji Aeris Futuro i Miasteczka Budowlane.

³ Badanie wykonane w 2011 roku, grupa agencji public relations N-270. W tym zakresie 4-9 pracowników N-268, 2 osoby (10-40 pracowników) N-284, 1 osoba (50-240 pracowników) N-312, 1 osoba (150 lub więcej pracowników) N-346.

Bibliografia:

Czyż to nie powódź? Czarna lista standardów społecznej odpowiedzialności biznesu, Raport 2011, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), Warszawa, www.zestawy.com.pl, www.earthlink.com.pl/ekologia.html, www.db-schenker.com.pl/spolecznosc / wolontariat-pracowniczy / wiecie-olimpijczyki-2012 / info-wskazy-tytułowe / Powszechny (DAP) promulguje na stronach Biłgoraj / <http://www.e-las.pl>, Wajsbargi A., 2010, Załoga i program gospodarki w Dru Etopolidae, w tym w Polsce. Materiały z konferencji „nowoczesne wyzwanie: rozwój konkurencyjności regionów”, Kraków 3.12.2010.

Fundacja Aeris Futuro wspiera biznes w zakresie zrównoważonego rozwoju – starając się ograniczyć carbon footprint, czyli emisję CO₂, poprzez projekty sadzenia drzew, edukację ekologiczną – szkolenia, programy wolontariatu pracowniczego oraz promocję pro-ekologicznych produktów i usług. Współpracuje z wieloma firmami, m.in. Tauron, Yves Rocher. Rozwija w Polsce standard Zielonego Wydarzenia, wspierając organizatorów różnorodnych spotkań i festiwali. Więcej na www.aerisfuturo.pl.