

Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw transportowych poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu

Sustainable development of transport companies by corporate social responsibility

Katarzyna Turoń, Piotr Czech, Politechnika Śląska, Wydział Transportu, Katedra Budowy Pojazdów Samochodowych

STRESZCZENIE

Artykuł poświęcony został tematyce rozwoju organizacji poprzez zapewnienie odpowiedniego balansu pomiędzy aspektami społecznym, ekonomicznym i środowiskowym (tj. rozwoju w sposób zrównoważony). Autorzy przedstawili koncepcję zrównoważonego rozwoju, jej powiązania z ideą społecznej odpowiedzialności biznesu oraz jej wpływ na wzmocnienie pozycji przedsiębiorstw. W artykule przedstawiono propozycje wdrożeń zasad społecznej odpowiedzialności do działalności przedsiębiorstw na rynku transportowym. Celem pracy było zaprezentowanie idei zrównoważonego rozwoju w organizacjach transportowych.

Słowa kluczowe: zrównoważony rozwój, społeczna odpowiedzialność biznesu, transport, zrównoważony transport, rynek transportowy.

The work is dedicated to the development of an organization by providing an appropriate balance between social, economic and environmental aspects (i.e. sustainable development). The authors presented the concept of sustainable development, its relationship with the idea of corporate social responsibility and its impact on strengthening the position of enterprises. The article presents proposals for the implementation of the principles of corporate social responsibility for enterprises on the transport market. The aim of the paper was to present the idea of sustainable development in transport organizations.

Keywords: sustainable development, corporate social responsibility, transport, sustainable transport, transport market.

ABSTRACT

Wstęp

Rozwój w odniesieniu do organizacji może być rozpatrywany z punktu widzenia wielu czynników. Jest on kojarzony z nieustannym rozwojem pracowników, tworzeniem innowacyjnych technologii, odpowiednio dobranym sposobem zarządzania, kierowania zasobami ludzkimi itp. (Kossowska, Sołtysińska 2002; Penc 2001). W zależności od obszaru gospodarczego można wymienić jeszcze wiele innych czynników wpływających na rozwój przedsiębiorstwa. Istotne jest jednak zwrócenie uwagi na zapewnienie pomiędzy nimi odpowiedniej synergii i zdolności do kreowania wartości (Crozier 1993). Sposobem na zarządzanie organizacją z zapewnieniem balansu pomiędzy głównymi aspektami działalności firmy, tj. społecznym, ekonomicznym i środowiskowym, jest zastosowanie koncepcji zrównoważonego rozwoju.

Celem niniejszej pracy jest zaprezentowanie koncepcji zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa, jej powiązania z ideą społecznej odpowiedzialności biznesu oraz jej wpływu na wzmocnienie pozycji przedsiębiorstw. W artykule posłużono się przykładami płynącymi z branży transportowej.

Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność organizacji

Funkcjonowanie przedsiębiorstw w obecnym otoczeniu gospodarczym doprowadziło do wielu zmian w ich strukturze i sposobie działalności. Zmiany te dotyczyły głównie reakcji na stopniowo osłabianą pozycję lidera i zmniejszania wpływu na poziomie organizacja-otoczenie (Nizard 1998). Zaczęto wówczas zauważać, że

dalsze istnienie organizacji wraz z utrzymaniem jej samodzielności będzie możliwe tylko wtedy, gdy nieustannie będzie ona monitorować wszelkie żądania płynące ze swojego otoczenia i efektywnie wprowadzać modyfikację swoich działań (Penc 2001). Skupiono się więc na aspektach związanych z przyszłościowym podejściem do przedsiębiorstwa i traktowaniem jego rozwoju jako dynamicznego i złożonego procesu. Takie podejście miało na celu zwiększenie szansy organizacji na funkcjonowanie na rynku w przyszłości oraz umożliwienie realizacji wyznaczonych przez nią zadań związanych z działalnością w danym obszarze (Janikowski 2010). Koncepcję zrównoważonego rozwoju zwykle kojarzy się ze skrótem 3xP (ang. *planet-people-profit*), tj. ziemia-ludzie-zysk (Latoszek 2016). To oznacza skupienie się na trzech istotnych z punktu widzenia idei aspektach: środowiskowym, społecznym i ekonomicznym, przy jednoczesnym zapewnieniu poprawy jakości życia. Analizując działania zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw można zauważyć, że spełnienie przez nie założeń zrównoważonego rozwoju jest dokonywane poprzez tworzenie i wdrażanie praktyk społecznej odpowiedzialności biznesu (Brzustewicz 2013). Propagowanie przez organizacje zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *CSR – Corporate Social Responsibility*) oznacza ich dobrowolne uwzględnianie poza kwestiami finansowymi także aspektów środowiskowych oraz społecznych (Olejniczak 2013; Skowroński 2006).

Zdaniem J. Korpus, autorki książki pt. *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w obszarze kształtowania środowiska pracy*, społeczna odpowiedzialność biznesu ma realny wpływ na osiągnięcie przez organizację większej efektywności (Korpus 2006). Dzieje się tak z uwagi na to, że poprzez prowadzenie działalności zgodnie z zasadami CSR możliwe jest podejmowanie działań zarówno dla

dobrych organizacji (ład korporacyjny, praktyki operacyjne przedsiębiorstwa), ale także poprzez tworzenie wartości dla społeczeństwa (zwiększony nacisk na przestrzeganie praw człowieka, zagadnienia pro-konsumenckie, edukacja, rozwój społeczności lokalnych) i środowiska. Ponadto, wdrożenie koncepcji społecznej odpowiedzialności daje możliwość (Adamczyk 2001; Barczyński 2012; Jabłoński 2013; Klimczak 1999):

- spełnienia etycznych oczekiwań interesariuszy;
- poprawy wizerunku publicznego;
- osiągnięcia stabilności polityki związanej z etyką i moralnością;
- ujednolicenia wewnętrznych standardów związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi i rozwiązywania konfliktów, poprzez kreowanie atmosfery wzajemnego zaufania.

Rynek usług transportowych

Rynek usług transportowych jest branżą bardzo wymagającą i wyróżniającą się na tle innych rynków. Pierwszą z cech charakterystycznych dla rynku jest fakt tworzenia go przez usługodawców, a więc grupę podmiotów, które związane są z popytami. Podmioty te świadczą swoje usługi za pomocą różnych środków transportu, w odmiennych środowiskach. Specyfika potrzeb transportowych ich klientów jest więc zależna od otoczenia usługobiorców (Rucińska 2015). Drugie z uwarunkowań charakterystycznych dla branży transportowej jest związane z istotą samej usługi transportowej. To ona staje się głównym przedmiotem negocjacji rynkowych, a także dokonania transakcji i ostatecznie wymiany. Usługa może mieć cechy logistyczne, spedycyjne lub transportowe, być świadczona za pomocą różnych form transportu (gałęzi i środków), technologii przewozu osób lub rzeczy/ładunków (Rucińska 2015). Inną z cech rynku transportowego jest miejsce działalności usługodawców, które w przypadku transportu może obejmować swoim obszarem zarówno rynki lokalne, międzynarodowe czy globalne (Rucińska 2015). Należy również zaznaczyć, że działalność rynku transportowego jest odzwierciedleniem związków pomiędzy popytem a popytami oraz ceną usług, a ze względu na swoją specyfikę wymaga ciągłego monitorowania zachowań usługobiorców oraz działalności komplementarnych rynków (Rucińska 2015). Możliwe jest zatem stwierdzenie, że specyfika rynku transportowego wynika z jego odmienności strukturalnej i organizacyjnej, a także technologiczno-technicznej (Rucińska 2015).

Rynek usług transportowych to także obszar działalności komplementarnej do funkcjonowania innych rynków w otoczeniu gospodarczym według zasady sprzężeń zwrotnych (Tarski 1973). To również system wiążący ze sobą wiele podmiotów, m.in. władze państwa, władze samorządowe, przedsiębiorstwa i pasażerów indywidualnych (Hebel 2015). Rynek transportowy to obszar mocno angażujący w swoją działalność otoczenie społeczno-gospodarcze, a zarazem intensyfikujący jego wzrost (Grzywacz, Burnewicz 1989). Jego wpływ na gospodarkę umożliwia eliminowanie barier handlowych, poprawę działalności przedsiębiorstw korzystających z usług transportowych, zwiększenie dostępności do rynków pracy i nieruchomości umożliwiającej transfer technologii, innowacji oraz integrujący rynki globalne, a także regionalne (Pawłowska 2013). Ponadto poprzez działalność przewozową organizatorów transportu i wykorzystywane zaplecze motoryzacyjne, powszechnie uważany jest za generator problemów środowiskowych, co stanowi integrację

trzeciego z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju czynnika – aspektu środowiskowego. Takie połączenie wskazuje na konieczność równoważenia wpływu transportu na środowisko i społeczeństwo z dążeniem do poprawy jakości życia i zapewnienia ekonomicznej efektywności (Kiba-Janiak, Witkowski 2014).

Zrównoważony rozwój przedsiębiorstw rynku usług transportowych

Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu, możliwe jest wdrożenie w działalność przedsiębiorstw rynku usług transportowych praktyk, które sprzyjać będą uzyskaniu balansu pomiędzy aspektami społecznym, ekonomicznym i środowiskowym. W dalszej części przedstawione zostały rozwiązania, które mogą być wdrażane w przedsiębiorstwach transportowych, w celu realizowania polityki zrównoważonego rozwoju.

Kwestie społeczne mogą być realizowane poprzez odpowiedzialne dopasowywanie ofert usług transportowych, ich dostępności oraz taryfy, do potrzeb i żądań swoich klientów, przede wszystkim pod kątem oczekiwań osób niepełnosprawnych, osób starszych, dzieci, rodziców podróżujących z dziećmi czy dużych rodzin. Zagadnienia konsumenckie powinny być przedstawione w taki sposób, aby ich zrozumienie było możliwe przez osoby reprezentujące różne grupy wiekowe. Inną z form realizacji założeń CSR w kontekście społecznym jest zaangażowanie organizacji w działania na rzecz społeczności lokalnych. Aspekty społeczne winny być także widoczne w organizowaniu wszelkiego rodzaju kampanii pro-konsumenckich, czyli wykorzystaniu marketingu społecznego oraz marketingu społecznie zaangażowanego. Tego rodzaju działania mogą wspierać kwestie związane z edukacją konsumencką, np. w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa ruchu drogowego, bezpieczeństwa podróży czy odpowiednich zachowań w komunikacji miejskiej (Turoń, Golba, Cieśla, Czech 2015).

Zagadnienia społeczne mogą być także realizowane poprzez szereg działań wpływających na poprawę warunków pracy jednych z podstawowych interesariuszy przedsiębiorstwa, którymi są pracownicy. Wówczas, istotnym jest wprowadzanie etycznych zasad postępowania i rozwiązywania konfliktów. Zwykle kod postępowania prezentowany jest w formie programów lub kodeksów etyki uwzględniających poszanowanie (Turoń, Cieśla, Czech 2015):

- klienta;
- współpracowników;
- społeczności;
- firmy.

Tego typu zagadnienia są szczególnie ważne w przypadku współpracy wielokulturowej i kwestii zatrudnienia obcokrajowców, która w przypadku działalności na rynku transportowym jest cechą charakterystyczną dla jego specyfiki. Istotne jest także zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa w miejscu pracy. Kwestie te są szczególnie istotne w przypadku wszelkiego rodzaju magazynów i terminali, gdzie mamy do czynienia z coraz bardziej zaawansowaną automatyką magazynową. Ponadto, ważne jest nie tylko przeszkolenie, ale także ciągłe monitorowanie przestrzegania zasad bezpieczeństwa podczas transportu, a szczególnie przewozu towarów niebezpiecznych, aby uchronić swoich pracowników przed

ewentualnymi konsekwencjami związanymi z błędnie podjętymi decyzjami, jak również środowisko – unikając katastrof ekologicznych.

Z punktu widzenia ekonomicznego, istotne jest zapewnienie odpowiedniego poziomu nadzoru korporacyjnego. Oznacza to monitorowanie przez organizację przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponadto, ważne jest także ciągłe dokonywanie audytu dostawców. Tego typu praktyka pozwala na współpracę z przedsiębiorstwami, np. dostawcami paliw czy części eksploatacyjnych, które w swoich działaniach przestrzegają zasad CSR, a więc ich funkcjonowanie oznacza transparentność organizacji. Takie inicjatywy zwiększają poziom wiarygodności, która w przypadku transportu jest cechą bardzo pożądaną. Rozpatrując zrównoważony rozwój transportu pod kątem proekologicznym można zwrócić uwagę na wdrażanie do działalności organizacji wszelkich rozwiązań płynących z logistyki zwrotnej czy logistyki odzysku, których celem jest odpowiednie zarządzanie transportowanymi opakowaniami oraz ich recyklingiem/up-cyklingiem. Kolejnym z aspektów jest dokonywanie społecznie odpowiedzialnych inwestycji poprzez modernizowanie floty pojazdów, spełniających coraz bardziej rygorystyczne wymagania związane z ich ekologicznością. Inwestowanie z punktu widzenia CSR może także opierać się na zakupie pojazdów z napędem alternatywnym, wpisującym się w aktualne trendy ekologiczne, tj. eko- i elektromobilności (Gis, Menes 2015). Praktyki w zakresie ekologii mogą także skupiać się w obrębie wykorzystywania pojazdów alternatywnych, np. rowerów towarowych do dostaw na terenie miast. Ponadto w grupę wszelkich działań pro-środowiskowych wpisują się także ekologiczne usługi zaplanowane w taki sposób, aby ograniczyć zużycie energii, odpowiednie planowanie tras przejazdu, w taki sposób, aby uwzględnić zasady eco-drivingu czy redukcję tzw. „pustych przewozów” (Turoń, Golba, Cieśla, Czech 2015).

Podsumowanie

Podsumowując, rynek usług transportowych poprzez swoją specyfikę silnie wpływa na otoczenie społeczno-gospodarcze. Jest zatem idealnym przedmiotem do wdrażania koncepcji zrównoważonego rozwoju i praktyk społecznej odpowiedzialności biznesu w celu poprawy jakości życia społeczeństwa, a także efektywności ekonomicznej funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Organizacje rynku transportowego zmagają się z wymogami udowodnienia swojej dobrej reputacji oraz zdolności technicznej, technologicznej i ekonomicznej do wykonania usług transportowych. Odpowiednie wdrożenie praktyk społecznej odpowiedzialności biznesu jest zatem możliwością poprawy wiarygodności organizacji. Ponadto, ciągłe monitorowanie wpływu przedsiębiorstwa na społeczeństwo, środowisko i gospodarkę, a następnie wyciąganie stosownych wniosków i wprowadzanie zmian w działalności firmy, świadczy o rozwoju organizacji. Natomiast rozwój w sposób zrównoważony to nie tylko szansa na przetrwanie na konkurencyjnym rynku, ale także na postrzeganie organizacji jako innowacyjnej i odpowiadającej potrzebom rynkowym, co w dzisiejszych czasach jest jedną z determinant funkcjonowania przedsiębiorstw.

Źródłem finansowania badań i artykułu były środki własne autorów.

Bibliografia

1. Adamczyk J., (2001) *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
2. Barczyński A., (2012) *Społeczna odpowiedzialność biznesu, empatia, altruizm – wyrafinowane narzędzie marketingu czy socjotechnika?* [w:] Ćwiertniak B., (red.), Aktualne zagadnienia prawa pracy i polityki społecznej (zbiór studiów), Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas.
3. Brzustewicz P., (2013) *Zarządzanie łańcuchem dostaw a cykl życia produktu – perspektywa rozwoju zrównoważonego*, „Marketing i Rynek” nr 2/2013, s. 8-13.
4. Crozier M., (1993) *Przedsiębiorstwo na podsłuchu. Jak uczyć się zarządzania postindustrialnego*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
5. Gis W., Menes M., (2015) *Stan i perspektywy rozwoju parku samochodów elektrycznych*, Czasopismo „Logistyka” nr 4/2015 s. 3393-3399.
6. Grzywacz W., Burniewicz J., (1989) *Ekonomika transportu*, Warszawa: Wydawnictwo Komunikacji i Łączności.
7. Hebel K., (2015) *Zachowania rynkowe podmiotów* [w:] Rucińska D., (red.), Rynek usług transportowych w Polsce, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
8. Jabłoński A., (2013) *Modele zrównoważonego biznesu w budowie długoterminowej wartości przedsiębiorstw z uwzględnieniem ich społecznej odpowiedzialności*, Warszawa: Wydawnictwo Difin.
9. Janikowski R., (2010) *Wymiary zrównoważonego rozwoju. Rozwój lokalny, gospodarka przestrzenna, zdrowie środowiskowe, innowacyjność*, Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu.
10. Kiba-Janiak M., Witkowski J., (2014) *Modelowanie logistyki miejskiej*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
11. Klimczak B., (1999) *Etyka gospodarcza*, Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
12. Korpus J., (2006) *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w obszarze kształtowania środowiska pracy*, Warszawa: Wydawnictwo PLACET.
13. Kossowska M., Sołtysińska I., (2002) *Szkolenia pracowników a rozwój organizacji*, Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
14. Latoszek E., (2016) *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w teorii i praktyce ONZ* [w:] Latoszek E., Proczek M., Krukowska M., (red.), Zrównoważony rozwój a globalne dobra publiczne w teorii i praktyce organizacji międzynarodowych, Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
15. Nizard G., (1998) *Metamorfozy przedsiębiorstwa. Zarządzanie w zmiennym otoczeniu organizacji*, Warszawa: PWN.
16. Olejniczak K., (2013) *Wpływ wybranych czynników ekologicznego aspektu CSR na przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw działających na terenie województwa śląskiego*, Rocznik Ochrona Środowiska, tom 15, s. 2840-2849.
17. Pawłowska B., (2013) *Zrównoważony rozwój transportu na tle współczesnych procesów społeczno-gospodarczych*, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
18. Penc J., (2001) *Kreowanie zachowań w organizacji. Konflikty i stresy pracownicze. Zmiany i rozwój organizacji*, Warszawa: Agencja Wydawnicza PLACET.
19. Przybyłowski A., (2014) *Zrównoważona mobilność w aglomeracjach (ze szczególnym uwzględnieniem trójmiasta)*, Studia i Prace WNEiZ nr 37, tom 3.
20. Rucińska D., (2015) *Charakterystyka rynku usług transportowych* [w:] Rucińska D., (red.), Rynek usług transportowych w Polsce, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
21. Skowroński A., (2006) *Zrównoważony rozwój perspektywą dalszego postępu cywilizacji*, „Problemy ekorozwoju”, tom 1, nr 2.
22. Tarski I., (1973) *Ekonomika i organizacja transportu międzynarodowego*, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
23. Turoń K., Cieśla M., Czech P., (2015) *Wybrane narzędzia zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu w firmach branży kurierskiej* [w:] Micuła I., (red.), Wybrane aspekty zarządzania a jakość życia, Katowice: Wydawnictwo Naukowe SOPHIA.
24. Turoń K., Golba D., Cieśla M., Czech P., (2015) *Odpowiedzialny transport. Dobre praktyki społecznej odpowiedzialności biznesu branży TSL z punktu widzenia studentów na podstawie badań własnych* [w:] Skrzypek E., (red.), Logistyka i jakość. Aspekty teoretyczne i praktyczne, Lublin: Katedra Zarządzania Jakością i Wiedzą, Wydział Ekonomiczny Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie.

