

Oryginalny artykuł naukowy
Original Article

Data wpływu/Received: 3.04.2020

Data recenzji/Accepted: 17.06.2020/22.06.2020

Data publikacji/Published: 31.12.2020

Źródła finansowania publikacji: WSH w Sosnowcu

DOI: 10.5604/01.3001.0014.7951

Authors' Contribution:

(A) Study Design (projekt badania)

(B) Data Collection (zbieranie danych)

(C) Statistical Analysis (analiza statystyczna)

(D) Data Interpretation (interpretacja danych)

(E) Manuscript Preparation (redagowanie opracowania)

(F) Literature Search (badania literaturowe)

prof. dr hab. Elżbieta Lorek^{A B C D E F}

Wyższa Szkoła Humanitas w Sosnowcu

ORCID 0000-0002-1648-7322

**SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU
JAKO NARZĘDZIE WDRAŻANIA ZRÓWNOWAŻONEJ
KONSUMPCJI I PRODUKCJI**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A TOOL
FOR IMPLEMENTING SUSTAINABLE CONSUMPTION
AND PRODUCTION**

Streszczenie: Celem artykułu jest wykazanie istnienia związku pomiędzy pojęciami społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zrównoważonej produkcji i konsumpcji. CSR pomaga organizacji zwiększyć efektywność i wiarygodność, prowadzić dialog i angażować interesariuszy do współpracy, jak również zidentyfikować zarządzanie ryzykiem społecznym, środowiskowym

i etycznym. Realizacja CSR wymaga całościowej zmiany funkcjonowania przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa mające wdrożony CSR powinny przede wszystkim w sposób przejrzysty informować konsumentów o swoich produktach, czyli realizować zasady europejskiej polityki produktowej i wytyczne zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Implementacja zasad CSR do strategii biznesowej przedsiębiorstwa sprzyja budowaniu długookresowej przewagi konkurencyjnej oraz relacji z otoczeniem społecznym firm i jego interesariuszami. Przedsiębiorstwom posługującym się zasadami CSR pomaga to skutecznie posługiwać się instrumentami w ramach zrównoważonej konsumpcji i produkcji i tym samym przyczyniać się do rozwoju zrównoważonego, zwiększając równocześnie europejski potencjał innowacyjny i europejską konkurencyjność.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, zrównoważony rozwój, „zielona” gospodarka, zrównoważona konsumpcja, zrównoważona produkcja

Abstract: The aim of the article is to demonstrate the relationship between the concepts of corporate social responsibility and sustainable production and consumption. CSR helps the organization increase efficiency and credibility, engage in dialogue and engage stakeholders in cooperation, as well as identify social, environmental and ethical risk management. The implementation of CSR requires a comprehensive change in the functioning of the enterprise. Companies that have implemented CSR should, above all, transparently inform consumers about their products, i.e. implement the principles of the European product policy and the guidelines of sustainable consumption and production. The implementation of CSR principles into the company's business strategy is conducive to building a long-term competitive advantage and relations with the social environment of companies and its stakeholders. For companies that adhere to the principles of CSR, this helps to effectively use the instruments of sustainable consumption and production and thus contribute to sustainable development while increasing European innovation potential and European competitiveness.

Keywords: Corporate social responsibility, sustainable development, “green” economy, sustainable consumption, sustainable production

Wstęp

W naukach o zarządzaniu coraz większą rolę odgrywa koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR – Corporate Social Responsibility). Jest ona pojmowana jako nowa filozofia zarządzania organizacją opartą na fundamentach etyki biznesu. Zmiana paradygmatu funkcjonowania przedsiębiorstw wymagać będzie przekształceń w obszarze kompetencji, rozwoju, innowacji i ładu organizacyjnego, a także świadomości społecznej. Dotyczy to przedsiębiorstw z różnych sektorów gospodarki. Otoczenie współczesnych przedsiębiorstw to obszar dynamicznych zmian o charakterze społecznym, kulturowym i ekonomicznym. Społeczna odpowiedzialność pełni ważną rolę w rozwoju przedsiębiorstw, jednocześnie pokazując, że mają one nie tylko dostarczać wyroby i usługi, ale również brać aktywny udział w rozwiązywaniu problemów społecznych, ekonomicznych oraz ekologicznych. Według Komisji Europejskiej strategia społecznej odpowiedzialności biznesu

przyczynia się do trwałego sukcesu przedsiębiorstwa wtedy, gdy uwzględnia dialog z interesariuszami, zarządzanie środowiskowe i budowę kapitału społecznego. W dokumencie *Europejski Sojusz na rzecz CSR*, opracowany w oparciu o wkład przedsiębiorstw aktywnie działających na rzecz CSR, zachęca się europejskie przedsiębiorstwa do dobrowolnego wyrażania swojego poparcia¹.

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest przedmiotem wielu dyskusji, zarówno w sferze akademickiej, jak i wśród praktyków zarządzania. Jednym z najistotniejszych tematów dyskursu jest to, w jaki sposób nadać idei CSR wymiar praktyczny oraz jakie relacje łączą tę ideę z innymi podejściami oraz strategiami, m.in. z pojęciem zrównoważonej produkcji i konsumpcji.

Celem artykułu jest wykazanie istnienia związku pomiędzy pojęciami społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zrównoważonej produkcji i konsumpcji. Związek taki w wymiarze użytkowym mógłby być utożsamiony z szeregiem praktyk nawiązujących do idei CSR i będących jednocześnie formą realizacji strategii zrównoważonej produkcji i konsumpcji po stronie przedsiębiorstw. W artykule wykorzystana została krytyczna analiza światowej i krajowej literatury przedmiotu, koncentrującej się wokół pojęć „społeczna odpowiedzialność biznesu” (Corporate Social Responsibility) oraz „zrównoważona produkcja i konsumpcja” (sustainable production and consumption). Zebrany materiał teoretyczny został poddany analizie dotyczącej występowania wspólnego podzbioru cech określających i definiujących obydwa badane pojęcia.

1. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a budowanie zielonej gospodarki w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju przemysłu i biznesu

Przedsiębiorstwa, realizując zasady zrównoważonego rozwoju, inaczej definiują założenia strategiczne, tworząc nowe szanse na rynku poprzez wykorzystanie tych segmentów klientów, którzy posiadając świadomość ekologiczną, preferują produkty wysokiej jakości. Takie podejście do zarządzania znajduje swój wyraz w koncepcji „stakeholders”, w której rozszerza się korzyści wynikające z wartości dodanej wypracowanej przez przedsiębiorstwo na wszystkich interesariuszy. Według R. Freemana interesariuszem jest każda osoba lub grupa osób, która jest pod wpływem osiągnięcia celów organizacji lub może na nie wpływać². W celu wypracowania strategii postępowania z interesariuszami przedsiębiorstwo powinno ich zidentyfikować oraz ocenić siłę i oczekiwania każdego z nich. Znaczenie interesariuszy jest zmienne w czasie i za-

¹ Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/PL/1-2011-681-PL-F1-1.Pdf [dostęp: 20.07.2020].

² R.E. Freeman, *Strategic Planning: a Stakeholder Approach*, Pitman Publishing 1984.

leżne ściśle od zakresu odpowiedzialności przedsiębiorstwa wobec poszczególnych grup interesariuszy. W koncepcji „stakeholders” pojęcie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw uwzględnia aspekty ekologiczne, a ponieważ odpowiedzialność ekologiczna przedsiębiorstw znajduje się w kręgu zainteresowań coraz liczniejszych grup interesariuszy, to uwzględnianie ochrony środowiska w procesach decyzyjnych jest wymuszane ich presją, a wartość dodaną tworzoną w oparciu o czynnik ekologiczny należy postrzegać jako spełnienie oczekiwań interesariuszy. Interesariusze, którzy mogą wpływać na podejmowanie działań proekologicznych przez przedsiębiorstwa, to m.in.: właściciele, kadra zarządzająca, pracownicy, związki zawodowe, klienci, dostawcy, konkurenci, lokalna społeczność, władze lokalne i krajowe, banki i instytucje ubezpieczeniowe, instytuty naukowo-badawcze, organizacje: ekologiczne, konsumenckie, branżowe oraz media³.

Badania nad wykorzystaniem ekostrategii w zarządzaniu firmą wykazały, że przedsiębiorstwa, będące liderami w obszarze zarządzania środowiskowego, wyróżniały się postrzeganiem dużej presji interesariuszy, zwłaszcza pracowników, udziałowców i instytucji finansowych⁴. W 2001 r. Komisja Europejska ogłosiła dokument *Green Paper on Corporate Social Responsibility* odnoszący się do odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw w Europie. Koncepcja odpowiedzialności społecznej (CSR) oznacza, że firmy w swoich strategiach powinny uwzględniać interesy społeczne oraz ochronę środowiska z interesariuszami. Respektowanie powszechnie obowiązujących norm, wartości i oczekiwań społecznych wiąże się z odpowiedzialnością społeczną, która jest postrzegana jako gotowość przedsiębiorstwa do realizacji potrzeb społecznych⁵.

Strategię realizacji i upowszechniania CSR Komisja Europejska ogłosiła w dniu 2 lipca 2002 r. w dokumencie *Communication on CSR. A business contribution to sustainability development*. Promocję CSR, połączoną z wymianą doświadczeń, powinno zapewnić powołane w 2002 r. Europejskie Forum Zbiorowych Beneficjentów (*European Multistakeholders Forum on Corporate Social Responsibility*).

Przedsiębiorstwo realizujące zasady zrównoważonego rozwoju swą pozycję buduje na wartości ekonomicznej, społecznej i ekologicznej, przy wykorzystaniu różnego rodzaju mierników.

1. Miernikami wartości przedsiębiorstwa są m.in.⁶:
 - rynkowa wartość dodana (MVA),
 - ekonomiczna wartość dodana (EVA).

³ K. Buysse, A. Verbeke, *Proactive environmental strategies: A stakeholders management perspective*, „Strategic Management Journal” 2003, No. 24.

⁴ I. Henriques, P. Sadosky, *The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance*, „Academy of Management Journal” 1999, Vol. 42, No. 1.

⁵ S.P. Sethi, *Dimensions of corporate social performance: an analytic framework*, „California Management Review” 1975, Vol. 17, 3.

⁶ <http://mfiles.ae.krakow.pl> [dostęp: 10.05.2013].

2. Mierniki wartości społecznej odnoszą się m.in. do kwalifikacji pracowników, ilości innowacji, nagród, wyróżnień, stylu zarządzania, wiedzy, doświadczenia i wykształcenia pracowników⁷. Społeczna odpowiedzialność firm odnosi się do społeczności lokalnych, partnerów i klientów, ale także do poszanowania praw człowieka i właściwego odnoszenia się do globalnych problemów ekologicznych.

3. Miernikami wartości ekologicznych mogą być m.in. Indeks Trwałego Dobrobytu Ekonomicznego (*Index of Sustainable Economic Welfare* – ISEW), Indeks Rozwoju Społecznego (*Human Development Index* – HDI) lub Miernik Dobrobytu Ekonomicznego (*Measure of Economic Welfare* – MEW). Łatwym do obliczenia i bardzo obrazowym miernikiem jest tzw. ślad ekologiczny (*Ecological Footprint* – EF), czyli zdolność regeneracyjna ekosystemów w stosunku do wielkości powierzchni produkcyjnej ziemi i konsumpcji zasobów. Z obliczeń wynika, że po podzieleniu powierzchni produkcyjnej naszej planety przez liczbę jej mieszkańców każdy może rocznie skorzystać z 1,78 hektara. Obliczenia wykazały również, że od 20 lat konsumujemy więcej zasobów, niż może dostarczyć nam ziemia. Największe ekoślady zostawiają mieszkańcy Zjednoczonych Emiratów Arabskich (prawie 12 ha, najoszczędniejsi są mieszkańcy Afganistanu tylko 0,1 ha, a dla Polski wyliczony ekoślad to 3,3 ha). Szczególnie przydatnymi miernikami mogą być te odnoszące się bezpośrednio do przedsiębiorstw, a więc do udziału opłat i kar środowiskowych w dochodach firmy.

Poziom środowiskowej i ogólnospołecznej odpowiedzialności przedsiębiorców podlega pomiarowi dzięki opracowanym w 1999 r. Wskaźnikom Zrównoważonego Rozwoju Dow-Jones. Są to pierwsze ogólnosięciowe indeksy monitorujące wyniki finansowe przodujących firm, które kierują się zasadami zrównoważonego rozwoju. Obecnie ponad 2000 firm i organizacji pozarządowych z różnych stron świata propaguje ideę *Global Compact*, a około 300 korporacji skupionych w tzw. *Dow Jones Sustainability Group Index* uczestniczy w procesie oceny swej aktywności z uwzględnieniem giełdowych wskaźników zrównoważonego rozwoju. Obserwacje wskazują, że ich notowania rosną szybciej niż notowania firm spoza grupy⁸. Obecnie obserwuje się wzrost zapotrzebowania na produkty i usługi oferowane przez firmy „społecznie wrażliwe” (*socially responsible companies*), co jest niewątpliwie spowodowane wzrostem świadomości i wrażliwości społecznej. Zyski instytucji finansowych wynikające z uwzględnienia środowiska w ich zarządzaniu są następujące:

- wzrost wartości firmy (poprzez zarządzanie ryzykiem ekologicznym, obniżenie kosztów w rezultacie wzrostu efektywności, pozytywny wpływ na wizerunek);
- dodatkowa wartość dla konsumentów;
- ochrona środowiska – bezpośredni wpływ na oferowane produkty finansowe oraz pośrednio poprzez redukcję zapotrzebowania na energię i materiały).

⁷ S.P. Sethi, *Dimensions of corporate social performance...*

⁸ R. Pochyluk, J. Szymański, *Nowe instrumenty w zarządzaniu ochroną środowiska*, „Problemy Ocen Środowiskowych” 2006, nr 2(33).

Zielony rozwój gospodarki to nowa ścieżka rozwoju społeczno-gospodarczego, w bardziej efektywny sposób realizującego cele zrównoważonego rozwoju. Ważna jest reorganizacja produkcji, prowadząca do optymalizacji procesów oraz ograniczenia energo- i materiałochłonności, a także skuteczna koordynacja i komunikacja pomiędzy władzą a przedstawicielami przedsiębiorców sektorów przemysłowych. Powinno istnieć stałe monitorowanie oraz kreowanie potrzeb konsumenta. Celem powinno być również wypracowanie zadań adaptacji przedsiębiorców do zmieniających się uwarunkowań gospodarczych.

Strategiczne dokumenty publikowane przez Unię Europejską podkreślają wagę zrównoważonego rozwoju. W strategii „Europa 2020” jednym z trzech najważniejszych priorytetów programu społeczno-gospodarczego jest zrównoważony wzrost. Strategia rozwoju Europy „Europa 2020” z dnia 3 marca 2010 roku przedstawiała trzy podstawowe priorytety polityki europejskiej. Są to:

- rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach (*smart growth*);
- promowanie gospodarki zrównoważonej – efektywnie wykorzystującej zasoby, bardziej ekologicznej i konkurencyjnej, zwłaszcza w odniesieniu do energii, efektywności i konsumpcji (*sustainable growth*);
- wzmacnianie gospodarki charakteryzującej się wysokim zatrudnieniem oraz spójnością ekonomiczną, społeczną i przestrzenną (*inclusive growth*)⁹.

Wdrożenie tych inicjatyw to priorytet działania władz na wszystkich szczeblach: państw członkowskich, władz regionalnych i lokalnych. W strategii tej zakłada się zwiększenie konkurencyjności unijnego sektora przemysłu poprzez kreowanie polityki przemysłowej na rzecz ekologicznego rozwoju. W nowej strategii priorytetem jest inteligentny i zrównoważony rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu. Komisja Europejska wezwała kraje członkowskie do działań legislacyjnych dotyczących inicjatyw zawartych w priorytetach przedstawionej strategii. Zakłada się zwiększenie skuteczności strategii poprzez monitorowanie postępów w jej wdrażaniu przez kraje członkowskie.

Biznes i przemysł, w tym korporacje międzynarodowe, odgrywają decydującą rolę w społecznym i ekonomicznym rozwoju każdego kraju, a stabilna polityka, jaką jest niewątpliwie polityka zrównoważonego rozwoju, umożliwia i zachęca te sfery do odpowiedzialnych i efektywnych działań oraz do wdrażania długofalowej polityki. Wzrastający dobrobyt jako główny cel procesu trwałego i zrównoważonego rozwoju jest przede wszystkim skutkiem działań prowadzonych w biznesie i przemyśle. To przedsiębiorstwa, niezależnie od ich wielkości, są głównym źródłem towarów dla handlu oraz zatrudnienia. Zatem sfery biznesu i przemysłu powinny stać się uczestnikami procesu wdrażania i oceny działań zalecanych na rzecz urzeczywistnienia idei trwałego i zrównoważonego rozwoju zawartych w Agendzie 21.

⁹ Europe 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, COM (2010) 2020, Bruksela, 3 marca 2010.

Realizacja postulatów zawartych w koncepcji zrównoważonego rozwoju wymaga długofalowego okresu przemian w sferze społecznej, gospodarczej, technicznej, organizacyjnej i wielu innych, prowadząc do ich powiązania z kwestiami środowiskowymi. Ochrona środowiska powinna być wpisana w system społeczno-gospodarczy na wszystkich poziomach zarządzania, poczynając od gospodarstwa domowego, na skali globalnej kończąc. Zrównoważony rozwój to koncepcja takiego stymulowania procesów społeczno-ekonomicznych, aby wzrost gospodarczy dokonywał się poprzez bardziej efektywne i racjonalne wykorzystanie wszystkich zasobów przyrody. Jego istotą jest powiązanie szybkiego rozwoju gospodarczego i wzrostu jakości życia ludności z poprawą stanu środowiska przyrodniczego i z dążeniem do zachowania go dla przyszłych pokoleń.

Implementacja idei trwałego i zrównoważonego rozwoju na poziomie przedsiębiorstwa wymaga zastosowania odpowiednich narzędzi. Narzędzia polityki, wspierające realizację zrównoważonego rozwoju, zwykle skupiają się na zmianach technologicznych, efektywnym wykorzystaniem zasobów, rzadziej natomiast koncentrują się na zmianie wzorców konsumpcji, stylu życia. Tymczasem punktem wyjścia do zmian w stronę zrównoważonej produkcji powinna być równocześnie zmiana świadomości społecznej. Poziom świadomości ekologicznej zależy od poziomu edukacji oraz nauki i badań, w tym od struktury wykształcenia mieszkańców, liczby naukowców w danym kraju, wielkości wydatków na edukację i naukę, pozycji kraju w rankingu rozwoju technologiczno-innowacyjnym.

Osiąganie trwałego i zrównoważonego rozwoju można uzyskać:

- dzięki wydajniejszym procesom produkcji, czystym technologiom oraz operacjom wykorzystywanym w cyklu produkcyjnym danego produktu, zmniejszającym lub wykluczającym produkcję odpadów, dzięki polityce i działaniom w sferze biznesu i przemysłu mogącym odegrać główną rolę w bardziej efektywnym wykorzystaniu zasobów naturalnych oraz w działaniach na rzecz ochrony środowiska, dzięki popieraniu innowacyjności i innych działań mających na celu ulepszanie systemów produkcji, czego wynikiem będzie zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw;
- poprzez uznanie zarządzania ochroną środowiska za jeden z najważniejszych zbiorowych priorytetów i klucz do trwałego rozwoju. Kadra zarządzająca przedsiębiorstwami powinna popierać otwartość i dialog między pracownikami i społeczeństwem oraz przeglądy środowiskowe firm i ocenę produktów zgodnie z obowiązującymi normami¹⁰.

Duży wkład w rozwój zarządzania miała międzynarodowa Izba Handlu ICC (*International Chamber of Commerce*). Powołana przez ICC Rada Biznesu na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju opracowała Kartę Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju. Kartę tę na konferencji ONZ „Środowisko i Rozwój”, czyli II Szczycie Ziemi w Rio de

¹⁰ E. Lorek (red.), *Rozwój rynku dóbr i usług ekologicznych w regionie śląskim*, Wyd. AE, Katowice 2002, s. 141.

Janeiro w 1992 r. podpisało 1200 przedsiębiorstw z całego świata. Ważnym osiągnięciem Konferencji Narodów Zjednoczonych „Środowisko i Rozwój” było porozumienie i uzgodnienie wspólnego stanowiska międzynarodowego poszczególnych krajów co do kierunków rozwoju świata w XXI wieku. Problemy międzynarodowe zostały wówczas sprecyzowane i połączone w jednym systemie: gospodarka – społeczeństwo – środowisko. Na II Szczycie Ziemi w Rio de Janeiro idee rozwoju zrównoważonego przybrały konkretną formułę Agendy 21, czyli globalnego programu działań na XXI wiek. U podstaw tworzenia Agendy 21 leży podejście holistyczne, przekładające się w praktyce na integrowanie polityk. Agenda wskazuje, w jaki sposób rozwój może być praktycznie równoważony w kategoriach ekologiczno-przestrzennych, społecznych, ekonomicznych i polityczno-instytucjonalnych. Realizowane jest to poprzez kreowanie w procesie uspołecznionym polityki zrównoważonego rozwoju, integrującej politykę ekologiczną z polityką gospodarczą i społeczną. Agenda 21 jest zbiorem zaleceń dla rządów i organizacji międzynarodowych w tym zakresie. Znalazły się w niej zbiory wytycznych dla biznesu i przemysłu w osiągnięciu trwałego i zrównoważonego rozwoju. Podstawowym celem w tym obszarze działania jest osiągnięcie przez rządy, sfery biznesu i przemysł, w tym międzynarodowe korporacje, większej efektywności wykorzystania zasobów naturalnych, zwiększenie wykorzystania surowców wtórnych oraz zmniejszenia ilości wytwarzanych odpadów. Rządy powinny wspierać zakładanie i działalność przedsiębiorstw zarządzanych w sposób zrównoważony, uwzględniających w pełni wymogi ochrony środowiska¹¹.

Zalecenia na rzecz urzeczywistnienia idei trwałego i zrównoważonego rozwoju zawarte w Agendzie 21 w sferze biznesu i przemysłu dotyczyły¹²:

- wprowadzenia w praktyce zróżnicowanych instrumentów prawnych i ekonomicznych w ochronie środowiska, usprawnienie procedur administracyjnych, propagowanie czystszej produkcji również w odniesieniu do małych i średnich przedsiębiorstw; powinno się popierać dobrowolne i prywatne inicjatywy w tym zakresie;
- podjęcia szerokich badań nad metodami internalizacji kosztów środowiskowych przez mechanizmy obliczania dochodu i szacowania cen;
- zapewnienia przestrzegania norm ochrony środowiska i corocznego raportowania w tym zakresie;
- propagowania współpracy przedsiębiorstw w dziedzinie postępu technicznego i technologii, w tym działań obejmujących identyfikację, ocenę, badania i tworzenie możliwości rozwoju, zarządzanie, marketing oraz wprowadzanie metod czystszej produkcji;

¹¹ E. Lorek, *Zarządzanie środowiskowe w warunkach zrównoważonego rozwoju*, [w:] S. Lachiewicz, A. Zakrzewska-Bielawska (red.), *Teoria i praktyka zarządzania rozwojem organizacji*. Monografie Politechniki Łódzkiej, nr 1797, Wyd. Politechnika Łódzka, Łódź 2008, s. 52.

¹² Dokumenty końcowe konferencji Narodów Zjednoczonych „Środowisko i Rozwój”. Rio de Janeiro, 3-14 czerwca 1992 r. Szczyt Ziemi, Wyd. Instytut Ochrony Środowiska, Warszawa 1998.

- kształcenia pracowników w zakresie ochrony środowiska oraz trwałego i zrównoważonego rozwoju;
- przeprowadzania ocen oddziaływania na środowisko nowych działalności lub projektów;
- ekologizacji procesów, produktów i usług;
- podejmowania wspólnych działań proekologicznych oraz wzmożenia działań w zakresie oświaty, szkolenia i kształtowania ekologicznej świadomości społecznej;
- zintensyfikowania proekologicznych oddziaływań na kontrahentów i dostawców;
- promowania informacji dotyczących czystszej produkcji, poprzez rozszerzanie już istniejących systemów informacyjnych i baz danych, takich jak UNEP, Międzynarodowa Wspólnota na Rzecz Czystszej Produkcji, Bank Informacji Przemysłowej i Technologicznej UNIDO i ICC/IEB, a także przez rozwijanie sieci państwowych i międzynarodowych systemów informacyjnych.

Wiele firm na świecie opracowuje swoją długofalową strategię działań zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. W 2010 r. Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD) opublikowała dokument *Vision 2050. The new agenda for business*, w którym określiła wyzwania, jakie stoją przed biznesem w perspektywie 40 lat oraz wskazała szanse rynkowe umożliwiające firmom stabilny rozwój w długim okresie. Dokument ten wzywa biznes do wyboru drogi rozwoju, gdzie zrównoważony rozwój zapewni dobrobyt społeczny¹³.

Autorzy polskiej „Wizji 2050”, przy uwzględnieniu uwarunkowań gospodarczych, historycznych, geograficznych czy międzynarodowych, zidentyfikowali sześć kluczowych obszarów tematycznych wskazujących priorytetowe kierunki badań warunkujących stabilne warunki rozwoju. Są to:

- kapitał społeczny,
- kapitał ludzki,
- zrównoważony rozwój infrastruktury,
- zasoby naturalne,
- zrównoważona energia,
- jakość państwa i instytucji¹⁴.

W dokumencie tym określono również kluczowe czynniki sukcesu, które powinny zostać uwzględnione we wszystkich działaniach biznesu – edukację, innowację i współpracę. Duże wyzwania dla biznesu wynikające z opracowanego dokumentu „Wizja 2050” to przede wszystkim oszczędne, efektywne wykorzystanie

¹³ W 2009 roku Europejska Agencja Środowiska (EAŚ) oszacowała koszty zewnętrzne największych polskich elektrowni oraz zakładów przemysłowych na 4579 mld złotych. Kurs 1 EUR = 4,15 PLN, www.eea.europa.eu.

¹⁴ *Vision 2050: the New agenda for business. World Business Council for Sustainable Development (WBCS)*, Delhi 2010, <http://www.wbcsd.org/vision2050.aspx>.

zasobów i ich odzysk oraz powtórne wykorzystanie. To przesłanie dla biznesu mieści się w głównym celu zrównoważonego rozwoju (sprawiedliwości międzypokoleniowej), czyli zachowaniu zasobów naturalnych dla przyszłych pokoleń. By sprostać tym wyzwaniom, biznes ma do dyspozycji szereg narzędzi wdrożeniowych, jak np. wdrażanie systemów zarządzania środowiskowego (ISO, EMAS), standardu BAT (*Best Available Technology*) – nowoczesnych technologii, proekologiczne materiały i surowce do produkcji czy wreszcie prawidłowy recykling. Można tu dodać szereg zagadnień, takich jak: rozwój czystych technologii, odnawialnych źródeł energii, poprawę efektywności energetycznej i materiałowej, zmianę modelu konsumpcji i produkcji na bardziej zrównoważony, zintegrowaną politykę produktową, zielone zamówienia publiczne, zielone miejsca pracy czy wreszcie ekologiczną reformę podatkową. Ogłoszona w 2020 r. strategia Europejskiego Zielonego Ładu ma przekształcić UE w nowoczesną, zasobooszczędną i konkurencyjną gospodarkę, która w 2050 r. ma być neutralna klimatycznie¹⁵. Dotyczyć to także będzie wdrażania coraz nowszych zobowiązań dotyczących obniżania emitowanych przez firmy zanieczyszczeń, zobowiązań wynikających z europejskich polityk, takich jak polityka zrównoważonego rozwoju, ekologiczna, klimatyczna czy energetyczna.

2. Kształtowanie zrównoważonej konsumpcji w świetle wymogów zintegrowanej polityki produktowej Unii Europejskiej

W ostatnich latach obserwujemy w krajach UE tendencję do pogłębiania integracji polityki środowiskowej. Wychodzi się z założenia, że głównym źródłem zagrożeń dla środowiska są produkty (wyroby i usługi). Tak więc przez sformułowanie spójnej polityki wobec produktów uwzględniającej zasady zrównoważonej produkcji i konsumpcji można stworzyć system instrumentów i narzędzi nastawionych na zmniejszenie zagrożeń środowiska. Kreowanie całościowego podejścia do polityki wobec produktu w kontekście jego związków ze środowiskiem podjęto już pod koniec lat osiemdziesiątych. Prace te na poziomie UE, zainicjowane przez Komisję Europejską w 1997 r., doprowadziły do sformułowania zintegrowanej polityki wobec produktów (*Integrated Product Policy* – IPP), która została zawarta w publikacji *Green Paper on a Strategy for IPP*¹⁶. W oparciu o ten dokument powstały główne wytyczne i plan działań, koniecznych do opracowania końcowej wersji dokumentu w latach 2003–2007, pt. „Komunikat Komisji dla Rady i Parlamentu Europejskiego. Zintegrowana Polityka Produktowa. Budowanie w oparciu o Środowiskową Metodę Cyklu Życia”¹⁷.

¹⁵ *Europejski Zielony Ład*, <https://ec.europa.eu/commission> [dostęp: 12.02.2020].

¹⁶ *Green Paper on Integrated Product Policy*. Brussels 7.02.2001 COM (2001) 68 final Commission of the European Communities.

¹⁷ IPP. Building on Environmental Life-Cycle Thinking. Bruksel 18.06.2003 COM (2003) 302 final

Działania Komisji, wynikające z zaleceń przyjętych w V Programie Środowiskowym UE, stwierdzają, że stworzenie podstaw zintegrowanej polityki wobec produktu, opartej na cyklu życia, jest priorytetem działań i ma służyć także integracji zagadnień środowiskowych z różnymi obszarami polityki Unii i implementacji traktatu amsterdamskiego, zwłaszcza w odniesieniu do przemysłu i wspólnego rynku¹⁸. Konieczność jednolitego podejścia jest ważna z punktu widzenia wpływu takiej polityki na konkurencyjność produktów i na konkurencyjność gospodarek poszczególnych państw członkowskich, bowiem efektywność polityki UE wobec produktów ma wpływ na konkurencyjność przemysłu europejskiego na rynku światowym.

Zintegrowana Polityka Produktowa (IPP) stanowi jedną z koncepcji wspierania zrównoważonego rozwoju. Polityka ta koncentruje się na etapach cyklu życia produktu, dla których istnieją duże możliwości zmniejszenia presji na środowisko polegające na nieprzerzucaniu presji na środowisko z jednego etapu produkcji na drugi. W szerszym ujęciu celem IPP jest zmniejszenie oddziaływań na środowisko i konsumpcję zasobów w toku zaspokajania ludzkich potrzeb poprzez stałą poprawę funkcjonowania systemu produktów i usług, co w efekcie prowadzić powinno do wzrostu ogólnej wydajności ekologicznej (*eco-efficiency*) społeczeństw. Celem wyższej rangi jest osiągnięcie zrównoważonej produkcji i zrównoważonej konsumpcji, a zatem zrównoważonego rozwoju. Osiąganiu zrównoważonej konsumpcji (zdefiniowanej na konferencji OECD w Oslo w 1994 r.) służyć powinny strategie: upowszechniania produktów przyjaznych środowisku, zastępowania wyrobów usługami, kształtowania nowego stylu życia opartego na wzorcach pożądanym z punktu widzenia środowiska. W szerszym kontekście IPP powinna być zintegrowana z innymi politykami: informacyjną, regionalną, politykami wobec sektorów gospodarki, politykami w dziedzinie konsumpcji, badań naukowych czy standaryzacji. IPP musi uwzględniać cele środowiskowe, społeczne, ekonomiczne, a nawet polityczne. Na IPP składają się następujące działania:

- zmniejszanie ilości odpadów poprzez wzrost wydajności zasobów i gospodarowanie odpadami w zależności od ich charakteru;
- stymulowanie innowacji w dziedzinie produktów bardziej bezpiecznych dla środowiska nie tylko przez rozwój czystych technologii, ale w większym stopniu czystych produktów;
- kreowanie i wspieranie rynków dla produktów bardziej przyjaznych środowisku przez preferencyjną politykę cenową i podatkową, politykę zamówień publicznych (bardzo rozwiniętą w Niemczech – ogłaszanie listy tzw. środowiskowo przyjaznych zakupów);

Communication from the Commission to the Council and European Parliament oraz Zintegrowana Polityka Produktowa Unii Europejskiej. Ocena zakresu niezbędnych zasad z przypisaniem odpowiedzialności za ich realizację w Polsce. Ministerstwo Środowiska, Warszawa 2004.

¹⁸ E. Lorek, *Zmiany zachowań producentów i konsumentów na rynku w świetle wymogów zintegrowanej polityki produktowej UE*, [w:] A. Graczyk, K. Mazurek-Łopacińska (red.), *Badanie rozwoju rynków produktów rolnictwa ekologicznego i żywności ekologicznej w Polsce*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2009, s. 114-129.

- dobrze funkcjonujący system ekoetykietowania i silny administracyjny system normalizacyjny;
- większe zaangażowanie mediów elektronicznych w informację o produktach i handel;
- wspieranie przepływu informacji w całym cyklu życia produktu o oddziaływaniach środowiskowych i ich kosztach;
- określenie odpowiedzialności za skutki dla środowiska ze strony produktu rozkładającej się na wszystkich uczestników cyklu życia¹⁹.

Koncepcja zintegrowanej polityki produktowej opiera się na poszukiwaniu sposobów zmniejszenia oddziaływania na środowisko w całym cyklu życia produktu, a tym samym uniknięcia zjawiska przesuwania presji na środowisko z jednego etapu produkcji na drugi.

Wprowadzenie IPP przenosi część obowiązków w zakresie ochrony środowiska z administracji publicznej na podmioty gospodarcze i społeczeństwo. Prowadzi to do zwiększenia odpowiedzialności przedsiębiorstw za środowiskowe skutki prowadzonej działalności gospodarczej i budowania odpowiednich wzorców konsumpcji. Koncepcja ta powinna sprzyjać realizacji działań o charakterze prewencyjnym i tworzeniu podejścia systemowego w zakresie zmniejszania poziomu presji wywieranej na środowisko naturalne, głównie poprzez:

- rozwój metodyki LCA i zwiększenie zakresu jej stosowania;
- rozwinięcie i szersze wprowadzenie systemu EMAS;
- stworzenie wytycznych środowiskowych dla projektowania nowych produktów;
- rozwój ekoznakowania.

Zmiany związane z wprowadzaniem IPP podkreślają konieczność współpracy pomiędzy różnymi podmiotami (przedsiębiorstwa, konsumenci, organizacje pozarządowe, administracja publiczna) w celu realizacji działań na rzecz ochrony środowiska.

Wdrażaniu zintegrowanej polityki wobec produktów mogą służyć instrumenty powszechnie stosowane w ochronie środowiska. Za jedno z najskuteczniejszych uchodzą instrumenty nakazowo-kontrolne, których stosowanie napotyka na poważne trudności. Wprowadzenie regulacji związanych z IPP przewiduje szereg instrumentów służących jej wdrażaniu. Są to m.in.:

- analiza cyklu życia (LCA – Life Cycle Assessment) – definiowana jako odpowiedzialne z punktu widzenia środowiskowego, społecznego i ekonomicznego zarządzanie produkcją, konsumpcją, dystrybucją i zagospodarowaniem odpadów po produkcji);
- ekoznakowanie skoordynowane z systemem informacji o produktach i działaniami na rzecz zwiększania świadomości i wiedzy ekologicznej wśród społeczeństw;
- charakterystyka ekologiczna produktu (EEP – Environmental Product Profile);
- charakterystyka ekologiczna technologii (ETP – Environmental Technology Profile);

¹⁹ E. Lorek, *Polska polityka energetyczna w warunkach integracji z Unią Europejską*. Wyd. AE, Katowice 2007, s. 104.

- ocena oddziaływania na środowisko (EIA – Environmental Impact Assessment);
- ocena ryzyka (RA – Risk Assessment);
- systemy zarządzania środowiskowego;
- finansowe preferencje dla produktów przyjaznych dla środowiska;
- instrumenty finansowe, takie jak podatki i subsydia;
- rachunkowość uwzględniająca internalizację kosztów zewnętrznych;
- regulacje prawne w zakresie zamówień publicznych, recyklingu itd.;
- dobrowolne porozumienia środowiskowe;
- upowszechnienie informacji dla konsumentów²⁰.

Instrumenty te obejmują swym zakresem cały cykl życia produktu, tj. od zaprojektowania, pozyskania surowców, przez proces produkcyjny, dystrybucję, zużycie i obróbkę powstałych odpadów, aż po fazę pokonsumpcyjną. Wszystkie te instrumenty powinny być ujęte w ogólne ramy wspólne dla Unii oraz oceniane z punktu widzenia ich komplementarności i skuteczności. Zrównoważona konsumpcja, zgodnie z normą ISO 26000, obejmuje działania ukierunkowane:

- na wyrób lub usługę, proces produkcyjny,
- na informację o produkcie skierowaną do konsumenta.

W normie wskazuje się, że założenia zrównoważonej konsumpcji powinny odnosić się także do kwestii dobrostanu zwierząt.

Uwarunkowania wdrażania zrównoważonej produkcji i konsumpcji dotyczą:

- współdziałania konsumentów i producentów w zakresie ustalania wzajemnych relacji pomiędzy zrównoważoną produkcją i konsumpcją,
- zintegrowanej edukacji i świadomości konsumentów i producentów dotyczących zmian „złych nawyków”,
- informowania o właściwościach produktów w zakresie zapewnienia kompletnych i prawdziwych informacji o produktach,
- koncentracji na poużytkowej fazie cyklu życia produktów w zakresie dążenia do zrównoważenia systemów produkcyjnych dotyczących głównie ponownego wykorzystania zasobów.

W monitoringu zrównoważonej produkcji celem nadrzędnym jest zmiana niekorzystnych trendów produkcji w kierunku zrównoważenia. Celem pomiaru są dane dotyczące pomiaru celów gospodarki recykulacyjnej (44 wskaźniki), w tym:

- emisyjność gospodarki – niska emisyjność gospodarki – 6 wskaźników,
- energochłonność gospodarki (przemysłu, budownictwa i mieszkalnictwa, gospodarstw domowych) – 12 wskaźników,
- materiałochłonność i odpadowość gospodarki oraz wysoki stopień zagospodarowania odpadów – 16 wskaźników.

²⁰ M. Graczyk, J. Zarębska, *Ekologiczne strategie marketingowe*, [w:] S. Czaja (red.), *Ekologizacja zarządzania firmą – zielone zarządzanie*, Biblioteka Ekonomia i Środowisko nr 26. Wyd. I-B i C, Wrocław 2000, s. 107.

W monitoringu zrównoważonej konsumpcji pomiar celów gospodarki recykulacyjnej dotyczy:

- integralności i wydajności ekosystemów – 8 wskaźników,
- pomiaru zintegrowanej polityki produktowej w zakresie realizacji celów ekonomicznych, celów w zakresie zarządzania oraz celów z zakresu etyki biznesu i odpowiedzialności biznesu (społecznej, prawnej, finansowej i środowiskowej) – 19 wskaźników,
- pomiaru celów działań na rzecz ekoinnowacji – 9 wskaźników,
- pomiaru celów działań na rzecz zrównoważonego transportu – 16 wskaźników.

Natomiast w monitoringu zrównoważonej konsumpcji w zakresie realizacji zmiany niekorzystnych trendów konsumpcji w kierunku zrównoważenia (19 wskaźników) pomiar dotyczy:

- edukacji konsumentów w zakresie wzrostu świadomości prośrodowiskowej i prozdrowotnej konsumentów – 8 wskaźników,
- dostępności informacji o produktach w zakresie bezpieczeństwa środowiskowego i zdrowotnego – 1 wskaźnik,
- samoorganizacji konsumentów, zwłaszcza w zakresie wzmacniania roli pozycji konsumentów – 3 wskaźniki,
- dostępu konsumentów do produktów wysokiej jakości prośrodowiskowej i prozdrowotnej mającej na celu dynamiczny rozwój rynku ekoproduktów – 6 wskaźników,
- prozdrowotnych i prośrodowiskowych zachowań konsumentów dotyczących świadomej konsumpcji – 1 wskaźnik.

Wskaźniki dotyczące dostępności konsumentów do produktów o wysokiej jakości prozdrowotnej i prośrodowiskowej dotyczą następujących danych:

- liczby przetwórców ekologicznych – dane administracyjne,
- liczby produktów rolno-spożywczych o wysokiej jakości – dane administracyjne,
- liczby produktów na *Liście produktów tradycyjnych* – dane administracyjne,
- udziału powierzchni ekologicznych upraw rolnych w ogólnej powierzchni upraw (w %) – GUS,
- powierzchni upraw roślin modyfikowanych genetycznie w ogólnej powierzchni upraw (w %) – dane administracyjne,
- liczby produktów rolno-spożywczych modyfikowanych genetycznie dostępnych w sprzedaży w ogólnej ilości produktów rolno-spożywczych – dane administracyjne.

W zakresie zachowań prozdrowotnych – świadoma konsumpcja: 1 wskaźnik – EUROSTAT/GUS dane dotyczą:

- konsumpcji produktów spożywczych na mieszkańca (w kg/osobę),
- zboża (wyłączając ryż),
- mięsa łącznie i trzech gatunków mięsa (wołowina, wieprzowina, drób),
- ryb i owoców morza.

Z wieloletnich badań zespołu naukowego kierowanego przez T. Borysa nad monitorowaniem zrównoważonego rozwoju, dotyczącego monitoringu zrównoważonej produkcji i konsumpcji, wynika, że:

- istnieje w Polsce rozbudowany system planowania strategicznego w zakresie zrównoważonej konsumpcji (co najmniej 7 dokumentów + strategia „matka”: *Strategia zmian wzorców produkcji i konsumpcji na sprzyjające realizacji zasad trwałego i zrównoważonego rozwoju*) (2003 – daje to zbiór celów, których realizację należy monitorować wskaźnikowo;
- w Polsce widać dużą dysproporcję między zbiorem wskaźników zrównoważonej konsumpcji (19) i zbiorem wskaźników zrównoważonej produkcji (88), z czego wynika wniosek, że statystyka nie nadąża za pomiarem zrównoważonej konsumpcji,
- nadal brak dostatecznego ustabilizowania samego pojęcia zrównoważonej konsumpcji i zdefiniowania zbioru zasad (cech pomiarowych) tej konsumpcji;
- statystyka publiczna nie nadąża za potrzebami pomiaru zrównoważonej konsumpcji – projekt realizowany w Urzędzie Statystycznym w Katowicach²¹.

Podsumowanie

Zwiększająca się świadomość oraz skala zaangażowania w działania proekologiczne i prospołeczne powoduje reorganizację stylu zarządzania przedsiębiorstwem. Narzędziem ułatwiającym bardziej efektywne i kompleksowe zarządzanie przedsiębiorstwem jest strategia społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Społeczna odpowiedzialność biznesu nie jest chwilową modą, pojawiła się na przełomie lat 60. i 70. XIX w. i miała złagodzić skutki podejścia rynkowego. Warto przypomnieć powiedzenie J. Skillinga, który wprowadził w życie zasadę „efekty – zyski za wszelką cenę”, także za cenę kreatywnej księgowości, demoralizacji menedżerów na najwyższych szczeblach zarządzania. Bardzo wiele dowodów świadczy o tym, że kryzysy ekonomiczne mają główne źródło w takim stylu zarządzania. Zatem społeczna odpowiedzialność biznesu w swoim założeniu ma przyczynić się nie tylko do wzrostu efektywności ekonomicznej przedsiębiorstw, ale także do osiągnięć w obszarze środowiskowym i społecznym. CSR jest podejściem w zarządzaniu, które łączy ze sobą różne cele różnych grup interesariuszy. W XXI wieku wraz z wzrastającą świadomością społeczną zwiększają się oczekiwania społeczne, dotyczące szeroko pojmowanej jakości życia społeczności – nadrzędnego celu, do którego dąży rozwój zrównoważony. Obszary rozwoju zrównoważonego to: gospodarka, środowisko, społeczeństwo, efektywność zasobowa i bezpieczeństwo. Rozwój zrównoważony jest tym, do którego się dąży, wprowadza-

²¹ T. Borys, T. Brzozowski, *Wskaźniki zrównoważonej konsumpcji*, [w:] *Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung des Verbraucherverhaltens in Polen und Deutschland* [Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech], Wyd. FEST RIHE A Nr 34, Heidelberg 2011, s. 83-105.

jąc odpowiednie działania i modyfikując już wprowadzone. CSR dzięki programom, standardom i ich wdrażaniu oraz raportowaniu stanowi niezbędnie narzędzie do osiągnięcia tego stanu. Przedsiębiorstwa mające wdrożony CSR stają się bardziej wiarygodne dla inwestorów (np. poprzez RESPECT INDEX). Przedsiębiorstwa te powinny przede wszystkim informować konsumentów o swoich produktach.

Gospodarka polska musi uwzględnić najnowsze tendencje w ochronie środowiska oparte na prewencji, harmonizacji prawa i standardów w skali europejskiej i międzynarodowej, a także nowoczesne sposoby zarządzania środowiskowego preferujące dobrowolne zobowiązania przedsiębiorstw do zmniejszenia obciążeń środowiskowych, które muszą być wsparte odpowiednimi instrumentami ekonomicznymi i informacją. Podejście integrujące cele i narzędzia polityki ekologicznej wokół problematyki produktów zawarte są w m.in. w licznych dyrektywach, np. dyrektywie IPP, IPPC i innych, które koncentrują zadania polityki przemysłowej wokół zagadnień środowiskowych. Są skuteczną drogą do rozwoju i upowszechnienia prewencyjnego podejścia do ochrony środowiska w podmiotach gospodarczych. Ważnym bodźcem prewencyjnego podejścia podmiotów gospodarczych do środowiska jest kreowanie popytu na produkty przyjazne środowisku.

Obecnie na polskim rynku zapotrzebowanie na takie produkty jest dość ograniczone nie tylko z powodów ekonomicznych, lecz także wynika z niedostatecznej informacji ekologicznej. Strategia konkurencyjna firmy ma na celu wytworzenie i utrzymanie „punktu różnicującego” jej ofertę na rynku docelowym, co odbywa się poprzez zdobycie najlepszej pozycji w przyciąganiu klientów przez oferowanie im produktów i usług odpowiedniej jakości. Firmy myślące perspektywicznie dostrzegają ryzyko, a także szanse rozwoju związane z obecnością Polski w UE oraz procesem globalizacji. Ryzyko to związane jest ze wzrostem konkurencyjności na rynku, a szanse rozwoju utożsamiane są w ciągle rosnącym segmencie ekologicznie zorientowanych klientów i rozwojem technologii ochrony środowiska, podyktowanego koniecznością respektowania zaostrożonych standardów emisji i imisji zanieczyszczeń w całym procesie produkcji i konsumpcji. Rozwój współczesnego rynku wskazuje na wyraźne tendencje w kierunku ekologizacji produkcji, produktów i usług oraz konsumpcji. Dostrzeżenie zatem przez przedsiębiorstwa okazji rynkowej i szybkie dopasowanie inwestycyjnych działań rozwojowych do tych wymagań gwarantuje przewagę konkurencyjną w dłuższych okresach. Ekologiczne produkty to powrót do naturalnych surowców i materiałów, co daje możliwość nowych specjalizacji, a wykorzystanie najnowszych osiągnięć techniki i technologii stwarza możliwość szybkiego rozwoju cywilizacyjnego z poszanowaniem środowiska przyrodniczego, czyli rozwoju zrównoważonego.

Bibliografia

Borys T., Brzozowski T., *Wskaźniki zrównoważonej konsumpcji*, [w:] *Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung des Verbraucherverhaltens in Polen und Deutschland* [Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech], Wyd. FEST RIHE A Nr 34, Heidelberg 2011.

Buyse K., Verbeke A., *Proactive environmental strategies: A stakeholders management perspective*, "Strategic Management Journal" 2003, No. 24.

Dokumenty końcowe konferencji Narodów Zjednoczonych „Środowisko i Rozwój”. Rio de Janeiro, 3-14 czerwca 1992 r. Szczyt Ziemi, Wyd. Instytut Ochrony Środowiska, Warszawa 1998.

Europe 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, COM (2010) 2020, Bruksela, 3 marca 2010.

Freeman R.E., *Strategic Planning: a Stakeholder Approach*, Pitman Publishing 1984.

Graczyk M., Zarębska J., *Ekologiczne strategie marketingowe*, [w:] S. Czaja (red.), *Ekologizacja zarządzania firmą – zielone zarządzanie*, Biblioteka Ekonomia i Środowisko nr 26. Wyd. I-B i C, Wrocław 2000.

Green Paper on Integrated Product Policy. Brussels 7.02.2001 COM (2001) 68 final Commission of the European Communities.

Helminen R., *Developing tangible measures for eco-efficiency: the case of Finnish and Swedish pulp and paper industry*, "Business Strategy and the Environment" 2000, Vol. 9, 3.

Henriques I., Sadorsky P., *The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance*, "Academy of Management Journal" 1999, Vol. 42 No. 1.

IPP. Building on Environmental Life-Cycle Thinking. Brussels 18.06.2003 COM (2003) 302 final Communication from the Commission to the Council and European Parliament.

KE, *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/PL/1-2011-681-PL-F1-1.Pdf (20.07.2020).

Lorek E., *Ocena wdrażania w przedsiębiorstwach polskich nowych instrumentów ochrony środowiska zwiększających efektywność gospodarki*, [w:] J. Lewandowski (red.), *Zarządzanie organizacjami gospodarczymi w wieku informacji*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2005.

Lorek E., *Polska polityka energetyczna w warunkach integracji z Unią Europejską*, Wyd. AE, Katowice 2007.

Lorek E., *Zarządzanie środowiskowe w warunkach zrównoważonego rozwoju*, [w:] S. Lachiewicz, A. Zakrzewska-Bielawska (red.), *Teoria i praktyka zarządzania rozwojem organizacji*. Monografie Politechniki Łódzkiej, nr 1797, Wyd. Politechnika Łódzka, Łódź 2008.

Lorek E., *Zmiany zachowań producentów i konsumentów na rynku w świetle wymogów zintegrowanej polityki produktowej UE*, [w:] A. Graczyk, K. Mazurek-Łopacińska (red.), *Badanie rozwoju rynków produktów rolnictwa ekologicznego i żywności ekologicznej w Polsce*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2009.

Lorek E. (red.), *Rozwój rynku dóbr i usług ekologicznych w regionie śląskim*, Wyd. AE, Katowice 2002.

Pochyluk R., Szymański J., *Nowe instrumenty w zarządzaniu ochroną środowiska*, „Problemy Ocen Środowiskowych” 2006, nr 2(33).

Rogall H., *Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Teoria i praktyka*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań 2010.

Rouba H., *Integracja polityki środowiskowej w Unii Europejskiej*, [w:] M. Burchard-Dziubińska (red.), *Integracja Polski z Unią Europejską w dziedzinie ochrony środowiska – problemy, korzyści, zagrożenia*, Wyd. Biblioteka, Łódź 2000.

Sethi S.P., *Dimensions of corporate social performance: an analytic framework*, “California Management Review” 1975, Vol. 17, 3.

Stigson B., *Note of Word Business Council for sustainable development*, Hague 2002.

Verheij F., *Cooperation absolutely necessary*. KEMA Global contact No 3 2002.

Vision 2050: the New agenda for business. World Business Council for Sustainable Development (WBCS). Delhi 2010, <http://www.wbcsd.org/vision2050.aspx>.

WCED, World Commission on Environmental and Development. *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford 1987.

Zintegrowana Polityka Produktowa Unii Europejskiej. Ocena zakresu niezbędnych zasad z przypisaniem odpowiedzialności za ich realizację w Polsce, Ministerstwo Środowiska, Warszawa 2004.

Zrównoważona Europa dla lepszego świata. Strategia zrównoważonego rozwoju dla Europy, Goeteborg 2001.

Żylicz T., *Ekonomia środowiska zasobów naturalnych*, PWE, Warszawa 2004.

Nota o Autorze:

Prof. zw. dr hab. Elżbieta Lorek – nauczyciel akademicki na Wydziale Nauk Humanistycznych i Społecznych Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu. Profesor honorowy Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Członek wielu stowarzyszeń naukowych, w tym: Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Ekonomistów Środowiska i Zasobów Naturalnych, Komisji Ochrony Terenów Górniczych PAN (oddział Katowice), Polskiego Towarzystwa Inżynierii Ekologicznej oraz współzałożyciel Polsko-Niemieckiej Sieci Naukowców na rzecz Zrównoważonego Rozwoju. Autorka i współautorka ok. 229 prac naukowo-badawczych: 165 prac publikowanych, w tym 70 wydawnictw książkowych i 47 opracowań na rzecz praktyki gospodarczej i instytucji publicznych dotyczących problematyki ekonomii i zarządzania środowiskiem oraz problematyki zarządzania zrównoważonym rozwojem. Wypromowała 13 doktorów.

Autorka ekspertyz z zakresu ocen oddziaływania przedsięwzięć i działalności gospodarczych na środowisko oraz prac badawczych, studialnych zwłaszcza w zakresie eksploatacji górniczej oraz opłacalności ekonomiczno-ekologicznej określonych działalności gospodarczych, a także opracowań master-planów dla zrównoważonego rozwoju gmin i regionów. Badania z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego i zrównoważonego modelu biznesu zostały opublikowane w wiodących publikacjach amerykańskich (IGI Global). Duże uznanie w środowisku naukowym przyniosły jej badania z zakresu polityki energetycznej, rozwoju rynku OZE czy gospodarki niskoemisyjnej. Za

prorowadzenie badań naukowych i prac badawczo-rozwojowych wyróżniona m.in.: nagrodą im. Prof. Walerego Goetla, nagrodą Sekretarza Polskiej Akademii Nauk, nagrodą Ministra Edukacji Narodowej oraz odznaczona Złotym Krzyżem Zasługi, Medalem Komisji Edukacji Narodowej i Odznaką Zasłużony dla Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

Author's resume:

Elżbieta Lorek – academic teacher at the Faculty of Humanities and Social Sciences of the Humanitas University in Sosnowiec. Honorary professor at the University of Economics in Katowice. A member of many scientific associations, including: the Board of the Polish Association of Environmental and Resource Economists, the Commission for the Protection of Mining Areas of the Polish Academy of Sciences (Katowice branch), the Polish Society of Ecological Engineering and a co-founder of the Polish-German Network of Scientists for Sustainable Development. Author and co-author of approx. 229 scientific and research papers: 165 papers published, including 70 book publications and 47 studies for economic practice and public institutions regarding the issues of economics and environmental management as well as the issues of sustainable development management. She promoted 13 doctors.

The author of expert opinions in the field of environmental impact assessment of business projects and activities, as well as research and study works, especially in the field of mining operations and economic and ecological profitability of specific economic activities, as well as master-plans for sustainable development of municipalities and regions. Research on the circular economy and sustainable business model has been published in leading American publications (IGI Global). Her research in the field of energy policy, renewable energy market development and low-carbon economy brought her great recognition in the scientific community. For conducting research and R&D works, she was awarded, among others, with the Professor Walery Goetl Award of the Secretary of the Polish Academy of Sciences, award of the Minister of National Education and decorated with the Gold Cross of Merit, the Medal of the National Education Commission and the Badge of Merit for Environmental Protection and Water Management.

Kontakt/Contact:

e-mail: lorek.elzbieta@ue.katowice.pl