

Agata Niebielecka¹

Pod merytoryczną opieką dr Marii Tarczewskiej

EKOLOGISTYKA I ROZWIĄZANIA PROEKOLOGICZNE W PRZEDSIĘBIORSTWIE DYSTRYBUCYJNYM X

***Streszczenie:** Artykuł dotyczy zagadnień z zakresu ekologii i segregacji odpadów, charakterystyki rozwiązań proekologicznych zastosowanych w przedsiębiorstwie dystrybucyjnym, oraz świadomości ekologicznej pracowników. Artykuł przedstawia wyniki badań przeprowadzonych wśród losowo dobranej grupy pracowników, odzwierciedlające postawy zatrudnionych wobec ochrony środowiska oraz zakres ich wiedzy na temat rozwiązań proekologicznych wdrożonych w przedsiębiorstwie.*

***Słowa kluczowe:** działania ekologiczne, przedsiębiorstwo dystrybucyjne, odpady, postawy proekologiczne pracowników*

WSTĘP

Podjęcie takiego tematu na przykładzie przedsiębiorstwa należącego do międzynarodowej korporacji jest wiwisekcją profesjonalnych rozwiązań proekologicznych w firmie. W artykule przedstawiono obraz przedsiębiorstwa przykładowo wdrażającego rozwiązania proekologiczne i dbającego o utrzymywanie na odpowiednio wysokim poziomie świadomości ekologicznej pracowników. Tekst obejmuje charakterystykę prowadzonej działalności oraz opis rozwiązań proekologicznych wprowadzonych i wykorzystywanych w przedsiębiorstwie. W dalszej części zostały przedstawione wyniki badań nad proekologicznymi postawami pracowników firmy oraz poziomem ich świadomości ekologicznej, opracowane na podstawie przeprowadzonego badania ankietowego wśród pracowników przedsiębiorstwa.

Celem artykułu jest analiza działań proekologicznych wprowadzonych w przedsiębiorstwie X, analiza postawy pracowników, sposób zwrócenia uwagi na problem ekologii wśród pracowników oraz wiwisekcja tego, jak rozwijać świadomość ekologiczną pracowników.

1. CHARAKTERYSTYKA PRZEDSIĘBIORSTWA

Przedsiębiorstwo X to korporacja o zasięgu międzynarodowym, która od 2011 roku prowadzi działalność handlową w 600 hipermarketach i 748 supermarketach na świecie. Od momentu założenia rozwija się i działa w 12 krajach, m.in. we Francji, Włoszech, Polsce, Chinach i Hiszpanii².

Omawiane przedsiębiorstwo X jest jednym z centrów handlowych, którego siedziba mieści się we Wrocławiu. Przez 15 lat istnienia w Polsce przedsiębiorstwo ugrun-

¹ Agata Niebielecka – absolwentka stacjonarnych studiów II stopnia kierunku Zarządzanie WSOWL.

² Materiały przedsiębiorstwa, ABC pracownika, s. 3. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

towało swoją pozycję i stało się marką dobrze ocenianą przez klientów. Jest ono niewątpliwie odpowiedzialne, troszczy się o swoich klientów, pracowników i partnerów biznesowych. To firma, która wprowadzając strategię zrównoważonego rozwoju, przynosi wiele korzyści dla środowiska lokalnego, dąży do podniesienia jakości życia jak największej liczby współpracowników i klientów, osiągając przy tym własne korzyści. Grupa przedsiębiorstw X zatrudnia około 10 000 pracowników, którym zapewnia zdobywanie coraz wyższych kwalifikacji zawodowych oraz uczestnictwo w życiu przedsiębiorstwa. Tak się deklaruje, określając swoją misję. Analizowane przedsiębiorstwo we Wrocławiu zatrudnia zaledwie odsetek zatrudnianych w całej sieci przedsiębiorstw. W centrum handlowym X we Wrocławiu zatrudnionych jest około 250 osób. Politykę zatrudnienia oraz zarządzania kapitałem ludzkim – jak wynika z deklaracji – oparto na odpowiedzialności oraz promocji rozwoju każdego pracownika³. Kluczowe wartości przedsiębiorstwa X to: szacunek, zaufanie, dzielenie się, postęp, uczciwość i odpowiedzialność. Stanowią one zasady postępowania wszystkich współpracowników⁴.

W przedsiębiorstwie wdrożona została strategia zrównoważonego rozwoju, łącząca postęp gospodarczy z poszanowaniem środowiska naturalnego i rozwojem społecznym, co stwarza lepsze perspektywy rozwoju.

Zgodnie z wartościami i wizją korporacji, przedsiębiorstwo X w Polsce realizuje strategię w czterech obszarach.

Pierwszym jest miejsce pracy jako szkoła sukcesu pracowników oraz ich zawodowego rozwoju, od momentu rekrutacji poprzez oferowanie szeregu szkoleń dostosowanych do indywidualnych potrzeb pracownika. Obejmuje politykę dzielenia się, wyrażoną m.in. w formie akcjonariatu pracowniczego.

Kolejnym obszarem jest rynek, gdzie budowane są zrównoważone relacje z partnerami i klientami, oparte na zasadach etyki i uczciwej konkurencji.

Trzeci obszar, realizujący strategię zrównoważonego rozwoju, obejmuje społeczeństwo. Solidarne przedsiębiorstwo musi dbać o poprawę jakości życia klientów i pracowników poprzez zwrócenie szczególnej uwagi na zdrowie i bezpieczeństwo produktów.

Ostatnim obszarem działań jest środowisko, w tym zmniejszenie negatywnego oddziaływanie na nie, różnych negatywnych czynników, m.in. związanych z segregacją i odzyskiem odpadów, a także edukacją proekologiczną klientów i pracowników⁵.

W 2015 roku wizją przedsiębiorstwa X będzie pozostanie przedsiębiorstwem dobrze zintegrowanym z otoczeniem. Zobowiązuje się ono do poszanowania prawa, budowania pozytywnego wizerunku firmy, pomocy osobom w trudnej sytuacji życiowej, szanowania klientów i współpracowników, dostawców i partnerów, przy równoczesnym zachowaniu własnej niezależności⁶.

W roku 2011 przedsiębiorstwo X podjęło decyzje o przystąpieniu do inicjatywy na rzecz etycznego biznesu i zrównoważonego rozwoju na świecie – Paktu ONZ – Global Compact. Tym samym zobowiązano się do przyjęcia i przestrzegania, we wszystkich sferach prowadzonej działalności, dziesięciu zasad z zakresu ochrony praw człowieka, jakości miejsca pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałaniu korupcji, jak również do

³ Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X, s. 4. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy).

⁴ Materiały przedsiębiorstwa, Kodeks etyczny współpracowników Przedsiębiorstwa X, s. 7. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

⁵ Materiały przedsiębiorstwa, O przedsiębiorstwie X, s. 8. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

⁶ Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X – światowy kontekst, s. 7. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

podejmowania kroków dla ich pełnego zintegrowania z działalnością operacyjną przedsiębiorstwa i ciągłego doskonalenia firmy w interesie swoich interesariuszy⁷.

Każdy pracownik, oprócz prezentowanej kultury osobistej, jest wizytówką sklepu, dlatego też zostały określone wymogi dotyczące m.in. wyglądu zewnętrznego pracowników⁸. W przedsiębiorstwie X klient ma prawo liczyć na fachową pomoc pracowników odpowiednich sektorów handlowych w całym procesie obsługi klienta, poczynając od zasięgnięcia informacji u doradców, poprzez sprzedaż i fakturowanie, aż po gwarancje i ewentualne serwisowanie oraz naprawy. Dodatkowo, oprócz Punktów Obsługi Klienta oraz Punktu Serwisowo-Gwarancyjnego, klient może skorzystać z oferty Punktu Doradztwa Finansowego i zgłosić chęć uczestnictwa w programie lojalnościowym przedsiębiorstwa⁹.

1.1. Rozwiązania proekologiczne stosowane w firmie

W ramach polityki zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwo stawia sobie trzy priorytety. Są to: ograniczenie zużycia energii elektrycznej, segregacja i odzyskiwanie odpadów oraz oferowanie takich rozwiązań klientom, aby mogli oszczędzać energię, zdrowo się odżywiać, a wszystko to w poszanowaniu naszej planety. Suma nawet niewielkich gestów pozwoli zaprowadzić spore oszczędności z korzyścią dla wszystkich. Optymalizacja zużycia energii pozwala zaoszczędzić do 30% opłat za wodę, do 20% opłat za elektryczność, do 10% opłat za gaz oraz do 5% opłat za paliwo. W każdym miesiącu dokonuje się analizy i porównania zmian w zakresie zużycia gazu, paliwa, wody i elektryczności¹⁰.

1.2. Raport przedsiębiorstwa X dla Global Compact

Global Compact to międzynarodowa inicjatywa ONZ powstała w 2000 r. Global Compact nie jest podmiotem regulacyjnym czy kodeksem postępowania, ale opartą na zbiorze wartości płaszczyzną współdziałania, mającą na celu promocję społecznego utrwalania się tych norm. Charakteryzuje się przejrzystością, obejmuje identyfikację i wymianę informacji na temat najlepszych praktyk, opartych na uniwersalnych zasadach.

Idea Global Compact wyraża się w dziesięciu podstawowych zasadach, wynikających z Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, fundamentalnych zasad prawa pracy MOP oraz ustaleń Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro. Przyłączając się do programu Global Compact, firmy zobowiązują się do przestrzegania powyższych zasad. W ten oto sposób inicjatywa Global Compact promuje dobre praktyki wśród przystępujących do niej przedsiębiorstw, a nie same firmy¹¹.

Dziesięć zasad Global Compact:

1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową.
2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę (Zasady z obszaru Praw Człowieka).
3. Poszanowanie wolności stowarzyszania się.

⁷ Materiały przedsiębiorstwa, Strategia przedsiębiorstwa X, s. 25. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

⁸ Materiały przedsiębiorstwa, Szkolenie dla nowo zatrudnionych, s. 3. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

⁹ Materiały przedsiębiorstwa, O przedsiębiorstwie X, s. 6. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

¹⁰ Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X – światowy kontekst, s. 36. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

¹¹ <http://www.unic.un.org.pl/gospodarka/gc4.php>, [dostęp z dnia: 20.08.2014].

4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej.
5. Zniesienie pracy dzieci.
6. Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia (Zasady z obszaru Standardów pracy).
7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego.
8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej.
9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii (Zasady z obszaru Środowiska).
10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu (Zasada z obszaru Przeciwdziałania korupcji).

Jednym z najważniejszych zobowiązań, jakie wzięło na siebie przedsiębiorstwo, jest opracowywanie rocznego raportu postępów w wdrażaniu dziesięciu zasad inicjatywy GC (Global Compact) w czterech obszarach: dla klientów, pracowników, akcjonariuszy, otoczenia¹².

Zrównoważony sposób prowadzenia biznesu przez przedsiębiorstwo wynika z wartości firmy oraz ich przekonania właścicieli, że odpowiedzialny biznes to dobry biznes. Strategia przedsiębiorstwa opiera się na takich wartościach, jak zaufanie, dzielenie się, postęp, szacunek, odpowiedzialność i uczciwość. Podjęta w roku 2011 przez przedsiębiorstwo X Polska decyzja o przystąpieniu do Global Compact jest naturalną konsekwencją tego, jakim przedsiębiorstwem chce być, jakim partnerem chce się stać dla interesariuszy oraz jaki świat chce budować przez podejmowanie odpowiednich działań wszystkich pracowników.

Członkostwo w programie nakłada obowiązek uznania szeregu odpowiedzialności – również w obszarze środowiska – oraz wynikających z nich zobowiązań: odpowiedzialność ekologiczna, poprzez wewnętrzne systemy zarządzania środowiskowego, przyjęcie dobrowolnych samoregulacji (zużycie wody, energii etc), szkolenia, tworzenie systemu segregacji odpadów. Na tych właśnie zagadnieniach koncentruje się strategię prośrodowiskowe przedsiębiorstw.

Prośrodowiskowe, zrównoważone podejście do biznesu wynika nie tylko ze strategii przedsiębiorstwa, ale głównie z przekonania właścicieli. Swoje działania firma ocenia w długoterminowej perspektywie, a nie perspektywie krótkoterminowego zysku, to zaś pozwala na testowanie nowych prośrodowiskowych technologii, szkolenie pracowników i uwrażliwianie klientów.

Przedsiębiorstwo stawia sobie za cel wprowadzanie takich rozwiązań prośrodowiskowych, które są dobre nie tylko dla środowiska, ale i dla firmy.

Deklaruje się starania o edukowanie również dostawców, a przede wszystkim firmy logistyczne w dziedzinie ochrony środowiska. Firma zachęca dostawców usług logistycznych do stosowania karty optymalizacji transportu, polegającej na takim planowaniu trasy pojazdu, aby przebył on trasę w sposób ergonomiczny, zmniejszając tym samym emisję CO₂.

2. DZIAŁANIA EKOLOGICZNE STOSOWANE W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Zrównoważony rozwój zaspokaja potrzeby obecnego pokolenia bez pozbawiania przyszłych pokoleń możliwości do zaspokojenia ich potrzeb. W związku z tym w przed-

¹² Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X w Global Compact, s. 16. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

siębiorstwach, gospodarując zasobem – dzielonym z przyszłym pokoleniem – dąży się do zminimalizowania negatywnego wpływu na środowisko poprzez usprawnianie zarządzania¹³.

Oszczędność wody – jako zasobu – jest jednym z priorytetów środowiskowych przedsiębiorstwa; stosowane są takie praktyki, jak: okresowe kontrole szczelności urządzeń, korzystanie z obiegów zamkniętych, wprowadzanie baterii z czujnikiem ruchu, w którym strumień wody uruchamiany jest czujnikiem podczerwieni. Wszystkie te działania mają na celu zapobieganie marnotrawstwu wody. Dzięki tym rozwiązaniom oraz wysokiej świadomości ekologicznej pracowników, zużycie wody zmalało w roku 2012 o 5%¹⁴.

W celu zapewnienia ochrony i świeżości żywności, komfortu termicznego i jakości powietrza w pomieszczeniach dla klientów i pracowników, zastosowano energooszczędne urządzenia. Jednym ze środków ograniczenia zużycia energii elektrycznej w przedsiębiorstwie było zastąpienie dotychczasowego oświetlenia na energooszczędne w 80% sklepów. Ponadto we wszystkich sklepach funkcjonują czujniki ruchu, eliminujące zbędne oświetlenie, czy wykorzystanie klimatyzacji w miejscach o małym natężeniu ruchu¹⁵. Dodatkowo zamontowane zostały świetliki, a poziom oświetlenia dostosowano do rzeczywistych potrzeb. Celem wyeliminowania strat zimna chłodnie we wszystkich działach są zamykane na noc. W każdym ze sklepów przedsiębiorstwa powołano Menadżera Technicznego, odpowiedzialnego za zużycie energii elektrycznej. Dzięki tym działaniom w 2012 roku udało się zredukować zużycie energii elektrycznej o 4% w stosunku do roku poprzedniego¹⁶.

Z kolei w celu ograniczenia zużycia gazu – używanego w niektórych sklepach przedsiębiorstwa do ogrzewania (w pozostałych stosowane jest ogrzewanie miejskie), podejmowane są następujące działania: regularne przeglądy techniczne instalacji (klimatyzacji, ogrzewania, wentylacji), monitorowanie sprawności automatyki instalacją, sterowanie zużyciem ciepła, czyszczenie i odkamienianie kotłów gazowych, a w niektórych placówkach wdrożony został system odzysku ciepła z centrali chłodniczej.

Kolejnym obszarem, w którym optymalizuje się zużycie i ogranicza negatywny wpływ na środowisko, jest wykorzystanie papieru. W ramach tej deklaracji w 2012 roku wprowadzono projekt „Dematerializacja”, polegający na zastąpieniu papierowych wersji dokumentów nośnikami informatycznymi wraz z towarzyszącymi im bazami danych. Dematerializacji w pierwszej kolejności zostały poddane faktury dostawców. W 2013 r. przedsiębiorstwo X osiągnęło 100% dematerializacji dokumentów¹⁷.

Dyrektywa Unii Europejskiej w sprawie opakowań z 2004 r., a konkretnie dotycząca zakazu darmowego rozdawania reklamówek z folii spowodowała, że większość sieci hipermarketów zrezygnowała z bezpłatnych toreb.

Troszcząc się w równej mierze o środowisko naturalne oraz o klientów i ich komfort w dokonywaniu zakupów, oferuje się możliwość wyboru pomiędzy torbami oxybiodegradowalnymi a torbami wielokrotnego użytku. Przedsiębiorstwo X oferuje swoim klientom bezpłatne torby oxybiodegradowalne, które rozkładają się pod wpływem słońca i tlenu na wodę, węgiel i biomasę. Rozkład opakowań następuje po zakończeniu założo-

¹³ Materiały przedsiębiorstwa, Obszary Zrównoważonego rozwoju – Środowisko, s. 75. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

¹⁴ *Ibidem*, s. 76.

¹⁵ Materiały przedsiębiorstwa, Obszary Zrównoważonego rozwoju – Środowisko, s. 78. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

¹⁶ *Ibidem*, s. 78.

¹⁷ *Ibidem*, s. 79.

nej przydatności do użycia. Dodatkowo zostały wprowadzone odpłatne alternatywy takie, jak: torby wielokrotnego użytku z tym samym składnikiem d2w (wspomagającym proces rozkładu), torby z dodatkiem juty oraz plastikowe skrzynki do wygodnego pakowania zakupów w samochodzie i ich bezpiecznego transportu¹⁸.

Emisja CO₂ związana jest głównie z zużyciem energii i wykorzystaniem czynników chłodniczych uczestniczących w wymianie ciepła w urządzeniu chłodniczym lub klimatyzacji. We wszystkich instalacjach w przedsiębiorstwach X zostały wymienione czynniki freonowe, szkodliwe dla warstwy ozonowej i atmosfery ziemskiej. Nowe instalacje nie wykorzystują już freonu do chłodzenia.

2.1 Inwestycje przedsiębiorstwa przyjazne dla środowiska

Aby zmniejszyć negatywny wpływ na środowisko, postanowiono kontynuować projekt dotyczący ograniczenia dystrybucji toreb jednorazowego użytku oraz przeprowadzenia kolejnych szkoleń na rzecz uwrażliwiania na sprawy zrównoważonego rozwoju.

W badaniach na pytanie, jak przedsiębiorstwo X może konkretnie działać w celu poprawy ochrony środowiska, pracownicy podpowiedzieli rozwiązania, które mogą być, a częściowo już zostały wprowadzone do stałego funkcjonowania firmy. W obszarze handlu przedsiębiorstwo wprowadza akcje handlowe, mające na celu promocje produktów bio, które pokazują klientom ofertę produktów przyjaznych dla środowiska. Z myślą o klientach przywiązujących wagę do zdrowego trybu życia rozwija się promocje i sprzedaż produktów kategorii Bio i Eko¹⁹.

Dodatkowym działaniem jest wsparcie dla fundacji proekologicznej, działającej poprzez szkolenia na rzecz ekologii oraz sporządzanie raportów pokazujących działania przedsiębiorstwa. Dla pracowników prowadzone są szkolenia z zakresu ekologii, segregacji i zbiórki odpadów. Szkolenia pracowników dotyczące problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu są szkoleniami e-learningowymi. Mają na celu podniesienie świadomości w tematyce zrównoważonego rozwoju, zaprezentowanie praktycznych rozwiązań w zarządzaniu gospodarką odpadami oraz zapoznanie z ekonomią energii poprzez nabycie dobrych nawyków i praktyk w miejscu pracy i poza nim.

Po szkoleniu dotyczącym wizji oraz usprawnień, jakie mogłyby zostać wprowadzone w celu poprawy wizerunku firmy oraz jej wpływu na środowisko, managerowie zaproponowali kilka pomysłów i rozwiązań. W sektorach spożywczych wprowadzona została rygorystyczna procedura wypełniania mebli chłodniczych, wprowadzono tzw. kurtyny na meble chłodnicze oraz procedurę ich zamykania. Oświetlenie na meblach z produktami świeżymi zostało zredukowane, natomiast na działach piekarni i cukierni, chłodnie i niektóre ze sprzętów do pomocy przy wytwarzaniu wyrobów cukierniczych są wyłączone w godzinach nocnych.

W sektorze przemysłowym – działy AGD/RTV – ekspozycja sprzętów elektrycznych takich, jak telewizory, włączana jest dopiero po otwarciu sklepu. Dodatkowo po zamknięciu sklepu odcinane jest zasilanie dla całego sektora oraz prowadzona jest kontrola stanowisk pracy na zakończenie dnia. W części sprzedaży z roślinami i artykułami ogrodniczymi zamontowano oświetlenie energooszczędne, natomiast rośliny podlewane są zgodnie z zapotrzebowaniem. W części przemysłowej magazynu założono rolety osłaniające magazyn przed utratą ciepła.

W biurach managerów i pozostałych pracowników administracyjnych, wyłączane są na noc stanowiska komputerowe, drukarki, zasilacze i światła. Dodatkowo pracownicy

¹⁸ Materiały przedsiębiorstwa, Opakowania, s. 32. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

¹⁹ Materiały przedsiębiorstwa, Obszary Zrównoważonego rozwoju – Rynek, s. 50. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

mają obowiązek po skończonej pracy wyłączać klimatyzację oraz ograniczać klimatyzację i ogrzewanie. W strategicznych pomieszczeniach zamontowano czujniki ruchu. W ramach redukcji negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko, podjęta została decyzja o dwustronnym użyciu papieru do drukowania.

Na linii kas odłączane jest zasilanie w boksach kasowych i wyłączane są wszystkie urządzenia elektryczne na czas zamknięcia sklepu. Ponadto są wmontowywane stopniowo żarówki energooszczędne w miejsce sygnalizacji świetlnej na kasach, informującej o otwarciu i gotowości do obsługi klientów. Na czas zamknięcia sklepu wyłączona jest poczta pneumatyczna w kasie centralnej. W punkcie obsługi klienta podobnie jak na linii kas wszystkie urządzenia elektroniczne zostają wyłączone.

W każdym ze sklepów przedsiębiorstwa znajduje się eko-mebel przeznaczony do segregacji odpadów przez klientów.

W planach lub w trakcie realizacji są stosowane jeszcze takie rozwiązania, jak: redukcja oświetlenia na parkingu, ograniczenie nocnej wentylacji, racjonalne podlewanie ogrodu, kontrola wszelkich wycieków, zmiana czasu ogrzewania i przechodzenie w tryb nocny, wyłączenie lub likwidacja zbędnych grzejników, a także oszczędność w wydawaniu bezpłatnych reklamówek na rzecz promocji toreb wielokrotnego użytku²⁰.

Kolejnym zadaniem jest segregowanie, zbiórka i odzysk odpadów przemysłowych (poprodukcyjnych) oraz komunalnych (bytowo-gospodarczych).

Wykorzystuje się w tym celu specjalistyczne urządzenia, jak belownice do zbiórki opakowań z tworzyw sztucznych, praso-kontenery, do zbiórki makulatury, kontenery na plastik, metal oraz na drewno, pojemnik na akumulatory oraz plastikowe pojemniki na odpady pochodzenia zwierzęcego i kości²¹.

2.2 Ekologiczne postawy pracowników i klientów przedsiębiorstwa

Nie sposób wytworzyć/ukształtować postaw proekologicznych bez systematycznych szkoleń. W ich trakcie starano się nie tylko przekazywać wiedzę, ale także zmotywować pracowników do proekologicznego myślenia. Istnieją trzy moduły szkoleniowe: ogólny o zrównoważonym rozwoju, co jest istotą tej działalności w przedsiębiorstwie, jak się ją wprowadza, drugi z zakresu oszczędności energii, trzeci odzysku odpadów. Każde szkolenie kończy się testem sprawdzającym wiedzę uczestników. W 2011 roku szkolenia odbyło 40% pracowników.

Zewnętrzni eksperci, w okresie raportowania (organizacja odzysku REKOPOL), oceniają, że ekologiczna świadomość pracowników analizowanego przedsiębiorstwa znacznie wzrosła w stosunku do ubiegłych lat.

Dla klientów, wraz z firmą REKOPOL, przedsiębiorstwo prowadzi cykliczne akcje ekologiczne, mające na celu budowanie świadomości proekologicznej, zwłaszcza w zakresie segregowania i odzysku odpadów.

W 2011 roku uczczono obchody 50-lecia przedsiębiorstwa X na świecie, sadząc drzewa w Lasach Chojnowskich (zasadzono 250 drzew).

Wszystkie sklepy korporacji są wyposażone w eko-meble, w których klienci mogą pozostawiać do recyklingu zużyte reklamówki, świetlówki, baterie oraz akumulatory.

²⁰ Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X – światowy kontekst, s. 43. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

²¹ Materiały przedsiębiorstwa, Campus. Segregowanie, zbiórka, odzysk odpadów, s. 24. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

Każdy sklep ma tego typu kącik EKO. Mebel EKO cieszy się powodzeniem wśród klientów i jest na bieżąco opróżniany²².

W czerwcu 2012 r. przedsiębiorstwo przeprowadziło zbiórkę surowców wtórnych. Każdy klient, który przyniósł makulaturę, szkło czy plastik, otrzymał w podziękowaniu symboliczną sadzonkę. Wśród wrocławskich klientów, którzy oddali odpady, przeprowadzono konkurs ze znajomości wiedzy ekologicznej, rozlosowano nagrodę, którą był rower.

3. ANALIZA PROEKOLOGICZNYCH POSTAW PRACOWNIKÓW PRZEDSIĘBIORSTWA NA PODSTAWIE WŁASNYCH BADAŃ

W badaniu wzięło udział 65 osób. Dobór próby nielosowy, czyli nieprobalistyczny – celowy; polegający na subiektywnym wyborze jednostek badawczych, w celu uzyskania najpełniejszych informacji²³. Wpływ na decyzje wyboru powyższego doboru jednostek badawczych miały informacje, jakie można uzyskać od tychże osób, pracujących w badanym przedsiębiorstwie. Metody badań, które zostaną zastosowane w poszczególnych etapach pracy to:

Analiza przypadku (ang. *case-study*) – to metoda badawcza, polegająca na celowej i zaplanowanej analizie wybranego przypadku, realizowana w postaci opisu rzeczywistego obiektu badawczego, umożliwiającego sformułowania wniosków, przyczyn popełniania błędów i sposobów ich unikania²⁴.

Wykorzystana technika badawcza jaka została wykorzystana w badaniu to ankieta. Generalnie służy do poznania czyichś opinii na dany temat, a określając/formułując pytania staramy się jak najwięcej dowiedzieć o interesującej nas sprawie²⁵. Jest to konkretny zestaw pytań, które należy zadać z użyciem konkretnych słów i w ustalonym porządku²⁶.

W trakcie badania zastosowano technikę wywiadu swobodnego, ale jednak ukierunkowanego, w zależności od potrzeb²⁷. Oznaczało to w tym przypadku rozdawania, a zbiórki ankiet w kolejnych dniach.

Nie obyło się bez potrzeby wyjaśniania pytań mających jednak charakter otwarty²⁸.

Przeprowadzone badania miały na celu sprawdzenie poziomu świadomości proekologicznej pracowników przedsiębiorstwa, ich postaw ekologicznych oraz czy przedsiębiorstwo w wystarczającym stopniu zapewnia swoim pracownikom dostęp do wiedzy na temat ekologii i rozwiązań wspomagających ochronę środowiska.

Hipotezą było stwierdzenie, że przedsiębiorstwo X jest ekologicznym, wdrażającym nowe rozwiązania służące do ochrony środowiska, i dbającym o rozwój świadomości ekologicznej swoich pracowników.

W celu dokonania analizy postaw pracowników i weryfikacji hipotezy przeprowadzono wywiady ankietowe. Pytano nie tylko o znajomość podstawowych zagadnień

²² Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X w Global Compact, s. 18. (manuskrypt – wydanie wewnętrzne firmy)

²³ <http://www.bbm.com.pl/metodologia-badawcza/metody-doboru-proby-badawczej/>, [dostęp z dnia: 22.01.2014].

²⁴ A. Michaluk, J. Ledzianowski, *Metodologia badań w zarządzaniu*, WSOWL, Wrocław 2012, s. 81.

²⁵ *Ibidem*, s. 84.

²⁶ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 327.

²⁷ K. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, PWN, Warszawa 2000, s. 169.

²⁸ <http://socjolog.strefa.pl/wywiad.html>, [dostęp z dnia: 25.01.2014].

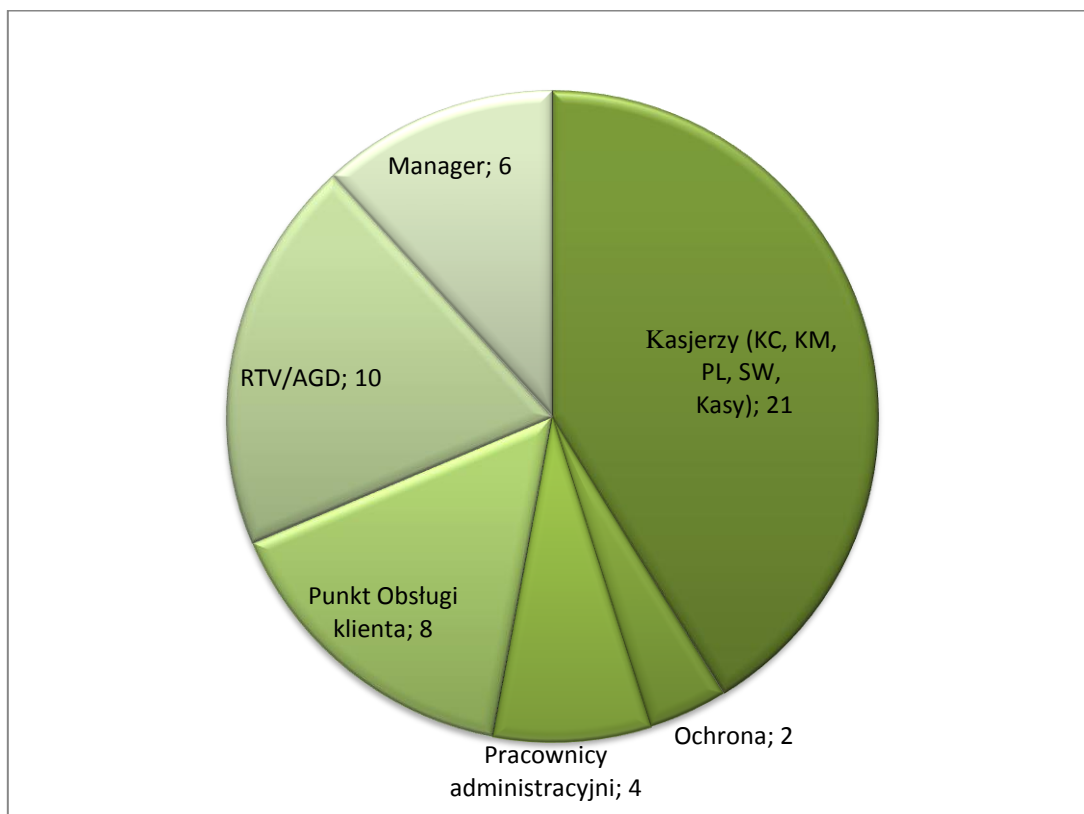
z zakresu ekologii, ale również o strategię przedsiębiorstwa oraz potrzeby pracowników dotyczące szkoleń o tematyce związanej z ekologią i ochroną środowiska.

Badaniem zostali objęci losowo wybrani pracownicy przedsiębiorstwa. Były to osoby pełniące różne funkcje oraz zajmujące różne stanowiska (wykres 1). Pracownicy poddani badaniu wypełniali anonimowy kwestionariusz, natomiast warunkiem uczestnictwa w badaniu była zadeklarowana zgoda respondentów na ich udział.

Badania przeprowadzono w lipcu 2014 roku. Łącznie rozdysponowano 65 kwestionariuszy. Nie wszystkie kwestionariusze zostały wypełnione kompletnie (ankiety nie zostały zwrócone lub odpowiedzi były udzielane wybiórczo na pytania), jednak większa część ankietowanych wypełniła je poprawnie. Reasumując 51 kwestionariuszy ankiet poprawnie wypełniono. Badanie można uznać za poprawnie zrealizowane, bo badaniem objęto ponad 20% zatrudnionych. Świadczy to o reprezentatywności grupy i wiarygodności prezentowanych wyników.

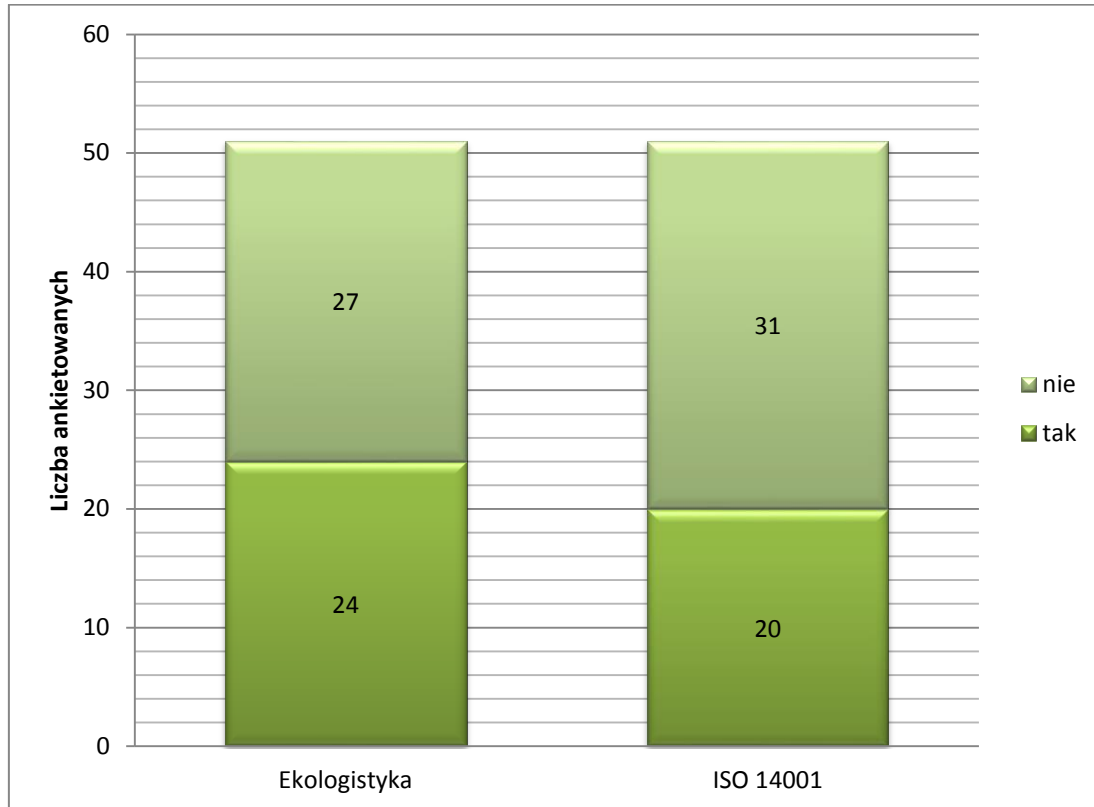
Ankietowanymi byli pracownicy linii kas (21 osób), zarządzający linią kasjerów, czyli tzw. prowadzący linię (PL), pracownicy serwisu wrotkowego (SW). W badaniu wzięło udział dziesięciu pracowników sektora przemysłowego RTV/AGD/Foto Info, ośmiu pracowników punktu obsługi klienta, sześciu managerów, w tym także zastępców managerów, czterech pracowników administracyjnych z działu personalnego oraz dwie osoby z ochrony.

Strukturę badanych wg stanowisk przedstawiono na rysunku 1.



Rys. 1. Podział ankietowanych wg stanowisk pracy

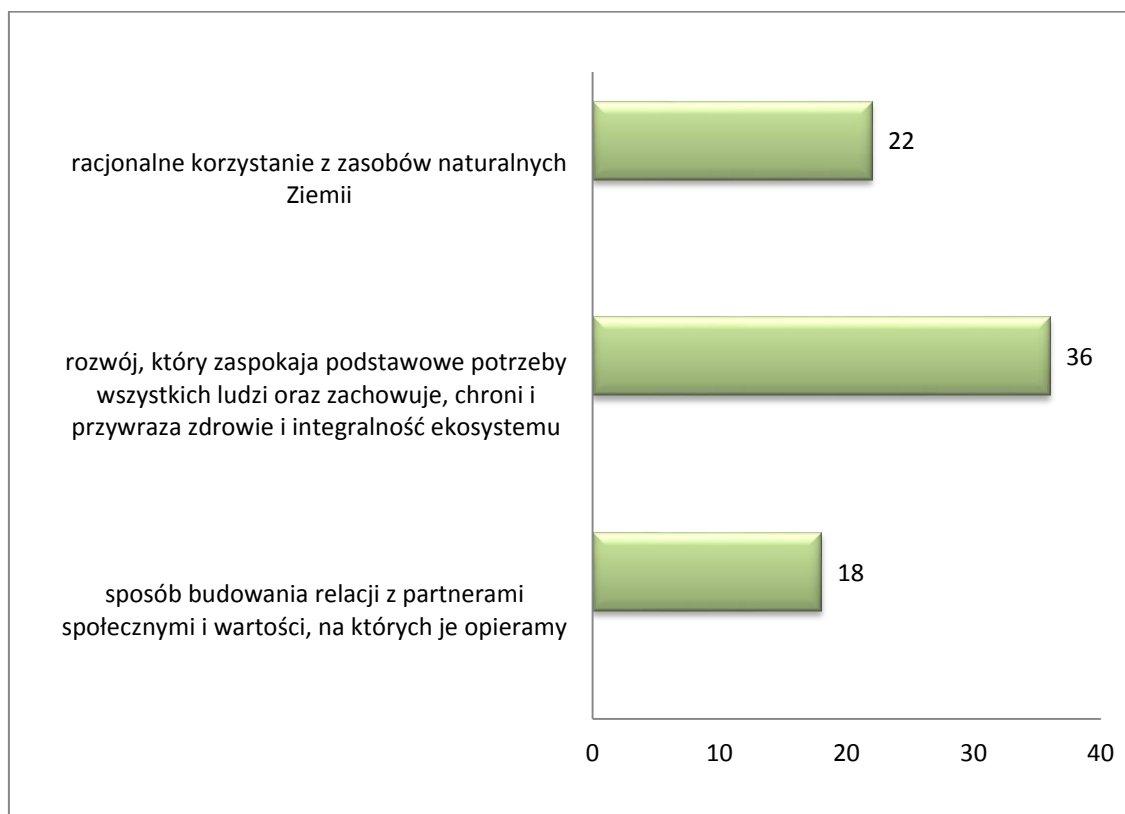
Źródło: Opracowanie własne.



Rys. 2. Znajomość pojęć ekologistyka i norma ISO 14001

Źródło: Opracowanie własne.

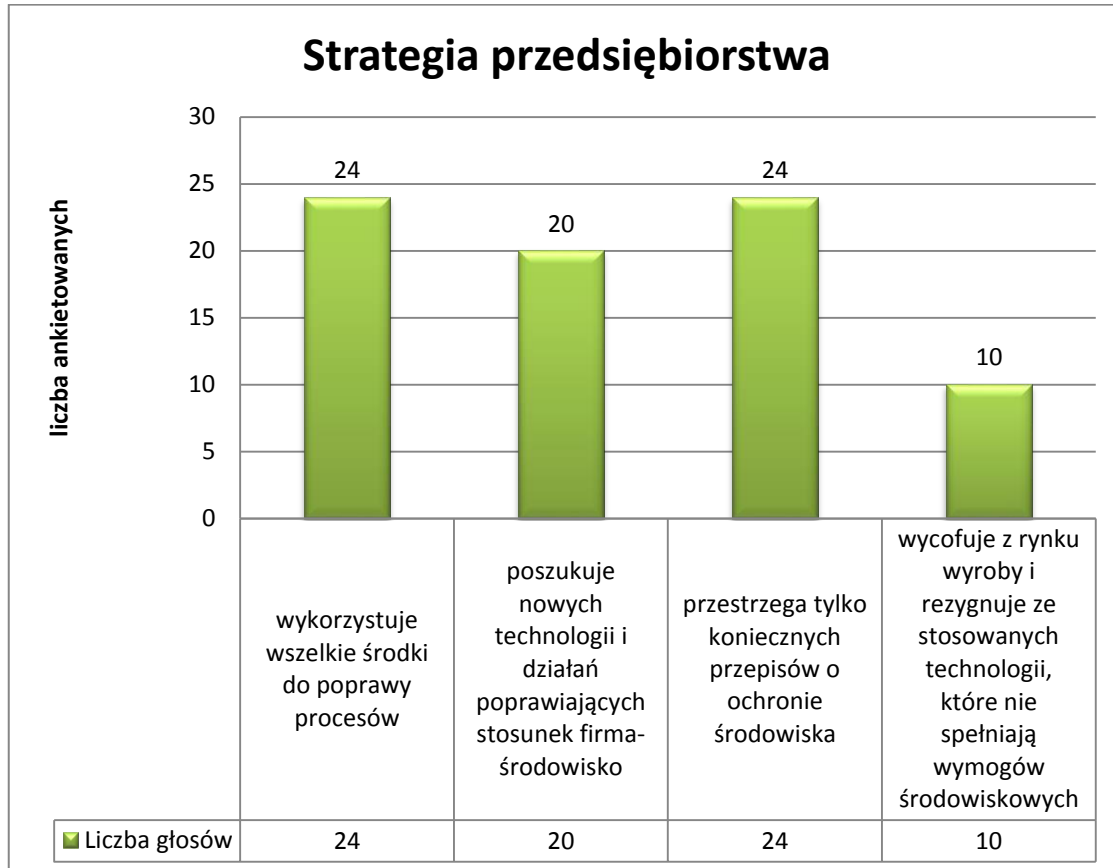
Spośród ankietowanych 24 osoby wiedzą, co znaczy pojęcie ekologistyka, natomiast 27 osób nigdy wcześniej się z nim nie spotkało. W przypadku pytania o znajomość normy ISO 14001, 20 osób wie, czego ta norma dotyczy, a 31 badanych osób nie spotkało się z tym pojęciem wcześniej (rysunek 2). Nie było wyraźnej różnicy pomiędzy odpowiedziami osób ze stanowisk wyższego szczebla a pracownikami administracyjnymi czy pracownikami działów. Ogólnie wyniki tego badania przeczą doniesieniom firmy monitorującej wiedzę, postawy i świadomość ekologiczną pracowników (REKOPOL), sugerującej, że w przedsiębiorstwie występuje wysoki poziom tej świadomości.



Rys. 3. Zrównoważony rozwój według pracowników przedsiębiorstwa X

Źródło: Opracowanie własne.

W pytaniu o istotę zrównoważonego rozwoju (rysunek 3) ankietowani (36 odpowiedzi) wskazywali głównie, że jest to rozwój, zaspokajający podstawowe potrzeby wszystkich ludzi oraz zachowuje, chroni i przywraca zdrowie i integralność ekosystemu. Dla 22 osób spośród badanych, zrównoważony rozwój jest racjonalnym korzystaniem z zasobów naturalnych Ziemi, natomiast 18 osób jest zdania, że to sposób budowania relacji z partnerami społecznymi i wartości, na których je opieramy. Warto zaznaczyć, że pracownicy mogli wybrać do dwóch odpowiedzi na to pytanie. Udzielonych odpowiedzi było 76, z czego wynika, że część ankietowanych była zdecydowana na jedną odpowiedź. Można zapewne uznać, że pracownicy mają jednak ogólne pojęcie o ekologii. Wydaje się, że ten wynik będzie satysfakcjonował kierownictwo firmy we Wrocławiu, dokładające starań o ukształtowanie tej świadomości na wysokim poziomie wśród samych pracowników, a nie tylko starań kierownictwa i wydatków/nakładów firmy.



Rys. 4. Strategia przedsiębiorstwa w ocenie badanych

Źródło: Opracowanie własne.

Pracownicy wyższego szczebla oraz pracownicy administracyjni wybierali odpowiedzi dotyczące strategii ofensywnej, w której wykorzystuje się wszelkie środki do poprawy procesów, a także innowacyjnej, gdzie przedsiębiorstwo poszukuje nowych technologii i działań poprawiających stosunek firma – środowisko (rysunek 4). Zdania dotyczące strategii są podzielone. Odpowiedzi 24 ankietowanych dotyczyły strategii ofensywnej i tyle samo ankietowanych zaznaczyło odpowiedź definiującą strategię obojętną – przedsiębiorstwo przestrzega tylko zasad i przepisów o ochronie środowiska. Niewielka ilość osób (10 odpowiedzi) zaznaczyła odpowiedź dotyczącą strategii defensywnej, a mianowicie działań przedsiębiorstwa polegających na wycofaniu z rynku wyrobów i technologii, niespełniających wymogów środowiskowych. No cóż, ponownie świadomość ogólna jest właściwie zaabsorbowana wśród pracowników. Tym razem powinno to sprzyjać współdziałaniu załogi wrocławskiej firmy z jej otoczeniem.



Rys. 5. Priorytety Zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie X

Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie było wielokrotnego wyboru i miało na celu sprawdzenie wiedzy pracowników na temat priorytetów firmy. Większość pracowników wybierała dwie pierwsze odpowiedzi odnoszące się do segregacji odpadów oraz ograniczenia zużycia energii (rysunek 5). Świadczy to o braku informacji na temat priorytetów przedsiębiorstwa wśród pracowników lub braku realizacji działań związanych z rozwiązaniami dla klientów.



Rys. 6. Ocena stopnia segregacji odpadów

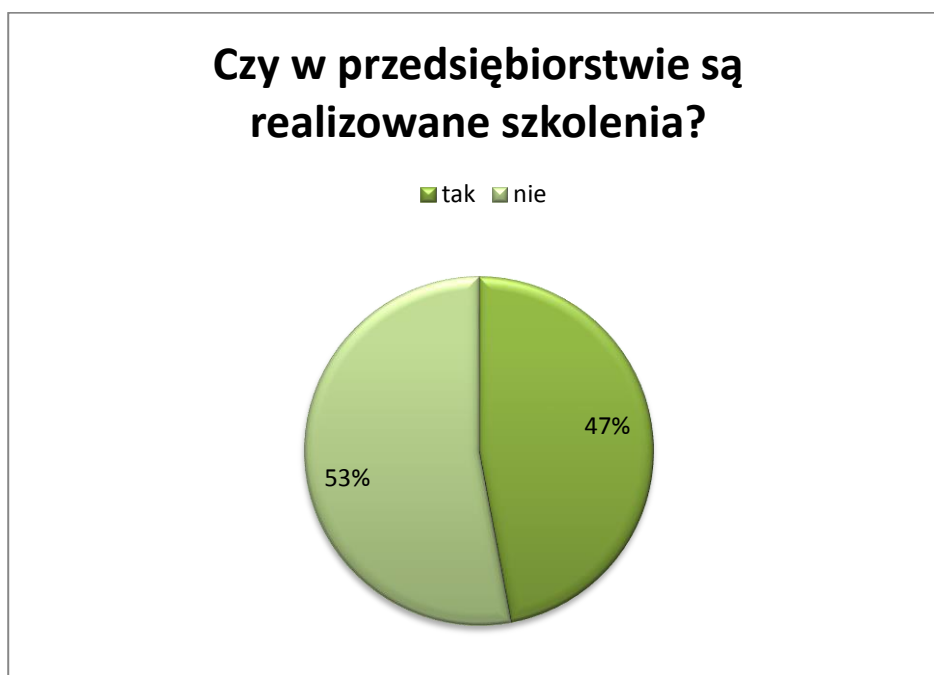
Źródło: Opracowanie własne.

Analizując ankiety, można zauważyć, że pracownicy administracyjni i ochrona w większości nie zaznaczali żadnych odpowiedzi. Świadczy to o tym, że na tych stanowiskach nie pojawiają się informacje dotyczące segregacji odpadów, albo też że ci pracownicy nie mają bezpośredniego kontaktu z miejscami, gdzie odpady są segregowane. Managerowie i pracownicy punktu obsługi klienta uważają, że odpady w przedsiębiorstwie X są segregowane źle lub dobrze – zdania były podzielone. Pozostali pracownicy wybierali odpowiedź bardzo dobrze i dobrze.

Managerowie jako osoby odpowiedzialne za grupy pracowników oraz działy w przedsiębiorstwie, są bardziej świadomi tego, jak przedstawia się sytuacja w miejscach segregacji odpadów.

Najwięcej rozwiązań proekologicznych wykorzystywanych w przedsiębiorstwie znali/wymieniali managerowie oraz pracownicy punktu obsługi klienta. Pracownicy jako rozwiązania proekologiczne stosowane w przedsiębiorstwie wymieniali głównie segregację odpadów w specjalnie oznakowanych koszach na śmieci oraz energooszczędność. Kiloro pracowników wymieniło eko-mebel, jako jedno z rozwiązań proekologicznych.

W pytaniu o znajomość akcji prowadzonych z udziałem klientów większość pracowników nie wymieniła żadnej akcji. Pracownicy administracyjni, managerowie, w niewielkim stopniu pracownicy punktu obsługi klienta oraz pracownicy AGD/RTV, wymieniali akcje z udziałem klientów takie, jak drzewko za makulaturę oraz zbiórka elektrośmieci. Pojedyncze głosy wspominały również o akcji Ekologiczna wiosna prowadzonej przy udziale dzieci.



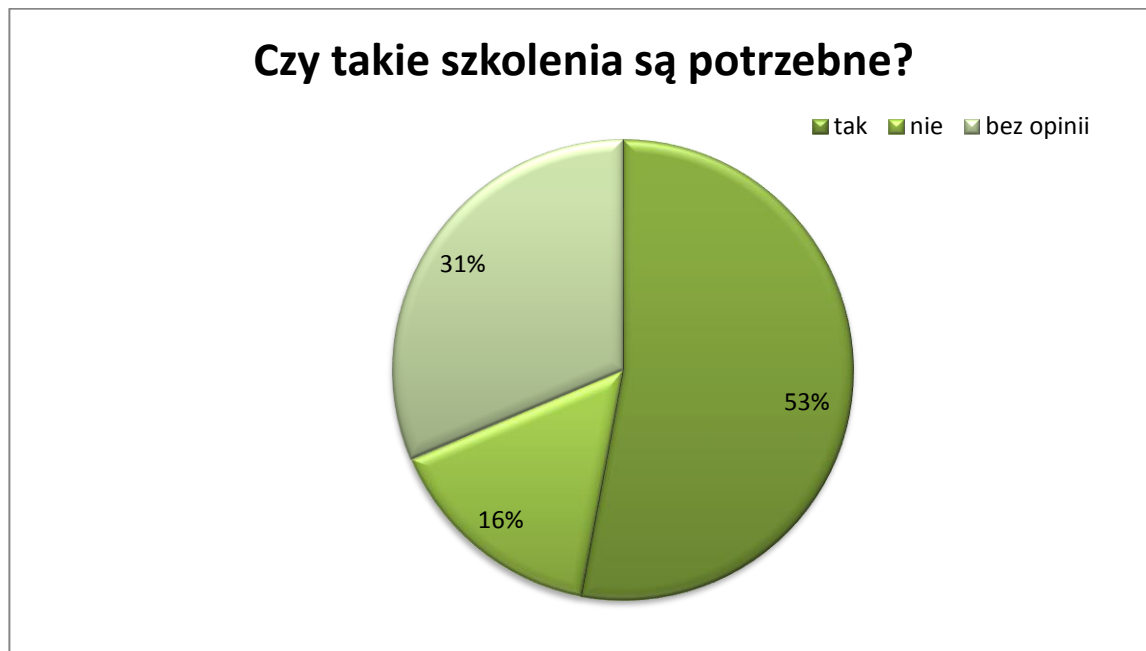
Rys. 7. Stopień realizacji szkoleń w przedsiębiorstwie X

Źródło: Opracowanie własne.

Odpowiedzi dotyczące realizacji szkoleń na terenie przedsiębiorstwa X są podzielone. Pracownicy kas, działów RTV/AGD, punktu obsługi klienta oraz ochrona nie przypominają sobie szkoleń z zakresu ochrony środowiska, segregacji odpadów lub postaw proekologicznych pracowników (rysunek 7).

Na pytanie o obecność szkoleń w przedsiębiorstwie odpowiedź pozytywną wybrali managerowie, pracownicy administracyjni oraz nieliczni pracownicy linii kas. Oznacza

to, że szkolenia są realizowane w bardzo małym zakresie lub nie są ważne dla pracowników na tyle, żeby je pamiętać. To ważne spostrzeżenie, otóż w tej grupie zatrudnionych ma miejsce duża rotacja. Wniosek jest oczywisty, dla tej grupy trzeba częściej powtarzać szkolenia. Być może edukacja ekologiczna realizowana jest jedynie wśród pracowników wyższego szczebla oraz pracowników biurowych (administracyjnych).



Rys. 8. Potrzeby pracowników dotyczące edukacji ekologicznej w przedsiębiorstwie

Źródło: Opracowanie własne.

Aż 53% ankietowanych, w tym managerów, uważa, że szkolenia z zakresu ochrony środowiska, segregacji odpadów lub postaw proekologicznych, są przydatne dla pracowników. Pracownicy administracyjni, ochrona oraz pracownicy linii kas nie mieli opinii na temat potrzeby szkoleń w przedsiębiorstwie lub uważali, że szkolenia nie byłyby dla nich przydatne. To głównie osoby z grupy 31%, również dość licznej

Na podstawie przeprowadzonego badania można zauważyć braki w edukacji ekologicznej pracowników przedsiębiorstwa. Wielu nie ma potrzeby zwiększania swojej świadomości ekologicznej. Jak pokazują wyniki ankiety, przedsiębiorstwo powinno rozszerzyć ofertę szkoleń dla pracowników dotyczącą ochrony środowiska oraz upowszechnić wiedzę o rozwiązaniach, jakie stosuje przedsiębiorstwo, w którym są zatrudnieni.

PODSUMOWANIE

W przedsiębiorstwie X rozsądnie podchodzi się do oczekiwań klientów i pracowników, stara się odpowiadać na ich potrzeby i społeczeństwa. Dzięki wprowadzonym zmianom i rozwiązaniom proekologicznym przedsiębiorstwo X poprawia swój wizerunek na arenie międzynarodowej oraz staje się przedsiębiorstwem konkurencyjnym pod względem podejścia do ochrony środowiska.

Wraz z rozwojem świadomości ekologicznej pracowników i klientów firmy, w przedsiębiorstwie pojawiają się nowe produkty bio i ekologiczne. Istotnym elementem są prowadzone przez przedsiębiorstwo akcje z udziałem klientów, gdzie poprawiane są relacje człowiek–środowisko.

Na średnim poziomie prezentuje się wiedza pracowników na temat rozwiązań proekologicznych, wprowadzonych w ich miejscu pracy. Dobrym rozwiązaniem byłyby plakaty informujące pracowników o zmianach wprowadzonych na ich stanowiskach pracy lub przeprowadzenie bloku szkoleń na temat ekologii, segregacji odpadów czy rozwiązań ekologicznych stosowanych w firmie. Załoga nie kojarzy korzyści dla firmy i załogi jako wartości dodanej z powodu przynależności do firm proekologicznych.

Dodatkowo przedsiębiorstwo powinno rozpatrzyć problem zbiórki odpadów, w kontekście wzrostu świadomości i zaangażowania szeregowych pracowników, bo dotąd przeważa ona wśród nadzoru, co jest naturalne, ale niewystarczające. Należałoby rozważyć, czy środki podejmowane przez firmę w zakresie segregacji i składowania odpadów są wystarczające, czy nie warto byłoby wdrożyć lub zmienić istniejących rozporządzeń wewnętrznych dotyczących tego aspektu ekologii, a znanych w innych dziedzinach np. w przemyśle spożywczym, transporcie.

BIBLIOGRAFIA**Publikacje zwarte**

1. Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
2. Konecki K., *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, PWN, Warszawa 2000.
3. Michaluk A., Ledzianowski J., *Metodologia badań w zarządzaniu*, WSOWL, Wrocław 2012.

Źródła internetowe

4. <http://www.unic.un.org.pl/gospodarka/gc4.php>
5. <http://www.bbm.com.pl/metodologia-badawcza/metody-doboru-proby-badawczej/>
6. <http://socjolog.strefa.pl/wywiad.html>

Inne – manuskrypty firmy

7. Materiały przedsiębiorstwa, ABC pracownika.
8. Materiały przedsiębiorstwa, Campus. Segregowanie, zbiórka, odzysk odpadów.
9. Materiały przedsiębiorstwa, Kodeks etyczny współpracowników Przedsiębiorstwa X.
10. Materiały przedsiębiorstwa, O przedsiębiorstwie X.
11. Materiały przedsiębiorstwa, Obszary Zrównoważonego rozwoju – Rynek.
12. Materiały przedsiębiorstwa, Obszary Zrównoważonego rozwoju – Środowisko.
13. Materiały przedsiębiorstwa, Opakowania.
14. Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X – światowy kontekst.
15. Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X w Global Compact.
16. Materiały przedsiębiorstwa, Przedsiębiorstwo X.
17. Materiały przedsiębiorstwa, Raport przedsiębiorstwa X dla GC.
18. Materiały przedsiębiorstwa, Strategia przedsiębiorstwa X.
19. Materiały przedsiębiorstwa, Szkolenie dla nowozatrudnionych.

ECOLOGISTICS AND ECO-FRIENDLY SOLUTIONS IN A MODEL OF DISTRIBUTIVE ENTERPRISE

SUMMARY

The article considers the issues of ecologistics and waste segregation, characteristics of the eco-friendly solutions used in a distributive enterprise, and an ecological knowledge of its workers. It also presents results of a survey conducted among an occasionally chosen group of workers, indicating their attitude to protection of the natural environment and the level of their knowledge about eco-friendly solutions implemented in this model enterprise.

Keywords: *ecological activities, distributive enterprise, waste, pro-ecological workers' attitude*