



Katarzyna Huk

Uniwersytet Zielonogórski
Wydział Ekonomii i Zarządzania
Katedra Logistyki
K.Huk@wez.uz.zgora.pl

LOGISTYKA MIEJSKA A SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – WSPÓLNE OBSZARY ZAINTERESOWANIA

Streszczenie: Zmiany dokonujące się w gospodarce wpływają na różne obszary. Jednym z nowych trendów jest adaptacja koncepcji, metod, teorii zarządzania, docelowo dedykowanych dla przedsiębiorstw, do potrzeb zarządzania różnego rodzaju podmiotami, organizacjami, jednostkami. Wiele teorii można przełożyć na grunt np. zarządzania miastem z uwagi na ich uniwersalny charakter. Celem artykułu jest przedstawienie zależności pomiędzy logistyką miejską a koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Słowa kluczowe: logistyka miejska, społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR).

Wprowadzenie

Wraz z dostępem do informacji zmienia się światopogląd, postrzeganie otoczenia, środowiska, zwiększa się świadomość ludzi. Na wybór lokalizacji oraz atrakcyjność miast ma wiele czynników, między innymi położenie, infrastruktura, zagospodarowanie terenu, polityka władz itd. Ponadto świadomość ludzi przekłada się na inne postrzeganie przez nich otoczenia, wpływu organizacji na środowisko, etyczne zachowania, oddziaływania na inne podmioty, co bezpośrednio ma wpływ na wizerunek danej jednostki, produkty, usługi oferowane przez nią. Rozwój towarzyszy już nie tylko przedsiębiorstwom, ale także miastom. Władze samorządowe coraz większy nacisk kładą na wizerunek swojego miasta, zwracając uwagę na korzyści, jakie on przynosi. Zmiany dokonują się również w podejściu do zarządzania miastami. Stąd wiele koncepcji, nurtów i teorii zarządzania, które mają uniwersalny charakter i pomimo iż docelowo dedykowane są zarządzaniu przedsiębiorstwami, są przenieszone na grunt zarządzania miastem. Przykładem jest stosunkowo niedawne wyodrębnienie logistyki miejskiej. Podobnie inne koncepcje i teorie zarządzania można przenosić na grunt zarządzania miastem, jak np. koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu. Celem artykułu jest przedstawienie zależności i oddziaływania logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu. Powstał on na podstawie analizy literatury przedmiotu.

1. Istota logistyki miejskiej

Wzrost liczby ludności, instytucji i przedsiębiorstw, zagęszczanie sieci drogowych to istotne problemy, które pojawiają się w wyniku rozrostu miast. Są to czynniki, które warunkują zmiany zachodzące w zakresie zarządzania miastami. Z uwagi na to, iż jedną z cech logistyki jest uniwersalizm, zasady zarządzania logistycznego, które są stosowane w zarządzaniu przedsiębiorstwami, można również przenieść na grunt gospodarki miastami [Kazimierski 2007, s. 95]. W odniesieniu do zmian dokonujących się w gospodarce na przełomie XX i XXI wieku powstał nowy obszar badawczy – logistyka miejska. M. Szymczak przedstawił definicję logistyki miejskiej na podstawie definicji logistyki opracowanej przez Council of Logistics Management. Stwierdza on, iż „logistykę miejską można określić jako proces planowania, realizowania i kontrolowania przepływów:

- inicjowanych na zewnątrz i skierowanych do miasta,
- inicjowanych w mieście i skierowanych na zewnątrz,
- przechodzących przez miasto,
- wewnętrznych w mieście

oraz towarzyszących im przepływów informacji, mających na celu zaspokojenie potrzeb miasta w dziedzinie jakości gospodarowania, jakości życia i rozwoju” [Szymczak 2013, s. 312]. Kolejną propozycją określenia istoty logistyki miejskiej, jest definicja sformułowana przez J. Szołtyśka. Twierdzi on, iż „logistyka miasta to ogół procesów zarządzania przepływami osób, ładunków i informacji wewnątrz systemu logistycznego miasta, zgodnie z potrzebami i celami rozwojowymi miasta, z poszanowaniem ochrony środowiska naturalnego, z uwzględnieniem, że miasto jest organizacją społeczną, której nadrzędnym celem jest zaspokajanie potrzeb swoich użytkowników” [Szołtysek 2005, s. 105]. Przedmiotem badań logistyki miejskiej są zagadnienia celowo zorganizowanego i zintegrowanego przepływu materiałów, ludzi i informacji w aglomeracji miejskiej. Problemy te obejmują m.in.: zagadnienie dostępności komunikacyjnej miasta, zaopatrzenie sieci handlowych w towary, zaopatrzenie aglomeracji w wodę i energię, gospodarkę ściekową, usuwanie i utylizację odpadów, budowę i utrzymanie sieci telekomunikacyjnych oraz dbałość o środowisko naturalne aglomeracji miejskiej i jej okolic [Witkowski 2007, s. 203]. Ponadto jednym z głównych zadań logistyki miasta jest tworzenie miejskiego systemu transportowego, który będzie optymalizował czas przemieszczania się [Ehmke 2012, s. 1]. Kształtowanie się przepływów w mieście ma istotny wpływ na funkcjonowanie mieszkańców oraz na satysfakcję życia w mieście. Istotne więc wydaje się sprostanie oczekiwaniom mieszkańców poprzez niwelowanie natężenia ruchu drogowego, zapewnienie optymalnego transportu miejskiego, niwelowanie niekorzystnego wpływu na środowisko, zapewnienie odpowiedniej gospodarki komunalnej itd. Istotne wydają się także aspekty kulturowe, estetyczne oraz atrakcyjność postrzegania danego miejsca. Wpływa to bezpośrednio na liczbę ludności zamieszkującą daną aglomerację, a także wzrost lub spadek zaludnienia danego obszaru. Tak więc istotne wydają się działania podejmowane w zakresie logistyki miejskiej i optymalizowania procesów zachodzących w jej obszarze.

W logistyce miejskiej niewątpliwie ważną rolę odgrywają interesariusze, z tym że nie tylko władze zarządzające miastem, ale także właściciele nieruchomości, dostawcy infrastruktury itd. [Browne i in. 2015, s. 19]. Logistyka miejska to zasadniczo te same procesy, które stanowią treść logistyki w każdym wymiarze. Można tutaj wymienić transport, składowanie, obsługę klienta [Szymczak 2013, s. 311]. Zasadniczą różnicą jest jednak odbiorca tych procesów oraz wartość dodana, jaką w tej perspektywie stanowi korzyść niefinansowa w postaci satysfakcji mieszkańców, liczba ludności zamieszkująca dany obszar, atrakcyjność regionu, postrzeganie miejscowości przez turystów, wizerunek regionu. Dopiero pośredni wpływ tych elementów może w jakimś stopniu przyczynić się do wzrostu dochodowości danego regionu. Na obszarach aglomeracji skupia się potencjał ekonomiczny i społeczny danego kraju, a ich sprawne funkcjonowanie decyduje o rozwoju zarówno kraju, jak i danego regionu [Witkowski 2007, s. 203]. Z punktu widzenia jednostek, poszczególnych mieszkańców miast, kluczowe są bowiem dwa zjawiska – zaspokajanie swoich potrzeb w sprzyjających warunkach oraz konieczność pokonywania przestrzeni w celu realizacji owych potrzeb [Szołtysek 2010, s. 8]. Zmiany, jakie dokonały się w gospodarce, wzrost zaludnienia oraz dobrobytu społeczeństwa, wpływają na konieczność efektywniejszego zaspokojenia tych potrzeb. „Zarządzanie miastem będącym jednocześnie miejscem pracy, zamieszkania, wypoczynku, dokonywania zakupów czy korzystania z dóbr kultury, musi mieć oprócz ekonomicznego, także swój wymiar społeczny i ekologiczny” [Witkowski 2007, s. 203]. Tak więc logistykę miejską można rozpatrywać przez pryzmat wymiaru ekonomicznego, ekologicznego i społecznego.

2. Definicja i charakterystyka społecznej odpowiedzialności biznesu

W ostatnim czasie dużą popularnością cieszy się stosunkowo nowa koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu – CSR (Corporate Social Responsibility). Termin ten jest bardzo często używany zarówno przez przedstawicieli przedsiębiorstw, jak i samych konsumentów. Odnosi się przede wszystkim do odpowiedzialności wobec otoczenia. Pojęcie odpowiedzialność społeczna jest interpretowane jako „zestaw zobowiązań organizacji do ochrony i umacniania społecznego kontekstu, w którym funkcjonuje” [Griffin, 2004, s. 117].

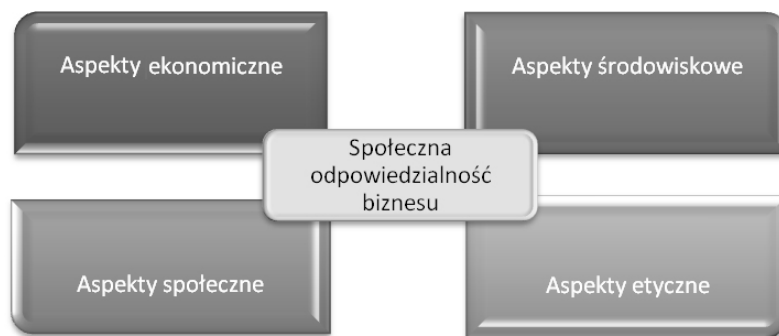
Niewątpliwie wzrost świadomości ludzi miał wpływ na rozwój tej koncepcji. Społeczeństwo stanowi grupę docelową przedsiębiorstw jako konsumentów ich dóbr. Tak więc konsekwencją tego zjawiska jest większa uwaga poświęcona przez kadry zarządzające wizerunkowi przedsiębiorstwa, jego oddziaływaniu na środowisko, społeczeństwo lokalne, region. Wpływa to także na działania podejmowane w zakresie etyki oraz działalności charytatywnej. Według Friedmana „istnieje tylko jeden jedyny rodzaj społecznej odpowiedzialności ze świata biznesu – wykorzystywać swe zasoby i podejmować działalność w celu zwiększenia własnych zysków na tyle, na ile pozostaje to zgodne z regułami gry... [i] przyjmować otwartą i wolną konkurencję, bez podstępów i oszustw” [Stoner i in., 1997, s. 114]. Friedman wskazuje na wymiar ekonomiczny oraz prawny działalności przedsiębiorstw. Z kolei S. Young określa CSR jako „strategiczne i długoterminowe podejście,

oparte na zasadach dialogu społecznego, przejrzystych relacjach i poszukiwaniu rozwiązań korzystnych dla wszystkich; to również osiąganie trwałego zysku przy jednoczesnym mądrym kształtowaniu relacji ze wszystkimi interesariuszami [...]. Jest to również prowadzenie biznesu w sposób uwzględniający wartości etyczne, prawo, szacunek dla pracowników, społeczeństwa i środowiska przyrodniczego, a także pozwalający wносить wkład do zrównoważonego rozwoju poprzez współpracę z nimi tak, aby poprawiać jakość życia wszystkich obywateli” [Young, 2005, s. 75].

Przedsiębiorstwa są nie tylko podmiotem praw i obowiązków, ale także odpowiedzialności w wymiarze ekonomicznym, prawnym i społecznym [Sokołowska, 2009, s. 1]. M. Gableta stwierdza, iż procesy prowadzące do integracji pracobiorców z przedsiębiorstwem powinny być częścią budowy przewagi konkurencyjnej [Gableta 2010, s. 73]. Szerzej można to rozpatrywać na styku szeroko rozumianych interesariuszy z przedsiębiorstwem. Celem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest zatem łagodzenie odwiecznego konfliktu między biznesem a społeczeństwem.

„Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw sprowadza się do szczególnych umiejętności w kontaktach z jej otoczeniem społecznym i naturalnym” [Adamczyk 2012, s. 504]. A.B. Carroll wyróżnia cztery stopnie odpowiedzialności przedsiębiorstwa: ekonomiczną, prawną, etyczną i filantropijną. Autor ten zauważa, iż fundamentem działalności biznesu w myśl koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu jest jej stabilność finansowa i przynoszenie profitów. Następnie należy zwrócić uwagę na aspekty prawne i etyczne, czyli postępowanie według wszystkich ustalonych norm, sformalizowanych w formie przepisów, a także norm etycznych narzuconych przez społeczność. Dopiero wtedy można podjąć się działalności filantropijnej poprzez wspomaganie i pomoc innym, potrzebującym. Realizacja tych aspektów w tej kolejności może doprowadzić do funkcjonowania jednostki w myśl społecznej odpowiedzialności, która nie powinna być utożsamiana tylko i wyłącznie z działalnością charytatywną.

Podsumowując, można stwierdzić, iż społeczna odpowiedzialność biznesu dotyczy kilku podstawowych wymiarów, które wpływają na sposób postrzegania biznesu i działalności jednostki przez społeczeństwo oraz odbieraniu danej organizacji przez otoczenie. Są to wymiary: społeczne, ekonomiczne, środowiskowe, etyczne. Ich syntetyczne ujęcie zostało przedstawione na rys. 1.



Rys. 1. Obszary zainteresowania społecznej odpowiedzialności biznesu

Każda organizacja dla efektywnego działania powinna brać pod uwagę realizację swojego podstawowego celu oraz zdolności do przynoszenia określonej wartości dodanej. Zapewnienie możliwości i podstaw funkcjonowania jest istotne i wpływa na całokształt działań, także w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Poprzez funkcjonowanie i ekonomiczną stabilność przedsiębiorcy zapewniają miejsca pracy, a osiągając wyższy poziom, są w stanie wspomagać społeczeństwo. Aspekt społeczny jest szeroko rozumiany, ponieważ dotyczy zarówno pracowników przedsiębiorstw, jako ich wewnętrznych interesariuszy, ale również mieszkańców miast, w których firma działa, a także szerzej regionów, województw itd. Działalność przedsiębiorstw, a także innych organizacji oddziałuje również na środowisko poprzez wytwarzanie różnego rodzaju odpadów, zanieczyszczanie powietrza itp. Jest to związane z etycznym działaniem nie tylko wobec środowiska, ale także pracowników, społeczeństwa w wąskim i szerokim rozumieniu.

Zwrócenie uwagi na powyższe aspekty oraz idea społecznej odpowiedzialności biznesu jest bardzo istotna dla zrównoważonego rozwoju. Wzrost świadomości społeczeństwa, większy dostęp do informacji oraz źródła ich przekazywania, sposób postrzegania ekologii wpływają na decyzje zakupowe, a także sposób postrzegania poszczególnych organizacji. Należy jednak nadmienić, iż koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu da się przenieść również na inne podmioty i organizacje, w których upatrywać można wpływu na wymienione powyżej wymiary.

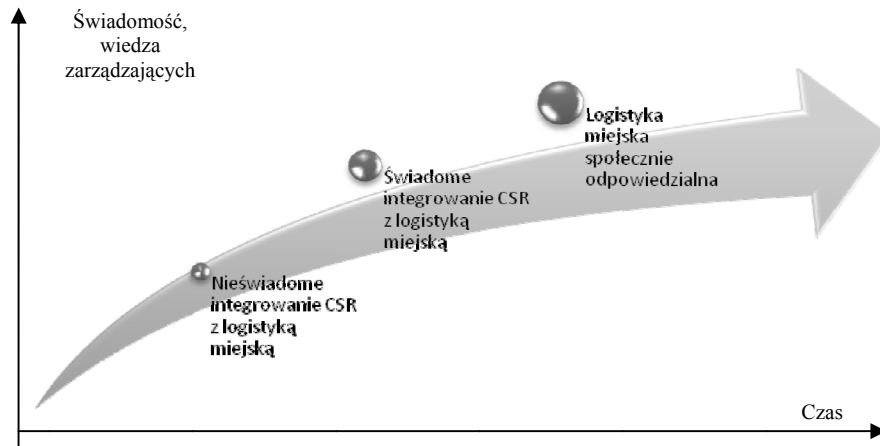
3. Integracja logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu

Jedną ze wspólnych cech łączących logistykę miejską ze społeczną odpowiedzialnością biznesu jest uniwersalizm obydwu tych podejść. Pozwala on wykorzystać podstawowe ich założenia do zarządzania nie tylko przedsiębiorstwem, ale także miastem. O logistyce miejskiej w ostatnim czasie bardzo dużo pisze się w literaturze przedmiotu. Natomiast o możliwości i korzyściach wykorzystania koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w obszarze zarządzania miastem już mniej. Koncepcja ta, choć docelowo dedykowana przedsiębiorstwom, jest na tyle uniwersalna, iż można dopatrywać się jej zastosowania właśnie w innych dziedzinach. Z punktu widzenia zarządzania miastem wskazane jest, aby władze miasta zadbały także o społeczną odpowiedzialność aglomeracji.

Wynikiem zmian, jakie dokonują się w gospodarce, jest wyklarowanie się logistyki miejskiej. Jej podstawowy cel to efektywna obsługa klienta – czyli społeczeństwa. Podobnie głównym celem społecznej odpowiedzialności biznesu jest dbanie o dobro społeczeństwa i jego otoczenia. Stąd zasadne jest łączenie i integrowanie logistyki miejskiej ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Należy jednak podkreślić, iż w zakresie logistyki miejskiej społeczna odpowiedzialność biznesu może być stosowana nieświadomie i intuicyjnie włączona w procesy zarządzania miastem. Podniesienie świadomości osób mających wpływ na efektywność procesów w zakresie logistyki miejskiej może przyczynić się do skuteczniejszej realizacji wyznaczonych celów, a także podniesienia atrakcyjności danej miejscowości.

Na rysunku poniżej przedstawiono etapy wzrostu świadomości z zakresu integrowania społecznej odpowiedzialności biznesu z logistyką miejską (rys. 2).

Najniższym poziomem jest podejmowanie działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu przez zarządzających, w celu optymalizacji efektów w ramach logistyki miejskiej. Kolejny, wyższy etap to świadome korzystanie z założeń koncepcji CSR. Najwyższym poziomem jest utożsamianie logistyki miejskiej ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, zwłaszcza w wymiarze społecznym.



Rys. 2. Integracja koncepcji CSR i logistyki miejskiej przez pryzmat nurtu społecznego

Logistyka miejska, jak powyżej wspomniano, opiera się w głównej mierze o wymiar polityczny, społeczny i ekologiczny. Natomiast według niektórych autorów podstawowymi obszarami społecznej odpowiedzialności są aspekty społeczne, ekonomiczne, środowiskowe, etyczne (zob. rys. 3).



Rys. 3. Wymiar logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu

Należy jednak zaznaczyć, iż w literaturze przedmiotu występuje wiele podziałów i wyróżnień obszarów zarówno logistyki miejskiej, jak i społecznej odpowiedzialności biznesu. Trzeba również zauważyć, iż większość autorów zgadza się, iż najważniejsze są

wymiar społeczny i ekologiczny. Natomiast pozostałe aspekty związane z działaniami w zakresie politycznym, ekonomicznym czy etycznym powinny być również uwzględniane w obszarach logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu z uwagi na ich duży zakres zainteresowania, a także ogólnikowe podejście.

W dalszej analizie ujęto wszystkie wymienione wymiary jako obszary zainteresowania logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu. Poszczególne wymiary implikują działania i sposób ich realizacji, w myśl założeń społecznej odpowiedzialności biznesu i efektywnej realizacji procesów w ramach logistyki miejskiej. Obszary integracji tych dwóch koncepcji przedstawiono na rys. 4.



Rys. 4. Obszary integracji logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu

Pomiędzy logistyką miejską i społeczną odpowiedzialnością biznesu występuje integracja z uwagi na wspólne obszary zainteresowania. Na gruncie zarządzania logistycznego w obrębie miasta powinno się realizować poszczególne procesy z uwzględnieniem podstawowych założeń koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu oddziałuje na sposób postrzegania lokalnego społeczeństwa, na pewne zjawiska, sposoby zarządzania i postawy osób odpowiedzialnych za realizację danych celów, przedsięwzięć. Na powyższym rysunku wskazano tylko wybrane obszary oddziaływania społecznej odpowiedzialności biznesu na logistykę miejską. Przedstawione informacje stanowią tylko zarys obszaru badawczego. Należałoby rozszerzyć badania dla precyzyjniejszego określenia zjawiska.

Podsumowanie

Zmiany, jakie dokonują się w gospodarce, implikują konieczność przenoszenia koncepcji i teorii zarządzania dedykowanych przedsiębiorstwom na zarządzanie miastem. Powstanie nowego nurtu logistyki miejskiej świadczy o wzroście zainteresowania i optymalizacji w zakresie zarządzania, także w innych obszarach zarządzania. Uniwersalizm koncepcji i podejść w zarządzaniu pozwala na implementowanie ich w inne obszary zarządzania – między innymi zarządzania miastem. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu może również zostać przeniesiona na grunt zarządzania miastem. W artykule przedstawiono wymiary funkcjonowania (społeczne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i etyczne), wspólne obszary zainteresowania i wzajemne oddziaływanie pomiędzy logistyką miejską a społeczną odpowiedzialnością biznesu. Podejmowanie działań i orientacja procesów logistycznych zgodnie z założeniami społecznej odpowiedzialności biznesu może przynieść wiele korzyści. Tylko społecznie odpowiedzialne działanie w zakresie zarządzania logistycznym miastem może przynieść wymierne korzyści dla poszczególnych aglomeracji. Sposób postrzegania danego miasta i jego wizerunek, napływ ludności (nowych mieszkańców, a także turystów), atrakcyjność lokalizacji, optymalizacja procesów i sposób ich realizacji to tylko niektóre korzyści płynące z integracji logistyki miejskiej i społecznej odpowiedzialności biznesu.

Literatura

- Adamiak A., Nowicki M. (2012), *Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu* [w:] A. Zakrzewska-Bielawska (red.), *Podstawy zarządzania*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Browne E., Lindholm M., Allen J. (2015), *Partnership Among Stakeholders* [w:] E. Taniguchi, R.G. Thompson, *City Logistics. Mapping The Future*, CRC Press, Boca Raton.
- Ehmke J.F. (2012), *Integration of Information and Optimization Models for Routing in City Logistics*, Springer, New York.
- Gableta M. (2010), *W kierunku operacjonalizacji pojęcia odpowiedzialności społecznej w obszarze zatrudnienia* [w:] H. Jagoda, J. Lichtarski (red.), *Kierunki i dylematy rozwoju nauki i praktyki zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Griffin R.W. (2004), *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWE, Warszawa.
- Kaźmierski J. (2007), *Zarządzanie logistyczne w rozwoju miasta i regionu – strategiczna rola centrów logistycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne problemy usług nr 8”, nr 453.
- Sokołowska A. (2009), *Społeczna odpowiedzialność małego przedsiębiorstwa – przejawy i dylematy*, „E-mentor”, nr 5(32).
- Stoner J.A.F., Freeman R.E., Gilbert D.R. Jr. (1997), *Kierowanie*, PWE, Warszawa.
- Szołtysek J. (2005), *Logistyczne aspekty zarządzania przepływami osób i ładunków w miastach*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice.
- Szołtysek J. (2010), *Logistyka miasta – geneza, istota, perspektywy*, „Logistyka”, nr 5.
- Szymczak M. (2013), *Logistyka miejska* [w:] E. Gołemska (red.), *Kompendium wiedzy o logistyce*, PWE, Warszawa.

Witkowski K. (2007), *Aspekt logistyki miejskiej w gospodarowaniu infrastrukturą transportową miasta*, Prace Instytutu Prawa i Administracji PWSZ w Sulechowie, „Studia Lubuskie”, nr 3, PWSZ Sulechów, Sulechów.

Young S. (2005), *Etyczny kapitalizm. Jak na powrót połączyć prywatny interes z dobrem publicznym*, Metamorfoza, Wrocław.

CITY LOGISTICS AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary: The changes in the economy impact on different areas. One of the new phenomena is an adaptation of concepts, methods, management theory ultimately dedicated for enterprises to manage the needs of different types of entities, organizations and individuals. Many theories can be translated into such an area, for example city management, due to their universal character. The aim of the article is presented the relationship between city logistics and the concept of corporate social responsibility (CSR).

Keywords: city logistics, Corporate Social Responsibility, CSR.