

Marta Krawczyk

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie

KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW W ŚWIETLE UWARUNKOWAŃ EKOLOGICZNYCH

STRESZCZENIE

Celem niniejszego artykułu jest dyskusja na temat proekologicznej działalności przedsiębiorstw jako elementu budowania przewagi konkurencyjnej. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej spowodowało, że ochrona środowiska w działalności gospodarczej stanowi coraz istotniejszy czynnik przewagi konkurencyjnej. Jednakże proekologiczne działania przedsiębiorstw nie ograniczają się jedynie do spełnienia minimalnych norm ustanowionych przez prawo, ale wdrażają system zarządzania środowiskowego, który poprawia wydajność, pozwala na obniżenie kosztów, a także ma wpływ na wizerunek firmy. W artykule przedstawiono badania postaw polskich przedsiębiorstw w odniesieniu do działań proekologicznych oraz znaczenie tych postaw dla konsumentów.

Słowa kluczowe: system zarządzania środowiskowego (EMS), konkurencyjność przedsiębiorstw, zrównoważony biznes, zielony biznes

Wprowadzenie

Zdolność utrzymania się przedsiębiorstwa w warunkach konkurencyjnego rynku jest dziś uwarunkowana szeregiem czynników, zarówno o charakterze wewnętrznym (np. zasoby ludzkie, czas i koszty produkcji, technologia, cena, sieć dystrybucyjna), jak i zewnętrznym (np. preferencje konsumentów, podaż, dobra substytucyjne). Z biegiem czasu część z nich traci, a część zyskuje na znaczeniu. Jednym z czynników, który w ostatnich latach coraz częściej pojawia się w grupie znacząco

wpływającej na pozycję przedsiębiorstwa na rynku jest działalność proekologiczna. Wiąże się ona nie tylko ze wzrostem znaczenia ochrony środowiska wyartykułowanym w prawie krajowym i unijnym, ale także ze wzrostem świadomości ekologicznej społeczeństwa i presją przez nie wywieraną.

Ze względu na powyższe uwarunkowania celem niniejszego artykułu jest omówienie działalności proekologicznej przedsiębiorstw jako elementu budowania ich przewagi konkurencyjnej. Uwzględniając powyższe zjawiska, postawiono następującą hipotezę badawczą: prowadzenie działalności proekologicznej w przedsiębiorstwie wpływa na wzrost jego konkurencyjności. Dla skonfrontowania i poparcia sformułowanej w artykule hipotezy badawczej przeprowadzono studia literaturowe z zakresu ekonomii i zarządzania, a także przeprowadzono analizę danych zastanych, obejmującą analizę raportów z badań przeprowadzonych w kraju, dotyczących postrzegania wpływu działalności ekologicznej przedsiębiorstw na ich przewagę konkurencyjną oraz znaczenia działań proekologicznych przedsiębiorców dla konsumentów.

1. Konkurencyjność przedsiębiorstw – próba definicji

Konkurencyjność przedsiębiorstw nie jest pojęciem jednoznacznie zdefiniowanym. Trudno znaleźć w literaturze przedmiotu definicję, która byłaby tak uniwersalna, jak chociażby te dotyczące popytu czy podaży. Dlatego też zasadne wydaje się przytoczenie w tym miejscu kilku z nich, co pozwoli na jak najszersze ujęcie niniejszego zagadnienia. Jedną z najszerszych definicji konkurencyjności przedsiębiorstw można spotkać u Zbigniewa Madeja, który uważa, że jest to zdolność do działania w warunkach rywalizacji¹. Z kolei Marek Stankiewicz opowiada się za stwierdzeniem, że jest to zdolność do sprawnego realizowania celów na rynkowej arenie konkurencyjnej². Natomiast według definicji OECD konkurencyjność oznacza zdolność firm, gałęzi przemysłu, regionów, krajów lub ponadnarodowych ugrupowań do

¹ Z. Madej, *Międzynarodowa sytuacja polskiej i rosyjskiej gospodarki*, w: *Uwarunkowania przekształceń wschodnioeuropejskich*, Uniwersytet Łódzki, Łódź–Warszawa 2000, cyt. za: D. Guzał-Dec, M. Zwolińska-Ligaj, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa a otoczenie lokalne*, w: *Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji. Determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw*, red. M. Juchniewicz, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2006, s. 55.

² M.J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstw. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2002, s. 3.

sprostania międzynarodowej konkurencyjności, zarówno trwałego zapewnienia wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i trwałego wysokiego poziomu zatrudnienia³. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że ze względu na różnorodne ujęcie konkurencyjności przedsiębiorstw w literaturze można znaleźć różnorodne podziały czynników ją warunkujących. Ewa Mazur-Wierzbicka wśród przesłanek warunkujących konkurencyjność przedsiębiorstwa wyodrębniła te o charakterze zewnętrznym i wewnętrznym, co obrazuje tabela 1.

Tabela 1. Zewnętrzne i wewnętrzne przesłanki warunkujące konkurencyjność przedsiębiorstwa

Przesłanki warunkujące konkurencyjność przedsiębiorstwa	
zewnętrzne	wewnętrzne
<ul style="list-style-type: none"> – otoczenie biznesowe, – otoczenie polityczne – otoczenie społeczne, – otoczenie ekonomiczne, – otoczenie technologiczne, – otoczenie międzynarodowe 	<ul style="list-style-type: none"> – innowacyjność i zaawansowanie technologiczne, – sieć dystrybucji, – ceny produktów i usług, – jakość produktów i usług, – pracownicy, – kultura przedsiębiorstwa, – inwestycje własne, – możliwość pozyskania kapitału, – sposób finansowania działalności

Źródło: opracowanie własne na podstawie E. Mazur-Wierzbicka, *Wpływ zachowań proekologicznych na konkurencyjność przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorstwo i państwo – wybrane problemy konkurencyjności*, red. T. Bernat, Katedra Mikroekonomii, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 31.

Stankiewicz z kolei uważa, że konkurencyjność przedsiębiorstwa należy rozpatrywać jako system tworzony przez cztery elementy⁴:

1. Potencjał konkurencyjności, rozumiany jako ogół materialnych i niematerialnych zasobów przedsiębiorstwa, kluczowych kompetencji i zdolności, umożliwiających zdobycie trwałej oraz trudnej do podważenia przewagi konkurencyjnej nad rywalami;

³ Z. Wołodkiewicz-Donimirski, *O niektórych aspektach konkurencyjności gospodarki polskiej*, Informacja nr 628, Biuro Studiów i Ekspertyz 1998, biurosej.gov.pl/teksty/i-628.htm (dostęp 20.06.2011).

⁴ M.J. Stankiewicz, *Istota i sposoby oceny konkurencyjności przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 7–8, s. 79.

2. Przewaga konkurencyjna (mająca zawsze względny charakter), którą należy rozumieć jako efekt skutecznego wykorzystywania konfiguracji składników potencjału konkurencyjności umożliwiających przedsiębiorstwu generowanie atrakcyjnej oferty rynkowej i skutecznych instrumentów konkurowania;
3. Instrumenty konkurowania, które można określić jako świadomie i celowo wykorzystywane narzędzia i metody budowania kapitału klientów oraz kreowania wartości firmy;
4. Pozycja konkurencyjna, rozumiana jako osiągnięty przez przedsiębiorstwo wynik konkurowania w danym sektorze, rozpatrywany na tle wyników osiąganych przez konkurentów, innymi słowy – miejsce na skali korzyści ekonomicznych i pozaekonomicznych, jakich przedsiębiorstwo dostarcza wszystkim swoim interesariuszom, w porównaniu z miejscami zajmowanymi przez konkurentów.

Warto skupić się tu na pojęciu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, stanowiącej na podstawie powyższego podziału „wypadkową” potencjału konkurencyjności i instrumentów konkurowania. Michael E. Porter jest zdania, że przewaga konkurencyjna jest „duszą” wyników firm na konkurencyjnych rynkach⁵. Natomiast Jo Owen bardziej lakonicznie stwierdza, że receptą na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej jest niższy poziom niekompetencji, niż ten prezentowany przez konkurencję⁶.

Uzyskanie przewagi konkurencyjnej przez przedsiębiorstwo jest możliwe dzięki posiadaniu unikatowego produktu i/lub usługi oferowanej w korzystnej cenie. Niemniej coraz częściej nie tylko sam produkt, ale także sposób jego wytworzenia mogą stać się znaczącym elementem zdobycia przewagi na rynku. Jest to bezpośrednio związane ze wzrostem znaczenia koncepcji zrównoważonego rozwoju, szczególnie istotnym dla państw należących do Unii Europejskiej (Odnowiona Strategia Unii Europejskiej dotycząca Trwałego Rozwoju – R-EU SDS). Jednocześnie obserwuje się nakładanie się dwóch trendów zmierzających do ściślejszej realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju, a zwłaszcza jego „zawężonej wersji”, bardziej rozpowszechnionej w społeczeństwie, mającej na celu rozwój gospodarczy połączony z troską o środowisko. Z jednej strony obserwuje się rozwój legislacji w zakresie ochrony środowiska, z drugiej – rozpowszechnienie wśród przedsiębiorstw dobrowolnych działań mających na uwadze ochronę środowiska (zarówno wewnętrznych

⁵ M.J. Stankiewicz, *Konkurencyjność...*, *op.cit.*, s. 165.

⁶ J. Owen, *Zarządzanie. Czego nie uczą w szkołach biznesu*, PWE, Warszawa 2003, s. 71.

dotyczących wdrożenia norm środowiskowych, jak i działań o większym znaczeniu marketingowym z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu).

Wiąże się to ze wzrostem świadomości społecznej i niezgodą społeczności międzynarodowej na dalszą degradację środowiska, nawet w imię rozwoju gospodarczego. W ten sposób znaczenia nabierają przedsięwzięcia, które pozwalają na identyfikację przedsiębiorstwa jako jednostki zaangażowanej w działania proekologiczne. Istotne dla konsumentów stają się informacje dotyczące zarówno pochodzenia surowców, jak i sposobu produkcji. Na znaczeniu zyskują różnorodne produkty, których produkcja jest oparta na surowcach naturalnych, charakteryzujących się certyfikatami pochodzenia czy też mówiące o produkcji opartej na niskiej energo- i materiałochłonności. Dotyczy to wielu wyrobów, jak np. ubrania, kosmetyki, żywność, artykuły biurowe itd.

2. Instrumenty realizacji polityki proekologicznej w przedsiębiorstwach

Realizacja działań mających na celu wzrost zainteresowania ochroną środowiska, w wielu przypadkach wiąże się z uzyskaniem międzynarodowych certyfikatów, które potwierdzają wdrożenie w przedsiębiorstwie systemu zarządzania środowiskowego.

Najbardziej znaną normą zarządzania związaną z wdrożeniem w przedsiębiorstwie systemu zarządzania środowiskowego są normy z serii ISO 14001, która ma na celu dostarczenie organizacjom elementów skutecznego systemu zarządzania środowiskowego dającego się zintegrować z innymi wymaganiami dotyczącymi zarządzania, tak aby pomóc w osiągnięciu przez firmę celów środowiskowych i ekonomicznych. Wdrożenie powyższej normy wspomaga działania związane z ochroną środowiska oraz ograniczeniem i zapobieganiem zanieczyszczeniom, a ponadto stymuluje proces bezustannego dążenia do doskonałości w tym zakresie⁷.

Kolejną z norm stanowi System Ekozarządzania i Audytu EMAS (*Eco Management and Audit Scheme*). Jest to unijny instrument mający na celu zachęcenie różnych organizacji (przedsiębiorstw, zakładów, instytucji) do ciągłego doskonalenia efektów działalności środowiskowej, tak aby owa działalność była traktowana na równi z innymi aspektami związanymi z zarządzaniem daną organizacją. Warto podkreślić, że ważny element EMAS stanowi norma ISO 14001, ale EMAS charakteryzuje się szerszym

⁷ Norma PN-EN ISO 14001:2005 – System zarządzania środowiskowego, Polski Komitet Normalizacyjny, Warszawa 2005.

i bardziej restrykcyjnym podejściem. Korzyści związane z wdrożeniem EMAS wiążą się nie tylko z obniżeniem kosztów działalności i ograniczeniem negatywnego wpływu na środowisko, ale także sprawniejszym zarządzaniem ryzykiem (zmniejszenie prawdopodobieństwa wystąpienia awarii i wypadków oraz zminimalizowanie ich ewentualnych skutków dzięki procedurom postępowania w sytuacjach awaryjnych). Ponadto możliwość udokumentowania, że działalność prowadzona jest zgodnie z przepisami prawa skutkuje uzyskaniem większej wiarygodności wśród klientów, inwestorów, a także władz administracyjnych i organów kontrolnych⁸.

Warto także przybliżyć choć jeden branżowy system certyfikacji: FSC (System Certyfikacji Kontroli Pochodzenia Produktu oraz Gospodarki Leśnej) określający zasady postępowania w obszarach zarządzania gospodarką leśną i kontrolą pochodzenia produktu, po spełnieniu których organizacje należące do łańcucha obszaru gospodarki drzewnej mogą uzyskać certyfikat i stosowne logo rozpoznawalne na świecie. Produkty z certyfikatem FSC można znaleźć m.in. w sieciach sprzedających swoje produkty także na terenie Polski, takich jak IKEA czy Castorama⁹.

Ponadto przedsiębiorstwa, które chcą pokazać, że jednym z ich priorytetów jest działalność w zakresie ochrony środowiska często stają się członkami różnorodnych organizacji i stowarzyszeń proekologicznych lub same powołują tego typu stowarzyszenia. Przykładem rozwoju działalności w tym zakresie jest przedstawiona w 1991 r., a sygnowana już od 1992 r. przez największe koncerny świata tzw. Karta Biznesu Zrównoważonego Rozwoju Międzynarodowej Izby Handlowej (*ICC Business Charter for Sustainable Development*), której sygnatariusze przyjęli 16 pryncypiów zarządzania ekologicznego jako wytyczne do działalności przedsiębiorstw. To właśnie pierwsze z pryncypiów wyznacza dla korporacji określone wytyczne związane z ekologią:

Zarządzanie środowiskiem powinno znajdować się wśród najwyższych priorytetów korporacji jako kluczowy czynnik do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju; stworzyć politykę, programy i praktyki prowadzenia działań w sposób korzystny dla środowiska [...] ¹⁰.

⁸ www.emas.mos.gov.pl/emas3.html (dostęp 20.06.2011).

⁹ M. Gwiazdowicz, *Certyfikacja gospodarki leśnej i produktów drzewnych*, Kancelaria Sejmu Biuro Studiów i Ekspertyz, Informacja nr 802, 2001, s. 2–3.

¹⁰ International Chamber of Commerce, *The Business Charter for Sustainable Development*, Publication 210/356 A Rev., s. 1–3.

W Polsce od 1998 r. funkcjonuje także program „Czysty Biznes”, którego zadaniem jest promowanie idei rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) poprzez wdrażanie działań na rzecz ochrony środowiska. Jednocześnie program „Czysty Biznes” stanowi platformę wymiany doświadczeń dla firm uczestniczących, a także przyznaje nagrody dla firm, które w swojej działalności kierują się polityką proekologiczną. Dodatkowo w ramach organizacji działają tzw. Kluby Czystego Biznesu, które zrzeszają firmy zainteresowane wdrażaniem rozwiązań proekologicznych w swojej działalności. Ich celem jest przede wszystkim wsparcie merytoryczne firm, które chcą zmienić swoje dotychczasowe praktyki¹¹.

Wdrożenie systemu zarządzania środowiskowego wynikającego bezpośrednio z implementacji danej normy i/lub przynależność do organizacji proekologicznych dla przedsiębiorców daje dwójakie korzyści. Z jednej strony następuje poprawa parametrów środowiska (lub przynajmniej obniżenie poziomu jego degradacji, co przekłada się bezpośrednio zarówno na przestrzeganie norm prawnych, jak i wartości wizerunkowe dla firmy), z drugiej strony obserwuje się oszczędności zużywanych zasobów, tj. mniejsze zużycie wody, energii czy też produkcję mniejszej ilości odpadów lub poziom zużycia surowców, a tym samym niższe koszty samej produkcji. Ewa Mazur-Wierzbicka wyróżnia tutaj trzy aspekty związane z osiąganiem korzyści ekonomicznych związanych ze szczególną troską o środowiskowe aspekty związane z produkcją w firmie¹²:

1. Oszczędności kosztów wynikające z racjonalnego zarządzania gospodarką materiałową i energetyczną;
2. Zmiany w sposobie organizacji pracy przedsiębiorstwa, w jego kulturze organizacyjnej przekładające się pośrednio na wzrost innowacyjności czy też motywacji pracowników;
3. Działalność proekologiczna (poprzez rozszerzenie celów środowiskowych na produkty i usługi) wpływa na poszerzenie pola prowadzonej działalności, a tym samym rynków zbytu.

¹¹ czystybiznes.pl/pl/s/o-programie/ (dostęp 20.06.2011).

¹² E. Mazur-Wierzbicka, *Wpływ zachowań proekologicznych na konkurencyjność przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorstwo i państwo – wybrane problemy konkurencyjności*, red. T. Bernat, Katedra Mikroekonomii Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 34.

3. Działalność proekologiczna przedsiębiorstw w praktyce a ocena tej działalności przez konsumentów

Aby mieć pewność, jak przedsiębiorcy oraz konsumenci ich produktów i usług postrzegają znaczenie działań prośrodowiskowych, warto sięgnąć po badania dotyczące motywacji w zakresie wdrażania polityki proekologicznej w firmach oraz danych o tym, jak silną determinantę przy zakupie produktu stanowi dla konsumentów zachowanie wysokich standardów z zakresu ochrony środowiska w procesie jego wytworzenia.

Ciekawy pogląd na to, jak sami przedsiębiorcy postrzegają znaczenie działalności w zakresie ochrony środowiska dla rozwoju przedsiębiorstwa, pokazuje zestawienie wyników badań za lata 2009–2011 z serii *Biznes a ekologia. Postawy wobec ochrony środowiska*¹³.

[Badania] obejmowały samoocenę wpływu firm na środowisko, charakter podejmowanych działań proekologicznych i ich motyw. Firmy identyfikowały również rodzaje korzyści z działań na rzecz ochrony środowiska oraz utrudnienia dla podejmowania takich przedsięwzięć¹⁴.

Wyniki badań jednoznacznie wskazują, że w efekcie kryzysu gospodarczego działalność ekologiczna firm traci na znaczeniu (rysunek 1). Obserwuje się trend spadkowy w zakresie poziomu inwestycji na rzecz ochrony środowiska w reprezentatywnej grupie firm poddanych badaniu. Pozwala to wyciągnąć wnioski, że zarządzanie środowiskowe, mimo że w efekcie pozwala ograniczyć koszty, nadal postrzegane jest przez część firm jako działalność znajdująca poza głównym nurtem zainteresowań, która przede wszystkim wiąże się z dodatkowymi nakładami, a nie redukcją kosztów.

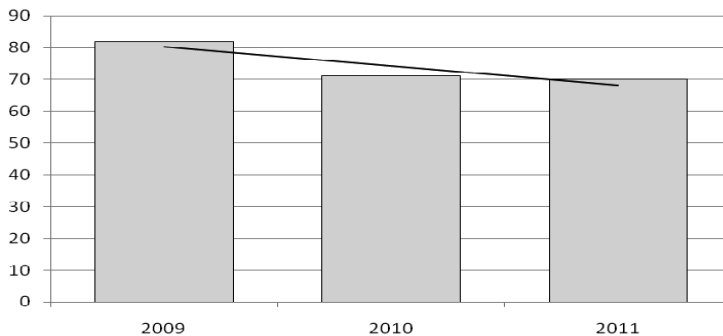
Jednocześnie poziom zaangażowania przedsiębiorstwa w działalność ekologiczną jest wprost proporcjonalny do wielkości tej firmy (rysunek 2). Wynika to przede wszystkim z bardziej restrykcyjnych regulacji prawnych nakładanych na

¹³ Badanie zostało przeprowadzone w kwietniu i maju 2011 r. przez GfK Polonia na losowo-kwotowej próbie 504 firm drogą wywiadu telefonicznego z właścicielami i osobami zarządzającymi.

¹⁴ *Badanie biznes a ekologia. Postawy wobec ochrony środowiska. Green Cross Poland, GfK Polonia, maj 2011 r.*, www.greencrosspoland.org/images/pobierz/RAPORT_GCPL_GfK_Biznes_a_ekologia_open.pdf (dostęp 20.06.2011).

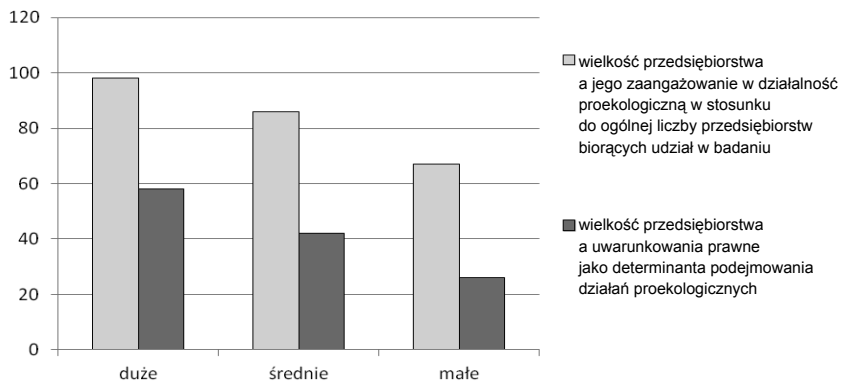
przedsiębiorstwa. Co więcej, owe regulacje stanowią często podstawową determinantę działalności proekologicznej w przedsiębiorstwie.

Rysunek 1. Podejmowanie działalności ekologicznej w przedsiębiorstwach w Polsce w latach 2009–2011 (udział procentowy)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań *Biznes a ekologia* z lat 2009–2011.

Rysunek 2. Wpływ wielkości przedsiębiorstwa na jego zaangażowanie w działalność proekologiczną, a uregulowania prawne jako determinanta tej działalności w przedsiębiorstwach w Polsce. Stan na 2011 r. (udział procentowy)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań *Biznes a ekologia 2011, op.cit.*

Wśród podstawowych czynników determinujących podejmowanie działalności proekologicznej wymienia się, oprócz wspomnianych powyżej regulacji prawnych, presję zewnętrzną oraz względy ekonomiczno-biznesowe. Z kolei analiza korzyści

pokazuje, że przedsiębiorcy wskazują przede wszystkim na: oszczędności kosztowe, lepszy wizerunek firmy oraz zgodność z przepisami prawa. Natomiast wśród barier działalności prośrodowiskowej przedsiębiorcy wymieniają przede wszystkim koszty wdrożenia, bariery prawno-administracyjne, ale także brak korzyści finansowych.

Wydaje się, że podstawowy problem nadal zbyt małego wpływu czynników proekologicznych na działalność przedsiębiorstw w Polsce wynika ze zbyt niskiego poziomu wiedzy na ten temat (według badań *Biznes a ekologia 2011* przeszło 40% przedsiębiorców nie wie, jakiego typu działaniami organizacje ekologiczne mogłyby wspomóc działania ich firmy w obszarze ekologii). Jednakże przedstawione powyżej wyniki badań pokazują, że duże firmy mogą stać się liderami działalności na rzecz ochrony środowiska, co wynika zarówno z ich większej świadomości dotyczącej poziomu oddziaływania na otoczenie, jak i zakresu regulacji prawnych oraz możliwości zdobycia przewagi konkurencyjnej. Zdają się to potwierdzać słowa najbogatszego Polaka, Jana Kulczyka, który stwierdził, że:

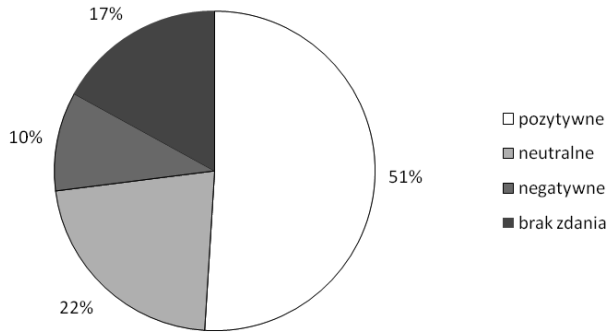
[...] ochrona środowiska nie może być jednym z dodatkowych, modnych, czyli przemijających elementów działalności naszych przedsiębiorstw, ale musi być stałym elementem każdej strategii. Ekologia w niedalekiej przyszłości będzie wyznacznikiem przewagi konkurencyjnej. Przykład? Kontrolowany przez nas giełdowy Pekaes dzięki odpowiedzialnemu podejściu do biznesu, w tym „zielonym certyfikatom”, zdobył kontrakt IKEI¹⁵.

Z kolei wyniki badań konsumentów przeprowadzone przez CBOS na zlecenie Instytutu na rzecz Ekorozwoju w latach 2008–2009 wskazują jednoznacznie¹⁶, że Polacy zauważają pozytywną relację między wydatkami na ochronę środowiska (ponoszonymi nie tylko przez przedsiębiorstwa, ale także przez państwo) a rozwojem gospodarczym kraju (rysunek 3).

¹⁵ <http://www.kulczykinvestments.com/centrumprasowe/index.php?link=inf&id=327&dzial=wszystkie> (dostęp 20.06.2011).

¹⁶ Badaniami przeprowadzonymi w latach 2008 i 2009 objęto losowo dobraną grupę ponad 1 tys. dorosłych Polaków, a zadane im pytania ankietowe dotyczyły realizacji przez nich polityki zrównoważonego rozwoju w różnych aspektach życia oraz wpływu kryzysu ekonomicznego na ich postawę w tym zakresie. A. Bartłomiuk, *Zrównoważony rozwój w percepcji polskiego społeczeństwa*, w: *Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Materiały dla studentów*, red. B. Poskrobko, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Białystok 2010, s. 53–75.

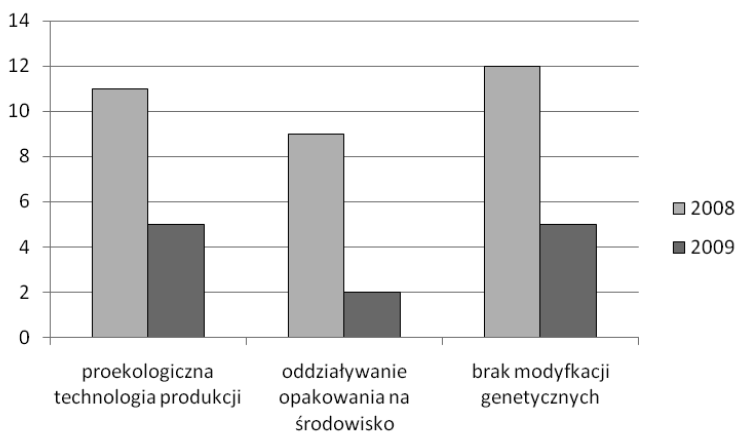
Rysunek 3. Celowość finansowania działań prośrodowiskowych – relacja między wydatkowaniem środków na ochronę środowiska a rozwojem gospodarczym w opinii konsumentów (badanie ankietowe z 2008 r.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Bartłomiuk, *Zrównoważony rozwój w percepcji polskiego społeczeństwa*, w: *Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Materiały dla studentów*, red. B. Poskrobko, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Białystok 2010, s. 60.

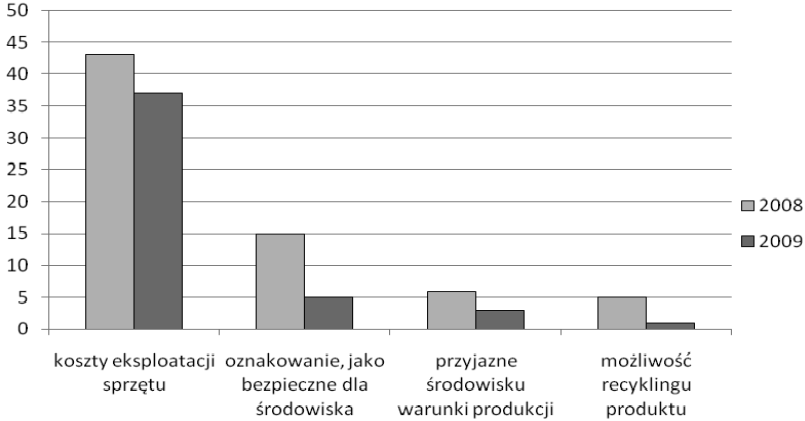
Niemniej analiza wyników bezpośrednio dotyczących determinant wyborów konsumentów pokazuje, że czynniki związane z działalnością prośrodowiskową przedsiębiorstwa nie odgrywają znaczącej roli (rysunki 4 i 5).

Rysunek 4. Środowiskowe kryteria wyboru produktów spożywczych przez konsumentów w latach 2008–2009 (wskazanie procentowe, ankietowani mogli wskazać dowolną liczbę czynników)



Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Bartłomiuk, *op.cit.*, s. 68.

Rysunek 5. Środowiskowe kryteria wyboru produktów przemysłowych przez konsumentów w latach 2008–2009 (wskazanie procentowe, ankietowani mogli wskazać dowolną liczbę czynników)



Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Bartłomiuk, *op.cit.*, s. 69.

Jak wynika z powyższych wykresów we wszystkich czynnikach związanych z proekologiczną produkcją obserwuje się spadek zainteresowania nimi wśród konsumentów. Z jednej strony można to tłumaczyć ograniczeniem kwoty przeznaczonej na konsumpcję w związku z kryzysem, zwłaszcza że w tym samym badaniu czynnikiem, który najbardziej zyskał na znaczeniu, była cena produktu zarówno w obszarze produktów spożywczych (wzrost wskazań z 70% w 2008 r. do 81% w 2009 r.), jak i przemysłowych (wzrost z 70 do 77%). Jednakże istotnym czynnikiem jest nadal zbyt słabe zakorzenienie w świadomości społecznej istotności problemu ochrony środowiska w powiązaniu z produkcją i konsumpcją.

Podsumowanie

Wyniki badań przeprowadzonych zarówno wśród przedsiębiorców, jak i konsumentów wskazują, że działalność proekologiczna nie jest istotnym czynnikiem budującym przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa. Dodatkowym hamulcem dla rozwoju wpływu analizowanego czynnika jest (był?) kryzys ekonomiczny powodujący, że podstawowym problemem dla obu grup stało się ograniczenie kosztów/wydatków.

Dbłość o środowisko nadal nie jest postrzegana w Polsce jako wymierna korzyść finansowa – bardziej dostrzega się problem kompensacji ponoszonej przez firmy w związku z powstałymi już zanieczyszczeniami. Wynika to nie tylko z niższej niż w krajach wysoko rozwiniętych świadomości ekologicznej, ale także z faktu, że konsumenci po zaspokojeniu podstawowych potrzeb nie mają już żadnych lub mają znikome środki do dyspozycji. W tym wypadku nietrudno zrozumieć spadek zainteresowania przy zakupie według aspektów środowiskowych związanych z danym produktem.

Niemniej sytuacja zaprezentowana w niniejszym artykule dotyczy tylko rodzimego rynku, a trendy światowe pokazują, że wzrost zamożności społeczeństwa przyczynia się także do wzrostu zainteresowania aspektami środowiskowymi. Dlatego wydaje się, że wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwo będzie wywierało większą presję na producentów w zakresie działalności prośrodowiskowej, a tym samym nastąpi wzrost znaczenia czynników ekologicznych w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw.

Literatura

- Bartłomiuk A., *Zrównoważony rozwój w percepcji polskiego społeczeństwa*, w: *Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Materiały dla studentów*, red. B. Poskrobko, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku, Białystok 2010.
- Badanie biznes a ekologia. Postawy wobec ochrony środowiska. Green Cross Poland, GfK Polonia, maj 2011 r.*, www.greencrosspoland.org/images/pobierz/RAPORT_GCPL_GfK_Biznes_a_ekologia_open.pdf (dostęp 20.06.2011).
- czystybiznes.pl/ (dostęp 20.06.2011).
- Gwiazdowicz M., *Certyfikacja gospodarki leśnej i produktów drzewnych*, Biuro Studiów i Ekspertyz, Informacja nr 802, 2001, biurose.sejm.gov.pl/teksty_pdf_01/i-802.pdf (dostęp 20.06.2011).
- International Chamber of Commerce, *The Business Charter for Sustainable Development*, Publication 210/356 A Rev., www.iccmex.mx/intranet/documentos/CHARTER.pdf (dostęp 20.06.2011).
- Madej Z., *Międzynarodowa sytuacja polskiej i rosyjskiej gospodarki*, w: *Uwarunkowania przekształceń wschodnioeuropejskich*, Uniwersytet Łódzki, Łódź–Warszawa 2000, cyt. za: D. Guzal-Dec, M. Zwolińska-Ligaj, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa a otoczenie lokalne*, w: *Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach konkurencji. Determinanty*

konkurencyjności przedsiębiorstw, red. M. Juchniewicz, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2006.

Mazur-Wierzbička E., *Wpływ zachowań proekologicznych na konkurencyjność przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorstwo i państwo – wybrane problemy konkurencyjności*, red. T. Bernat, Katedra Mikroekonomii Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.

Norma PN-EN ISO 14001:2005 – System zarządzania środowiskowego, Polski Komitet Normalizacyjny, Warszawa 2005.

Owen J., *Zarządzanie. Czego nie uczą w szkołach biznesu*, PWE, Warszawa 2003.

Stankiewicz M.J., *Istota i sposoby oceny konkurencyjności przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Narodowa” 2000, nr 7–8.

Stankiewicz M.J., *Konkurencyjność przedsiębiorstw. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, Dom Organizatora, Toruń 2002.

Wołodkiewicz-Donimirski Z., *O niektórych aspektach konkurencyjności gospodarki polskiej*, Informacja nr 628, Biuro Studiów i Ekspertyz 1998, <http://biurose.sejm.gov.pl/teksty/i-628.htm> (dostęp 20.06.2011).

www.emas.mos.gov.pl (dostęp 20.06.2011).

www.kulczykinvestments.com/ (dostęp 20.06.2011).

COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE LIGHT OF ECOLOGICAL FEATURES

Summary

The aim of the present article is discussion about the pro-ecological business of enterprises as part of building their competitive advantage. Polish accession to the European Union has made that protection of the environment in business is an increasingly important factor for competitive advantage. However, pro-ecological activities of enterprises is not to meet minimum standards laid down by law, but implement an environmental management system, which improves environmental performance, reduce costs, but also has influence on the company's image. The article examined were attitudes of Polish enterprises in pro-ecological activities and the importance of these attitudes for consumers.

Translated by Marta Krawczyk

Keywords: environmental management system (EMS), competitiveness of enterprises, sustainable business, green business