

FUNDACJA PARTNERSTWO DLA ŚRODOWISKA
PROGRAM CZYSTY BIZNES

**PROBLEMY ODDZIAŁYWANIA MAŁYCH I ŚREDNICH
PRZEDSIĘBIORSTW NA ŚRODOWISKO**

Opracowanie badania ankietowego przeprowadzonego w 2008 roku

WSTĘP

Niniejszy raport prezentuje wyniki ankiety przeprowadzonej przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska wśród przedsiębiorstw zrzeszonych w Programie Czysty Biznes. Badania zostały przeprowadzone we wrześniu/październiku 2008 roku na próbie 104 firm.

Badanie zrealizowano poprzez ankietę internetową, rozsyłaną bezpośrednio drogą elektroniczną do przedsiębiorców.

CELE BADAŃ

Celem przeprowadzonego sondażu było określenie stopnia świadomości ekologicznej badanych firm oraz ich gotowości do podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska. Po raz pierwszy w badaniu poruszone zostały kwestie dotyczące zmian klimatycznych, jako że jest to jeden z elementów kształtujących współczesną politykę światową, wywierających istotny wpływ na funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw (najnowsze regulacje prawne, ryzyka biznesowe i możliwości rynkowe).

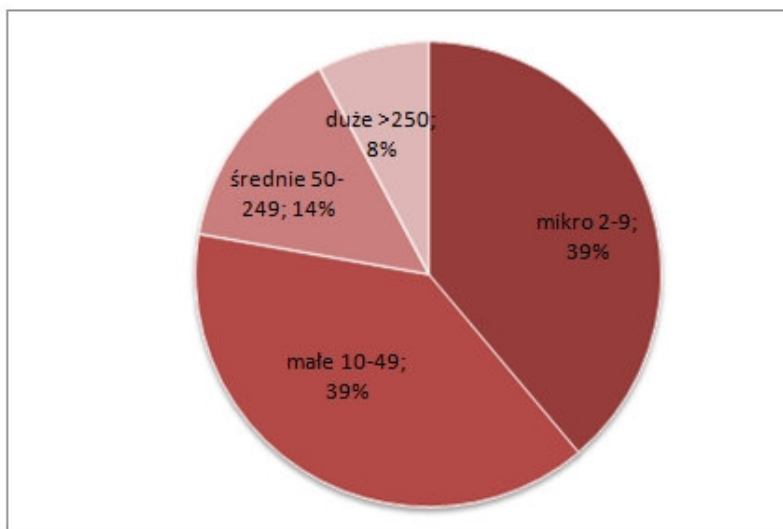
W szczególności badania miały przynieść odpowiedź w następujących kwestiach szczegółowych:

- Jak przedsiębiorcy oceniają wpływ swoich firm na środowisko?
- Czy i w jakim zakresie są gotowi podejmować działania proekologiczne?
- Jakie są motywacje kierujące przedsiębiorstwami w przypadku inwestowania w technologie przyjazne dla środowiska?
- Jaki jest obecny poziom zarządzania środowiskiem w MŚP? Czy działania prośrodowiskowe są oparte o sformalizowane schematy zarządzania?
- Czy działania na rzecz zapobiegania zmianom klimatycznym są postrzegane przez firmy jako istotny element ich polityki ekonomicznej i ekologicznej?
- Jakie są najważniejsze bariery utrudniające firmom obniżenie swojego wpływu na środowisko?

CHARAKTERYSTYKA PODMIOTÓW OBJĘTYCH BADANIEM

- Wielkość firm

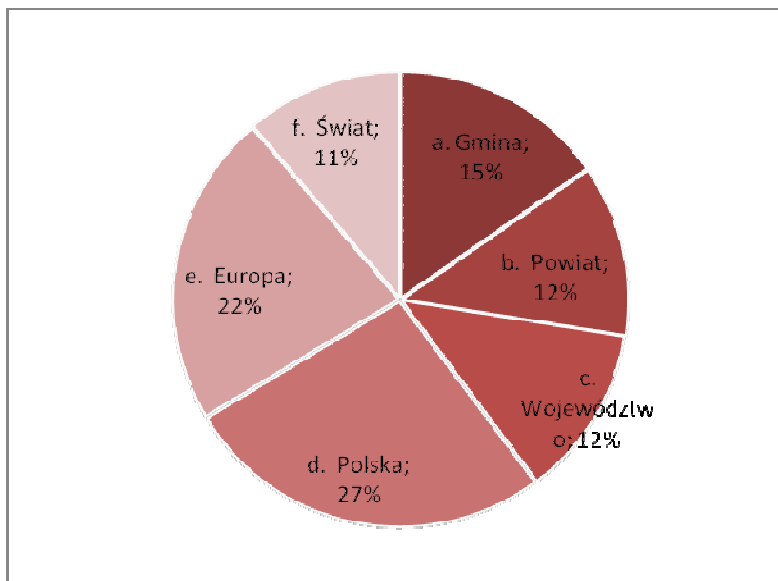
mikro 2-9	39%
małe 10-49	39%
średnie 50-249	14%
duże >250	8%



Wykres nr 1: Wielkość ankietowanych firm.

Około 78% przedsiębiorstw objętych badaniem to firmy małe - do 50 osób zatrudnienia, 14% to firmy średnie zatrudniające 50 do 249 osób, pozostałych 8% to firmy duże, zatrudniające 250 i więcej osób. Struktura ankietowanych firm, w porównaniu do poprzednich badań, pozostaje podobna.

- Zasięg działania:



Wykres nr 2.: Zasięg działania firm.

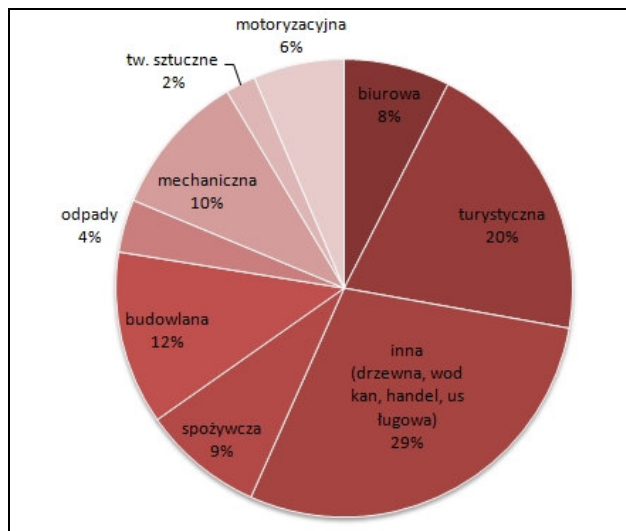
56% firm objętych badaniem, to podmioty działające wyłącznie na rynku krajowym, z czego 27% przedsiębiorstw ma zasięg ogólnopolski, natomiast aż 44% deklaruje zasięg działania europejski lub światowy (w roku 2006 firmy prowadzące działania na rynkach zagranicznych stanowiły tylko 20%).

- **Obroty:**

Poniższa tabela ukazuje obroty osiągnięte przez firmy objęte sondażem w roku finansowym 2007

Obroty	2007/ %
0 - 500 000 zł.	19%
500 001 - 1 000 000 zł.	19%
1 000 001 - 2 000 000 zł.	9%
2 000 001 - 4 000 000 zł.	0%
4 000 001 - 7 000 000 zł.	12%
7 000 001 - 14 000 000 zł.	2%
14 000 001 - 20 000 000 zł.	1%
20 000 001 - 27 860 000 zł.	1%
27 860 001 - 50 000 000 zł.	0%
50 000 001 - 100 000 000 zł.	7%
100 000 001- i więcej zł.	0%

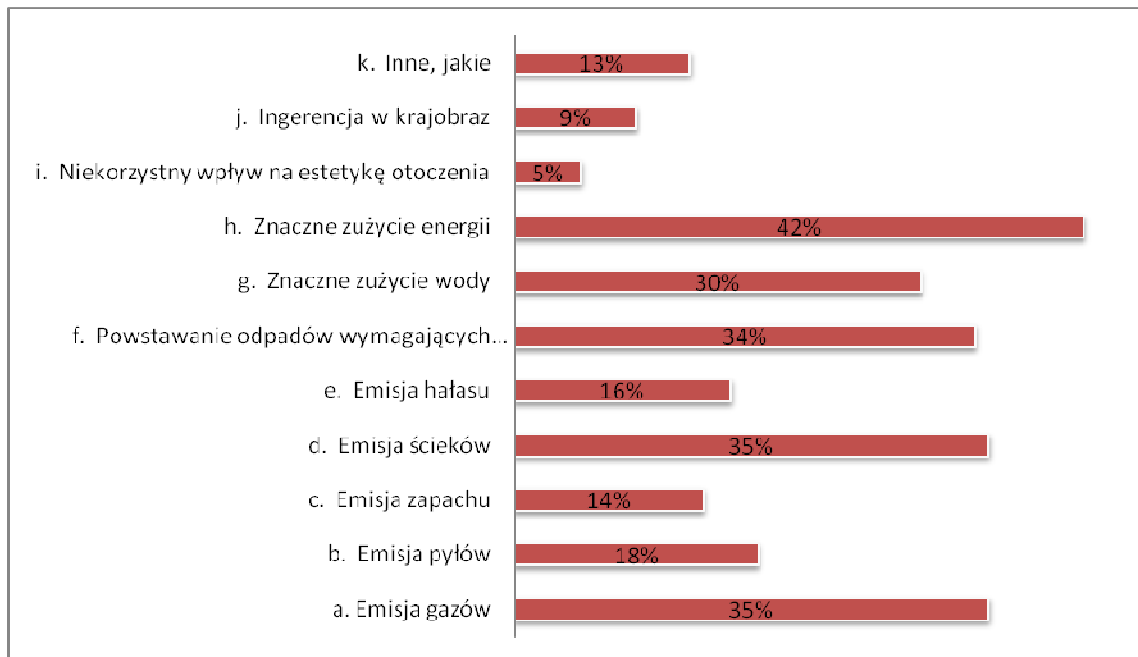
- **Charakterystyka branżowa badanych firm:**



Wykres nr 3.: Profil branżowy badanych firm

ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA PRZEDSTAWICIELI FIRM

- Aż 68% badanych firm uważa, że działalność przez nie prowadzona ma niewielki **wpływ na środowisko**. Podobnie, jak w badaniach przeprowadzonych w 2006 roku, 7% respondentów twierdzi, iż wcale nie oddziałuje na otoczenie. Wpływ swoich przedsiębiorstw na środowisko jako „duży i bardzo duży” ocenia 25%, co stanowi wzrost w stosunku do wyników poprzedniego badania o 11%.
- Zużycie energii elektrycznej (42%) to zdecydowanie **najczęściej wskazywany przez firmy czynnik ich działalności wywierający wpływ na środowisko**. Na tym samym poziomie znalazły się: emisja gazów, pyłów, ścieków oraz zużycie wody a także powstawanie odpadów wymagających składowania (34-35%). W porównaniu do poprzednich badań istotną zmianą jest zwrócenie uwagi na inne czynniki poza emisją gazów i składowaniem odpadów.

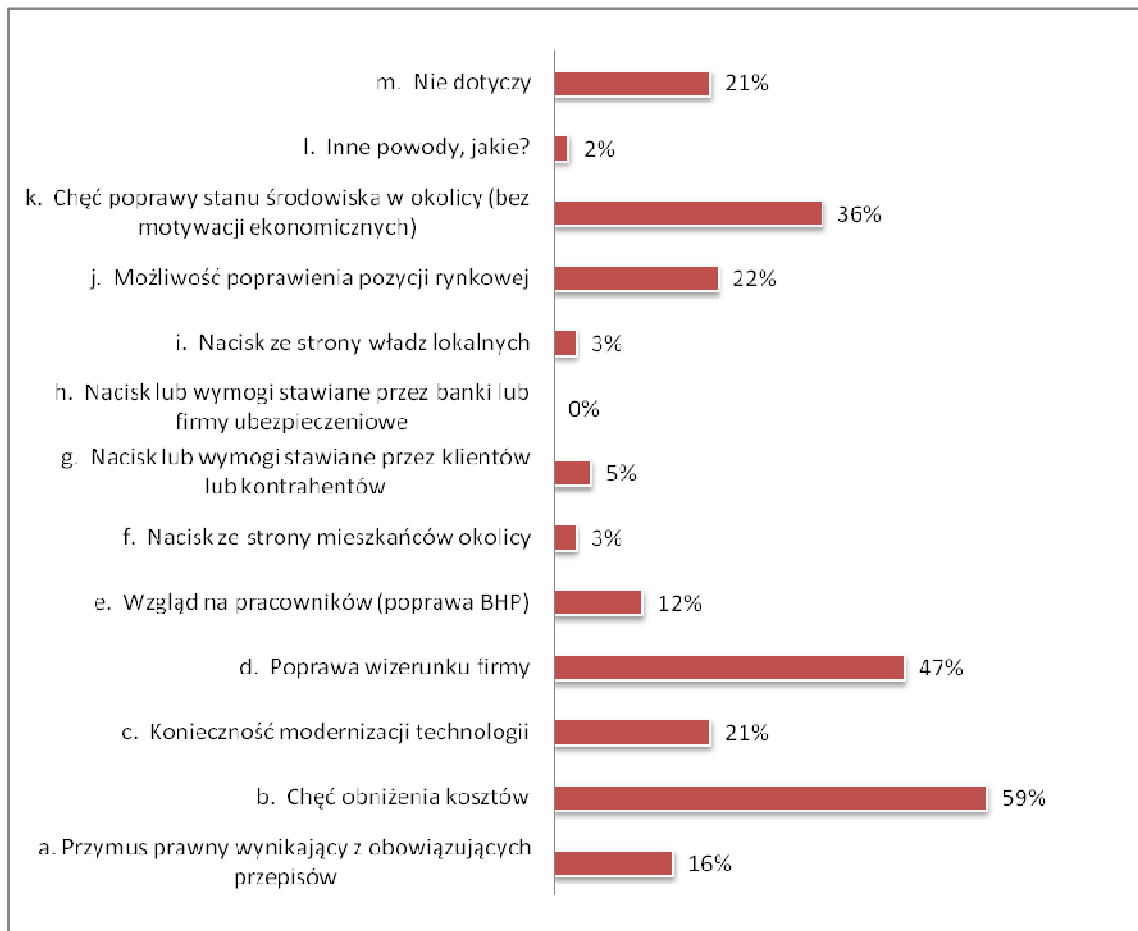


Wykres nr 4.: Czynniki działalności firm wywierające ich zadaniem największy wpływ na środowisko.

DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE ORAZ MOTYWACJE

- 53% przebadanych deklaruje, iż byłaby skłonna **zainwestować własne środki w celu zastosowania rozwiązań technologicznych i organizacyjnych sprzyjających ochronie środowiska**, natomiast 17% nie widzi możliwości zrealizowania takich działań.
- Aż 63% przedsiębiorstw twierdzi, iż w ciągu ostatnich 3 lat już podjęło **konkretne działania na rzecz środowiska**. Działania te dotyczyły szczególnie: zmniejszenia zużycia energii, poprawy estetyki otoczenia (ok. 36%), ograniczenia emisji gazów i wytwarzanych odpadów oraz zużycia wody (ok. 25%) a także ograniczenia ilości ścieków (16%). 18% ankietowanych nie podejmowało tego typu działań.

- Jako **czynniki decydujące o podjęciu działań na rzecz ochrony środowiska**, najczęściej wskazywane były: chęć obniżenia kosztów oraz poprawa wizerunku firmy (ponad 50%), chęć poprawy stanu środowiska w okolicy (bez motywacji ekonomicznych) – ok. 30%, a także możliwość podniesienia pozycji rynkowej i konieczność modernizacji technologii wynikającej również z obowiązujących przepisów prawnych (ok. 20%).



Wykres nr 5.: Motywacje podejmowania działań na rzecz środowiska w firmach.

- W około 80% przedsiębiorstw, przy podejmowaniu decyzji dotyczących rozwoju prowadzonej działalności, brane są pod uwagę aspekty środowiskowe.
- **Prowadzenie stałego monitoringu i analizy kosztów** zużycia energii, wody, usuwania ścieków i odpadów deklaruje 63% biorących udział w ankiecie przedsiębiorstw.
- Tylko 27% firm posiada **dokument precyzujący działania firmy na rzecz środowiska**. Nastąpił w tym zakresie niespodziewany spadek o prawie 30 punktów procentowych w stosunku do poprzedniej edycji badań.
- W przebadanych firmach, średnio tylko 4.5% ogółu kosztów stanowią **łącznie wydatki na ochronę środowiska i BHP**.

- **Zarządzanie środowiskiem w firmie:** certyfikat ISO 14001 posiada 11% firm objętych badaniem, 20% zamierza wdrożyć jakiś system zarządzania środowiskiem. Ponad 60% nie planuje żadnych działań w tym zakresie. W odniesieniu do badań z 2006 roku o 2% wzrosła liczba firm posiadających certyfikaty oraz o 15% firm, które planują wdrożenie.

PLANOWANE DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE

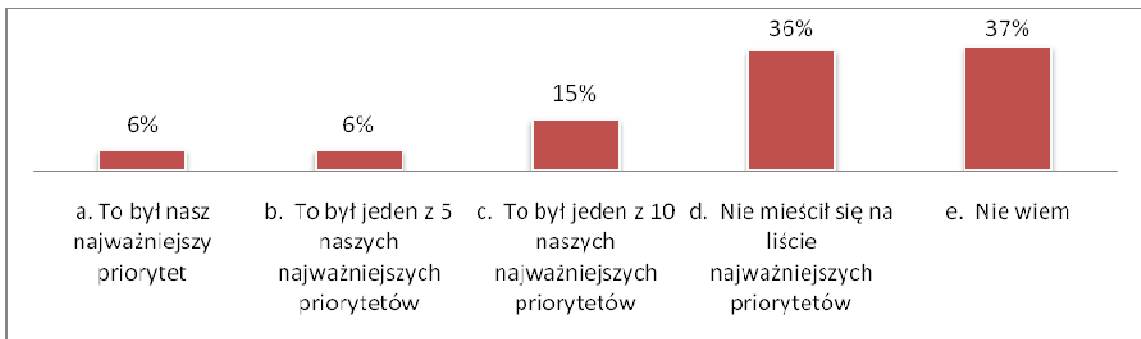
- Odsetek przedsiębiorstw **planujących podjęcie działań, bezpośrednio lub pośrednio wpływających na poprawę stanu środowiska**, wynosi 70% - w tym zakresie nastąpił niewielki wzrost w porównaniu do poprzednich badań.

Hierarchia planowanych działań pozostaje mniej więcej nie zmieniona w stosunku do lat ubiegłych i obejmuje: zmniejszenie zużycia energii, poprawę estetyki otoczenia i zmniejszenie zużycia wody (ok. 40%), ograniczenie wytwarzanych odpadów i ścieków (ok. 25%) a także zmniejszenia emisji gazów, pyłów i hałasu (ok. 15%).

- Wśród **przyczyn dla których firmy nie planują podejmowania żadnych działań na rzecz środowiska**, znalazły się: przekonanie, iż firma nie oddziałuje na środowisko, w związku z tym takie są niepotrzebne (15%), firma już podjęła odpowiednie działania (12%). Jako istotną przyczynę przedsiębiorstwa wymieniają również brak środków finansowych (8%). W poprzednio przeprowadzonym badaniu, jako najistotniejsze zostały również wymienione dwa z wyżej wymienionych czynników: brak niekorzystnego oddziaływania na środowisko (20%) oraz brak środków finansowych (9%).
- Ponad 60% respondentów uważa, że **kwestie ochrony środowiska mogą być istotnym elementem działań marketingowych** i mogą pozytywnie wpływać na kreowanie pozytywnego wizerunku firmy.

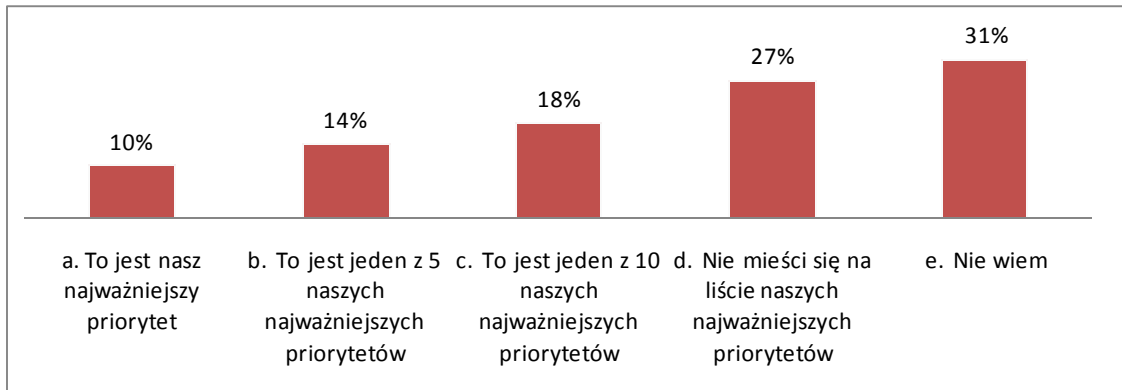
ZMIANY KLIMATYCZNE

- Już 5 lat temu, **działania na rzecz ochrony klimatu**, były dla 27% ankietowanych jednym z priorytetowych tematów (6% firm określiło ochronę klimatu jako najwyższy priorytet).



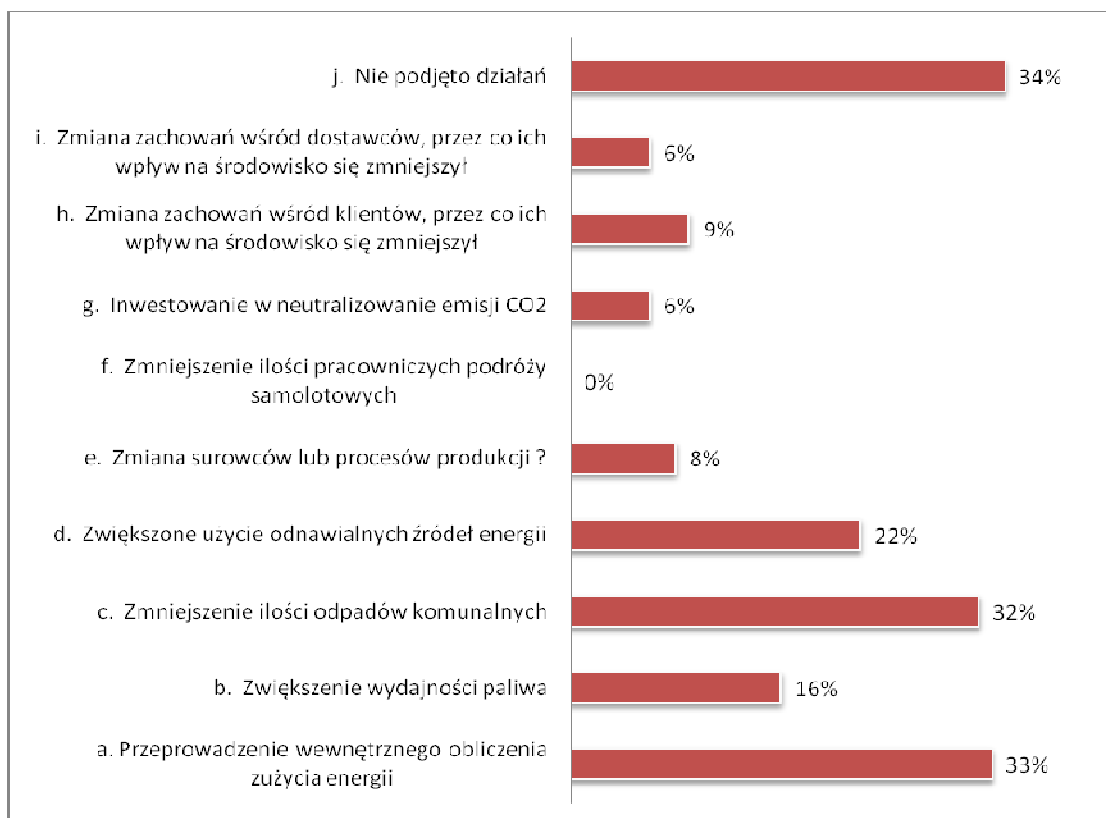
Wykres nr 6.: Czy działania na rzecz środowiska, były traktowane przez firmy priorytetowo przed 5 laty.

- W chwili obecnej, odsetek firm postrzegających tego typu działania jako bardzo istotne, znacznie wzrósł i wynosi 42% (dla 10% jest to najważniejszy priorytet).



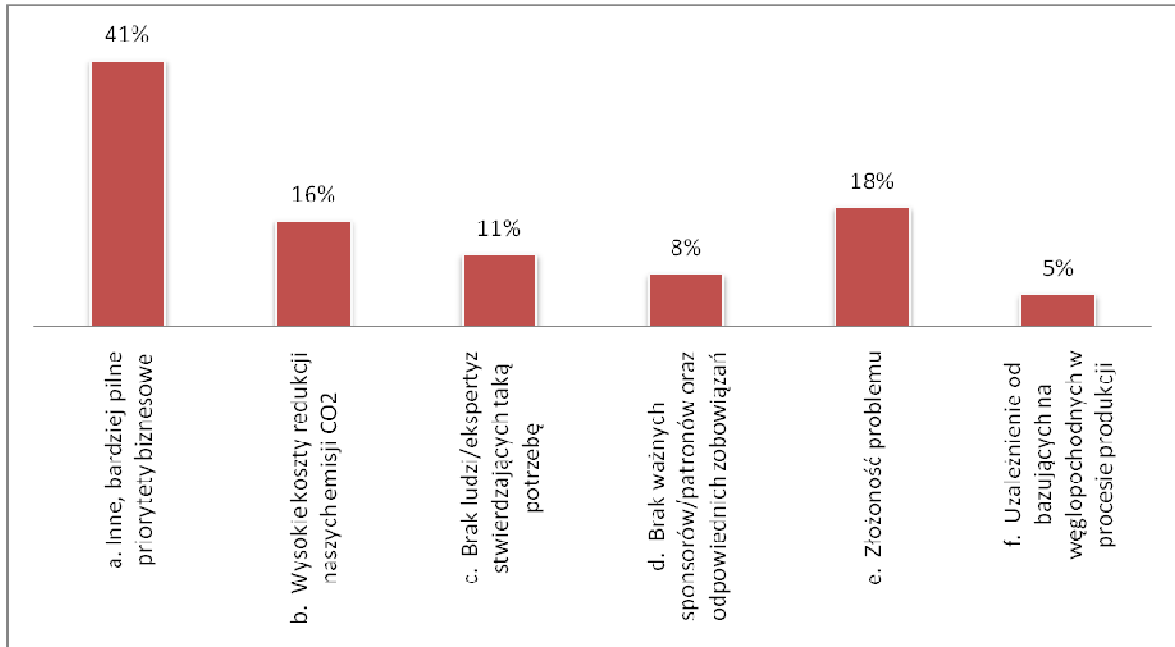
Wykres nr 7.: Czy działania na rzecz klimatu są zagadnieniami priorytetowymi w chwili obecnej?

- Aż 50% firm deklaruje, że **redukcja śladu węglowego** (wpływu na środowisko, emisji CO₂) jest ważnym elementem budowania ich marki.
- Wśród **działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa w celu zmniejszenia emisji CO₂**, najczęściej wymieniane są: przeprowadzenie wewnętrznego obliczenia zużycia energii elektrycznej (33%), redukcje ilości wytwarzanych odpadów (32%) oraz zwiększenie wykorzystania odnawialnych źródeł energii (22%). Natomiast 34% firm nie podjęło żadnych działań w tym kierunku.



Wykres nr 8.: Działania podejmowane przez firmy w celu obniżenia emisji CO₂.

- 21% ankietowanych określa, iż w ramach podjętych działań udało im się zredukować do 10% emisji CO₂. Aż 63% firm nie osiągnęło w tym zakresie żadnych (lub niższe niż 1%) efektów, z czego 32% nie planuje w dalszym ciągu podjęcia żadnych kroków.
- Najpoważniejszą **barierą utrudniającą firmom ograniczenie emisji** jest konieczność podejmowania bardziej pilnych działań biznesowych (41%). Dla 18% firm, jest to problem złożoności tematu, natomiast 16% podaje jako przyczynę, wysokie koszty realizacji.



Wykres nr 9.: Bariery podejmowania działań obniżających emisję CO₂ w firmach.