

FUNDACJA PARTNERSTWO DLA ŚRODOWISKA  
PROGRAM CZYSTY BIZNES

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

---

Opracowanie badania ankietowego przeprowadzonego w 2010 roku

**WSTĘP**

Prezentujemy Państwu wyniki badań przeprowadzonych w październiku 2010 roku pośród firm uczestniczących w Programie Czysty Biznes. Dane zostały opracowane na podstawie odpowiedzi udzielonych przez 100 firm. Badanie zrealizowano poprzez ankietę internetową, rozsyłaną drogą elektroniczną do respondentów.

Ankieta stanowi kontynuację badań prowadzonych przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska od 2002 roku.

**CEL BADAŃ**

Celem sondażu było określenie świadomości ekologicznej firm oraz czynników stymulujących podejmowanie działań na rzecz ochrony środowiska. W tym roku szczególny nacisk został położony na kwestie związane z efektywnością energetyczną firm.

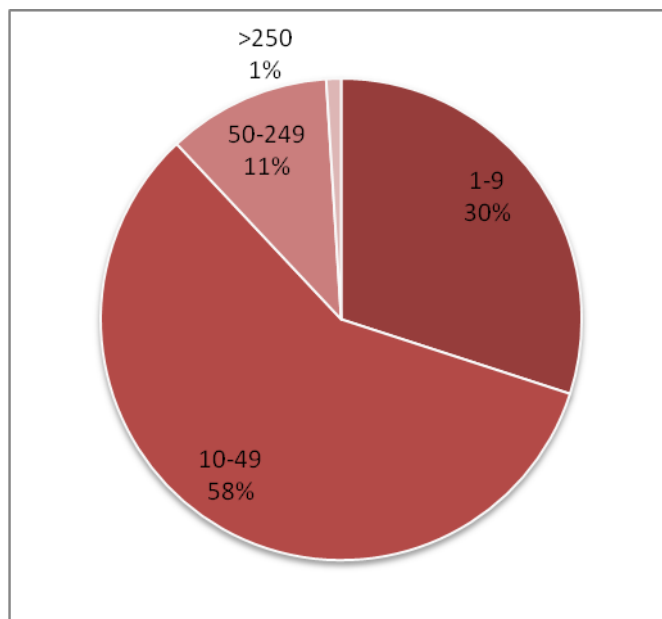
Badania miały przynieść odpowiedzi na następujące kwestie:

- Jak przedsiębiorcy oceniają wpływ prowadzonej przez siebie działalności na środowisko?
- Jaki jest obecny poziom zarządzania środowiskiem w MŚP? Czy działania prośrodowiskowe są oparte o sformalizowane schematy zarządzania?
- Czy i w jakim zakresie firmy są gotowe do podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska?

**CHARAKTERYSTYKA PODMIOTÓW OBJĘTYCH BADANIEM**

- Wielkość firm

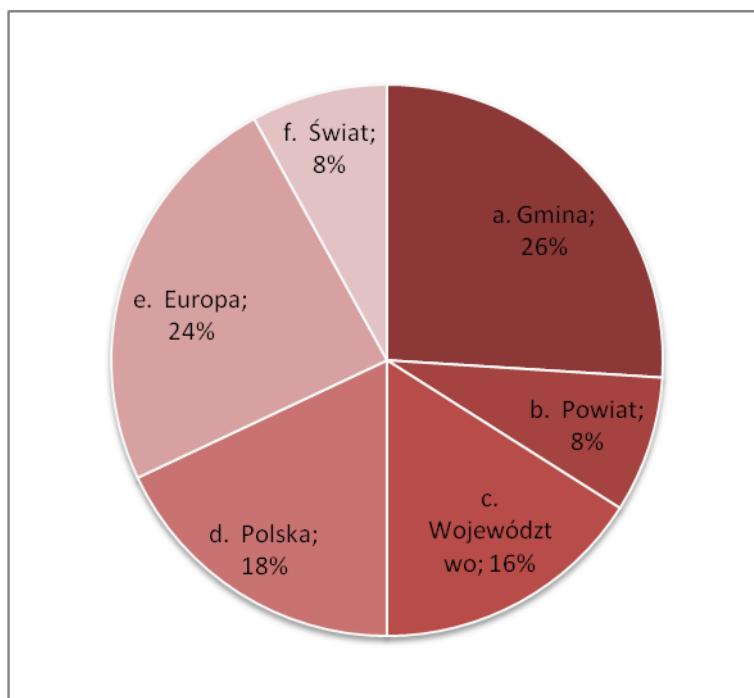
mikro 2-9	30%
małe 10-49	58%
średnie 50-249	11%
duże >250	1%



**Wykres nr 1:** Wielkość ankietowanych firm.

88% przedsiębiorstw objętych badaniem to firmy małe - zatrudniające do 50 osób, 11% to firmy średnie (do 249 pracowników), 1% stanowią przedsiębiorstwa duże, zatrudniające 250 i więcej osób. W strukturze analizowanych firm, nastąpił 3% wzrost mikro i małych przedsiębiorstw, kosztem zmniejszenia udziału dużych.

- Zasięg działania:



**Wykres nr 2.:** Zasięg działania firm.

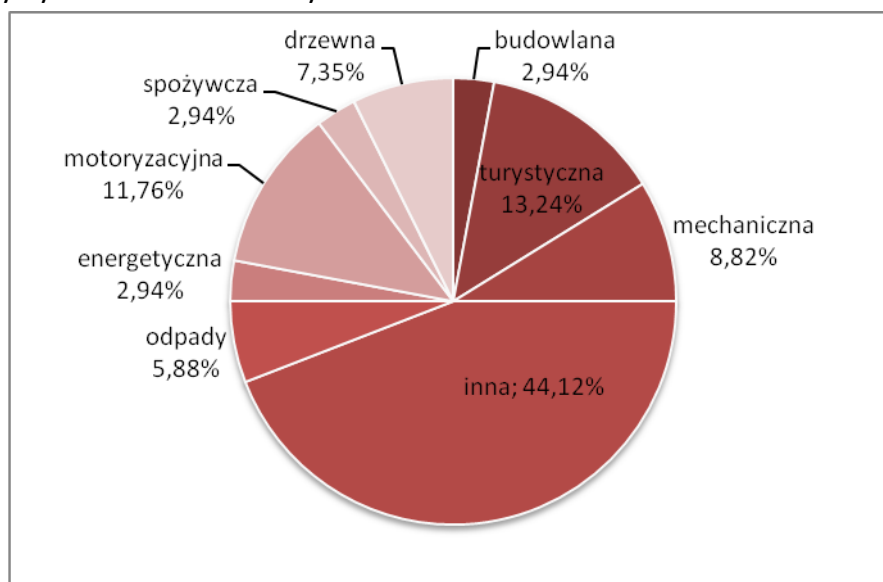
62% firm objętych badaniem, to podmioty działające wyłącznie na rynku krajowym, z czego 18% przedsiębiorstw ma zasięg ogólnopolski, natomiast 26% deklaruje zasięg działania europejski lub światowy.

- Obroty:

Poniższa tabela zawiera informacje o obrotach osiągniętych przez firmy objęte sondażem w roku finansowym 2008.

Obroty	2008/ %
0 - 500 000 zł.	45%
500 001 - 1 000 000 zł.	20%
1 000 001 - 2 000 000 zł.	13%
2 000 001 - 4 000 000 zł.	8%
4 000 001 - 7 000 000 zł.	6%
7 000 001 - 14 000 000 zł.	5%
14 000 001 - 20 000 000 zł.	2%
20 000 001 - 27 860 000 zł.	1%
27 860 001 - 50 000 000 zł.	0%
50 000 001 - 100 000 000 zł.	0%
100 000 001- i więcej zł.	0%

- Charakterystyka branżowa badanych firm:



**Wykres nr 3.: Profil branżowy badanych firm**

## ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA PRZEDSTAWICIELI FIRM

- W ciągu ostatnich kilki lat, sukcesywnie wzrasta odsetek firm, które dostrzegają w działaniach na rzecz ochrony środowiska szansę na rozwój. W najnowszych badaniach aż 99% ankietowanych uznała dbałość o środowisko naturalne za **istotny czynnik prowadzonej przez siebie działalności**. Ponad 60% przedsiębiorstw deklaruje chęć **zainwestowania własnych środków finansowych w rozwiązania technologiczne lub organizacyjne sprzyjające środowisku**, jednocześnie przynoszące korzyści finansowe. W porównaniu do roku ubiegłego, nastąpił w tym obszarze 8-procentowy wzrost. Aż 89% przedsiębiorstw twierdzi, iż przy podejmowaniu decyzji o nowych inwestycjach, brane są pod uwagę aspekty środowiskowe.
- Podobnie, jak w poprzedniej edycji badań, aż 67% firm oświadczyło, że działalność przez nie prowadzona ma niewielki **wpływ na środowisko**. 7% respondentów twierdzi, iż wcale nie oddziałuje na otoczenie. Aż 22% ocenia wpływ swoich przedsiębiorstw na środowisko na „duży i bardzo duży”.
- Zużycie energii elektrycznej (39%) to zdecydowanie **najczęściej wskazywany przez firmy czynnik ich działalności wywierający wpływ na środowisko**. Na drugim miejscu, równorzędnie wymieniana jest emisja gazów, ścieków oraz powstawanie odpadów wymagających składowania (34%). W porównaniu do poprzednich badań, znaczącą zmianę stanowi uwzględnienie przez respondentów emisji zapachu (aż 21%).

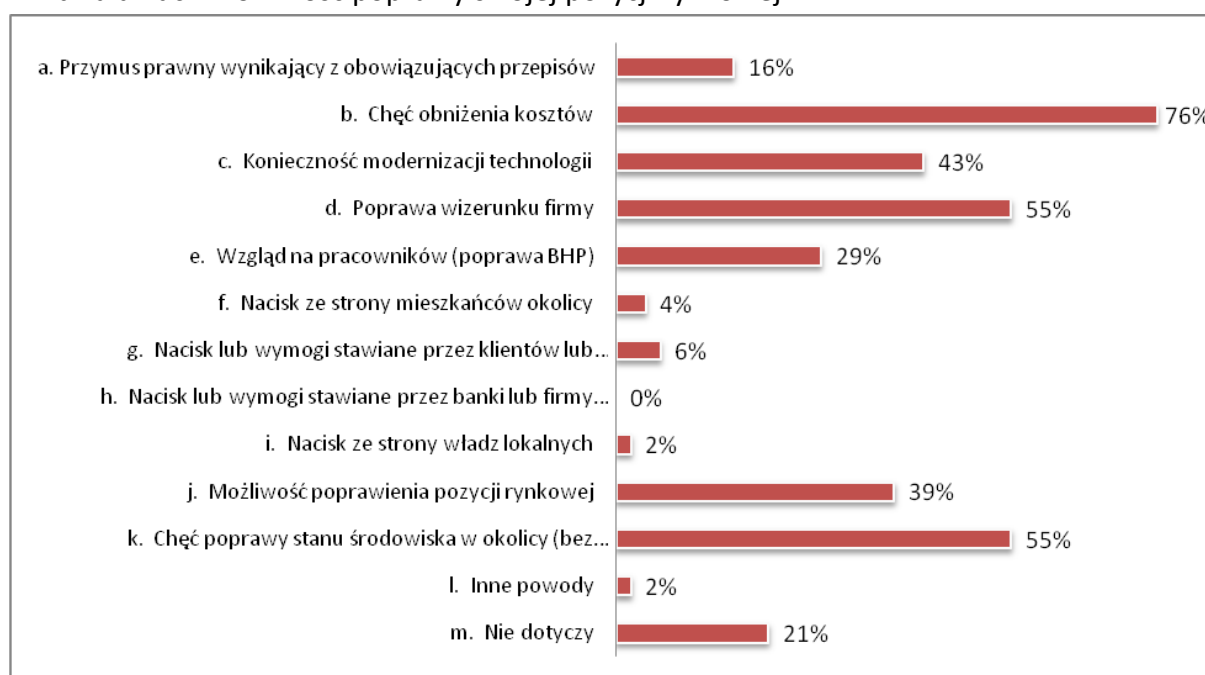


**Wykres nr 4.:** Obszary działalności firm wywierające, ich zadaniem, największy wpływ na środowisko.

- **Prowadzenie stałego monitoringu i analizy** kosztów zużycia energii, wody, usuwania ścieków i odpadów deklaruje ponad 80% respondentów (dla porównania, w 2008 r. – 63%).
- Ponad 60% respondentów uważa, że **kwestie ochrony środowiska mogą być istotnym elementem działań marketingowych** i mogą pozytywnie wpływać na kreowanie pozytywnego wizerunku firmy.

## DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE ORAZ MOTYWACJE

- W 63% przedsiębiorstwach, w ciągu ostatnich 3 lat, podjęto **konkretne działania na rzecz środowiska**. Działania te dotyczyły w szczególności: zmniejszenia zużycia energii (71%), ograniczenia zużycia wody oraz poprawy estetyki otoczenia (ok. 50%), minimalizacji wytwarzanych odpadów (41%), ograniczenia ilości ścieków (29%). 17% ankietowanych nie podejmowało tego typu działań.
- Pośród **czynników motywujących do podejmowania działań proekologicznych**, najczęściej wskazywane są: możliwość obniżenia kosztów prowadzonej działalności (76%), chęć poprawy stanu środowiska w otoczeniu (bez motywacji ekonomicznych) oraz poprawa wizerunku firmy (55%), a także konieczność modernizacji technologii wynikająca z obowiązujących przepisów prawnych (43%). Aż 39% dostrzega w ww. działaniach możliwość poprawy swojej pozycji rynkowej.



Wykres nr 5: Czynniki decydujące o podejmowaniu przez firmy działań na rzecz środowiska.

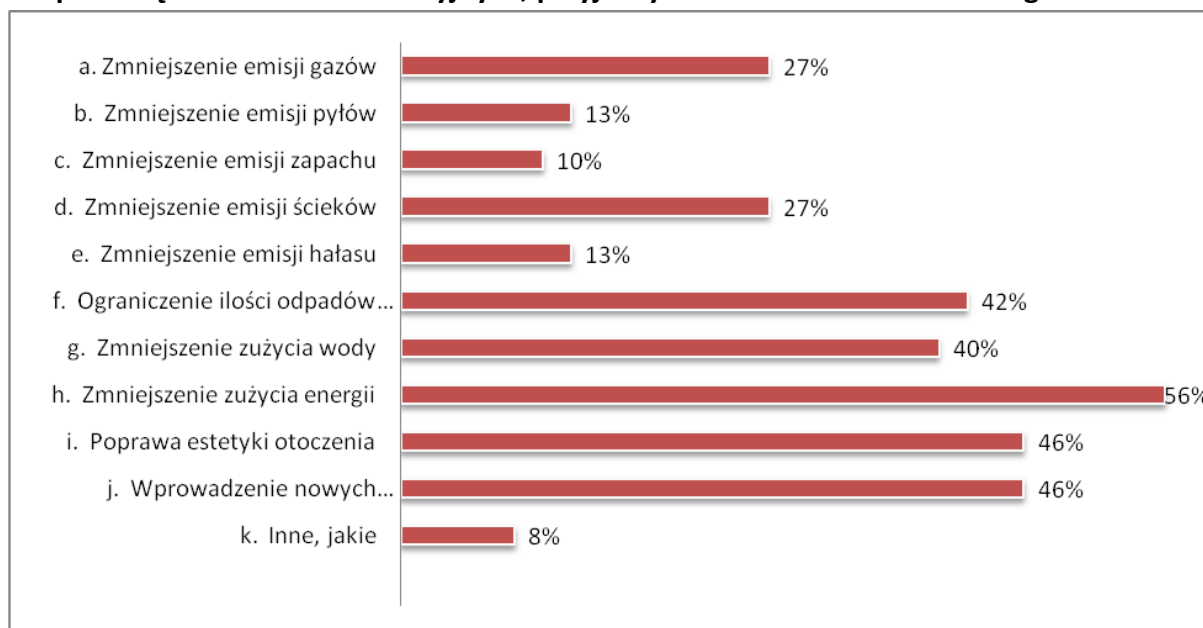
- **Zarządzanie środowiskiem w firmie**: podobnie, jak w latach ubiegłych, certyfikat ISO 14001 posiada 11% firm objętych badaniem, natomiast ponad 20% zamierza wdrożyć w przyszłości jakiś system zarządzania środowiskiem. Ponad 60% nie planuje żadnych działań w tym zakresie.
- 56% ankietowanych przedsiębiorstw posiada **dokument precyzujący działania firmy na rzecz środowiska**. W porównaniu do roku 2008, nastąpił w tym obszarze wzrost o prawie 30%.

## PLANOWANE DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE

- Odsetek przedsiębiorstw **planujących podjęcie działań, bezpośrednio lub pośrednio wpływających na poprawę stanu środowiska**, wynosi 67% - w tym zakresie nastąpił niewielki spadek w porównaniu do poprzednich lat. Tylko 1% ankietowanych firm

stanowczo stwierdza, że w najbliższym czasie nie planuje żadnych inwestycji związanych z ochroną środowiska.

- **Planowane przez firmy działania, zmniejszające ich oddziaływanie na środowisko, dotyczą:** zmniejszenia zużycia energii, poprawy estetyki otoczenia i zmniejszenia zużycia wody (56% - w porównaniu do roku 2008 – wzrost o 16%), zagospodarowania odpadów, (ok.45%), a także w 27% zmniejszenia emisji gazów oraz ścieków. Bardzo istotne jest to, iż 46% respondentów widzi potrzebę **wdrażania w swoich przedsiębiorstwach innowacyjnych, przyjaznych dla środowiska technologii.**



**Wykres nr 6:** Obszary tematyczne, których dotyczą planowane przez firmy działania.

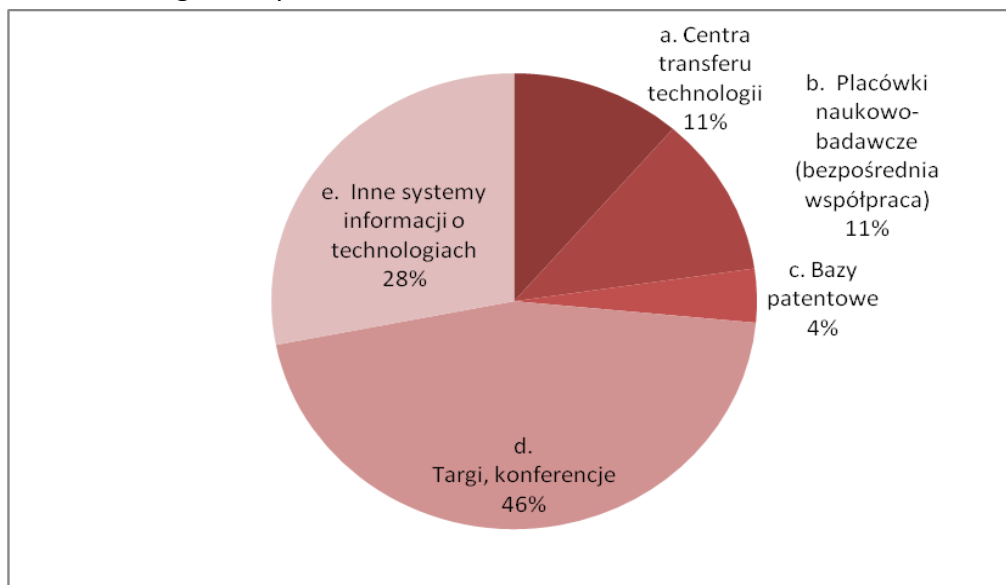
### **EKOINNOWACJE**

- Najpoważniejszą **barierą utrudniającą firmom stosowania nowych, ekoinnowacyjnych rozwiązań** jest brak środków finansowych (68%) oraz zbyt wysokie koszty wdrażania (61%). Istotnym czynnikiem jest tutaj również problem w znajdowaniu partnerów do współpracy. Aż 15% ankietowanych przyznaje, iż nie chce ponosić ryzyka związanego z wprowadzaniem niesprawdzonych, innowacyjnej technologii.



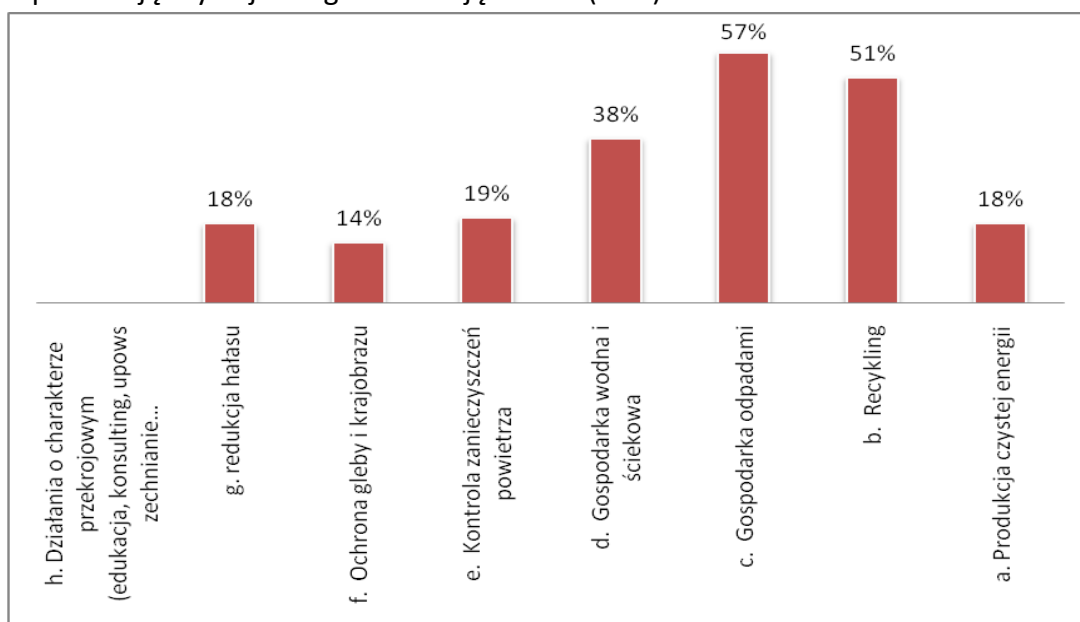
**Wykres nr 7.:** Czynniki utrudniające wdrażanie rozwiązań ekoinnowacyjnych w przedsiębiorstwach.

- 81% firm przyznaje, że istnieje konieczność stworzenia **systemu weryfikacji technologii pod kątem ochrony środowiska**. Przeprowadzona przez niezależnych ekspertów ocena zgodności rezultatów stosowania technologii, z zakładanymi przez producenta parametrami, pozwoliłaby uniknąć ryzyka wynikającego ze stosowania innowacyjnych rozwiązań.
- 46% firm biorących udział w sondażu uznaje za najlepsze źródło informacji o innowacyjnych technologiach spotkania targowe i konferencje. 11% wymienia centra transferu technologii oraz placówki naukowo-badawcze. 11% wymienia centra transferu technologii oraz placówki naukowo-badawcze.



Wykres nr 7.: Źródła informacji o eko-innowacjach.

- Najbardziej poszukiwane przez firmy są **informacje dotyczące innowacyjnych technologii w zakresie recyklingu oraz szeroko pojętej gospodarki odpadami** (ponad 50%). Respondenci wskazują również na gospodarkę wodno ściekową (38%) oraz produkcję czystej energii i redukcję hałasu (18%).



Wykres nr 8.: Najistotniejsze obszary zainteresowań firm o eko-innowacjach.

- Na pytanie, czy w ciągu ostatnich pięciu lat, przedsiębiorstwo wprowadziło innowacyjny produkt (wyrób lub usługę), proces, metodę organizacyjną lub marketingową, które przyniosły korzyści dla środowiska, odpowiedzi twierdzącej udzieliło aż 54%. Efektem tych wdrożeń było: powtórne wykorzystanie odpadów i materiałów (46%), obniżenie energochłonności na jednostkę produkcyjną oraz zmniejszenie emisji zanieczyszczeń do powietrza (41%), co związane jest również z obniżeniem emisji CO<sub>2</sub>. 23% ankietowanych wymienia również obniżenie materiałochłonności na jednostkę produktu a także użycie w procesie produkcyjnym surowców bardziej przyjaznych dla środowiska.



**Wykres nr 9.: Efekty wdrożeń ekoinnowacyjnych technologii.**