

Klos, Lidia

**Working Paper**

## Konkurencyjnosc Malych i Srednich Przedsiębiorstw

Institute of Economic Research Working Papers, No. 62/2015

**Provided in Cooperation with:**

Institute of Economic Research (IER), Toruń (Poland)

*Suggested Citation:* Klos, Lidia (2015) : Konkurencyjnosc Malych i Srednich Przedsiębiorstw, Institute of Economic Research Working Papers, No. 62/2015, Institute of Economic Research (IER), Toruń

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/219678>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*



<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>



**Institute of Economic Research Working Papers**

**No. 62/2015**

**Konkurencyjność Małych i Średnich  
Przedsiębiorstw**

Lidia Kłós

The paper submitted to  
**VIII<sup>th</sup> INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED ECONOMICS  
CONTEMPORARY ISSUES IN ECONOMY**  
*under the title*  
**MARKET OR GOVERNMENT?**

Institute of Economic Research and Polish Economic Society Branch in  
Toruń

18-19 June 18-19, 2015, Toruń, Poland

**Toruń, Poland 2015**

© Copyright: Creative Commons Attribution 3.0 License

Lidia Kłos  
adres e-mailowy: Lidia.Klos@wneiz.pl  
Uniwersytet Szczeciński,  
Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania,  
Instytut Ekonomii,  
Katedra Polityki Społeczno-Gospodarczej i Europejskich Studiów Regionalnych

## Konkurencyjność Małych i Średnich Przedsiębiorstw

**JEL Classification:** D22, D41, F18.

**Keywords:** *small and medium-sized enterprises; competition.*

**Abstract:** The aim of the article is to present the degree of involvement of the SME sector in issues related to pro-environment activity, which has a significant impact on building a competitive advantage in the era of sustainable development.

The article uses the method of secondary analysis based on data taken from a survey by the Flash Eurobarometr 342 “SME: towards energy efficiency and environmental markets” and “Report on the state of the sector’s small and medium-sized enterprises in Poland in 2012 - 2013” conducted by the Polish Agency for Enterprise Development.

The analysis of the research material allowed to assess the level of involvement of the European and Polish SME sector in issues related to realization pro-environment’s operations. The analysis indicates what solutions are the most popular ones, what are the obstacles in the implementation of eco-innovation and what motivates to be eko. It let to enunciate conclusions what does the green market in the UE and in the Poland look like in the context of small and medium-sized enterprises’ competitiveness.

### Wprowadzenie

Zdaniem wielu ekspertów dzięki zwiększaniu działalności proekologicznej, zwłaszcza małych i średnich firm oraz wydajniejszemu zarządzaniu zasobami środowiska, gospodarka krajów Unii Europejskiej, w tym Polski, powinna szybciej podążać ścieżką trwałego, zrównoważonego rozwoju, a jednocześnie stawać się bardziej konkurencyjną na rynku globalnym. (szerzej patrz: Sokół 2014: 32-33)

Celem artykułu jest przedstawienie stopnia zaangażowania sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w zagadnienia związane z działalnością

proekologiczną, która w dobie zrównoważonego rozwoju ma istotny wpływ na budowanie przewagi konkurencyjnej.

W artykule zastosowano metodę analizy wtórnej na podstawie danych wynikających z badania Flash Eurobarometr 342 pt. „*MŚP: w stronę efektywności energetycznej i ekologicznych rynków*” oraz „*Raportu o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012-2013*” przygotowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP).

Analiza materiału badawczego pozwoli na ocenę stopnia zaangażowania polskiego i europejskiego sektora MŚP w zagadnienia związane z realizacją działań proekologicznych. Wskaże jakie rozwiązania cieszą się największym zainteresowaniem, co stoi na przeszkodzie we wdrażaniu eko-innowacji, a co motywuje do bycia „eko”. Pozwoli to na sformułowanie wniosków jak wygląda „zielony rynek” w UE a jak w Polsce w kontekście konkurencyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

## **Opis metodologii**

Artykuł przedstawia analizę stanu zaangażowania polskiego sektora małych i średnich przedsiębiorstw w zagadnienia związane z działalnością proekologiczną na tle rynku europejskiego. W tym celu wykorzystano metodę analizy wtórnej na podstawie danych z badania Flash Eurobarometr 342 pt. „*MŚP: w stronę efektywności energetycznej i ekologicznych rynków*” oraz materiałów źródłowych pochodzących z „*Raportu o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012-2013*” przygotowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Badanie Eurobarometru przeprowadzono na przełomie stycznia i lutego 2012 roku przez TNS Political&Social. Badanie obejmowało przedsiębiorstwa zatrudniające co najmniej 1 osobę i działające w UE w sektorach: wytwarzania, handlu detalicznego, usług i przemysłu. Nie obejmowało osób prowadzących jednoosobową działalność. Raport z badania obejmuje trzy działy: efektywność wykorzystania zasobów, ekologiczne rynki i etaty.

## **Wstęp**

Dane statystyczne potwierdzają istotną rolę, jaką przedsiębiorstwa z sektora MŚP pełnią w większości gospodarek świata, w tym także w gospodarce Polski.

Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią w Polsce najliczniejszą grupę firm. Odgrywają dużą rolę w gospodarce rynkowej – wytwarzają znaczną

część PKB – generują praktycznie co drugą złotówkę, w tym najmniejsze firmy blisko co trzecią. (*Raport o stanie...* 2014, ss.15-20) Według danych GUS w 2012 roku w mikro i małych firmach miejsce pracy znalazł co drugi pracujący (52% z 4,7 mln osób) a w firmie średniej co piąty pracujący w sektorze przedsiębiorstw – 18,2% z 1,6 mln osób. Z kolei w dużych firmach zatrudnienie znalazł co trzeci pracujący tj.: 30% z 2,7 mln osób. (GUS, 2014)

Wzrost liczby MŚP powoduje jednak znaczny wpływ na stan środowiska naturalnego a tym samym warunki zdrowia i życia ludności. Wpływ małych i średnich przedsiębiorstw na środowisko jest coraz częściej przedmiotem analiz empirycznych. Jednakże ze względu na stopień skomplikowania i uciążliwości, nie istnieje obiektywna metoda pozwalająca określić szczegółowy udział MŚP w zanieczyszczeniu środowiska, na przykład w zanieczyszczeniu powietrza czy wód. Tym bardziej kluczowe dla przeciwdziałania zanieczyszczeniu środowiska i racjonalnego gospodarowania zasobami naturalnymi wydaje się podejmowanie przez przedsiębiorstwa sektora MŚP działań w zakresie proekologicznych zachowań. Małe i średnie przedsiębiorstwa mogą na przykład wywierać znaczący wpływ na otoczenie i środowisko poprzez ograniczenie odpadów, zanieczyszczeń czy zużywania zasobów. Mogą tworzyć produkty przyjazne dla środowiska, wprowadzać ekologiczną edukację swoich interesariuszy oraz posiadać (stosować) standardy ekologiczne. MŚP może również współpracować i dobierać tak zwanych „ekologicznych” dostawców. (Januszewska et al., 2011, ss.178-179) Dzięki tym wszystkim zabiegom firma jest postrzegana jako firma ekologiczna, która dokłada starań aby dbać o środowisko, a co za tym idzie jest lepiej postrzegana i uzyskuje od społeczności lokalnej przyzwolenie na działanie tym samym podnosi swoją konkurencyjność.

Współcześnie żadna firma nie odniesie sukcesu w biznesie, jeżeli nie będzie w swych działaniach uwzględniała wpływu na środowisko i otoczenie zgodnie z wymogami ochrony środowiska. W literaturze przedmiotu określa się to mianem tzw.: społecznej odpowiedzialności biznesu lub jako odpowiedzialnego, etycznego biznesu potocznie określanego mianem *Corporate Social Responsibility* (CSR). (więcej na temat CSR patrz: Zinzuk, 2011, ss. 68-78) Społeczna odpowiedzialność biznesu oznacza bowiem dobrowolne uwzględnianie przez firmę aspektów społecznych i ekologicznych w działaniach handlowych i kontaktach z interesariuszami. (Green Paper 2001:336)

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest koncepcją efektywnego zarządzania przedsiębiorstwem, która, poprzez dobrowolne prowadzenie dialogu społecznego na poziomie lokalnym, przyczynia się do wzrostu

konkurencyjności przedsiębiorstw na poziomie globalnym i jednocześnie kształtowania warunków zrównoważonego rozwoju społecznego, ekonomicznego i środowiskowego.<sup>1</sup>

## Statystyczny obraz w sektorze Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Polsce na tle Unii Europejskiej

O zakwalifikowaniu danego przedsiębiorstwa do poszczególnej grupy sektora MŚP decydują ściśle określone wytyczne, uwzględniające kryterium liczby zatrudnionych pracowników oraz dochód firmy. Tabela 1 przedstawia wymogi kwalifikujące przedsiębiorstwa z sektora MŚP do poszczególnych kategorii według wytycznych Komisji Europejskiej.

Tabela 1. Progi i pułapy kwalifikujące przedsiębiorstwa z sektora MŚP

| Kategoria przedsiębiorstwa | Liczba osób zatrudnionych | Roczny obrót                                  |     | Całkowity bilans roczny                       |
|----------------------------|---------------------------|---|-----|---|
| Mikro                      | <10                       | ≤ 2 mln euro<br>(wcześniej<br>niedefiniowane) | Lub | ≤ 2 mln euro<br>(wcześniej<br>niedefiniowane) |
| Małe                       | < 50                      | ≤ 10 mln euro<br>(1996 – 7 mln<br>euro)       |     | ≤ 10 mln euro<br>( 1996 – 5 mln<br>euro)      |
| Średnie                    | < 250                     | ≤ 50 mln euro<br>(1996 – 40 mln<br>euro)      |     | ≤ 43 mln euro<br>(1996 – 27 mln<br>euro)      |

Źródło: „Nowa definicja MŚP”, Poradnik dla użytkowników i wzór oświadczenia, Komisja Europejska, [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl) [1.3.2015r].

Liczba mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce i Unii Europejskiej przedstawia się w zasadzie identycznie – MŚP w Polsce i UE stanowią 99,8% wszystkich przedsiębiorstw. Według danych GUS w Polsce w 2012 roku funkcjonowało około 1,8 mln firm<sup>2</sup>. (GUS, 2013)

Różnice występują co do wewnętrznej struktury, w Polsce przeważają mikroprzedsiębiorstwa, ilość małych przedsiębiorstw jest o połowę mniejsza niż w UE, zaś udział średnich podmiotów jest na zbliżonym do UE poziomie. (Tabela 2).

<sup>1</sup> Tak CSR rozumiana była w strategii lizbońskiej i traktowana jako jeden z ważnych jej wskazań.

<sup>2</sup>Natomiast według danych Eurostatu za 2012 w Polsce działało 1,52 mln przedsiębiorstw.

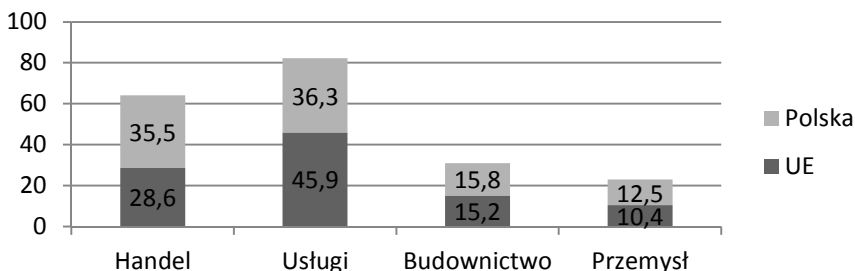
Tabela 2. Ilość MŚP w Polsce i UE (w%)

| Wielkość                 | UE   | Polska |
|--------------------------|------|--------|
| Mikroprzedsiębiorstwa    | 92,5 | 95,9   |
| Małe przedsiębiorstwa    | 6,2  | 3,1    |
| Średnie przedsiębiorstwa | 1    | 0,9    |

Źródło: (Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012-2013, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2014, s. 18).

Jeśli chodzi o rodzaj działalności branżowej średnia dla krajów UE wskazuje, że najczęściej MŚP prowadzi działalność usługową, następnie handlową, budowlaną i najrzadziej przemysłową. Struktura branżowa przedsiębiorstw w Polsce jest nieco inna. W porównaniu do średniej dla krajów UE w Polsce więcej jest firm handlowych, a mniej usługowych. W Polsce w porównaniu do UE większy jest odsetek firm działających w przemyśle (o 2,1 p.p.). (Wykres 1)

Wykres 1. Struktura branżowa w sektorze MŚP w Polsce i UE (w %)



Źródło: (Raport... 2014, s.19).

Większość, bo 90,4% wszystkich przedsiębiorców z sektora MŚP to osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. Osoby prawne i jednostki niemające osobowości prawnej stanowią 9,6% małych i średnich przedsiębiorstw. (GUS, 2014)

Analizując sytuację (rolę) MŚP w Polsce i UE należy wskazać na ich znaczącą pozycję jaką odgrywają na rynku pracy. W europejskich przedsiębiorstwach pracuje ponad 130 mln osób [Eurostat, 2012] W 2012 roku liczba pracujących w polskich przedsiębiorstwach wyniosła 9 mln osób, z czego 6,3 mln osób (70,2%) pracowało w podmiotach sektora MŚP. Z kolei liczba zatrudnionych w przedsiębiorstwach w tym samym roku wyniosła blisko 6,6 mln osób z czego w mikro, małych i średnich firmach było to 3,9 mln osób co stanowi zdecydowaną większość bo 60,5% ogółu zatrudnionych w przedsiębiorstwach [Pracujący...GUS 2013, s.10] Różnica pomiędzy liczbą pracujących a liczbą zatrudnionych w

przedsiębiorstwach – ponad 2,4 mln osób – to głównie osoby pracujące na własny rachunek, łącznie z pomagającymi członkami ich rodzin. (Działalność..., GUS 2013)

Od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej wyraźnie szybciej niż liczba pracujących w przedsiębiorstwach rośnie zatrudnienie w tych podmiotach. Od 2004 do 2012 roku liczba zatrudnionych w przedsiębiorstwach sektora MŚP zwiększyła się o jedną trzecią szybciej w porównaniu ze wzrostem liczby pracujących – 16% do 11%. (Raport...2014: s. 25)

Natomiast według danych Eurostatu za 2012 rok, udział pracujących w sektorze MŚP w ogólnej liczbie pracujących w przedsiębiorstwach w Polsce jest nieznacznie wyższy niż przeciętna w UE-28 odpowiednio 69% do 62,2% w UE. Udział pracujących w mikroprzedsiębiorstwach 36,8% i firmach średnich (18,8%) w ogólnej liczbie pracowników przedsiębiorstw jest większy od średniej Unii Europejskiej odpowiednio: 29,5% do 17,1%. Tymczasem udział pracujących w małych firmach (13,4%) jest zdecydowanie niższy w porównaniu z UE-27<sup>3</sup> gdzie wynosi 20,5%. (Raport...2014, s.28)

Istotnym aspektem odzwierciedlającym sytuację na rynku MŚP jest poziom przedsiębiorczości, który w Polsce znajduje się na poziomie średniej UE. (Raport...2014, s.22) Analizując poszczególne wskaźniki uwzględnione w Raporcie, to przedsiębiorczość, określana jako udział osób dorosłych, które założyły własną firmę lub podejmują działania w tym kierunku - dla Polski wynosi 17%, podczas gdy średnia dla UE to 14%.

Należy jednak zwrócić uwagę, iż rok wcześniej było to 25% dla Polski i 23% dla Unii Europejskiej. Największa różnica w porównaniu ze średnią unijną występuje w przypadku wskaźników: „własna inicjatywa gospodarcza jako pożądana droga do kariery”, określana jako procent respondentów, którzy uważają, że mają realne szanse założenia własnej działalności gospodarczej (Polska – 67%, UE – 57%). Kolejne zagadnienie to „uwaga poświęcona przedsiębiorczości w mediach” Polska – 59%, UE – 49%) oraz „przedsiębiorczość w stadium rozruchu”, czyli odsetka osób dorosłych, które zamierzają założyć własną firmę w ciągu 3 lat (Polska – 25%, UE – 18%). (Tabela 3) (Raport..., 2014, s. 22)

---

<sup>3</sup> Dane bez udziału Grecji.



Tabela 3. Wskaźnik przedsiębiorczości w Polsce w porównaniu do średniej UE

| Wyszczególnienie   | UE | Polska |
|--|----|--------|
| Status społeczny i uznanie dla przedsiębiorców, którym się powiodło w %  | 66 | 60     |
| Stopień, w jakim szkoła pomaga w kształceniu postawy (ambicji) przedsiębiorcy w %  | 50 | 45     |
| Uwaga poświęcona przedsiębiorczości w mediach w %  | 49 | 59     |
| Otwieranie działalności gospodarczej po dostrzeżeniu szansy powodzenia w %   | 47 | 33     |
| Własna inicjatywa gospodarcza jako droga kariery w %   | 57 | 67     |
| Zamiar rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej (% osób dorosłych, które zamierzają założyć własną firmę w ciągu 3 lat) | 14 | 17     |
| Proporcja własności prowadzonej działalności w %   | 6  | 7      |
| Przedsiębiorczość w stadium rozruchu wśród kobiet (%)  | 6  | 6      |
| Przedsiębiorczość w stadium rozruchu (%)   | 8  | 9      |

Źródło: (Raport...2014, s.22).

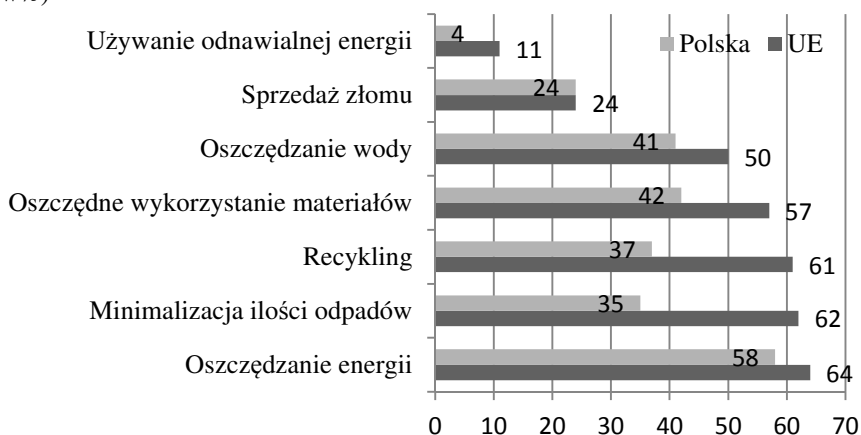
Dane te świadczą o dużej przedsiębiorczości Polaków, a osiągnięte przez Polskę wyniki generalnie przewyższają średnią dla UE. Polska osiągnęła niższe od średniej unijnej wyniki tylko w przypadku trzech wskaźników – „odsetka osób dorosłych, które zgadzają się, że edukacja szkolna pomogła im rozwinąć zmysł przedsiębiorczości” (Polska – 45%, UE – 50%) następnie „odsetka osób dorosłych, które otwierają działalność gospodarczą po dostrzeżeniu szansy powodzenia” i tu różnica wynosi 14 p.p. (Polska – 33%, UE – 47%) oraz ze względu na „status społeczny i uznanie dla przedsiębiorców, którym się powiodło” (Polska 60%, UE – 66%) Wyniki te utwierdzają w przekonaniu, że nadal w Polsce aktualny jest postulat konieczności podejmowania działań poprawiających system edukacji, ponieważ jego efektywność w przygotowywaniu do roli przedsiębiorcy jest w naszym kraju gorzej oceniana niż przeciętnie w Unii Europejskiej. Niezbędne wydają się również działania na rzecz poprawy postrzegania przez społeczeństwo samego statusu przedsiębiorcy.

### **Wyniki badania stopnia zaangażowania w działania proekologiczne w Małych i Średnich Przedsiębiorstwach**

Według badania Flash Eurobarometru 93% unijnych MŚP podejmuje przynajmniej jedno działanie zmierzające do bardziej efektywnego korzystania z zasobów. Najpopularniejszym działaniem wśród unijnych

MŚP jest oszczędzanie energii, na kolejnym miejscu znajduje się recykling, potem minimalizowanie ilości odpadów, oszczędne wykorzystanie materiałów, oszczędzanie wody, sprzedaż złomu i na końcu używanie odnawialnej energii. W Polsce sektor MŚP podobnie jak w UE stawia na oszczędzanie energii, ale w następnej kolejności znajdują się działania mające na celu oszczędne wykorzystanie materiałów i wody, następnie recykling, minimalizacja ilości odpadów, sprzedaż złomu (z takim samym punktem procentowym jak w UE) oraz działania związane z używaniem energii odnawialnej (podobnie jak w UE znajdują się na końcu ekologicznych działań). (Wykres 2) (szerzej patrz: „*Ekologia w MŚP...*”, 2014, ss. 19-21)

Wykres 2. Najpopularniejsze ekologiczne działania wśród MŚP w Polsce i UE (w%)

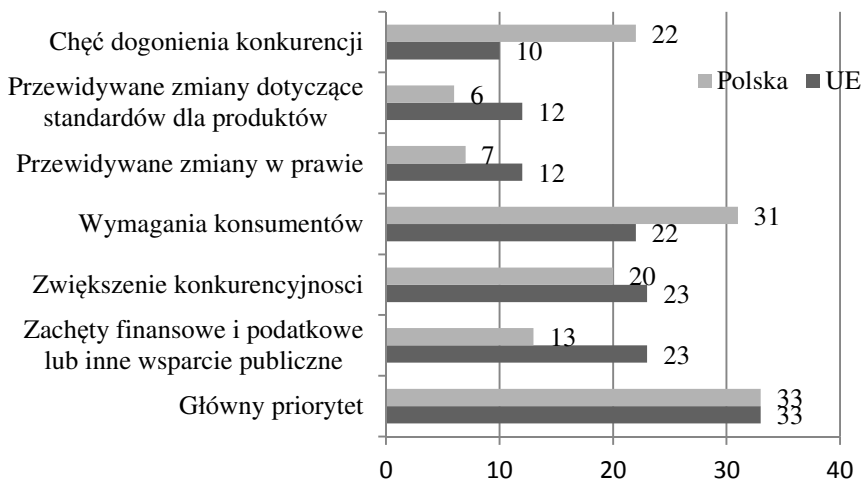


Źródło: (Badanie Flash Eurobarometr 342 „MŚP: w stronę efektywności energetycznej i ekologicznych rynków” podano za: „*Ekologia w MŚP w Polsce i Unii Europejskiej*”, Logistyka odzysku, Nr 4/2014, ss.19-21).

Najwięcej polskich i unijnych MŚP stara się ulepszyć efektywne korzystanie z zasobów, gdyż działania takie to jeden z ważniejszych priorytetów firmy. W Unii do wdrażania działań ekologicznych motywują przedsiębiorców zarówno zachęty finansowe jak i podatkowe lub inne wsparcie publiczne, jak i zwiększenie konkurencyjności swojej firmy. Zaraz po tych czynnikach znajdują się wymagania konsumentów, a następnie przewidywane zmiany w wymaganiach wynikające z prawodawstwa oraz dotyczących standardów produkcji oraz na końcu chęć dogonienia konkurencji.

Polscy przedsiębiorcy podobnie jak ich unijni „koledzy” ulepszenie efektywnego korzystania z zasobów traktują jako priorytet, ale już na następnym miejscu stawiają wymagania konsumentów, następnie zwiększenie konkurencyjności, dalej zachęty finansowe a na końcu przewidywane zmiany w prawie oraz dotyczące standardów dla produktów. (Wykres 3)

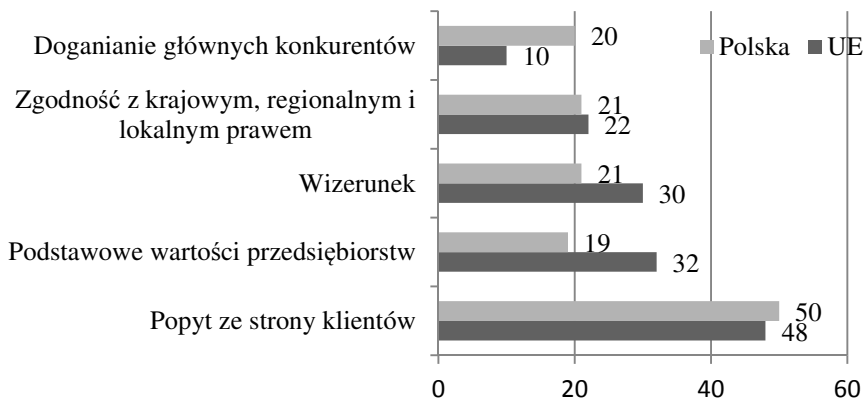
Wykres 3. Powody wdrożenia działań ekologicznych w firmach UE i Polsce (w %)



Źródło: [Badanie Flash Eurobarometr „MŚP”... 2013; op. cit.]

Wśród badanych jednostek „potrzeby klientów” są głównym powodem wejścia przedsiębiorstw na ekologiczne rynki. Znaczącą rolę odgrywają także „podstawowe wartości przedsiębiorstw” i ich „wizerunek”. W Polsce jako istotne wskazuje się również „zgodność z krajowym, regionalnym i lokalnym prawem” oraz „doganianie głównych konkurentów”. (Wykres 4)

Wykres 4. Powody, dla których warto wejść na ekologiczne rynki w UE i w Polsce (w %)



Źródło: (Badanie Flash Eurobarometr 342 „MŚP”: op. cit.)

Około ¼ unijnych MŚP oferuje „ekologiczne produkty lub usługi”. W ciągu dwóch lat na rynek z ekologiczną ofertą planuje wejść około 8% firm. Jednakże ponad połowa firm z tego sektora nie wprowadza i nie planuje wprowadzenia ekologicznej ofert. W Polsce liczba przedsiębiorstw oferujących ekologiczne produkty i planująca ich wprowadzenie jest niewiele większa i wynosi 30% do 26% w UE. Z kolei mniej firm nie wprowadza i w ogóle nie planuje wprowadzenie ekologicznych produktów i usług w swoją ofertę w Polsce jest to w sumie 52% a w Unii Europejskiej 60% małych i średnich przedsiębiorstw. (Tabela 4)

Tabela 4. Wprowadzenie na rynek ekologicznych produktów i usług w UE i w Polsce (w %)

| Wyszczególnienie                                | UE | Polska |
|---|----|--------|
| Tak   | 26 | 30     |
| Nie, ale planuję w ciągu najbliższych dwóch lat | 8  | 11     |
| Nie i nie planuję                               | 60 | 52     |

Źródło: (Badanie Flash Eurobarometr 342 „MŚP”....:op. cit.)

Co do stażu działania na rynkach ekologicznych to trzy na pięć (61%) MŚP oferujących ekologiczne produkty lub usługi działa na rynku dłużej niż trzy lata. Identycznie wygląda to w Polsce. (Tabela 5)

Tabela 5. Okres działania firm oferujących produkty lub usługi w UE i w Polsce (w %)

| Wyszczególnienie    | UE | Polska |
|---------------------|----|--------|
| Poniżej 12 miesięcy | 8  | 9      |
| 1-3 lat             | 29 | 26     |
| Ponad 3 lata        | 61 | 61     |

Źródło: (Badanie Flash Eurobarometr 342 „MŚP...” op. cit.)

Jeśli chodzi o sytuację w obszarze rynków zbytu to 87% unijnych małych i średnich przedsiębiorstw sprzedaje „zielone” produkty lub usługi na krajowym rynku. Na drugim miejscu – około jednej czwartej przedsiębiorstw deklaruje działania na rynku UE. Bardzo niewielu europejskim MŚP udało się objąć działalnością ekologiczną także rynki zagraniczne. W Polsce jeszcze mocniej skupiamy się na rynku krajowym, podobnie jak na rynku unii, natomiast poza Europą nie działamy na żadnych kontynentach. (Tabela 6)

Tabela 6. Rynki, na które sprzedawane są ekologiczne produkty lub usługi w UE i w Polsce (w %)

| Wyszczególnienie        | UE | Polska |
|-------------------------|----|--------|
| Krajowy rynek           | 87 | 94     |
| Rynek Unii Europejskiej | 23 | 24     |
| Inne kraje europejskie  | 6  | 4      |
| Rynek amerykański       | 4  | 0      |
| Rynek azjatycki         | 3  | 0      |

Źródło:[Ibidem]

Jeśli chodzi o pracowników na tak zwanych „ekologicznych stanowiskach” w pełnym lub nie pełnym wymiarze to wśród unijnych przedsiębiorców z sektora małych i średnich firm stanowią oni 37% pracowników (mogą to być sami właściciele firm) a w Polsce jest ich 31%. Wszystko jednak wskazuje na to, że ilość takich etatów wzrośnie w ciągu najbliższych dwóch lat. (Raport, 2014,ss.56-58)

Wyniki badań pokazują, że głównym czynnikiem stymulującym firmy do podejmowania działań proekologicznych jest czynnik kosztowy. (por. Januszewska et al., 2011, s.181)

Zachęty finansowe to najlepszy sposób wspierania MŚP w działaniach ekologicznych. Blisko połowa unijnych firm, które posiadają już w ofercie ekologiczne usługi czy produkty deklaruje, że właśnie takie wsparcie pomogłoby im rozszerzyć gamę produktów. W Polsce deklaruje to nawet większy odsetek firm. Również MŚP z UE, które nie oferują obecnie

produktów i usług ekologicznych uważają, że zachęty finansowe najbardziej ułatwiłyby im rozpoczęcie takiej działalności, uważa tak 31% firm. W Polsce takiego zdania jest nie wiele więcej bo 32% przedsiębiorców. Ponadto 27% polskich firm wskazało, że pomocna byłaby możliwość konsultacji marketingowych i związanych z dystrybucją, w UE uważa tak 16%. Dodatkowo ponad połowa - 51% MŚP uważa, że ulgi podatkowe, dotacje i pożyczki oraz uproszczenia i ujednoczenie przepisów, norm i procedur to najlepsze środki służące wspieraniu zachowań i inwestycji proekologicznych. W Polsce tego zdania jest ponad 60% małych i średnich przedsiębiorców.

Pozostałe nie mniej istotne czynniki to uproszczenie procedur administracyjnych i prawnych oraz obniżenie związanych z nimi kosztów. Dalsze motywacje polskich przedsiębiorców w przeważającej mierze dotyczą czynników wewnętrznych przedsiębiorstwa – między innymi poprawy wizerunku firmy, konieczności modernizacji stosowanych technologii – podczas gdy standardem europejskim jest sprostanie oczekiwaniom świadomych konsumentów. Wybory dokonywane przez konsumentów stymulują bowiem przedsiębiorstwa do podejmowania działań proekologicznych będąc tym samym wyznacznikiem świadomości ekologicznej. Co jest kolejnym ważnym uwarunkowaniem rozważanym w kontekście wdrażania „ekologicznych” wzorców produkcji i konsumpcji w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw.

## **Wnioski**

Ze względu na ciągły postęp techniczny, rosnącą konkurencję i wymagania klientów naturalne wydaje się, że przedsiębiorstwa z sektora MŚP poszukują obszarów zwiększających ich konkurencyjność. Do tych obszarów z pewnością zalicza się działania proekologiczne, które w dobie kryzysów finansowych, konfliktów, powolnym zanikaniu surowców naturalnych i ciągle rosnącego zanieczyszczenia środowiska stają się podstawą do dalszego funkcjonowania na rynku.

Zachowania proekologiczne w przedsiębiorstwach postrzegane są bowiem jako coraz istotniejszy element odpowiedzialnego biznesu, przyjaznego środowisku i otoczeniu. Na pewno ma w tym udział prawodawstwo, które jest coraz ostrzejsze w wymaganiach nie mniej jednak przedsiębiorstwa same dostrzegają istotne aspekty, dla których warto być „eko”. Szczególnie jest to widoczne w przypadku polskich przedsiębiorców, gdzie

z raportu Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”<sup>4</sup> opublikowanego w 2010 roku, wynikało, że tylko kilkaset przedsiębiorstw w Polsce kierowało się wówczas ideą zachowań proekologicznych w swojej firmie. Przytoczone badania potwierdzają, że obecnie coraz więcej firm również z sektora MŚP zdaje sobie sprawę z tego, że stosowanie działań przyjaznych środowisku wpływa na redukcję kosztów, zwiększenie sprzedaży, otwarcie nowych rynków. Będąc jednocześnie elementem coraz bardziej zauważalnym i docenianym przez klientów, wręcz nawet wymagany ze względu na ciągły wzrost ich świadomości ekologicznej. A dodatkowo istotnie wpływa na budowanie konkurencyjności i poprawę wizerunku firmy. W dzisiejszych czasach przedsiębiorstwa w coraz większym stopniu „muszą” ale i chcąc być odpowiedzialne za środowisko i otoczenie w którym działają.

#### Literatura:

*Dobra praktyka CSR. Element strategii firmy*, PKPP Lewiatan, „Głos Biznesu”, Warszawa 2010.

*Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2012 roku*, Dane dotyczą sekcji B-J, L-N, P-S PKD 2007, GUS, 2013.

„*Ekologia w MŚP w Polsce i Unii Europejskiej*”, Logistyka odzysku, październik-grudzień 2014 Nr 4/2014 (13), Warszawa, ss.19-21, [ISSN 2083-6422]

Januszewska I., Broniewicz E., Mazur A., Rudnicki R., 2011, *Uwarunkowania wdrażania wzorców zrównoważonej produkcji w małych i średnich przedsiębiorstwach*, [w:] Powichrowska B. (red.), *Przedsiębiorstwo w warunkach zrównoważonej gospodarki opartej na wiedzy*, Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku, Białystok.

„*MŚP: w stronę efektywności energetycznej i ekologicznych rynków*”.Badanie Flash Eurobarometr 342, 2012.

„*Nowa definicja MŚP, Poradnik dla użytkowników i wzór oświadczenia, Komisja Europejska*”, [www.mg.gov.pl/](http://www.mg.gov.pl/) [1.3.2015r]

Sokół W.A., „*Innowacyjne rozwiązania w ochronie środowiska dla MŚP*” (cz.1), Logistyka odzysku, październik-grudzień 2014 Nr 4/2014 (13), Warszawa, ss.32-35, [ISSN 2083-6422]

*Pracujący w gospodarce narodowej w 2013 r.*, GUS, Warszawa 2014, s. 10.

*Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012-2013*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2014.

*Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2008-2012*, GUS 2014. Dane dotyczą mikro i małych przedsiębiorstw.

---

<sup>4</sup>*Dobra praktyka CSR. Element strategii firmy*, PKPP Lewiatan, „Głos Biznesu”, Warszawa 2010.

Zinczuk B., 2011, "Społeczna odpowiedzialność biznesu i jej znaczenie we współczesnym przedsiębiorstwie", „Zarządzanie i edukacja”, numer 76-77, Warszawa, ss.68-78.

### **Referencje**

Caroll A. B., 2008, *A history of Corporate Social Responsibility. Concepts and Practices*, [w:] Crane A., McWilliams A. Matten D., Moon J., Siegel D. (red.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Nowy Jork.

Janiuk I., *Strategiczne dostosowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej*, Warszawa 2004.