

KRZYWDA Joanna¹

Oni mają zielone pojęcie. Koncepcja „zielonej logistyki” oczami niemieckich przedsiębiorców branży logistyczno-spedycyjnej

zielona logistyka, branża logistyczno-spedycyjna

Streszczenie

Zielona logistyka jest koncepcją, która zyskała w ostatnim czasie na znaczeniu. Świadczą o tym liczne publikacje z tego zakresu w literaturze specjalistycznej. Ponieważ jednak jest koncepcją stosunkowo młodą, pojawia się wątpliwość, czy aby na pewno na gruncie praktyki zdążyła się już dostatecznie umocnić. W artykule przedstawiono wyniki badań, których celem było ustalenie, jak niemieckie przedsiębiorstwa branży spedycyjno-logistycznej postrzegają koncepcję zielonej logistyki, czy i w jakim stopniu są gotowe realizować jej założenia w praktyce, a także w jakich obszarach spodziewają się wyzwań związanych z ochroną środowiska i gdzie ich zdaniem wystąpią związane z tym największe trudności. Badania przeprowadził zespół naukowców z Wyższej Szkoły w Heilbronn, w Niemczech, w roku 2010.

THEY HAVE A 'GREEN' IDEA. THE CONCEPT OF GREEN LOGISTICS ACCORDING TO GERMAN FREIGHT AND LOGISTICS PROVIDERS

Abstract

There has been a growing significance of green logistics, which is reflected in the literature of the subject in the form of numerous research papers. Those account for enormous popularity of the concept and its successful business implementation. Since the concept, however, is relatively new, some doubts arise whether it has managed to receive sufficient practical support. The present paper discusses study results on how German freight and logistics providers see the concept of green logistics, whether and to what extent they are ready to achieve its objectives in practice, which issues, according to them, are most challenging with regard to environmental protection and in which areas major difficulties are likely to occur. The study was conducted by a research team from Heilbronn University, Germany, in 2010.

1. WSTĘP

Zielona logistyka zyskała w ostatnim czasie na znaczeniu, co znajduje potwierdzenie w literaturze przedmiotu w formie licznych opracowań, na podstawie których wnioskować można o wielkiej popularności tej koncepcji, a także sukcesach wielu przedsiębiorstw w jej wdrażaniu. Ponieważ jednak jest koncepcją stosunkowo młodą, pojawia się wątpliwość, czy aby na pewno na gruncie praktyki zdążyła się już dostatecznie umocnić.

Nie ulega wątpliwości, że ochrona środowiska nie jest nadrzędnym celem przedsiębiorstw logistyczno-spedycyjnych, które – jak wszystkie niemalże przedsiębiorstwa – nastawione są przede wszystkim na zysk. Kwestie związane z ekologią mogą jednak być elementem, który w większym lub mniejszym stopniu będzie uwzględniany przy realizacji celu głównego, a nawet będzie z nim komplementarny. Odpowiedź na pytanie czy i jak dalece przedsiębiorstwa branży logistyczno-spedycyjnej są skłonne wdrażać koncepcję zielonej logistyki, zależy w dużej mierze od tego, jak pojmują one samą tę koncepcję, jak definiują „zieloną logistykę” i jaką deklarują gotowość do wprowadzania zmian. Niniejsze opracowanie stanowi próbę odpowiedzi na pytania związane z wdrażaniem koncepcji zielonej logistyki przez niemieckie przedsiębiorstwa branży logistyczno-spedycyjnej i zostało przygotowane w oparciu o badania przeprowadzone w roku 2010 w Instytucie Zrównoważonego Rozwoju w Komunikacji i Logistyce (Institut für Nachhaltigkeit in Verkehr und Logistik) Szkoły Wyższej w Heilbronn w Niemczech. Punktem wyjścia dla opublikowanego przez autorów opracowania pt. *Studium rozumienia pojęcia, znaczenia i rozpowszechnienia „zielonej logistyki” w branży spedycyjno-logistycznej (Studie zu Begriffsverständnis, Bedeutung und Verbreitung „Grüner Logistik” in der Speditions- und Logistikbranche)*[1] było przypuszczenie, że wdrażanie tej koncepcji w praktyce napotyka na podstawową trudność, jaką jest niejednolite jej postrzeganie i definiowanie przez branżę oraz zróżnicowane motywy, jakimi kierują przedsiębiorcy pragnący nazywać siebie „zielonymi”. Przykład Niemiec jest tu o tyle ciekawy, że kraj ten cechuje wysoki poziom świadomości ekologicznej i odnosi on sukcesy na polu ochrony środowiska.

2. OPIS BADAŃ I CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ

Przeprowadzone przez pracowników naukowych Wyższej szkoły w Heilbronn badanie było badaniem ankietowym. Ankieta obejmowała cztery części, z czego w niniejszym opracowaniu zaprezentowane zostaną wyniki drugiej z nich, w której respondenci ujawnili swoje pojmowanie koncepcji zielonej logistyki i wyobrażenie o jej wdrażaniu. W ankiecie wzięło udział 108 niemieckich przedsiębiorstw branży logistyczno-spedycyjnej. 62% z nich miało formę spółki z o.o.,

¹Joanna Krzywda, Częstochowa, jkrzeminska@interia.pl

26% formę spółki z o.o. ze spółką komandytową, 4% stanowiły spółki akcyjne, a spółki komandytowe 2%, pozostałe 6% badanych przedsiębiorstw miało inne formy prawne. Ponad 42% badanych przedsiębiorstw w momencie badania zatrudniało ponad 200 pracowników, 12% z nich od 101 do 200, 14% - od 51 do 100, 23% od 11 do 50, a 9% do 10 pracowników. 65% badanych przedsiębiorstw ma najwyżej 5 filii, 16% - ponad 25 filii, 11% - od 11 do 25, 10% - od 6 do 10 filii. Większość badanych przedsiębiorstw oferuje klasyczne usługi typowe dla branży logistyczno-spedycyjnej, takie jak transport, przesyłki kurierskie, magazynowanie, transport ładunku częściowego (LTL) i transport ładunku kompletnego (FTL), przeładunek, obsługa celna, ale też inne, takie jak doradztwo w zakresie logistyki, kontrola jakości, konfekcjonowanie, prace montażowe, etykietowanie. Klienci badanych przedsiębiorstw pochodzili głównie z branży takich jak budowa maszyn, przemysł samochodowy, przemysł chemiczny, handel hurtowy i detaliczny. Geograficznie rzecz ujmując przedsiębiorstwa działają głównie na terenie Niemiec ale też w różnych częściach Europy Zachodniej, częściowo w Europie Wschodniej i Południowej. Wśród najważniejszych krajów, na których terenie prowadzą swoją działalność, badane przedsiębiorstwa wymieniały Francję, Hiszpanię oraz Turcję.

3. DEFINICJA „ZIELONEJ LOGISTYKI”

Jak wspomniano, w pierwszej części badania ustalono, w jaki sposób przedsiębiorcy branży spedycyjno-logistycznej pojmują koncepcję „zielonej logistyki”. Respondentom zaprezentowano trzy definicje z prośbą o zaznaczenie tej, która ich zdaniem najlepiej oddaje istotę zjawiska. Definicje te brzmiały następująco:

- a) „Zielona Logistyka” obejmuje wszystkie działania mające na celu optymalizację i redukcję tras oraz redukcję wykorzystania pojazdów, aby w ten sposób ograniczyć ruch samochodowy i związaną z nim emisję gazów.
- b) „Zielona Logistyka” obejmuje, oprócz działań opisanych w punkcie a), dodatkowe kroki mające na celu redukcję obciążeń dla środowiska wynikających z działań logistycznych związanych z przemieszczaniem i składowaniem, takie jak np. wykorzystanie energii geotermalnej w procesie magazynowania lub odpowiednią zmianę w doborze wykorzystywanych środków transportu.
- c) „Zielona Logistyka” oznacza świadome kreowanie przyjaznych środowisku produktów logistycznych, które w porównaniu z klasycznymi produktami logistycznymi oferują klientom wartość dodaną korzystną dla środowiska.

Przytoczone definicje prezentują trzy możliwości rozumienia pojęcia „zielonej logistyki”, o różnych zakresach. Definicja a) koncentruje się na poprawie wydajności ekonomicznej, która przy okazji ma przynieść korzyści ekologiczne. Efekty ekologiczne stanowią rodzaj efektu ubocznego efektów ekonomicznych i mogą być nawet niezamierzone. Podejmowane działania są motywowane przede wszystkim względami ekonomicznymi, jednak są sensowne ekologicznie (*lean is green*). Według definicji b) „zieloną logistykę” należy rozumieć nieco szerzej: działania opisane w definicji a) wzbogaca się tu o dodatkowe działania mające na celu ochronę środowiska naturalnego. Cele ekonomiczne i ekologiczne mogą tu być realizowane niezależnie. Pomiędzy tymi celami nie istnieje wprawdzie konflikt, jednakże nie są one też komplementarne. Motywacja do realizacji koncepcji zielonej logistyki rozumianej w ten sposób wynika z poczucia odpowiedzialności za środowisko ale też spodziewanej w dalszej przyszłości harmonii tych dwóch celów. Najbardziej dojrzałą jest definicja c), zgodnie z którą w centrum działań ekologicznych znajduje się klient z odpowiednio wykształconymi potrzebami i oczekiwaniami dotyczącymi ochrony środowiska naturalnego. Mogą one dotyczyć np. kompensacji emisji gazów cieplarnianych. Ekologia ma zatem na celu zaspokojenie potrzeb klientów i stanowi dla nich wartość dodaną.

Jak wynika z przeprowadzonej ankiety wśród niemieckich przedsiębiorców branży spedycyjno-logistycznej nie ma konsensusu co do pojmowania „zielonej logistyki”. Przeważają odpowiedzi, zgodnie z którymi za „zieloną logistykę” uznaje się już działania opisane w definicji a), choć i pozostałe odpowiedzi uzyskały dużo wskazań. (Respondenci mieli przy każdej z definicji z osobna zaznaczyć, w jakim stopniu się z nią zgadzają: „zgadzam się całkowicie”, „raczej się zgadzam”, „raczej się nie zgadzam”, „w ogóle się nie zgadzam”).

Brak jednolitej koncepcji potwierdzają też definicje tworzone *ad hoc* przez respondentów poproszonych o dodatkowy komentarz. Wśród definicji tych znalazły się następujące:

„Zielona logistyka obejmuje wszystkie czynności, które związane są z ewidencjonowaniem i kompensacją emisji gazów cieplarnianych w transporcie, magazynowaniu, podróżach służbowych i pozostałych sytuacjach, w których dochodzi do zużycia energii.”

„Zieloną logistykę należy rozumieć wszechstronnie; dotyczy ona wszystkich zdarzeń w przedsiębiorstwie, jak również w równym stopniu miejsc produkcji i urzędzeń.”

„Od normalnej logistyki zielona logistyka różni się ukierunkowaniem na środowisko kształtowaniem działań, procesów i produktów (np. poprzez paliwa alternatywne, bio-paliwa, nowatorskie przyczynki do optymalizacji i zmniejszenia emisji spalin. Spełnianie wymogów prawnych nie jest zieloną logistyką.”

Z jednej zatem strony świadomość ekologiczna w branży spedycji i logistyki jest jak najbardziej obecna, tzn. jej przedstawiciele przyznają, że szkodzą środowisku poprzez emisję gazów oraz hałas, z drugiej strony uważają oni, że mają przede wszystkim zaspokajać potrzeby swoich klientów, co ma im pozwolić przetrwać na rynku. 85% badanych przedsiębiorców nie widzi zasadniczo sprzeczności pomiędzy działalnością spedycyjno-logistyczną a działalnością ekologiczną. Co również ciekawe, 83% badanych przedsiębiorstw, według swojej własnej oceny, realizuje założenia zielonej logistyki, bez względu na to, jak ją rozumie.

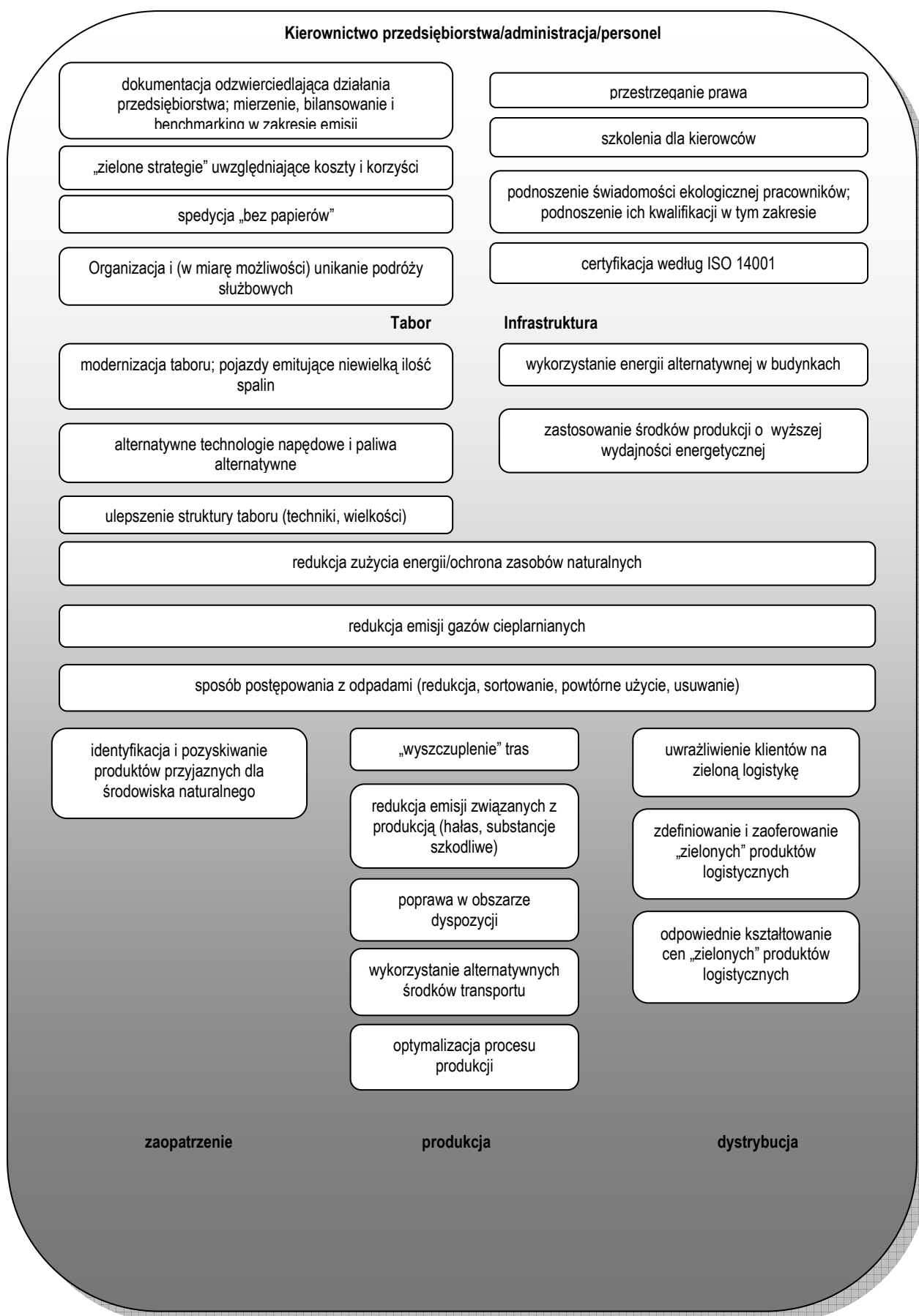
Wśród motywów leżących u podstaw realizowania koncepcji logistyki odwrotnej na pierwszym miejscu przedsiębiorcy wymieniają poczucie odpowiedzialności za środowisko naturalne i wysoką świadomość ekologiczną – tak było w przypadku 85% tych przedsiębiorców, którzy deklarują, że realizują koncepcję zielonej logistyki. Twierdzą oni przy tym, że ekologia i ekonomia idą tu w parze. Jako kolejną przyczynę podawano chęć zredukowania kosztów, potrzebę wypracowywania pozycji konkurencyjnej i spełnienia oczekiwań klientów. Ci, którzy deklarują, że nie realizują koncepcji zielonej logistyki uzasadniają swą pasywność w tym obszarze faktem, że do tej pory nie było takich wymagań prawnych, a koszty z tym związane są zbyt wysokie.

Jednocześnie respondenci spodziewają się, że w przyszłości zielona logistyka będzie elementem wzmacniającym pozycję konkurencyjną przedsiębiorstwa na rynku. Według większości badanych przyjazność dla środowiska naturalnego będzie tą cechą oferowanych usług, której znaczenie będzie rosło. Jednocześnie bardzo wysoko - i wyżej niż przyjazność dla środowiska - przedsiębiorstwa cenią inne cechy usług logistycznych, takie jak elastyczność, niezawodność, szybkość, pewność i cena. W szczególności duże znaczenie mają cena i niezawodność. Przedsiębiorcy uważają jednak, że w przyszłości przyjazność dla środowiska zyska na znaczeniu i stanie się tak ważna jak klasyczne cechy usług logistycznych, stanowiących o ich przewadze konkurencyjnej.

4. WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZIELONEJ LOGISTYKI

W następnej kolejności respondentów zapytano o to, kto ich zdaniem w przyszłości będzie formułował wymagania wobec przedsiębiorstw branży spedycyjno-logistycznej dotyczące ochrony środowiska: klienci, ustawodawca, czy społeczeństwo. W odpowiedzi na to pytanie ponad połowa ankietowanych zaznaczyła, że ich klienci wykazywali zainteresowanie aspektami związanymi z ochroną środowiska naturalnego i stawiali pewne wymagania dotyczące ekologii (np. prosili o informacje dotyczące posiadanych przez firmę certyfikatów środowiskowych, niektórzy byli proszeni o przedstawienie celów ekologicznych bądź polityki ekologicznej przedsiębiorstwa świadczącego im usługi). Niemniej, jak wynika z tej części badania, to nie klienci będą najważniejszą motywacją do wdrożenia rozwiązań przyjaznych środowisku naturalnemu. Najsilniejszy bodziec do podjęcia tego typu działań będzie miał swoje źródło w nowych regulacjach prawnych, których wprowadzenia przedsiębiorstwa branży logistycznej i spedycyjnej spodziewają się w najbliższym czasie. Przedsiębiorcy spodziewają się, że nacisk ten przybierze formę rozmaitych przepisów nakazujących i sankcji za ich nieprzestrzeganie.

Następnie ankietowane przedsiębiorstwa zostały poproszone o podanie najważniejszych wymagań, jakie stawia się i jakie będzie się stawiać przedsiębiorcom w związku z ochroną środowiska naturalnego. Do najważniejszych elementów, które mogą dotyczyć branży spedycyjnej i logistycznej, badani zaliczyli: redukcję zużycia energii i paliw, redukcję emisji gazów cieplarnianych, a także zmianę sposobu postępowania z odpadami. Zapytano też, jakich obszarów działalności przedsiębiorstwa najprawdopodobniej będą dotyczyły zmiany związane z wprowadzaniem koncepcji zielonej logistyki i gdzie konieczne będą konkretne działania. Poniższy schemat przedstawia poszczególne obszary przedsiębiorstwa oraz zadania, jakie przedsiębiorcy spodziewają się realizować w ich obrębie w związku z wdrażaniem koncepcji zielonej logistyki.



Rys. 1. Obszary przedsiębiorstwa oraz spodziewane zadania związane z realizacją koncepcji logistyki odwrotnej

Pierwsze z wymagań, którego spodziewają się przedsiębiorcy, dotyczy redukcji zużycia energii oraz oszczędnego obchodzenia się z zasobami naturalnymi i odnosi się do wszystkich obszarów przedsiębiorstwa: zarówno samego

kierownictwa i personelu, jak i taboru oraz infrastruktury. Podobnie rzecz ma się z wymaganiami dotyczącymi redukcji emisji gazów cieplarnianych oraz modyfikacji sposobów postępowania z odpadami (redukcja, sortowanie, powtórne użycie, usuwanie). Kolejne wymagania, jakim zdaniem przedsiębiorców będą musieli oni sprostać, wiążą się już ściśle z określonymi obszarami działalności. Obszarowi kierownictwa, administracji i personelu zostały przyporządkowane zadania związane ze zdefiniowaniem zielonej logistyki oraz opracowaniem „zielonych” strategii. Z drugiej strony przyporządkowano temu obszarowi również obowiązki wiążące się z prowadzeniem dokumentacji, która odzwierciedlałaby sposób realizacji przez przedsiębiorstwo koncepcji zielonej logistyki, ale także z organizacją podróży służbowych. W praktyce będzie to - zdaniem przedsiębiorców – polegało na tym, że kierownictwo wdrażające zieloną logistykę będzie dążyło do ograniczenia podróży służbowych na rzecz videokonferencji. Obszarowi kierownictwa i administracji przyporządkowano również zadanie mające na celu uwrażliwienie pracowników na sprawy ekologii oraz podnoszenie ich kwalifikacji w tym zakresie. W obszarze „tabor” znalazły się takie wymagania jak modernizacja floty. Dotyczy to przede wszystkim wykorzystania nowych rodzajów napędów (np. pojawiała się odpowiedź, że przedsiębiorstwa będą zmuszone stosować pojazdy hybrydowe, również na krótkich odcinkach) oraz paliwa alternatywne, przy czym punkt ciężkości spoczywać ma na zakupie pojazdów o ograniczonej emisji spalin. Przedsiębiorcy stawiali przy tym w ankiecie raczej na rodzaj wyposażenia pojazdów, w mniejszym stopniu na klasę emisji spalin. Obszarowi infrastruktury przyporządkowane zostały zadania związane z wytwarzaniem i wykorzystaniem energii alternatywnej w obszarze budynków przedsiębiorstwa (np. pojawiła się sugestia, zgodnie z którą na dachach budynków firmy oraz hal powinny zostać założone „solary”). W obszarze zaopatrzenia zdaniem przedsiębiorców będzie chodziło przede wszystkim o identyfikację i zdobycie takich przyjaznych środowisku naturalnemu produktów, które nie są związane z głównym obszarem działalności przedsiębiorstwa tzn. nie dotyczą zakupu pojazdów i paliwa, co zostało już uwzględnione w obszarze taboru. W obszarze produkcji (świadczenia usługi logistyczno-spedycyjnej) przedsiębiorcy spodziewają się wymagań dotyczących fizycznego i przestrzennego powiązania strumieni transportowanych dóbr, niekiedy mowa jest także o powiązaniu czasowym (wyszczuplenie tras), a także o ograniczeniu hałasu i emisji spalin. Poprawa w obszarze dyspozycji to redukcja pustych kursów, wzmożone zastosowanie telematyki, optymalizacja wykorzystania pojazdów, wykorzystanie alternatywnych środków transportu oraz transportu kombinowanego. W obszarze dystrybucji ankietowani widzą zadanie mające na celu uwrażliwienie klientów na „zielone” produkty logistyczne, ich zdefiniowanie oraz przygotowanie oferty i cennika.

Zdaniem przedsiębiorców w przyszłości zmieniać się będzie również nacisk, jaki kładzie się w związku z aspektami ekologicznymi na poszczególne obszary przedsiębiorstwa. W tabeli poniżej przedstawiono procentowy udział poszczególnych obszarów przedsiębiorstwa w realizacji zadań „zielonej logistyki” dziś oraz spodziewaną zmianę w tych obszarach w przyszłości.

Tab. 1. Obszary przedsiębiorstwa i ich procentowy udział w realizacji zadań związanych z „zieloną logistyką obecnie i w przeszłości według niemieckich przedsiębiorców branży logistyczno-spedycyjnej

zadania obejmujące wszystkie obszary przedsiębiorstwa	obecnie	w przyszłości
redukcja zużycia energii/ochrona zasobów naturalnych	17,99%	11,39%
redukcja emisji gazów cieplarnianych	11,51%	8,23%
sposób postępowania z odpadami	4,32%	3,80%
poszczególne obszary przedsiębiorstwa		
administracja/personel	12,23%	19,62%
tabor	12,95%	15,82%
infrastruktura	2,88%	8,23%
zaopatrzenie	1,44%	0,63%
produkcja	33,09%	27,85%
dystrybucja	3,6%	4,43%
suma	100,00%	100,00%

Najbardziej zauważalna z przewidywanych przez przedsiębiorców zmian dotyczy zmniejszenia udziału zadań wspólnych dla całego przedsiębiorstwa w ogólnej liczbie zadań związanych z zieloną logistyką. Zmalaje zatem znaczenie ograniczania zużycia energii i ochrona zasobów naturalnych, a także redukcji emisji gazów cieplarnianych, które ma realizować całe przedsiębiorstwo. Za zadania związane z realizacją zielonej logistyki odpowiadać będzie personel i to jemu przypisane zadania zaczną odgrywać coraz większą rolę. Ponadto z tabeli wynika, że generalnie zadania związane z zieloną logistyką w poszczególnych obszarach przedsiębiorstw będą raczej się kurczyły, z wyjątkiem obszaru produkcji, gdzie obecnie dominuje troska o redukcję emisji spalin, a w przyszłości – zgodnie z przewidywaniami przedsiębiorców – będzie raczej chodziło o poprawę w obszarze dyspozycji i właśnie to zadanie będzie miało największy udział procentowy we wszystkich zadaniach związanych z zieloną logistyką w przedsiębiorstwie (27,85% wszystkich zadań). Ponadto przedsiębiorcy spodziewają się też wzrostu ilości zadań np. w obszarze administracji. Pojawiły się też głosy, że coraz większe znaczenie będzie miała dokumentacja odzwierciedlająca działania przedsiębiorstwa w obszarze zielonej logistyki, bilansowanie i benchmarking. Oznacza to zatem, że przedsiębiorstwa spodziewają się wzrostu wymagań dotyczących samej dokumentacji, która ma odzwierciedlać starania przedsiębiorstwa w zakresie ochrony środowiska, niekoniecznie zaś takich działań *sensu stricto*. Będzie też – zdaniem przedsiębiorców – rosło znaczenie stosowanej w budynkach energii, które jednak i tak nie będzie w stosunku do pozostałych zadań jakoś szczególnie istotne.

5. ZIELONE PRODUKTY

Kolejne pytanie ankiety dotyczyło produktów zielonej logistyki. W tej części badania ustalono, czym zdaniem ankietowanych produkty zielonej logistyki różnią się od tradycyjnych produktów logistycznych. Pytano też, czy takie produkty znajdują się w ofercie przedsiębiorstwa, a jeśli nie, to czy w przyszłości przedsiębiorstwa zamierzają ją o nie poszerzyć. Respondentów poproszono o zaznaczenie na podanej liście cech, które ich zdaniem kwalifikują daną usługę logistyczno-spedycyjną jako „zieloną”. Na liście tej znalazły się:

- efektywne wykorzystanie zasobów naturalnych,
- redukcja obciążeń dla środowiska,
- redukcja emisji gazów cieplarnianych,
- przejrzystość,
- korzyści dla klienta.

Pierwszą i najważniejszą cechą „zielonych” produktów logistycznych jest – zdaniem badanych przedsiębiorstw – efektywne wykorzystanie zasobów naturalnych. Zielone produkty logistyczne powstają w systemach logistycznych charakteryzujących się racjonalnym wykorzystaniem zasobów naturalnych połączonym z wydajnością ekonomiczną. I tak np. obniżenie poziomu wykorzystania pojazdów prowadzi siłą rzeczy do zmniejszenia obciążenia środowiska. Ten element jest spójny zresztą ze sposobem postrzegania zielonej logistyki ukazanej w części badań poświęconej definicji. Jako drugą co do ważności cechę zielonych produktów przedsiębiorcy podawali zmniejszenie obciążeń dla środowiska naturalnego. Występuje ono wprawdzie przy pierwszej cesze, tutaj jednak tym różni się od pierwszej, że ma już konkretną ekologiczną motywację, a efekt ekologiczny nie jest efektem ubocznym efektu ekonomicznego, lecz jest osiągnięty świadomie i jest zamierzony. Kolejną co do częstotliwości podawania cechą była przejrzystość rozumiana jako prawidłowe dokumentowanie działań ekologicznych podejmowanych przez przedsiębiorstwo, odzwierciedlające jego starania w tym zakresie i dające możliwość odtworzenia danych dotyczących środowiska naturalnego gromadzonych w przedsiębiorstwie przez osoby trzecie. Te pierwsze trzy cechy zielonych produktów są jednak trudno mierzalne. Nie wystarczy bowiem dokonywać pomiarów poziomu emisji gazów cieplarnianych, nawet w dłuższych okresach, bo ten może wprawdzie spadać dla danego przedsiębiorstwa, może się jednak okazać, że w porównaniu z innymi przedsiębiorstwami nadal jest wysoki. Jak zauważają autorzy przeprowadzonego badania, konieczne by tu było ustalenie norm np. w postaci pewnych standardowych produktów logistycznych, które byłyby punktem odniesienia i byłyby wszystkim znane. Byłyby to ‘zwykłe’, ‘tradycyjne’ produkty, którym można by przeciwstawić produkty „zielone”, musiałyby też powstać standardy i systemy certyfikowania zielonych produktów logistycznych. Jak zauważają sami ankietowani samo słowo „zielony” już teraz bywa nadużywane w celach marketingowych i trzeba podjąć działania, które ograniczyłyby takie procedury w przyszłości. Ostatnią cechą zielonych produktów logistycznych jest użyteczność dla klienta, co oznacza, że produkty te powstają jako odpowiedź na szczególne wymagania klienta w zakresie ekologiczności i są przez tych klientów lepiej akceptowane. Nie dziwi, że cecha ta znalazła się na ostatnim miejscu, świadczy to bowiem o tym, że przedsiębiorstwa branży logistyczno-spedycyjnej spodziewają się, że świadomość ekologiczna ich klientów i ich wymagania w tym zakresie nie będą wzrastały zbyt szybko.

Kolejna część ankiety dotyczyła oferty zielonych produktów logistycznych. Na pytanie, czy posiadają w swojej ofercie „zielone” produkty logistyczne, 25% pytanych przedsiębiorców odpowiedziało „tak”, a pozostałe 75% - „nie”. 24% tych przedsiębiorstw, które nie mają „zielonych” produktów w swojej ofercie, planuje ich wprowadzenie w najbliższej przyszłości. Tak niewielki odsetek przedsiębiorstw, które nie mają „zielonych” produktów w ofercie to efekt tego, że zielona logistyka to w dalszym ciągu dla przedsiębiorstw temat nowy i nie jest to nic zaskakującego. Dziwi jednak, że tak niewiele przedsiębiorstw chce ją wprowadzić, szczególnie w świetle podanych wyżej wyników ankiety, zgodnie z którymi przedsiębiorstwa spodziewają się, że będzie to konieczne, bo wpływające z regulacji prawnych i - zgodnie z przewidywaniami ich samych - będzie wzrastała rola zielonej logistyki, a także pojawi się konieczność świadczenia usług logistycznych uwzględniających potrzeby środowiska naturalnego. Podsumowując, przedsiębiorstwa spodziewają się konieczności zmian, nie są jednak skłonne wykorzystać czasu, jaki im pozostał do tego, aby zacząć wykorzystywać swój potencjał w tym zakresie, tzn. poszerzać ofertę o zielone produkty logistyczne. Wydaje się, że większość jest zdecydowana biernie czekać. Jednocześnie przecież prawie 4/5 podało, że już wdraża zieloną logistykę. Wynika stąd jasno, że odpowiadające przedsiębiorstwa widzą różnicę pomiędzy „uprawianiem” zielonej logistyki a ofertą zielonych produktów logistycznych.

6. POTENCJAŁ

Ten rozdział zdaje się potwierdzać dalsza część badania, w której zapytano o to, w jakich obszarach przedsiębiorstwa widzą największy potencjał dla zielonej logistyki. I tu znowu do głosu dochodzi skłonność przedsiębiorców do łączenia celów ekonomicznych i ekologicznych. Ponad 90% widzi taki potencjał w modernizacji taboru, a 80% - w wyszczupleniu przewozów. W dalszej kolejności znalazły się szkolenia dla kierowców oraz planowanie tras przejazdów wspomagane systemami IT – szanse w tym obszarze widzi 58% badanych. Bardzo wielu przedsiębiorców, bo aż 94%, uważa jednak, że wprowadzenie tych zmian jest utrudnione przez czynniki zewnętrzne, które są niezależne od nich, takich jak np. wąskie gardła i korki. Do innych przyczyn utrudniających wprowadzanie koncepcji zielonej logistyki na gruncie praktycznym badani przedsiębiorcy zaliczyli np. utrudnienia ze strony infrastruktury w miejscach przeładunku, jak np. chociażby ściśle określone godziny, w których można dokonać wyładunku, a jako kolejną przyczynę podawali brak alternatywnej oferty alternatywnych środków transportu na rynku, co oznacza, że np. przedsiębiorstwa chcące skorzystać z transportu szynowego i kołowego, mają trudności ze znalezieniem odpowiedniej oferty transportu szynowego. Dwie

ostatnie przeszkody we wdrażaniu zielonej logistyki to trudności określone przez ankietowanych hasłami „polityka”, pod którym kryją się prawne wymagania dotyczące np. czasów postojów na odpoczynek oraz brak jednolitych regulacji i harmonizacji w krajach europejskich a także „oczekiwania klientów”, którzy pragnęliby, aby usługi realizowane były jak najszybciej, co paradoksalnie nie jest możliwe np. ze względu na wyznaczone godziny dostaw.

7. WNIOSKI

Niniejsze opracowanie miało na celu pokazanie, jak przedsiębiorstwa branży logistyczno-spedycyjnej postrzegają możliwość realizowania koncepcji zielonej logistyki w praktyce. Wybór padł tutaj na przedsiębiorstwa niemieckie, co było zdeterminowane przede wszystkim rzecz jasna dostępem do tak ciekawych i solidnych badań, lecz też – co ważniejsze – faktem, że niemieckie przedsiębiorstwa bywają pod względem świadomości ekologicznej i dbałości o środowisko naturalne uznawane za pewien wzór do naśladowania. Badania pokazały, że nawet w takim środowisku koncepcja ta nie ma jeszcze ugruntowanej pozycji. Przypomnijmy: wśród ankietowanych przedsiębiorców dominuje pojęcie zielonej logistyki oparte na komplementarności celów ekologicznych i ekonomicznych, choć wielu z nich jest świadomych, że samo „lean” to za mało, aby można było mówić o „green” i że konieczne jest podejmowanie innych, nieco szerszych działań. Jednocześnie ponad 80% przedsiębiorstw uważa, że już jest zaangażowanych w zieloną logistykę. Motywacja do podejmowania tych „zielonych działań” jest różna, przede wszystkim jednak jest to poczucie odpowiedzialności za losy środowiska naturalnego. Przedsiębiorstwa rozróżniają przy tym pomiędzy „zieloną aktywnością” a zielonymi produktami logistycznymi, które oferowane są przez stosunkowo niewielką liczbę przedsiębiorstw. Ta bierność przedsiębiorstw i brak gotowości do tworzenia „zielonej oferty” stoi w sprzeczności z oczekiwanym przez przedsiębiorców wzrostem znaczenia przyjazności dla środowiska oferowanych usług logistycznych. Tym bardziej jest to zaskakujące, że prawie połowa została już skonfrontowana z zagadnieniem „zielonej logistyki” przez swoich klientów. Być może wynika to z faktu, że przedsiębiorstwa bardziej obawiają się obostrzeń natury prawnej i koncentrują swoje siły, aby przede wszystkim uniknąć problemów na tym polu. Przedsiębiorstwa spodziewają się, że w ramach wprowadzania „zielonej logistyki” – jakkolwiek by jej nie rozumiały – będą musiały przede wszystkim dokonać zmian w obszarze produkcji. Dominuje przekonanie, że konieczne będzie ograniczenie ilości zużywanej energii, oraz ochrona zasobów naturalnych połączona z ograniczeniem emisji gazów cieplarnianych. W obszarze taboru spodziewają się, że będą musieli korzystać z paliw alternatywnych i nowych alternatywnych napędów. Postawa niemieckich przedsiębiorców jest zatem w pewnej mierze naturalna i zrozumiała, trzeba wziąć też pod uwagę, że badano raczej deklarowaną postawę niż stan faktyczny, niemniej widać tu wyraźnie, że przedsiębiorstwa te powoli osławają się z zieloną logistyką.

8. BIBLIOGRAFIA

- [1] Lohre D., Herschlein S. *Studie zu Begriffsverständnis, Bedeutung und Verbreitung „Grüner Logistik” in der Speditions- und Logistikbranche*, Bonn, Deutscher Spedition- und Logistikverband e.V., Bonn, 2010.