

*Justyna Jankowska**

STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W PRZEDSIĘBIORSTWACH USŁUG SPEDYCYJNYCH

SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY IN FORWARDING ENTERPRISES

Summary

Enterprises striving to raise their profile can implement strategy of balanced development. This strategy creates new opportunities for enterprises, nevertheless; it requires from them to overcome many obstacles.

The purpose of this paper is to prove that forwarding enterprises can shape their organization according to strategy of balanced development by using new opportunities and overcoming impediments.

This paper consists of three parts. First part includes definition of balanced development. The second one explains the issues related to specific of forwarding enterprises. Finally, in the third and four part there is a diagnosis of opportunities to use and obstacles to overcome by firms while strategy of balanced development is implemented.

1. Uwagi wstępne

Zrównoważony rozwój stanowi element potencjału, który może zostać wykorzystany przez przedsiębiorstwa do poprawy przewagi konkurencyjnej. Przepisy prawne nie obligują przedsiębiorców do wdrażania zrównoważonej strategii rozwoju. Jednak przedsiębiorstwa, które się od strategii zrównoważonej odłączają, tracą pozytywny wizerunek i zaufanie społeczeństwa, a tym samym przewagę konkurencyjną.

Celem artykułu jest udowodnienie tezy, że przedsiębiorstwa spedycyjne mogą kształtować swoją działalność zgodnie ze strategią zrównoważonego roz-

* mgr, doktorantka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Katedra Polityki Przemysłowej i Ekologicznej.

woju. Mogą wykorzystywać do tego szanse pojawiające się wraz z dostosowaniem kluczowych obszarów działalności do założeń zrównoważonego rozwoju oraz niwelować pojawiające się bariery. Referat ma przedstawić wpływ strategii zrównoważonego rozwoju na potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa spedycyjnego.

Pierwsza część opracowania przybliży zagadnienia dotyczące zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa. Są w niej wymienione kluczowe obszary, które przedsiębiorstwo powinno zidentyfikować, a także działania, które musi podjąć w celu wprowadzenia działalności zrównoważonej.

W części drugiej zaprezentowano możliwości, jakie niesie ze sobą wprowadzenie strategii zrównoważonego rozwoju. Przedsiębiorstwo spedycyjne w trakcie wdrażania idei zrównoważonego rozwoju może wykorzystywać pojawiające się szanse, ale również napotka na szereg barier. Dlatego w części trzeciej zaprezentowano, w jaki sposób szanse zrównoważonego rozwoju mogą zostać wykorzystane do ugruntowania przewagi konkurencyjnej.

2. Cechy zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa

Etyczne zachowania biznesowe w przeszłości były wymuszane najczęściej przez połączone siły ekspertów od ochrony środowiska, prawników oraz przedstawicieli partii politycznych. Zasada zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa, która polega głównie na współpracy ze społeczeństwem oraz ochronie środowiska, pojawiła się realnie w gospodarce światowej dopiero w dekadzie lat 90-tych XX wieku [Laszlo 2008, s.32].

Unia Europejska pierwszą strategię dotyczącą trwałego rozwoju przyjęła w Göteborgu w 2001 roku. Główne cele zawarte w odnowionej w 2006 roku strategii to [Odnowiona strategia...2006, s. 3-4]:

- 1) Ochrona środowiska naturalnego.
- 2) Sprawiedliwość i spójność społeczna.
- 3) Dobrobyt gospodarczy.
- 4) Realizacja zobowiązań Unii Europejskiej w skali międzynarodowej.

Strategia trwałego rozwoju Unii Europejskiej określa 7 głównych wyzwań, które stoją przed krajami członkowskimi [Odnowiona strategia...2006, s.7-21]:

- 1) Zmiany klimatu i czysta energia.
- 2) Zrównoważony transport.
- 3) Zrównoważona konsumpcja i produkcja.
- 4) Ochrona zasobów naturalnych i gospodarowanie nimi.
- 5) Zdrowie publiczne.
- 6) Integracja społeczna, demografia i migracja.
- 7) Wyzwania w zakresie globalnego ubóstwa i trwałego rozwoju.

W Polsce oprócz wytycznych UE dotyczących zrównoważonego rozwoju obowiązuje ustawa o ochronie środowiska. Zrównoważony rozwój to taki rozwój społeczno – gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej. Ważna jest też trwałość podstawowych procesów przyrodniczych w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno obecnego, jak i przyszłych pokoleń [Prawo ochrony środowiska 2001 z późn. zm.].

Kluczowymi obszarami w działaniach zrównoważonego rozwoju zgodnie ze standardami zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa są [Projekt standardu ISO 26000]:

- 1) Ład organizacyjny.
- 2) Prawa człowieka, czyli wszystkie prawa, które przysługują ludziom z samego faktu bycia osobami obdarzonymi godnością.
- 3) Relacje z pracownikami, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji.
- 4) Środowisko przyrodnicze.
- 5) Uczciwe praktyki rynkowe.
- 6) Relacje z konsumentami.
- 7) Zaangażowanie społeczne i rozwój.

Ład organizacyjny według zasad zrównoważonego rozwoju to przede wszystkim transparentność, przejrzystość, otwartość oraz etyczne postępowanie. Przedsiębiorstwo musi być odpowiedzialne za podjęte zobowiązania i uwzględniać istnienie i potrzeby interesariuszy. Wykorzystanie zasobów przedsiębiorstwa powinno być efektywne. Zarządzający powinni dbać o odpowiedni poziom reprezentacji kobiet w kadrze zarządzającej [Projekt standardu ISO 26000].

Przedsiębiorstwo powinno zagwarantować pracownikom prawo do swobodnego zrzeszania się w związki zawodowe i układy zbiorowe. Należy eliminować wszelkie formy pracy przymusowej, pracy dzieci oraz wszelkie formy dyskryminacji w środowisku pracy.

Wszystkie osoby wykonujące pracę na rzecz organizacji muszą ją wykonywać na podstawie stosownej umowy. Należy uznać znaczenie bezpieczeństwa zatrudnienia zarówno dla indywidualnego pracownika, jak i społeczeństwa, jako całości [Projekt standardu ISO 26000].

Do najważniejszych zadań w zakresie ochrony środowiska należą: ograniczenie zużycia surowców i energii, ograniczenie produkcji niebezpiecznych odpadów oraz innego rodzaju zanieczyszczeń oraz świadomość ich wpływu na zmiany klimatu. Przedsiębiorstwa muszą dbać o ochronę i odbudowywanie naturalnych ekosystemów, unikalnych zasobów środowiska, poszanowanie dla różnorodności biologicznej [Projekt standardu ISO 26000].

W sferze uczciwych praktyk rynkowych należy wprowadzić walkę z korupcją, defraudacją i praniem brudnych pieniędzy, odpowiednie zaangażowanie w sferze publicznej, uczciwą konkurencję, poszanowanie prawa własności oraz niepraktykowanie zmów cenowych [Projekt standardu ISO 26000].

Klienci stanowią najważniejszy dla przedsiębiorstwa element otoczenia. Od nich bezpośrednio zależy kondycja jednostki. Dlatego też jednostka powinna zagwarantować uczciwy i przejrzysty marketing, dostęp do informacji oraz uczciwość procesu zawierania umów. Przedsiębiorstwo powinno również zadbać o ograniczenie ryzyka wynikającego z użytkowania wyrobów i usług poprzez odpowiednie projektowanie, klauzule informacyjne, serwis dla użytkowników oraz procedury reklamacji. Powinno również stymulować zrównoważoną konsumpcję.

Niezmiernie ważne we wprowadzaniu strategii zrównoważonego rozwoju są relacje z innymi organizacjami, w tym społecznymi, obecnymi na obszarze działania przedsiębiorstwa oraz przyczynianie się do poprawy jakości życia w jego wszystkich wymiarach. Konieczne jest podejmowanie inwestycji społecznych, które nawiązują do działalności przedsiębiorstwa, także we współpracy z organizacjami pozarządowymi [Projekt standardu ISO 26000].

Przedsiębiorstwo w celu wdrażania strategii zrównoważonego rozwoju powinno zwrócić uwagę w swojej działalności na wszystkie siedem omówionych obszarów zrównoważonego rozwoju i zadbać o realizację założonych zrównoważonych zadań w każdym z nich.

W Unii Europejskiej przedsiębiorstwa powinny działać zgodnie z wytycznymi strategii trwałego rozwoju Unii. Pewne wytyczne strategii są przez przedsiębiorstwa realizowane całkowicie, natomiast z wprowadzeniem innych są znaczne problemy.

W październiku 2007 roku sporządzono sprawozdanie z realizacji strategii zrównoważonego rozwoju w Unii Europejskiej. Oceniono jakie postępy osiągnęła Unia w realizacji głównych 7 wyzwań trwałego rozwoju [Sprawozdanie okresowe...2007, s. 4-12].

Unia Europejska, a tym samym przedsiębiorstwa posiadające siedzibę na jej terenie, zmniejszyła emisję gazów cieplarnianych. Niezadowolające jest natomiast wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych [Sprawozdanie okresowe...2007, s. 4].

Państwa członkowskie podjęły szereg działań poświęconych poszczególnym aspektom zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Oceniono, że przedsiębiorstwa mogą zrobić jednak jeszcze więcej. Przyszłe działania powinny obejmować wdrożenie zintegrowanej polityki produktu, wspieranie ekologicznych zamówień, rewizję programu oznakowania ekologicznego oraz wspieranie badań nad produktami i procesami produkcyjnymi o mniejszym zużyciu materiałów [Sprawozdanie okresowe...2007, s. 7].

Sytuacja poszczególnych zasobów naturalnych, takich jak woda, powietrze i gleba, a także sytuacja w odniesieniu do różnorodności biologicznej i rybołówstwa, jest zróżnicowana i złożona. Na państwach członkowskich spoczywa jednak szczególna odpowiedzialność za pogodzenie przy pomocy lepszego planowania potrzeb związanych z zagospodarowaniem i rozwojem przestrzennym, z zachowaniem różnorodności biologicznej i świadczeń ekosystemowych [Sprawozdanie okresowe...2007, ss. 8-10].

W wyzwaniu dotyczącym zdrowia publicznego kraje członkowskie muszą kontynuować działania mające na celu przeciwdziałanie zachorowalności na choroby uwarunkowane stylem życia [Sprawozdanie okresowe...2007, s. 10].

W dziedzinie integracji społecznej, demografii i migracji wszystkie państwa członkowskie przygotowały i realizują odpowiednie strategie. Zakres i harmonogram wyzwań w tym zakresie różnią się znacznie w poszczególnych krajach w zależności od potrzeb [Sprawozdanie okresowe...2007, s. 11-12].

W sprawozdaniu stwierdzono również, że w dziedzinie transportu w UE, pomimo ujęcia transportu w głównych celach strategii trwałego rozwoju, nie są jeszcze stosowane zasady zrównoważonego rozwoju. Wskazano możliwości podjęcia dalszych kroków w celu zrównoważenia transportu. Środkami tymi są: promowanie technologii efektywnego wykorzystywania paliw, bardziej ekologiczne systemy napędowe, przyjazne dla środowiska i zużywające mniej energii środki transportu, zaostrzenie standardów emisji zanieczyszczeń i gazów cieplarnianych dla wszystkich środków transportu, kontynuacja sporządzania map hałasu oraz środki w celu redukcji hałasu wywołanego przez transport, działania na rzecz mobilności w mieście, optymalne wykorzystanie logistyki oraz opracowanie metod pobierania opłat infrastrukturalnych [Sprawozdanie okresowe...2007, s. 5-6].

3. Charakterystyka potencjału konkurencyjnego zrównoważonego rozwoju

Przedsiębiorstwo oznacza pewne, mające cel zarobkowy przedsięwzięcie gospodarcze, które cechuje element organizacyjny i trwałość bytu, służąca trwałemu prowadzeniu działalności gospodarczej [Hopej, Martan 1999, s. 51]. Posiada ono pewien potencjał, który wykorzystuje do swojego rozwoju. Dzięki odpowiedniemu wykorzystaniu potencjału oraz wprowadzeniu odpowiedniej strategii przedsiębiorstwo dąży do uzyskania przewagi konkurencyjnej.

Tworzenie strategii konkurencyjnej odbywa się w dwóch obszarach [Kłęczek, Kowal, Woźniczka 1996, s. 24-27 i 228]:

- strategii cenowych - zespołu działań mających na celu utrzymywanie poziomu cen poniżej poziomu osiąganego przez przedsiębiorstwa współzawodniczące o udział w rynku i wielkość sprzedaży lub uzyski-

wanie, przy zachowaniu standardów jakości, kosztów jednostkowych poniżej kosztów przeciwników w grze rynkowej;

- strategii pozacenowych - charakteryzujących się wzrastającą rolą polityki promocyjnej i public relations, instrumentów wyróżniania firmy, jej oferty lub produktu spośród przedsiębiorstw konkurencyjnych.

Wybór strategii cenowych jest od kilku lat mocno krytykowany przez teoretyków i praktyków marketingu jako najbardziej wyniszczający sposób osiągnięcia sukcesu na rynku, zarówno przez strony konfliktu, jak i potencjalnych nabywców.

Wybór strategii pozacenowej traktuje się natomiast jako podstawę do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej za pomocą określonej kombinacji możliwości i kwalifikacji (zasobów) ograniczających zakres rynków, na których firma może skutecznie konkurować, a także ofert, za pomocą których może to zadanie wykonać. Sukces przedsiębiorstwa postrzega się jako „właściwe użycie posiadanych (lub możliwych do nabycia) zasobów na właściwym rynku, tzn. na takim, gdzie istnieje rozpoznana potrzeba, która może być zaspokojona przez ofertę możliwą do uzyskania z posiadanych zasobów (nie istnieją na nim oferty lepsze od planowanej). Taka oferta będzie w stanie wytrzymać konkurencję” [Kłeczek, Kowal, Woźniczka 1996, s. 27].

Strategiczna pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa może zostać ugruntowana poprzez [Nasierowski, Nowakowski 1994, s. 15]:

- utrzymanie istniejącej pozycji rynkowej,
- kontrolowanie jakości w wytwarzaniu produktów,
- pójście w ślad za klientem zagranicznym i za konkurentami zagranicznymi,
- podtrzymanie wzrostu (zwiększenie wielkości, wolumenu, korzyści skali),
- poprawienie zyskowności (zarówno krótko-, jak i długookresowej),
- zmniejszenie kosztu wytworzenia produktu,
- utrzymanie wysokiego stopnia terminowości realizacji zamówień,
- wprowadzenie strategii zrównoważonego rozwoju,
- wprowadzenie w konkurencyjności zrównoważonej rywalizacji.

Zgodnie z koncepcją marketingu partnerskiego „przedsiębiorstwo, pracownicy i klienci tworzą system, którego poszczególne elementy znajdują się w dynamicznym związku” [Mazurek-Łopocińska 1996, s. 10-12]. Tak więc, orientacja na klientów i pracowników traktowanych jako klienci nabiera wagi centralnego aspektu gry konkurencyjnej.

Przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwo może zyskać dbając w otoczeniu o opinię organizacji przyjaznej, której strategia opiera się na etyce biznesu i lojalności względem partnerów oraz klientów. Taka klasa organizacji nosi miano przedsiębiorstw szlachetnych [Lloyd 1994, s. 73]. Jednostki szlachetne

systematycznie reformując swoje działania, stawiają sobie za wartość priorytetową lojalność klientów, eliminując nienormalność i korupcję [Reichheld 1996, ss. 27-37].

Strategia konkurencyjna przedsiębiorstwa powinna być ukierunkowana na zrównoważony rozwój przedsiębiorstw, który w swojej definicji zawiera wszystkie sposoby walki z konkurentami od poprawy jakości produktu lub usługi, poprzez dbałość o środowisko, aż do uzyskania miana przedsiębiorstwa działającego etycznie.

4. Oddziaływanie strategii zrównoważonego rozwoju na potencjał rozwoju przedsiębiorstwa spedycyjnego

Wprowadzanie podwyższonego poziomu zasad etycznych, zorientowanie na ludzi oraz ochrona środowiska składają się na strategię zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa. Jak się wydaje, również przedsiębiorstwa spedycyjne mogą wprowadzić w swojej działalności strategię zrównoważonego rozwoju.

Spedycja to działalność obejmująca wszystkie czynności potrzebne do bezpiecznego, terminowego i ekonomicznego przesłania ładunku, z wyjątkiem samego przewozu odpowiednio dobranym środkiem transportu. Spedycja nie jest przewozem, a spedytor w istocie swej funkcji usługowej nie transportuje ładunków, lecz zajmuje się ich przesłaniem, zorganizowaniem ich transportu. Przedsiębiorstwa spedycyjne prowadząc swoją działalność mogą, a nawet powinny wprowadzać strategię zrównoważonego rozwoju [Transport międzynarodowy 1996, s. 303].

Do najważniejszych działań spedycyjnych, które mogą zostać dostosowane do wymogów działalności zrównoważonej, należą [Szczepaniak 1996, ss. 303-304] :

- poradnictwo spedycyjne, czyli udzielenie eksporterowi lub importerowi fachowych porad w sprawach transportu,
- przygotowanie ładunku do przewozu (pakowanie, sortowanie, liczenie, mierzenie, znakowanie, cechowanie),
- konsolidowanie ładunków, czyli zbieranie drobnych partii ładunkowych w jednostki większe i proces odwrotny - dekonsolidacja,
- dostarczanie ładunku do miejsca załadunku na główny środek transportu,
- sporządzanie oraz kompletowanie dokumentów transportowych i innych,
- zawieranie umów o przewóz z przewoźnikami oraz innymi przedsiębiorstwami wykonującymi określone usługi techniczno wykonawcze na rzecz ładunku,
- składowanie towaru,

- załadunek i wyładunek towarów w różnych relacjach przeładunkowych,
- ubezpieczenie towarów,
- opieka nad ładunkiem w czasie przewozu (konwojowanie),
- przyjmowanie lub przekazywanie ładunków przewoźnikowi (tzw. czynności zdawczo-odbiorcze),
- awizowanie, czyli informowanie zleceniodawcy o bieżącym stanie i miejscu pobytu ładunku na trasie,
- stwierdzenie ilości i jakości przesyłanego ładunku oraz zabezpieczenie interesu zleceniodawcy w przypadku uszkodzeń lub ubytku ładunku,
- zgłaszanie ładunku do kontroli celnej i załatwianie spraw związanych z innymi urzędowymi czynnościami oraz przygotowywanie towarzyszących temu dokumentów,
- w przypadku decyzji klienta o dodatkowym (poza OC spedytora) ubezpieczeniu towarów załatwianie formalności w agencjach ubezpieczeniowych.

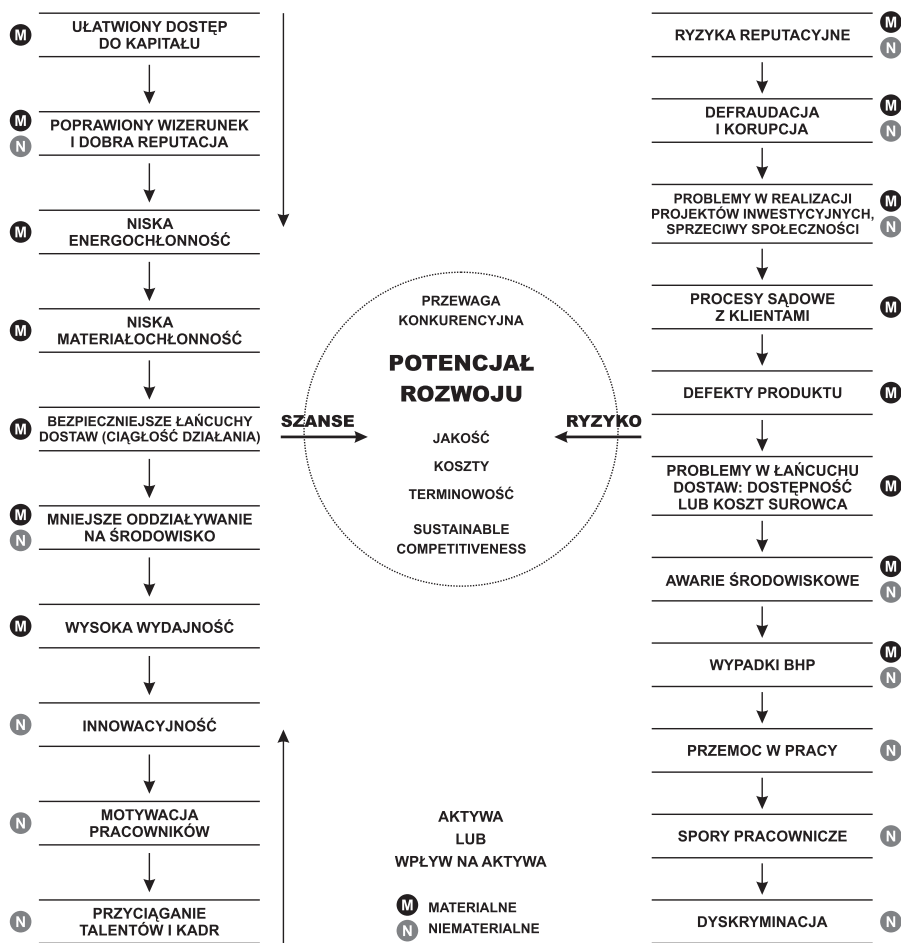
W każdym z wymienionych zadań spedycyjnych można zadbać o wprowadzenie czynności zgodnych z zasadą zrównoważonego rozwoju. Spedytor może dbać o ochronę środowiska zmniejszając ilość zużywanych materiałów opakowaniowych, czy ilość materiałów biurowych. Może korzystać z usług podwykonawców dbających o ochronę środowiska, którzy używają taboru spełniającego najwyższe normy ekologiczne, np. spalania paliw.

Przedsiębiorstwo spedycyjne, wprowadzając zrównoważoną działalność, powinno zwrócić szczególną uwagę na towar, który jest powierzony spedytorem przez zleceniodawców i magazynowany, a także przeładowywany, by czynności spedycyjne nie spowodowały uszkodzenia towaru, a tym samym zanieczyszczenia środowiska.

Wszystkie wymienione czynności spedycyjne wymagają kontaktów międzyludzkich. Spedytor powinien dbać o zachowanie jak najwyższych zasad etycznych bez względu na to, czy kontaktuje się z klientami, podwykonawcami, dostawcami, czy szeroko pojętym otoczeniem społecznym.

Przedsiębiorstwa spedycyjne, stawiające sobie za cel wprowadzenie strategii zrównoważonego rozwoju, stają przed szeregiem szans, ale również napotykają na dużą liczbę barier w działalności gospodarczej. Zestawienie szans i rodzajów ryzyka w działalności przedsiębiorstwa oraz ich wpływ na potencjał przedsiębiorstwa przedstawione zostało schematycznie na rysunku 1 z podziałem na szanse i ryzyka o charakterze materialnym i niematerialnym.

Rysunek 1. Szanse i ryzyka zrównoważonego rozwoju



Źródło: [Gasiński, Piekalski 2008, s. 64].

Przedsiębiorstwa usług spedycyjnych, wdrażające strategię zrównoważonego rozwoju, muszą być przygotowane na fakt, że szanse i bariery pojawiające się w trakcie zrównoważonej reorganizacji przedsiębiorstwa mają wpływ na potencjał tego przedsiębiorstwa.

Jednym z elementów przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa jest jakość produktu lub świadczonej usługi. Przedsiębiorstwa spedycyjne świadcząc usługi wysokiej jakości dążą do poprawy wizerunku jednostki i jej dobrej reputacji. Muszą dbać o to, by usługi przez nie wykonywane spełniały oczekiwania klientów. Szansą w procesie wprowadzania zrównoważonego rozwoju, którą można wykorzystać w celu zwiększenia jakości usługi spedycyjnej, jest również in-

nowacyjność, czyli wykorzystanie postępu technicznego do poprawy jakości świadczonej usługi spedycyjnej, przy jednoczesnym obniżeniu wpływu na środowisko naturalne [Gasiński, Piekalski 2008, s. 54].

Barierą, pojawiającą się w trakcie wdrażania zrównoważonego rozwoju i wpływającą na jakość świadczonych usług spedycyjnych, są procesy sądowe z klientami. Mogą one dotyczyć wad oraz defektów usługi spedycyjnej.

Poprzez strategię zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwo spedycyjne może obniżyć koszty pozyskiwanego kapitału, gdyż prowadząc działalność zrównoważoną jest bardziej wiarygodnym klientem dla sektora finansowego. Ograniczenie kosztów następuje także w przypadku niższej energo- i materiałochłonności wykonywanej usługi i całego procesu działalności operacyjnej przedsiębiorstwa. Również wysoka wydajność obniża koszty jednostkowe realizowanych usług spedycyjnych [Gasiński, Piekalski 2008, s. 56].

Elementem wpływającym na kosztowy element konkurencji jest narażenie przedsiębiorstwa na ryzyko defraudacji i korupcji oraz występowanie awarii środowiskowych. Awaria, która ma negatywny wpływ na środowisko, zwiększa koszty działalności przedsiębiorstwa ze względu na konieczność zniwelowania jej skutków i odbudowy ekosystemu [Gasiński, Piekalski 2008, s. 57].

Wykorzystanie zrównoważonego rozwoju do skonstruowania bezpieczniejszych i skuteczniejszych, a jednocześnie zrównoważonych łańcuchów realizacji usługi spedycyjnej wpływa pozytywnie na terminowość realizacji zleceń. Istnieje jednak ryzyko, że pewne elementy łańcucha dostaw spełniające wymogi zrównoważonego rozwoju będą niedostępne lub zbyt drogie dla przedsiębiorstwa spedycyjnego.

Przedsiębiorstwo spedycyjne musi dążyć do zapewnienia w trakcie konkurowania zrównoważonej rywalizacji. Dotyczy to głównie klientów i podwykonawców usług transportowych, ale również pracowników. Szansą dla przedsiębiorstwa będzie wprowadzenie zrównoważonej rywalizacji jako sposobu motywowania pracowników, a także przyciąganie talentów w celu poprawy wydajności zespołu [Gasiński, Piekalski 2008, s. 58].

Spedycję zalicza się do tej samej grupy działalności, co transport i logistykę, wyodrębniając branżę działalności gospodarczej, określaną jako TSL. Dzieje się tak, pomimo że zakres usług świadczonych przez przedsiębiorstwa transportowe i logistyczne jest całkowicie odrębny od zakresu usług świadczonych przez przedsiębiorstwa spedycyjne.

Wśród większych przedsiębiorstw branży TSL, szczególnie międzynarodowych, realizacja programów proekologicznych i wprowadzanie zrównoważonego rozwoju od lat nie jest niczym nadzwyczajnym, ale wciąż wprowadza się nowe usprawnienia. Korzyści dla środowiska przekładają się na korzyści biznesowe [Kwinta 2009].

Przez środowiskowy wymiar efektywności należy rozumieć przede wszystkim skuteczność wykorzystania zasobów naturalnych, minimalizację powstawania odpadów i zanieczyszczeń w procesach gospodarczych oraz ograniczenie pośredniego wpływu na środowisko [Adamczyk, Nitkiewicz 2007, s.119].

Na liście Global 100 za rok 2007, która zawiera 100 przedsiębiorstw z listy 2000 największych światowych korporacji w 53 sektorach o największym poziomie zrównoważonego rozwoju, branżę TSL reprezentują:

Tabela 1. Przedsiębiorstwa branży TSL oraz ich pozycje na liście GLOBAL 100 za rok 2007

lp	Miejsce na liście Global 100	Nazwa przedsiębiorstwa	Rodzaj wykonywanej działalności
1	27	British Airways Plc.	transport lotniczy
2	56	BAA Plc.	transport lądowy
3	57	Pennisular and Oriental Steam Navigation Co.	transport lądowy
4	82	United Postal Service	transport lotniczy i kurierski

Źródło: Opracowanie własne na podstawie [Laszlo Ch. 2008, s. 232].

Szacuje się, że branża transportowa generuje 18% globalnej emisji dwutlenku węgla, wobec tego działania na rzecz ochrony środowiska powinny stanowić jeden z elementów strategii przedsiębiorstw TSL.

Jednym z przedsiębiorstw branży TSL wprowadzających politykę zrównoważonego rozwoju w Polsce jest DPD Polska. Obok ograniczenia emisji, obejmuje ona zmniejszenie zużycia papieru i prądu, recykling oraz bezpieczeństwo w miejscu pracy. Ponadto, zgodnie z europejską normą zużycia paliwa, monitoruje zużycie paliwa. Korzysta z paliw wysokiej jakości, a park samochodowy składa się z pojazdów spełniających normę emisji spalin Euro 4 [Kwinta 2009].

5. Uwagi końcowe

Zrównoważony rozwój jest nie tylko szeregiem podwyższonych norm etycznych w przedsiębiorstwie. To szansa, z której mogą skorzystać wszystkie przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa usług spedycyjnych, wprowadzając strategię zrównoważonego rozwoju, zyskują wizerunek jednostki dbającej o środowisko naturalne, pracowników oraz zwracającej baczną uwagę na klientów i otoczenie społeczne. Realizując strategię zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa spedycyjne mają możliwość wykorzystać szanse z niej płynące, ale muszą być przygotowane na pojawiające się w trakcie realizacji strategii bariery.

Literatura

1. Adamczyk J., Nitkiewicz T., *Programowanie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
2. Gasiński T., Piekalski G., *Zrównoważony biznes*, Ministerstwo Gospodarki, 2008.
3. Kłeczek R., Kowal W., Woźniczka J., *Strategiczne planowanie marketingowe*, PWE, Warszawa 1996.
4. Kwinta W., *Biznes docenia wartość ekologii*, Businessman.pl, 2009 nr 3.
5. Laszlo Ch., *Firma zrównoważonego rozwoju*, Studio Emka, Warszawa 2008.
6. Lloyd T., *Szlachetna firma*, Centrum Kreowania Liderów, Bogusław J. Feder, Kłodzianko 1994.
7. Mazurek-Łopacińska K., *Ewolucja orientacji na klienta w działaniach marketingowych firm*, „Marketing i Rynek” 1996, nr 5.
8. Nasierowski W., Nowakowski M.K., *Biznes międzynarodowy. Istota, przykłady*, Kanadyjskie Konsorcjum Szkół Zarządzania oraz CIM, Warszawa 1994.
9. *Odnowiona strategia UE dotycząca trwałego rozwoju*, Rada UE, Bruksela 2006.
10. *Projekt standardu ISO 26000*, www.iso.org/sr
11. *Przedsiębiorstwo*, red. M. Hopecj, L. Martan, Politechnika Wrocławska, Wrocław 1999.
12. Reichheld F.F., *Ekonomiczne pożytki z lojalności*, „Marketing w Praktyce. Metody, Techniki, Organizacja” 1996, nr 2.
13. *Sprawozdanie okresowe z realizacji Strategii zrównoważonego rozwoju w 2007r.*, Komisja Wspólnot Europejskich, Bruksela 2007.
14. *Transport międzynarodowy*, pod red. T. Szczepaniaka, PWE, Warszawa 1996.
15. *Transport*, pod red. W. Rydzkowskiego i K. Wojewódzkiej-Król, PWN, Warszawa 2002.
16. *Ustawa z dnia 27.04.2001 Prawo ochrony środowiska*, Dz.U. 2001, nr 62, poz. 627.
17. *Zarys strategii rozwoju przemysłu*, red. W. Janasz, Difin, Warszawa 2006.