

Elżbieta LOREK, Agnieszka LOREK¹

ROZWÓJ RYNKU DÓBR I USŁUG EKOLOGICZNYCH JAKO PODSTAWA WDRAŻANIA ZRÓWNOWAŻONEJ KONSUMPCJI I PRODUKCJI

Streszczenie

Rozwój współczesnego rynku wskazuje na wyraźne tendencje w kierunku ekologizacji produkcji, produktów i usług oraz konsumpcji. Wartość sprzedaży na światowym rynku dóbr i usług ekologicznych rośnie w tempie 4% rocznie nawet w okresie recesji gospodarczej co oznacza, że jest to jeden z sektorów o największym potencjale wzrostu. Rynek ten jest zdominowany głównie przez USA, kraje Europy Zachodniej i Japonię, obejmujące 85% całego rynku. Globalne przychody, związane z rynkiem dóbr i usług ekologicznych, osiągnęły w 2010 roku kwotę 506 mld dolarów i wzrosły od 2005 roku o 13%. Konkurencyjność polskich firm tego sektora wypada na tle innych członków Unii Europejskiej całkiem nieźle (rośnie wielkość eksportu dóbr i usług ekologicznych z Polski). Przewiduje się, że w Polsce nastąpi szybki wzrost rynku dóbr i usług ekologicznych, spowodowany nie tylko popytem wewnętrznym, ale i także eksportem.

Podstawowymi celami badawczymi artykułu są: analiza wielkości rynku dóbr i usług ekologicznych wraz z opinią na temat zachowań konsumentów na tym rynku oraz próba oceny instrumentów pomocnych w budowaniu rynku dóbr i usług ekologicznych w wymiarze europejskim. Stąd wykorzystano dostępne dane statystyczne i analizy opracowane m.in. przez: Komisję Europejską, United States Trade Commission, Department for Business Innovation and Skills, OECD i firmy consultingowe.

Słowa kluczowe: rynek dóbr i usług ekologicznych, zrównoważona produkcja, zrównoważona konsumpcja

DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL GOODS AND SERVICES MARKET AS BASIS FOR IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

Summary

The development of the modern market shows a clear trend towards the greening of production, products, services, and consumption. The value of sales in the global market for environmental goods and services is growing at a rate of 4% per year, even during the economic recession, which means that it is one of the sectors with the greatest potential for growth. This market is mainly dominated by the U.S., Western Europe and Japan, covering 85% of the total market. In 2010, global revenue from environmental goods and services reached the amount of 506 billion dollars, an increase of 13% since 2005. The competitiveness of Polish companies in this sector compares quite favourably to other EU member states (the volume of exports of goods and ecological services from Poland is increasing). Further rapid growth of the market of ecological services and goods in Poland is expected, not only as a result of domestic demand but also because of exports. The main research

¹ Prof. zw. dr hab. Elżbieta Lorek – Wydział Ekonomii, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach; e-mail: elzbieta.lorek@ue.katowice.pl; dr Agnieszka Lorek – Wydział Ekonomii, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach; e-mail: agnieszka.lorek@ue.katowice.pl.

objectives of the paper are: analysis of the size of environmental goods and services market, an assessment of consumer behaviour in this market, and an attempt to assess the instruments facilitating the construction of this market in Europe. To achieve this, the authors use statistical data and analyses developed by the European Commission, the United States Trade Commission, the Department for Business Innovation and Skills, the OECD, and consulting companies.

Key words: environmental goods and services market, sustainable consumption, sustainable production

1. Wstęp

Kryzys gospodarczy i społeczny, który dotknął wiele państw świata, zwrócił uwagę na konieczność dokonania poważnych reform strukturalnych w gospodarce. Państwa widzą swoją szansę w podejmowaniu działań antykryzysowych, które powinny skierować gospodarkę na tzw. bardziej zieloną ścieżkę rozwoju. Transformacja gospodarki na zieloną ścieżkę rozwoju będzie wymagać przekształceń w wielu obszarach i dotyczyć przedsiębiorstw z różnych sektorów gospodarki. Wdrażanie aktywnej polityki ochrony środowiska stwarza zapotrzebowanie na nowe produkty, usługi i technologie. Uruchomienie kolejnych mechanizmów w polityce ekologicznej spowoduje powstanie różnorodnych usług – na przykład w przemyśle recyklingowym lub w handlu emisjami. Równie ważne przekształcenia są związane z przemianami w świadomości i zachowaniach konsumentów. W krajach wysoko rozwiniętych można zauważyć rosnącą liczbę konsumentów kierujących się kryteriami ekologicznymi w czasie zakupów. To tworzy nowy rynek, do którego bardzo intensywnie przygotowują się firmy w wielu krajach świata. Firmy, które pierwsze zagospodarują otwierające się segmenty rynku, zagwarantują sobie pozycję lidera.

Podstawowymi celami badawczymi artykułu są: analiza wielkości rynku dóbr i usług ekologicznych wraz z opinią na temat zachowań konsumentów na tym rynku oraz próba oceny instrumentów pomocnych w budowaniu rynku dóbr i usług ekologicznych w wymiarze europejskim. Stąd wykorzystano dostępne dane statystyczne i analizy opracowane m.in. przez: Komisję Europejską, United States Trade Commission, Department for Business Innovation and Skills, OECD i firmy consultingowe.

2. Pojęcie rynku dóbr i usług ekologicznych

Definiując pojęcie rynku dóbr i usług ekologicznych, można napotykać dwa problemy terminologiczne, odnoszące się do:

- określenia ‘ekologiczny’ – zawężającego ogólną definicję dóbr i usług do danej subklasy;
- pojęcia ‘ryнку’ – która to kategoria ekonomiczna nie wykształciła jednej, powszechnie akceptowanej i ścisłej definicji.

Określenie ‘ekologiczny’ jest stosowane w sposób wyjątkowo niespójny, czasem nie-logiczny czy wręcz przeciwny. Istnieje więc konieczność wyodrębnienia dobrze zdefiniowanych kategorii ekonomicznych: ‘dobra ekologiczne’ i ‘usługi ekologiczne’, w których w definicji nie może być stosowany luźny bądź wyłącznie semantyczny związek z ekologią.

Prezentowana często definicja ‘dóbr ekologicznych’ i ‘usług ekologicznych’ jako *dóbr pobieranych bezpośrednio ze środowiska naturalnego oraz usług świadczonych bezpośrednio przez środowisko naturalne* nie jest odpowiednia, gdyż kryterium takie jest zbyt szerokie i nieadekwatne. Nie chodzi bowiem tutaj o same zasoby naturalne i ich eksploatację, czym zajmuje się ekonomika zasobów, ale raczej o wpływ tej eksploatacji (silnie zależnej od stosowanej technologii) na funkcjonowanie różnych ekosystemów. Tak więc jako ‘dobra ekologiczne’ i ‘usługi ekologiczne’ należy uznać te dobra i usługi z puli wszystkich dostępnych na rynku dóbr i usług, których sposoby (techniki) produkcji, dystrybucji, konsumpcji – użycia lub końcowej utylizacji mają lub mogą mieć pozytywny wpływ na funkcjonowanie ekosystemów oraz/lub zdrowie populacji ludzkich, jak również wartości estetyczne krajobrazu i elementy unikatowe przyrody (pomniki przyrody), [Rozwój rynku..., 2002, s.118-121].

W tej definicji dóbr i usług ekologicznych następuje odejście od bezpośrednich odniesień do środowiska przyrodniczego na rzecz pośrednich odniesień przez stosowane techniki dotyczące całego ich cyklu życiowego. Ze względu na techniki produkcji, dystrybucji, użytkowania lub końcowej utylizacji można więc wyróżnić produkty i usługi:

- ekologiczne – związane z nowymi technikami pozwalającymi na zmniejszenie presji środowiskowej;
- antyekologiczne – związane ze starymi technikami wywołującymi duże presje środowiskowe;
- ekologicznie obojętne – związane z technikami, które przy aktualnej skali zastosowania powodują presje środowiskowe mieszczące się w ramach zdolności środowiska do ich asymilacji.

Całkowite wyeliminowanie wytwarzania zanieczyszczeń i odpadów w procesach produkcji i konsumpcji, a więc i związanej z tym presji środowiskowej jest niemożliwe, co przyczynia się do tego, że nie istnieją produkty ani usługi całkowicie obojętne ekologicznie – ich status zależy od skali zastosowania.

Szczególą rolę w funkcjonowaniu rynku odgrywają producenci. Tylko oni bowiem, reprezentujący podaż, określają sposoby: produkcji, dystrybucji, konsumpcji i utylizacji towarów w ramach dostępnych technologii. Konsumenci muszą się do tych technologii dostosować i tylko dzięki popytowi mogą wpływać na zmianę technologii przez producentów. W krajach Unii Europejskiej uznaje się, że przemysł dóbr i usług ekologicznych obejmuje przedsiębiorstwa wytwarzające dobra i usługi służące: pomiarowi, zapobieganiu, ograniczaniu lub naprawie szkód środowiskowych, spowodowanych przez: zanieczyszczenia wód, powietrza, gleby, składowanie odpadów oraz hałas. Przemysł ten obejmuje także czystsze technologie, jak również dobra i usługi redukujące ryzyko środowiskowe, wykorzystanie surowców i zanieczyszczenia. Definicja ta została opracowana przez Nieformalną Grupę Roboczą OECD/Eurostat [*The Environmental Goods and Services...*, 1999].

Funkcjonowanie rynków dóbr i usług ekologicznych, w sensie podanym powyżej, można więc sprowadzić do: rynków technologii produkcji, dystrybucji, konsumpcji i końcowego unieszkodliwiania dla wszystkich produktów występujących na rynku o jak najmniejszym negatywnym wpływie na środowisko.

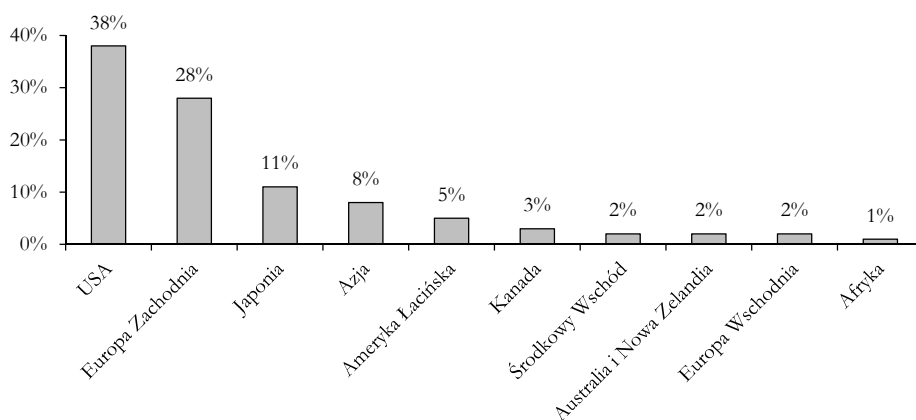
3. Europejskie i światowe tendencje rozwoju rynku dóbr i usług ekologicznych

Analiza wielkości rynku dóbr i usług ekologicznych jest bardzo trudna ze względu na rozbieżności metodologiczne oraz braki dotyczące danych statystycznych. Poniżej przedstawiono przykładowe szacunki opracowane przez instytucje i firmy consultingowe.

Z danych przedstawionych przez United States Trade Commission [*Enviromental and Related...*, 2013] wynika, że największym rynkiem dóbr i usług ekologicznych jest rynek USA, którego wielkość jest szacowana na 38% światowego rynku (rysunek 1.).

RYSUNEK 1.

Podział globalnego rynku dóbr i usług ekologicznych, według United States Trade Commission, w 2010 roku (udział % w roku 2010)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: [*Enviromental and Related Services*, 2013].

W opracowaniu tym zastosowano wąskie rozumienie rynku dóbr i usług ekologicznych i podział na trzy segmenty: usługi wodno-kanalizacyjne, gospodarka odpadami oraz szeroko rozumiana rekultywacja. Wyróżniono także usługi dodatkowe, takie jak: doradztwo ekologiczne czy usługi analityczne i inżynierskie. Jak stwierdza raport, z rynkiem tym w Stanach Zjednoczonych są związane przychody rzędu 141,5 miliarda dolarów amerykańskich, w tym największy udział ma sektor gospodarki odpadami (28%), następnie gospodarka wodna (26%) i gospodarka ściekowa (23%). Należy również zaznaczyć stosunkowo duży udział sektora usług konsultingowych i analiz środowiskowych (10%), (tabela 1.).

TABELA 1.

**Globalne przychody na rynku dóbr i usług ekologicznych w 2010 roku,
według United States Trade Commission**

Dziedzina	Szacowane przychody w miliardach dolarów	Udział %
Gospodarka odpadami	141,5	28
Gospodarka wodna	131,4	26
Gospodarka ściekowa	116,3	23
Usługi konsultingowe	50,6	10
Ochrona środowiska w przedsiębiorstwach	40,4	8
Gospodarka odpadami niebezpiecznymi	20,2	4
Usługi analityczne	5,1	1
Suma	505,5	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Environmental and Related Services, 2013].

Szersze podejście do definiowania rynku dóbr i usług ekologicznych zastosował Department for Business Innovation and Skills (Wielka Brytania), [Low Carbon..., 2013]. W raporcie dotyczącym dóbr i usług ekologicznych dodano sektor niskowęglowy (*low carbon environmental goods and services*) i zastosowano podział na 24 subsektory, w tym:

- **sektor ekologiczny** – ochrona powietrza, rekultywacja, usługi konsultingowe, monitoring środowiska, monitoring obszarów morskich, kontrola hałasu i wibracji, unieszkodliwianie i recykling odpadów, gospodarka wodno-kanalizacyjna;
- **sektor odnawialnych źródeł energii** – energia z biomasy, geotermalna, hydroenergetyka, ogniwa fotowoltaiczne, energia pływów, energetyka wiatrowa, konsulting energetyczny;
- **sektor niskowęglowy** – dodatkowe źródła energii, alternatywne paliwa, ekologiczne technologie w budownictwie, zarządzanie energią, sekwestracja CO₂, zielone finanse, energetyka jądrowa.

Według tego opracowania, zielony sektor jest szacowany na 3,4 biliona funtów brytyjskich (£). W przeliczeniu na trzy analizowane sektory, największy udział przypada sektorowi niskowęglowemu (1,64 biliona £ – 48%), następnie energetyce odnawialnej (1,1 biliona £ – 31%) i na końcu usługom ekologicznym (0,7 biliona £ – 21%). Największymi subsektorami są: paliwa alternatywne (16% rynku), ekologiczne technologie w budownictwie (13%) i energetyka wiatrowa (12%). Z danych przedstawionych w tabeli 2. wynika, że nadal czołową pozycję w obrotach liczonych w mln funtów zajmują: USA, Japonia i kraje europejskie. Do czołówki krajów pod względem wielkości tego rynku dołączyły również Chiny i Indie. Polska zajmuje tu 22. pozycję. Największy procentowy wzrost sprzedaży na rynku usług ekologicznych do 2012 roku zaobserwowano w takich krajach, jak: Meksyk, Korea Południowa, Indonezja, Turcja, Filipiny, Tajlandia, Argentyna, Iran, ale także i Polska.

TABELA 2.

Sektor usług ekologicznych i niskowęglowych w roku 2011/2012

Miejsce	Kraj	Obroty w milionach funtów brytyjskich	Udział procentowy w stosunku do całości rynku	Procentowy wzrost sprzedaży od 2010/2011 do 2011/2012
1.	USA	660 760	19,2	2,5
2.	Chiny	444 324	12,9	2,1
3.	Japonia	213 295	6,2	3,9
4.	Indie	210 815	6,1	2,9
5.	Niemcy	145 267	4,2	3,5
6.	Wielka Brytania	128 141	3,7	4,8
7.	Francja	104 201	3,0	3,0
8.	Brazylia	103 583	3,0	5,9
9.	Hiszpania	92 136	2,7	2,7
10.	Włochy	89 485	2,6	2,5
11.	Federacja Rosyjska	87 327	2,5	3,3
12.	Meksyk	70 225	2,0	6,6
13.	Korea Południowa	61 651	1,8	5,8
14.	Kanada	61 146	1,8	3,1
15.	Indonezja	54 070	1,6	5,8
16.	Tajwan	36 327	1,1	1,8
17.	Turcja	33 827	1,0	6,6
18.	Australia	33 804	1,0	2,4
19.	Iran	33 496	1,0	5,9
20.	Tajlandia	33 228	1,0	5,8
21.	Argentyna	31 087	0,9	5,6
22.	Polska	29 526	0,9	5,9

Źródło: [Low Carbon Environmental..., 2013].

Z rozwojem rynku dóbr i usług ekologicznych są bezpośrednio związane miejsca pracy. Szacuje się, że wielkość bezpośredniego zatrudnienia w przedsiębiorstwach tego sektora wynosi 2 mln. Najwięcej zatrudnionych mają Niemcy – 500 tys., Francja i Wielka Brytania po 400 tys. Koszty pozyskania jednego miejsca pracy w tym przemyśle są na ogół dziesięć- – dwunastokrotnie niższe niż w przemyśle maszynowym i ponad trzydziesto- do czterdziestokrotnie mniejsze niż w przemyśle węglowym i motoryzacyjnym. Zainwestowanie 1 mld euro w dobra i usługi ekologiczne powoduje wydatkowanie prawie 1,6 mld euro na bieżącą działalność eksploatacyjną. Należy także pamiętać, że zmiany technologiczne w tym sektorze będą przebiegać bardzo szybko, w krajach Unii Europejskiej przyczyni się do tego wdrożenie dyrektywy IPPC opartej na standardzie BAT. Integracja z Unią Europejską wymusza również wzrost popytu na usługi konsultingowe i analizy w ochronie środowiska, co bezpośrednio przełoży się na edukację ekologiczną i zapotrzebowanie na dobrze wykształconych pracowników.

Polskie przedsiębiorstwa działające w sektorze dóbr i usług ekologicznych, nawet wobec wzrastającej konkurencji firm zachodnich, radzą sobie całkiem dobrze. Świadczy

o tym rosnąca wielkość eksportu dóbr i usług ekologicznych z Polski i spadająca wielkość importu. Według wcześniej omawianego raportu: Low Carbon Environmental Goods and Services (LCEGS), procentowy wzrost sprzedaży na tym rynku wynosił 5,9% w latach 2010 – 2012 (tabela 2.). Polska jako członek Unii Europejskiej musi podjąć nowe wyzwania w zakresie rozwiązań technologicznych i systemowych związanych z wdrażaniem standardów środowiskowych, obowiązujących na europejskim rynku. Szacunki Banku Światowego wskazują, że niezbędne nakłady inwestycyjne związane z wdrażaniem przepisów wspólnotowych mogą wynieść około 40 mld euro. Średnioroczne potrzeby inwestycyjne w Polsce związane z wdrażaniem wspólnotowej polityki ekologicznej wyniosą w najbliższych latach ponad 3 mld euro, co wywoła ponad trzykrotne zwiększanie popytu na dobra i usługi ekologiczne. Główne wydatki na ten cel poniosą przedsiębiorstwa i samorządy, które mogą liczyć na wsparcie funduszy pomocowych Unii Europejskiej.

4. Zachowania konsumentów na europejskim rynku dóbr i usług ekologicznych

Rynek dóbr i usług ekologicznych jest w dużej części rynkiem inwestycyjnym. Natomiast ten ściśle wiąże się z technologiami ochrony środowiska. Cechą szczególną tego rynku jest fakt, że transakcje zakupu mają formę instytucjonalną. Jako klienci pojawiają się bowiem prawie wyłącznie podmioty gospodarcze, głównie przedsiębiorstwa oraz w mniejszym zakresie instytucje państwowe i instytucje samorządu terytorialnego. Te ostatnie występują najczęściej na tym rynku w charakterze inwestorów inicjujących realizację projektów infrastrukturalnych.

Oceniając popyt na rynku dóbr i usług ochrony środowiska, należy uwzględnić następujące zjawiska:

- a) **popyt niezbędny** – tj. pewien konieczny, minimalny poziom popytu na najbardziej podstawowe dobra i usługi ekologiczne, wymuszony przepisami prawa środowiskowego lub narzucony warunkami zlecenia robót publicznych. W przypadku popytu niezbędnego decyzja zakupu mniej zależy od świadomości ekologicznej klienta i mniej od jego motywów inwestycyjnych jako przedsiębiorcy, a bardziej od restrykcji prawnych. Można więc określić rynek dóbr i usług ochrony środowiska jako *state-guaranteed-marked*, na którym państwo występuje albo bezpośrednio jako zleceniodawca, albo jako prawodawca;
- b) **„dyskontowanie popytu”** – oznacza powstanie popytu wtórnego, objawiającego się z pewnym opóźnieniem czasowym, indukowanego przez wyżej opisany popyt niezbędny; wejście w życie nowych przepisów prawa środowiskowego wywołuje nie tylko bezpośrednie wydatki inwestycyjne, ale także wydatki na inwestycje będące rozszerzeniem bądź uzupełnieniem tych pierwszych lub też na inwestycje mające je zastąpić;
- c) **kolektywny charakter procesu podejmowania decyzji zakupu** – wybór określonego dostawcy jest w przedsiębiorstwie multipersonalnym procesem, w którym uczestniczą osoby o różnym poziomie świadomości ekologicznej, o różnorodnych preferencjach i rozmaitej wiedzy.

W celu trafnej oceny rozwoju potencjału rynkowego sektora dóbr i usług ekologicznych, jest konieczna wiedza na temat czynników kształtujących popyt, do których można zaliczyć według siły wpływu:

- przepisy prawa ochrony środowiska;
- dostępność informacji o problemach środowiskowych;
- świadomość ekologiczną przedsiębiorców i menedżerów;
- politykę środowiskową innych państw i międzynarodową politykę środowiskową;
- koniunkturę na rynku wewnętrznym;
- pomoc finansową państwa w realizacji komunalnych inwestycji ochrony środowiska;
- stan finansów publicznych;
- ilość i rodzaj emisji do środowiska;
- pomoc finansową państwa w realizacji prywatnych inwestycji ochrony środowiska;
- koniunkturę za granicą;
- poziom świadomości ekologicznej konsumentów oceniany dzięki badaniom gospodarstw domowych.

Uwzględnienie wśród tych czynników sytuacji za granicą ma znaczenie dla eksportu technologii ochrony środowiska. Stosunkowo mniejsze znaczenie dla kształtowania się popytu na rynku dóbr i usług ochrony środowiska ma poziom świadomości w gospodarstwach domowych, tj. poziom świadomości indywidualnych konsumentów. Wystarczająco ten stan rzeczy objaśnia fakt, że większość technologii proekologicznych jest w gruncie rzeczy technologiami produkcyjnymi.

Tendencje konsolidacji rynku dóbr i usług ekologicznych spowodowały, że rozwój ten charakteryzują trzy fazy, które różnią się interakcjami zachodzącymi między stroną popytową rynku, zdefiniowaną głównie przez przepisy rządowe, a rosnącą kompetencją dostawców [Ashford, 1992, s. 277-307]. Te trzy fazy przedstawiono poniżej.

Faza 1. Wyróżnia się niewielką liczbą przepisów dotyczących środowiska, małą liczbą dostawców sprzętu ochronnego oraz stosowaniem technologii końca rury.

Faza 2. To większa liczba ustaleń legislacyjnych, ale tylko powstałych jako reakcje na pojawiające się problemy, skoncentrowanych raczej na problemach zarządzania odpadami.

Faza 3. To zintegrowane prewencyjne podejście do strategii środowiskowych i przemysłowych, silny sektor usług środowiskowych i presja na rzecz stosowania czystych technologii, zamiast technologii końca rury.

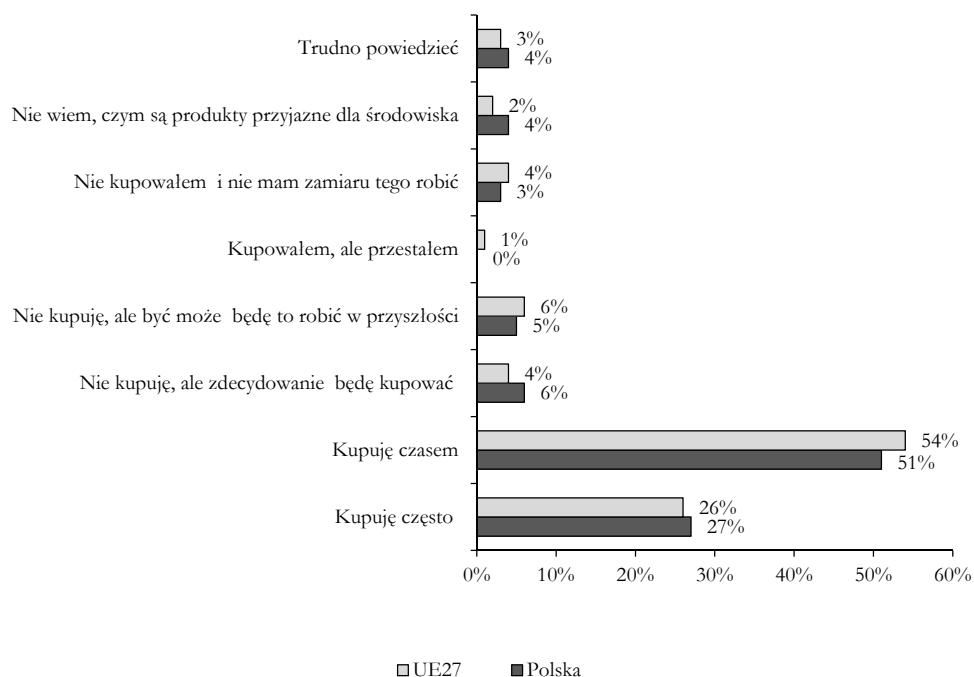
Charakterystyka ta jest szeroko poparta danymi z wielu krajów, mimo to jest ciągle niejednoznaczna. Nawet w krajach, co do których uważa się, że ich rynki są już w fazie 3., takich jak Niemcy i Holandia, ciągle dominują technologie końca rury. Rynek w tych krajach jest zdominowany przez duże firmy, natomiast w Szwajcarii i Włoszech przeważają małe i średnie firmy. W dłuższym okresie prawdopodobnie wystąpi upodabnianie się rynków krajowych do siebie pod względem zarówno dojrzałości, jak i struktury, w miarę jak polityka środowiskowa Unii Europejskiej zacznie być efektywna także i w innych krajach. W strukturze rynku dóbr i usług ekologicznych obserwuje się zmiany polegające na coraz większym udziale rozwiązań bazujących na czystych technologiach. Głównymi biorcami dóbr i usług ekologicznych są samorządy terytorialne, co m.in. jest związane ze stosowaniem instrumentów zintegrowanej polityki produktowej w Unii Europejskiej.

Konsumenci indywidualni stanowią mniejszy, lecz również bardzo istotny segment rynku dóbr i usług ekologicznych. Przemiany świadomościowe, dokonujące się pod wpływem czynników: ekonomicznych, społecznych, kulturowych oraz wymiany informacji, tworzą potrzeby konsumpcyjne, uzewnętrzniające się w postaci zachowań konsumenckich. Poziom społecznej świadomości ekologicznej współtworzy jakość i styl życia oraz oddziałuje na wszystkie grupy aktorów polityki, w tym polityki ekologicznej. Na pewnym etapie rozwoju tej świadomości rodzi się gotowość do podejmowania działań zgodnych z ochroną środowiska w życiu codziennym, zaangażowanie publiczne na rzecz tej ochrony, gotowość do poparcia lub przeciwdziałanie pewnym procesom. Gotowość ta może wywołać zarówno bojkot określonych firm, produktów, importu z określonych krajów lub przeciwnie – akceptację określonych działań, presję na procesy legislacyjne w zakresie stanowienia czy zaostrzenia standardów ekologicznych. Niezbędne jest kontynuowanie badań nad potrzebami i preferencjami konsumentów w zakresie kształtowania się popytu na rynku dóbr i usług ekologicznych, które wskazują na możliwość jego wzrostu. Badania konsumentów w odniesieniu do preferencji zakupu produktów ekologicznych, przeprowadzone w Unii Europejskiej w latach 2010-2013, wykazały, że konsumenci w Unii Europejskiej chętnie kupowaliby ekologiczne produkty (75%) pod warunkiem przystępnej ceny i wiarygodnej informacji środowiskowej [*Attitudes of Europeans ...*, 2008, s. 27]. Z ostatniego monitoringu, przeprowadzonego w 2012 roku nad zachowaniami konsumentów w Unii Europejskiej, wynika, że 80% konsumentów deklaruje zakup produktów przyjaznych dla środowiska (z czego 26% respondentów kupowało takie produkty często). W Polsce była to podobna liczba konsumentów (rysunek 2.).

Powody zakupu produktów przyjaznych dla środowiska pozostają niezmiennie, czyli przekonanie o słuszności takiego wyboru, który jest dobry dla środowiska, cena tych produktów, dostępność w sklepach i wreszcie istnienie wiarygodnej informacji środowiskowej. Brak jasnej i precyzyjnej informacji środowiskowej o produktach przyczynia się do spadku zaufania konsumentów i jest istotną barierą rozwoju rynku w tym zakresie [*Assessment of Green Claims ...*, 2010]. Z badań wynika, że aż 48% konsumentów nie wierzy w informacje o efektywności środowiskowej, podawane na produktach [*Europeans' attitudes towards ...*, 2009]. Przeprowadzony przez Unię Europejską w 2012 roku monitoring w zakresie badania zaufania konsumentów wobec deklaracji dotyczących wpływu na środowisko dowiódł, że sytuacja dotycząca wiarygodności producentów prawie się nie zmieniła i pozostaje na tym samym, niekorzystnym poziomie. Brak zaufania deklaruowało 47% konsumentów w Unii Europejskiej. W warunkach gospodarki polskiej nieufających konsumentów było mniej (40%), [*Attitudes of Europeans ...*, 2012]. Badania przeprowadzone wśród konsumentów na terenie Unii Europejskiej dowiodły, że 1/3 konsumentów napotkała, wprowadzającą w błąd, informacje na temat oddziaływania produktów na środowisko [*Consumers' attitudes ...*, 2012, s. 11].

RYSUNEK 2.

Zachowania i postawy wobec produktów przyjaznych dla środowiska



Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Flash Eurobarometr 367. Wyniki dla Polski, dokument elektroniczny, tryb dostępu: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_fact_pl_pl.pdf, data wejścia: 15.11.2013].

5. Działania Unii Europejskiej w zakresie budowania jednolitego rynku dla produktów ekologicznych

Budowanie przez Unię Europejską jednolitego rynku produktów przyjaznych dla środowiska jest zadaniem bardzo skomplikowanym, któremu towarzyszą liczne problemy. Jednym z podstawowych zagadnień wymagających uzupełnienia jest brak naukowo popartej definicji 'ekologicznego produktu' i 'ekologicznej organizacji'. Dotyczy to także metod pomiaru efektywności środowiskowej produktów i organizacji. Metody pomiaru są dokonywane albo na podstawie bezpośredniego oddziaływania produktu i organizacji na środowisko, albo według bezpośredniego i pośredniego wpływu w całym cyklu życia produktów (LCA – Life Cycle Analysis), [Lorek, 2007, s. 107]. Często nie można wiarogodnie ocenić efektywność środowiskową z powodu niepełnej informacji z zakresu bezpośrednich i pośrednich oddziaływań produktu lub organizacji na środowisko.

Problemy środowiskowe zaczęły także odgrywać dużą rolę w strategiach marketingowych przedsiębiorstw i inwestorów. Konkurowanie pod względem efektywności środowiskowej powoduje taką sytuację, że bardzo dużo przedsiębiorstw europejskich ponosi znaczne koszty badań z zakresu efektywności środowiskowej produktów (stosowanie metodologii LCA czy np. oznaczania śladu węglowego). Powstawanie nowych metod oceny efektywności środowiskowej może ograniczać producentom możliwość handlu produktami ekologicznymi na rynku europejskim. Powyższe obawy zostały potwierdzone w badaniach europejskich producentów. W badaniu respondenci uznali brak spójności w stosowaniu metodologii oceny efektywności środowiskowej produktów za jedną z najistotniejszych barier związaną z analizą porównawczą i informowaniem o niej (72% ankietowanych). Pytani o główną przyczynę tej sytuacji respondenci najczęściej wymieniali bardzo dużą liczbę inicjatyw Unii Europejskiej (70,8%) oraz istnienie wielu różnych sposobów zgłaszania danych (76%), [Dokument elektroniczny, tryb dostępu, <http://ec.europa.eu.environment/consultations/sustainable.htm>, data wejścia: 10.11.2013]. Ponadto, przedsiębiorstwa stwierdziły, że wymagania związane z informacjami środowiskowymi o produktach, które chcą sprzedawać, są różne w poszczególnych krajach.

W odpowiedzi na te problemy Komisja Europejska już od 2003 roku prowadzi prace w zakresie zintegrowanej polityki produktowej, a od 2008 roku jest realizowany plan działań na rzecz zrównoważonej konsumpcji i produkcji oraz zrównoważonej polityki przemysłowej. Utworzenie jednolitego rynku produktów ekologicznych ogłoszono jako kluczowe działania w *Akcje o jednolitym rynku* COM(201)206 z 2011 roku i aktualizacji komunikatu w sprawie polityki przemysłowej z 2012 roku COM (2012)582, final z 2012 roku. W wyniku tych działań opracowano podręcznik, w którym opisano międzynarodowy system referencyjny danych dotyczących cyklu życia produktów. W podręczniku tym zawarto wskazówki techniczne, obejmujące metodologię badań cyklu życia produktów (LCA) oraz uproszczone narzędzia. Od 2010 roku trwają badania nad metodami oznaczania śladu środowiskowego produktów (PEF – Product Environmental Footprint) oraz śladu środowiskowego organizacji (OEF – Organisation Environmental Footprint) od momentu wydobycia surowców aż po utylizację [*Analysis of Existing Environmental...*, 2011].

Zasady dotyczące kategorii śladu środowiskowego dla produktów i organizacji pozwolą zidentyfikować 14 głównych wskaźników oddziaływania na środowisko i na najistotniejsze procesy lub etapy cyklu życia danej kategorii produktów bądź sektora. Opracowanie jednolitych metod oznaczania śladu środowiskowego na rynku stworzy wiarygodne narzędzie do różnicowania produktów albo organizacji, nie narażając przedsiębiorstw na wysokie koszty przeprowadzania badań. Komisja Europejska będzie stopniowo wdrażała opracowane metody do systemu EMAS, zielonych zamówień publicznych oraz europejskiego znakowania. Wprowadzenie ujednoliconych metod oznaczania śladu środowiskowego powinno zapewnić porównywalne i wiarygodne informacje ekologiczne dla producentów, konsumentów i inwestorów. Komisja Europejska zaleciła państwom członkowskim, przedsiębiorcom, organizacjom stosowanie tych metod na zasadzie dobrowolności. Ogłoszony został trzyletni okres testowania tych metod i sformułowano zasady informowania o efektywności środowiskowej, takie jak: przejrzystość, dos-

tępość i przystępność, wiarygodność, kompletność, porównywalność, jak również klarowność. Komisja Europejska zadeklarowała wsparcie na rzecz działań międzynarodowych w zakresie koordynacji działań służących opracowaniu metodyki i dostępności danych.

Należy podkreślić fakt, że Komisja Europejska w kontekście wdrażania dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wydała specjalne wytyczne propagujące stosowanie klarownych i prawdziwych twierdzeń związanych z ekologicznością w marketingu i reklamie [*Dyrektywa 2005/29/WE...*, 2005]. Realizując europejski program na rzecz konsumentów, Unia Europejska uregulowała kwestię stosowania ogólnych zasad zapobiegania mylącym twierdzeniom dotyczącym ekologiczności, pozostawiając narodowym organom interpretację i egzekwowanie przepisów w poszczególnych przypadkach [*Europejski program na rzecz konsumentów ...*, 2012].

Unia Europejska planuje również rozszerzenie działań w zakresie ujednoczenia metodologii oznaczania śladu środowiskowego z innymi krajami świata. Informacje o postępach w tym zakresie będą przekazywane krajom członkowskim i innym zainteresowanym państwom. Wiele krajów świata, takich jak: Japonia, Korea Południowa, Australia, Kanada, przy wprowadzaniu krajowych przepisów w zakresie efektywności środowiskowej opiera się także na kryteriach oceny cyklu życia produktów i informowaniu konsumentów o ich wynikach. Na świecie pojawiają się liczne inicjatywy związane z oznaczaniem śladu ekologicznego produktów i organizacji, np.: organizacja Sustainability Consortium oraz Sustainability Accounting Board (Rada ds. standardów informacyjnych w zakresie zrównoważonego rozwoju). Powszechne stosowanie takich narzędzi, jak metodologia PEF (Product Environmental Footprint) i OEF (Organization Environmental Footprint) powinno przynieść wiele korzyści nie tylko dla przedsiębiorstwa w Europie, ale także poza nią. Po pierwsze, wyeliminuje dowolność i różnorodność stosowanej metodologii oznaczania śladu ekologicznego (badanie to kosztuje około 50 tys. euro na produkt), pozwoli zmniejszyć koszty administracyjne dla eksporterów i poszerzy ofertę produktów ekologicznych na jednolitym europejskim rynku.

6. Podsumowanie

Unia Europejska konsekwentnie realizuje politykę ochrony środowiska, głównie dzięki prowadzeniu odpowiedniej polityki wobec produktów. To za sprawą produktów i usług ekologicznych w Unii Europejskiej jest realizowana filozofia ochrony środowiska. Produkty i organizacje ekologiczne, mające do dyspozycji wiarygodne i przejrzyste narzędzia informacji o swoim śladzie środowiskowym, mogą wzmacniać konkurencję na jednolitym rynku europejskim. Upowszechnienie unijnych metod pomiaru i etykietowania efektywności środowiskowej powinno zwiększyć poziom akceptacji dla ekologicznego oznakowania produktów wśród konsumentów. To właśnie ekoetykietowanie jest zaliczane do narzędzi tzw. produkto-zorientowanych i to powoduje zwiększenie świadomości ekologicznej wśród konsumentów. Uświadomiony o oddziaływaniu środowiskowym konsument czy organizacja zadecydują o rozwoju rynku produktów ekologicznych. Opracowanie metod śladu środowiskowego produktu i organizacji, opracowane przez

Wspólne Centrum Badawcze Komisji Europejskiej, umożliwi realizację planu działania na rzecz zasobooszczędnej Europy, w tym na wprowadzanie zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Wspólne podejście Unii Europejskiej do wiarygodnej informacji środowiskowej jest oparte na ocenie całego cyklu życia, umożliwiającemu państwom członkowskim oraz sektorowi prywatnemu ocenę efektywności środowiskowej produktów, usług i przedsiębiorstw, informowanie o niej i jej porównywanie, jak również udostępnianie pełnych informacji na temat śladu środowiskowego produktów.

Rozwój wspólnego rynku wskazuje na wyraźne tendencje w kierunku ekologizacji produkcji, produktów i usług oraz konsumpcji. Zatem, dostrzeżenie przez przedsiębiorstwa okazji rynkowej i szybkie dopasowanie inwestycyjnych działań rozwojowych do tych wymagań gwarantuje przewagę konkurencyjną w dłuższych okresach. Ekologiczne produkty to powrót do naturalnych surowców i materiałów, co daje możliwość nowych specjalizacji, a wykorzystanie najnowszych osiągnięć techniki i technologii może przyczynić się do szybkiego rozwoju cywilizacyjnego z poszanowaniem środowiska przyrodniczego.

Procesy integracyjne w obszarze środowiska zmierzają w kierunku rozszerzenia zakresu regulacji i uszczegółowienia przepisów dotyczących przede wszystkim: programów ochrony środowiska, ochrony powierzchni ziemi, pozwoleń zintegrowanych na emisję, środków finansowych i prawnych, poszerzenia kompetencji organów administracji oraz zarządzania celowymi funduszami ekologicznymi. Konkurencyjność polskich firm sektora dóbr i usług ekologicznych wypada na tle innych członków Unii Europejskiej całkiem nieźle (rośnie wielkość eksportu dóbr i usług ekologicznych z Polski). Przewiduje się, że w Polsce nastąpi szybki wzrost tego rynku, spowodowany nie tylko popytem wewnętrznym, ale także eksportem. Średnioroczne potrzeby inwestycyjne w naszym kraju, związane z wdrażaniem standardów środowiskowych Unii Europejskiej, oceniane są na najbliższe lata na kwotę około 3,4 mld euro, co oznacza trzykrotne zwiększenie popytu na dobra i usługi ekologiczne.

Literatura

- Analysis of Existing Environmental Footprint Methodologies for Products and Organizations: Recommendations, Rationale, and Alignment* 2011, Institute for Environmental Sustainability, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://ec.europa.eu/environment/eussd/pdf/Deliverable.pdf>, data wejścia: 18.11.2013].
- Ashford N. 1993 *Understanding Technological Responses of Industrial Firms to Environmental Problems: Implications for Government Policy*, [in:] *Environmental Strategies for Industry*, K. Fisher, J. Schot (eds.), Island Press, Wshington D.C.
- Assessment of Green Claims on Products Packaging* 2010, OECD, DEFRA.
- Attitudes of European citizens towards the environment, Special Eurobarometer 295* 2008, Komisja Europejska, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_295_en.pdf, data wejścia: 17.11.2013].

- Attitudes of Europeans towards building the single market for green products, Flash Eurobarometr 367*, Komisja Europejska 2012, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_en.pdf], data wejścia: 18.11.2013].
- Consumers' attitudes towards cross – border trade and consumer protection, Flash Eurobarometr 332* 2012, Komisja Europejska, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf], data wejścia: 18.11.2013].
- Dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://ec.europa.eu/environment/consultations/sustainable.htm>], data wejścia: 10.11.2013].
- Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 roku dotycząca nieuczynnych praktyk handlowych, stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczynnych praktykach handlowych”)*.
- Environmental and Related Services* 2013, United States Trade Commission, Washington, DC 20436, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [<http://www.usitc.gov/publications/332/pub4389.pdf>], data wejścia: 17.11.2013].
- Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production, Flash Eurobarometr 256*, 2009 Komisja Europejska, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_256_en.pdf], data wejścia: 18.11.2013].
- Europejski program na rzecz konsumentów – Zwiększenie zaufania i pobudzenie wzrostu gospodarczego*, COM (2012), 225 final.
- Flash Eurobarometr 367. Wyniki dla Polski*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_fact_pl_pl.pdf], data wejścia: 15.11.2013].
- Lorek E. 2007 *Polska polityka energetyczna w warunkach integracji z Unią Europejską*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Low Carbon Environmental Goods and Services, Department for Business Innovation and Skills, Report for 2011/2012*, July 2013, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/224068/bis-13-p143-low-carbon-and-environmental-goods-and-services-report-2011-12.pdf], data wejścia: 18.11.2013].
- Rozwój rynku dóbr i usług ekologicznych w regionie śląskim* 2002, E. Lorek (red.), Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- The Environmental Goods and Services Industry Manual for the Collection and Analysis of Data* 1999, OECD/EUROSTAT, Paris.