

ROZWÓJ SEKTORA OCHRONY ŚRODOWISKA

STRESZCZENIE

W artykule zaprezentowano pojęcie sektora ochrony środowiska wraz z jego charakterystyką. W kontekście zachowań przedsiębiorstw tego sektora omówiono ich związki z firmami z innych sektorów. Przedstawiono rolę sektora ochrony środowiska w funkcjonowaniu przedsiębiorstw regionalnych i lokalnych oraz tworzenia modeli „zielonego biznesu”.

Rozwój sektora ochrony środowiska wiąże się ze wzrostem zagrożenia ekologicznego wynikającego z wyczerpywania się zasobów naturalnych oraz dużych zmian zachodzących w środowisku naturalnym. Wzrost świadomości społecznej o konsekwencjach działań zagrażających temu środowisku a nawet egzystencji ludzi powoduje, że aktywność gospodarcza w tym sektorze ma charakter zróżnicowany. Sektor ochrony środowiska obejmuje swym zasięgiem:

- działalność doradczą o przeciwdziałaniu zagrożeniom ekologicznym (głównie doradztwo profesjonalne),
- produkcję urządzeń służących ochronie środowiska naturalnego i wykorzystaniu alternatywnych źródeł energii,
- usługi w zakresie utrzymania stanu środowiska naturalnego na określonym poziomie oraz przywracaniu go do stanu poprzedniego,
- monitorowanie stanu środowiska naturalnego,
- recykling zużytych materiałów (wyrobów),
- zarządzanie obiegiem informacji ekologicznej,
- prace b + r (badania i rozwój) w zakresie nowych technologii.

Większość działań jest realizowana na rynku „biznes to biznes”.

* Dr hab. Andrzej Chodyński jest profesorem Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu i Krakowskiej Szkoły Wyższej im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.

CHARAKTERYSTYKA SEKTORA OCHRONY ŚRODOWISKA

Rozważania o tworzeniu się sektora ochrony środowiska i rozwoju tego sektora mogą napotykać na uwagi krytyczne związane z obserwowanym faktem rozmywania się granic sektorów. Z drugiej jednak strony można mówić o tym sektorze, gdyż posiada on pewne cechy specyficzne:

- w sektorze tym (o zasięgu globalnym) wyraźnie zarysowuje się powiązanie przedsiębiorstw z organizacjami non-profit i administracją publiczną. Fakt ten może być podstawą tworzenia nowych modeli biznesu,
- sektor ten wpływa na zachowania firm w różnych typach sektorów według podziału zaproponowanego przez M. Portera,
- czynnik ekologiczny może sprzyjać tworzeniu się firm wirtualnych, wyspecjalizowanych w działalności proekologicznej na bazie posiadanych kompetencji,
- firmy tego sektora bazują na posiadanej wiedzy ekologicznej,
- firmy tego sektora wspierają działalność przedsiębiorstw różnych sektorów, wspomagając tworzenie ich relacyjnych kompetencji ekologicznych, a idąc dalej – tworzenie szans na różne warianty zachowań kooperacyjnych. Oznaczają one równocześnie współpracę i konkurencję.

Kooperencję cechuje unikanie bezpośredniej konfrontacji między firmami. Opiera się ona na zaufaniu z jednej strony, ale i na konkurowaniu z drugiej. Nie zawsze musi przyjmować postać sformalizowaną. Jej cechą jest długotrwałość i kompleksowość. J. Cygler wymienia następujące formy kooperencji: licencje, franchising, współpraca funkcji w łańcuchu wartości (non-equity alliances), umowy outsourcingowe, joint venture, częściowy wykup, pomoc techniczna i tworzenie montowni. Zdaniem tej autorki pojęcie kooperencji jest znacznie szersze od pojęcia aliansu strategicznego, ujmując m.in. strategiczne zagadnienia nie tylko na poziomie przedsiębiorstw, ale i sektorów¹.

Kooperencja występuje często w sektorach o wysokich technologiach, przy zjawisku hiperkonkurencji na globalnym rynku. Może obejmować szereg podmiotów (sieć). Można sądzić, że ważną rolę w tym przypadku może odgrywać czynnik ekologiczny, gdyż kooperencja dotyczy w szczególności takich sektorów jak przemysł samochodowy, chemiczny czy ochrona zdrowia.

Kooperencja ulega wzmocnieniu w przypadku, gdy konkurenci mają silną pozycję w sektorze, lecz nie dysponują zasobami strategicznymi. Kooperencja sieciowa polega na koncentrowaniu się przedsiębiorstw wokół kilku funkcji łańcucha wartości (w tym b + r). Oznacza to, że w ramach kooperencji

¹ J. Cygler, *Kooperencja – nowy typ relacji między konkurentami*, „Organizacja i Kierowanie” 2007, nr 2, s. 61-77.

ważnym zasobem strategicznym staje się wiedza.

W klasycznej typologii M. Portera, sektory dzielimy na: rozproszone, pojawiające się, w fazie dojrzewania, schyłkowe i globalne².

Sektor ochrony środowiska można traktować jako pojawiający się lub dojrzewający, a równocześnie globalny. Wydaje się, że w sektorze tym nie nastąpiła jeszcze wyraźna strukturyzacja. Nie ukształtowały się również typowe ścieżki rozwojowe przedsiębiorstw, dominuje specjalizacja.

Sektor ochrony środowiska może wpływać na zachowania firm w różnych typach sektorów. Doradztwo w obszarze technologii proekologicznych może sprzyjać konsolidacji przedsiębiorstw w sektorach rozproszonych. W przypadku sektorów w fazie dojrzewania może sprzyjać poprawie innowacyjności technologicznej.

W sektorach schyłkowych może wpływać na utrzymanie się firm na rynku poprzez odejście od technologii nieekologicznych. W sektorze globalnym wprowadzenie technologii BAT (najlepszych z możliwych) może zapewnić procesy i produkty o cechach ekologicznych. Czynniki ekologiczne może przejawiać się w podnoszeniu i ujednoliceniu wymagań klientów oraz ujednoliceniu polityki przemysłowej i zachowań konkurencyjnych w poszczególnych krajach.

Firmy sektora ochrony środowiska muszą posiadać odpowiednie kompetencje relacyjne, które pozwolą na kształtowanie kompetencji ekologicznych partnerów z innych sektorów. Podstawą jest wiedza, którą dysponują firmy sektora ochrony środowiska.

Kompetencje relacyjne to zbiorowa umiejętność polegająca na tworzeniu i utrzymywaniu więzi między organizacjami³. Ta dynamiczna umiejętność, tworzona głównie w procesie uczenia się, oznacza zdolność integrowania, budowania i konfigurowania oraz rekonfigurowania własnych i cudzych umiejętności. W. Czakon jako typowe więzi międzyorganizacyjne wymienia: aliance, joint ventures, stowarzyszenia, towarzystwa lobbystyczne, konsorcja, porozumienia, kartele, licencje i franchising⁴.

Kompetencje relacyjne związane są z zarządzaniem wiedzą w przedsiębiorstwie⁵. Rozpatrując aspekty ekologiczne dotyczące wiedzy na poziomie przedsiębiorstwa, nie sposób je analizować bez określenia wpływu wiedzy międzyorganizacyjnej na tle wiedzy występującej w sektorze działalności. Odnosząc się do możliwości współdziałania międzyorganizacyjnego, można przyjąć jako punkt wyjścia cztery powiązane poziomy wiedzy w przedsiębiorstwie:

- związany z przywództwem i kulturą organizacji (integracyjny),

² M. Porter, *Strategie konkurencji. Metody, analizy sektorów i konkurentów*, PWE, Warszawa 1994.

³ T.A. Hemphill, N.S. Vomortas, *Strategy research partnership: A memorial perspective*, „Technology Analysis and Strategic Management” 2003, vol.15,2, s. 262.

⁴ W. Czakon, *Dynamika więzi międzyorganizacyjnych przedsiębiorstwa*. Prace Naukowe AE, Katowice 2007.

⁵ B. Anand, T. Khanna, *Do firm learn to create value? The case of alliances*, „Strategic Management Journal” 2000, vol.21, Special Issue, s. 296.

- związany z technologiami informatycznymi i infrastrukturą (strukturalny),
- odnoszący się do procesów (megaprocesowy),
- narzędziowy⁶.

Prowadzony w oparciu o ocenę tych poziomów audyt zarządzania wiedzą powinien uwzględniać aspekty ekologiczne.

Funkcjonowanie sektora ochrony środowiska i jego wpływ na inne sektory może być analizowany z uwzględnieniem realizacji idei ekorozwoju, szeroko uwzględniającego założenia systemu ochrony środowiska. System ten obejmuje prawo ochrony środowiska, wyspecjalizowane agendy administracji państwowej, instrumenty ekonomiczne, jednostki naukowo-badawcze, ruchy ekologiczne oraz produkcję urządzeń ochrony środowiska⁷.

PRZEDSIĘBIORSTWA SEKTORA OCHRONY ŚRODOWISKA A PROBLEMY REGIONALNE I MODELE „ZIELONEGO BIZNESU”

Przedsiębiorstwa sektora ochrony środowiska wychodzą w swych powiązaniach poza sektor swojej działalności. Ich działalność doradcza wpływać będzie na rekonstrukcję łańcuchów wartości przedsiębiorstw działających w różnych sektorach. Produkcja urządzeń ochrony środowiska, możliwości techniczne związane z zagospodarowaniem odpadów mogą wpływać na decyzje różnych firm odnośnie dywersyfikacji działalności bądź koncentracji na wybranych domenach.

Firmy z sektora ochrony środowiska będą również podlegać zjawisku fuzji i przejęć przez korporacje ponadnarodowe. Uwzględnienie czynnika ekologicznego powoduje, że ujęcie finansowe działalności jest już niewystarczające. Powinno się bowiem szeroko uwzględnić powiązania organizacji z poszczególnymi interesariuszami. System pomiaru efektywności musi uwzględniać ich potrzeby, w tym m.in. ocenę skutków ekologicznych dla zdrowotności załogi i społeczności lokalnej (regionalnej).

Interesujące mogą być rozważania o roli przedsiębiorstw sektora ochrony środowiska i poprawie ich efektywności w kontekście zmian systemów terytorialnych. A. Noworól wskazuje na trzy siły sprawcze zmian: poziom przedsiębiorczości, relacje między systemami terytorialnymi i wpływ podsystemu zarządzania na proces zmiany⁸. W ramach relacji między systemami istotne jest tworzenie konkurencyjności terytorialnej opartej na atrakcyjności

⁶ A. Kowalczyk, B. Nogalski, *Zarządzanie wiedzą. Koncepcja i narzędzia*, Difin, Warszawa 2007.

⁷ M. Pietraś, *Bezpieczeństwo ekologiczne w Europie. Studium politologiczne*, Wyd. UMCS, Lublin 2000, s. 231.

⁸ A. Noworól, *Pojęcie rozwoju terytorialnego w kontekście nauk o zarządzaniu*, „Współczesne Zarządzanie” 2007, nr 2, s. 25-36.

własnego kapitału. Obejmuje on:

- środowisko przestrzenne,
- kapitał ludzki,
- kapitał organizacyjny wraz z systemem zarządczym.

W skład środowiska przestrzennego wchodzi – poza krajobrazem i strukturą przestrzenną – zasoby środowiska (naturalnego).

Rozpatrując problematykę przedsiębiorstw sektora ochrony środowiska, warto przypomnieć poglądy o konieczności współistnienia trzech podsystemów w makrosystemie zarządzania: społeczeństwo-gospodarka-środowisko (naturalne)⁹. Firmy sektora ochrony środowiska, rozwijając swoją działalność gospodarczą, są wspierane przez wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa dążącego do utrzymania odpowiedniego stanu środowiska naturalnego.

Firmy tego sektora mogą tworzyć własne modele biznesu w ramach sektora, ale również będą wchodzić w powiązania z różnymi organizacjami spoza tego sektora. Przegląd zachowań firm, związany z koncepcją ekologii przemysłu, zawarto w monografii A. Chodyńskiego¹⁰. Warto jednak odnieść się do problemu, w jaki sposób ekologia może wpływać na kształt modeli biznesu. Przeglądu modeli biznesu dokonali M. Jabłoński i A. Jabłoński¹¹. Prezentowany, wśród wielu, model S.M. Shatera, H.J. Smitha i I.C. Lindera rozpatruje cztery kluczowe kategorie: strategiczne wybory, sieci wartości, kreowanie wartości i zdobywanie wartości.

Z punktu widzenia aspektu ekologicznego jako istotne dla modeli „zielonego biznesu” („green business”) można uwzględnić (propozycja własna autora artykułu):

1. W obszarze strategicznym: strategiczne kompetencje ekologiczne oparte o zarządzanie wiedzą, uczenie się i kapitał intelektualny.
2. W zakresie sieci wartości:
 - tworzenie wartości poprzez typowe powiązania w ramach ekologii przemysłu (w sektorze działalności, łańcuchu tworzenia produktów i zgrupowań regionalnych),
 - tworzenie powiązań sieciowych firm z inteligentną administracją publiczną i proekologicznymi organizacjami non-profit.
3. W zakresie kreowania wartości: właściwe wykorzystanie zasobów i efektywność procesów wzdłuż całego łańcucha wartości z punktu widzenia wymogów ekologicznych.
4. W zakresie zdobywania wartości – wyróżnianie się poprzez innowacyjność i jakość ekologiczną, poprzez wykorzystanie wzrostu świadomości

⁹ B. Poskrobko, *Zarządzanie środowiskiem*, PWE, Warszawa 1998.

¹⁰ A. Chodyński, *Wiedza i kompetencje ekologiczne w strategii rozwoju przedsiębiorstw*, Wyd. Difin, Warszawa 2007.

¹¹ M. Jabłoński, A. Jabłoński, *Efektywne modele biznesu*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas, seria „Zarządzanie i Marketing” 2006, nr 2, s. 67-74.

ekologicznej społeczności i wszystkich interesariuszy.

Korzystając z opisów różnych składników modeli biznesu, aspekty ekologiczne warto rozpatrywać w kontekście tożsamości, wizerunku i reputacji firm w sieci powiązań¹².

Czynnikiem łączącym prezentowane powyżej kluczowe kategorie jest kultura organizacyjna współdziałających ze sobą organizacji.

PODSUMOWANIE

Realizacja paradygmatu zarządzania podkreślającego równoważenie celów ekonomicznych, ekologicznych i społecznych w warunkach globalnego rynku prowadzi do rozwoju przedsiębiorstw zajmujących się działalnością związaną z problematyką ochrony środowiska naturalnego. Pewne cechy wspólne tych przedsiębiorstw – w tym w odniesieniu do zachowań strategicznych – pozwalają na wydzielenie sektora ochrony środowiska.

Trajektorie rozwojowe tych przedsiębiorstw oraz ich wpływ na rozwój przedsiębiorstw z różnych sektorów inspirowały do tworzenia modeli „zielonego biznesu”.

SUMMARY

This article shows the sector of environmental protection and its characteristic. This paper presents the connections between the firms from this sector and firms from other sectors. In the article was discussed the importance of environmental protection sector for regional and local activities and models of green business.

LITERATURA

1. B. Anand, T. Khanna, *Do firms learn to create value? The case of alliances*, „Strategic Management Journal” 2000, vol.21, Special Issue, s. 296.
2. A. Chodyński, *Kompetencje i reputacja w budowie zaufania między organizacjami odpowiedzialnymi społecznie*, „Przegląd Organizacji” 2007, nr 6, s. 21-23.
3. A. Chodyński, *Wiedza i kompetencje ekologiczne w strategii rozwoju przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2007.

¹² A. Chodyński, *Kompetencje i reputacja w budowie zaufania między organizacjami odpowiedzialnymi społecznie*, „Przegląd Organizacji” 2007, nr 6, s. 21-23.

4. J. Cygler, *Kooperencja – nowy typ relacji między konkurentami*, „Organizacja i Kierowanie” 2007, nr 2, s. 61-77.
5. W. Czakon, *Dynamika więzi międzyorganizacyjnych przedsiębiorstwa*, Prace Naukowe AE, Katowice 2007.
6. T.A. Hemphill, N.S. Vomortas, *Strategy research partnership: A memorial perspective*, „Technology Analysis and Strategic Management” 2003, vol.15,2, s. 262.
7. M. Jabłoński, A. Jabłoński, *Efektywne modele biznesu*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas, seria „Zarządzanie i Marketing” 2006, nr 2, s. 67-74.
8. A. Kowalczyk, B. Nogalski, *Zarządzanie wiedzą. Koncepcja i narzędzia*, Difin, Warszawa 2007.
9. A. Noworól, *Pojęcie rozwoju terytorialnego w kontekście nauk o zarządzaniu*, „Współczesne Zarządzanie” 2007, nr 2, s. 25-36.
10. M. Pietraś, *Bezpieczeństwo ekologiczne w Europie. Studium politologiczne*, Wyd. UMCS, Lublin 2000, s. 231.
11. M. Porter, *Strategie konkurencji. Metody, analizy sektorów i konkurentów*, PWE, Warszawa 1994.
12. B. Poskrobko, *Zarządzanie środowiskiem*, PWE, Warszawa 1998.