



OAF L
Studenckie czasopismo internetowe

Magdalena Wancel, Milena Kędzia, Aleksandra Tomczyk

Uniwersytet Opolski, Wydział Ekonomiczny

Stan rozwoju zrównoważonej logistyki na podstawie mikro i małych przedsiębiorstw w branży odzieżowej.

1. Wprowadzenie.

Tematyka zrównoważonej logistyki jest w ostatnich latach bardzo popularna. Powody tego są wielowymiarowe i wynikają przede wszystkim z kluczowych megatrendów logistyki. Zmiany w obszarze gospodarki, klimatu czy też postaw klientów skłaniają do tego, żeby zainteresować się wskazaną tematyką nie tylko na przykładzie dużych przedsiębiorstw i korporacji, ale także w mikro i małych przedsiębiorstwach. W publikacji zwrócono uwagę na istotę rozwoju zrównoważonej logistyki, podjęto tematykę negatywnego wpływu transportu oraz przedstawione zostały negatywne i pozytywne aspekty zrównoważonej logistyki na podstawie badanych przedsiębiorstw. Do badań przeprowadzonych w 2023 r. wykorzystano informacje bezpośrednio pochodzące od właścicieli, kierowników i sprzedawców z mikro i małych przedsiębiorstw działających w branży odzieżowej na terenie województw śląskiego, opolskiego.

2. Istota zrównoważonej logistyki.

Termin “zrównoważony rozwój” można rozumieć jako rozwój społeczno - ekonomiczny współczesnych społeczeństw, polegający na zaspokajaniu ich potrzeb w taki sposób, aby przyszłe pokolenia również miały możliwość zaspokojenia swoich potrzeb. Bycie zrównoważonym jest równoznaczne z nieszkodzeniem innym.

Aktami prawnymi odzwierciedlającymi istotę rozwoju zrównoważonego są uznane międzynarodowe standardy, do których zaliczono m.in. Normę ISO 26 000, Zasady Inicjatywy ONZ Global Compact oraz Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych [A. Kosołowski, A. Józwiak *“Zrównoważony łańcuch dostaw”* Systemy Logistyczne Wojsk nr 38/2012 2019 r. s.4]. Logistyka sama w sobie oznacza proces zarządzania przepływem surowców, materiałów, wyrobów gotowych oraz informacji z punktu wytworzenia do punktu konsumpcji.

Zrównoważona logistyka ma na celu redukcję śladu węglowego, zanieczyszczeń i odpadów na wszystkich możliwych etapach łańcucha dostaw rozpoczynając od produkcji, poprzez magazynowanie oraz przygotowywanie zamówień, aż po dostawę towarów do ostatecznego punktu konsumpcji. Warto pamiętać, że nie jest to jedynie aspekt ekologiczno - środowiskowy. Dotyczy to również praw człowieka i pracownika oraz etyka biznesowa.

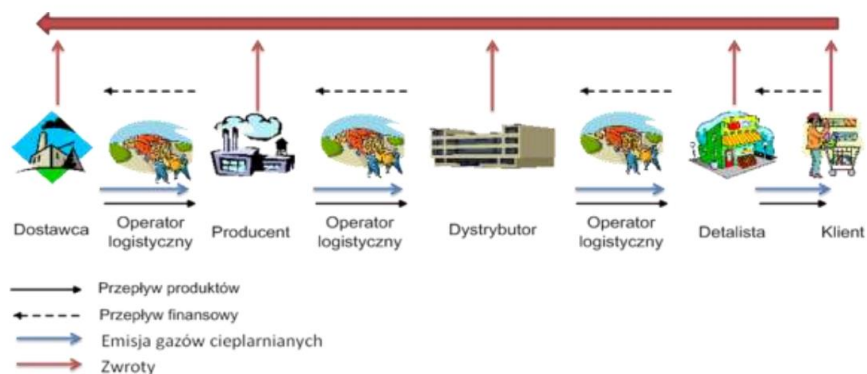
Na obszar zrównoważonego rozwoju oprócz aspektu środowiskowego i społecznego składa się również aspekt ekonomiczny. Za jego sprawą zrównoważona logistyka nie jest w przedsiębiorstwach wprowadzana na taką skalę, na jaką powinna, aby wprowadzone rozwiązania realnie mogły wpłynąć na środowisko. Aspekt ekonomiczny ma dla właścicieli mikro i małych przedsiębiorstw w branży odzieżowej szczególne znaczenie ze względu na chęć stałego wzrostu gospodarczego w działalności, która opiera się na lokalnym rynku. Przedsiębiorstwa te, nie mogą sobie pozwolić na potknięcia finansowe, ponieważ mogą one przynieść negatywne długoterminowe skutki.

3.Negatywne oddziaływanie transportu.

Powstawanie śladu węglowego, a zarazem próby jego zniwelowania są dla branży transportowej wielkim wyzwaniem. Sektor transportowy emituje znaczne ilości gazów cieplarnianych. W 2018 roku jego udział w całkowitej emisji tych gazów w Europie wyniósł 21% [European Commission 2021]. Jak podano w Krajowym raporcie Inwentaryzacyjnym 2020, w tym roku w Polsce odsetek ten wynosił 15,8%. Szacuje się, że przeważająca część (powyżej 70%) wszystkich gazów cieplarnianych emitowanych przez sektor transportowy jest wytwarzana w transporcie drogowym, głównie przez samochody osobowe, ale także dostawcze, ciężarowe, ciągniki siodłowe, autobusy [J. Zarczuk, B. Klepacki *“Powstawanie śladu węglowego w branży transportowej”*. Economics and Organization of Logistics 2021 r s.56].

Zrównoważona logistyka może być zatem traktowana jako rozwijający się nurt badań w logistyce i zarządzaniu łańcuchami dostaw, zorientowany na całościowe rozwiązywanie współczesnych wyzwań, stojących przed zaprojektowanymi w przeszłości systemami logistycznymi [A. Sadowski "Logistyka zrównoważona — główne kierunki rozwoju" Gospodarka Materiałowa i Logistyka 2019 r., str.21].

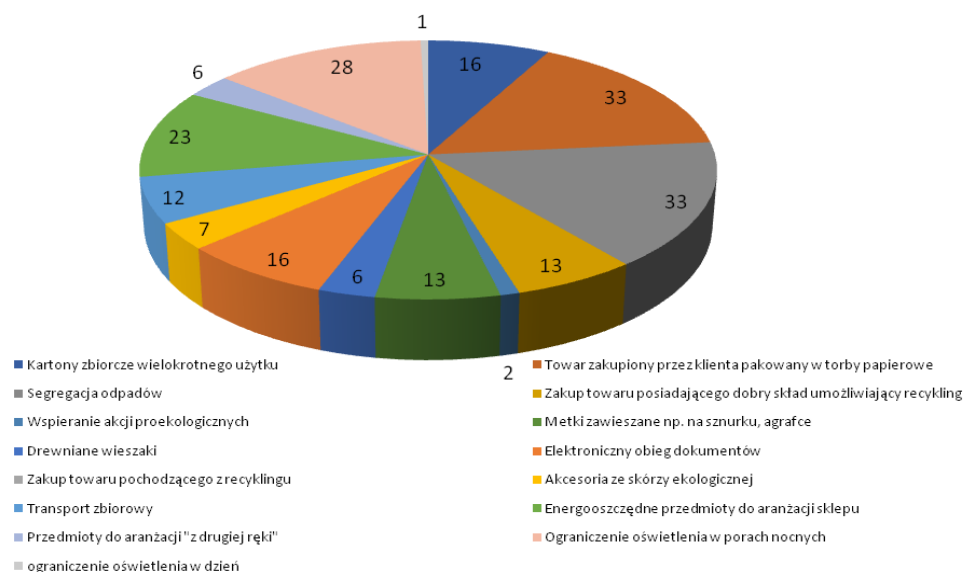
Grafika 1. Przykładowy model łańcucha dostaw.



Źródło: Artur Kosolowski, Arkadiusz Józwiak "Zrównoważony łańcuch dostaw" Systemy Logistyczne Wojsk 2019 str.10

Biorąc pod uwagę obszary działania, w których zawiera się logistyka zrównoważona, można dostrzec jej wczesną fazę rozwoju. Potwierdzeniem tego zjawiska może być między innymi brak powszechnie przyjętej definicji logistyki zrównoważonej oraz niski poziom świadomości ludzi w badanej tematyce. Rozwiązania stosowane w badanych przedsiębiorstwa zaprezentowano na grafice numer 1.

Grafika 2. Rozkład aktywności związanych ze zrównoważonym rozwojem.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie ankiet środowiskowych.

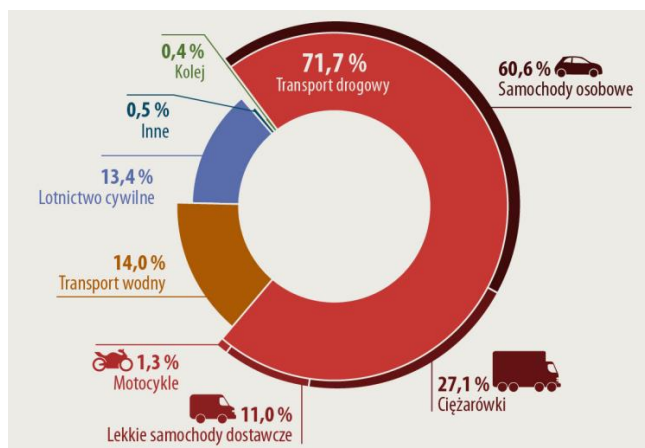
4. Negatywne działania badanych przedsiębiorstw w obszarze zrównoważonej logistyki.

Zgodnie z przeprowadzonym w województwie opolskim, łódzkim i śląskim badaniem ankietowym w 45 mikro i małych przedsiębiorstwach odzieżowych można stwierdzić, że świadomość przedsiębiorców na temat zrównoważonej logistyki zwiększa się. Jednakże zważając na dzisiejsze możliwości przepływu oraz dostępu do informacji, wciąż jest ona na zbyt niskim poziomie. Wszechobecne wiadomości dotyczące ekologicznego życia najwidoczniej nie są na tyle przekonujące, aby wprowadzić je w życie czy też w swoim własnym biznesie. Nadal wielu przedsiębiorców stawia tylko i wyłącznie dobro swojego przedsiębiorstwa ponad ekologię oraz losy naszej planety.

Zachowanie reklamy w formie nocnego oświetlenia jest wciąż ważniejsze niż oszczędność energii elektrycznej. Powodem, dla którego witryny sklepowe zostają oświetlone także w porach nocnych może być zachęcenie potencjalnego klienta do przybycia z powrotem, gdy sklep zostanie otwarty ponownie. Badania przeprowadzone w 2022 roku wskazują jednoznacznie, że witryny sklepowe przykuwają wzrok klientów, w szczególności płci żeńskiej. Zgodnie z danymi aż 82,7% kobiet zwraca uwagę na wystawę sklepową, natomiast płęć męska wykazuje zainteresowanie w 65,2% [W. Bieńkowska-Gołas, G. Gierczyńska „*Visual merchandising jako element promocji w branży odzieżowej*” *Turystyka i Rozwój Regionalny 2022 s.311*]. Mikro i małe przedsiębiorstwa, bardziej niż duże sklepy sieciowe, muszą przykuwać uwagę, ponieważ zazwyczaj działają tylko i wyłącznie na skalę lokalną i każdy klient jest dla nich na wagę złota. Pozostanie przy aktualnym poziomie konkurencyjności jest priorytetem niektórych przedsiębiorców. Na zabiegi tego typu decydują się zwykle małe przedsiębiorstwa, które uzyskują większe zyski. Jedynie 28 na 45 badanych przedsiębiorstw ogranicza oświetlenie w porach nocnych. Biorąc pod uwagę prostotę tego rozwiązania jest to dość niski wynik, zważając na fakt, że wszystkie przedsiębiorstwa są w stanie to zmienić, bez żadnego wkładu finansowego, a wręcz na tym zyskując poprzez oszczędność środków wydanych na opłacenie zobowiązań za zużycie energii elektrycznej.

Badanie wykazało również, że 72% badanych transportuje towary od hurtowników lub producentów do firmy samochodem osobowym. Ten środek transportu według danych Dyrekcji Generalnej ds. Komunikacji emituje najwięcej CO₂ w całej Europie, ponieważ aż 60,6%.

Grafika 3. Podział emisji w transporcie UE według rodzaju transportu (2019)



Źródło: Dyrekcja Generalna ds. Komunikacji "Emisje CO₂ z samochodów: fakty i liczby (infografiki)" s. 2

Wynika to ze stosunkowo małej ilości towaru, który właściciele decydują się transportować we własnym zakresie. Koszt jaki musiałby ponieść przedsiębiorca związany z transportem ciągnikiem siodłowym w przypadku takiej ilości zakupionego towaru jest o wiele wyższy i przez to nieopłacalny.

Pomimo digitalizacji prawie każdego aspektu życia ludzi, jedynie 36% badanych wprowadziło do swojego przedsiębiorstwa elektroniczny obieg dokumentów. Wynika to z niewielkiej ilości dokumentów w mikro i małych przedsiębiorstwach. Opłacenie programu umożliwiającego np. opłacenie faktury oraz przetrzymywanie dokumentacji jest o wiele większym kosztem, niż archiwizowanie ich fizycznie.

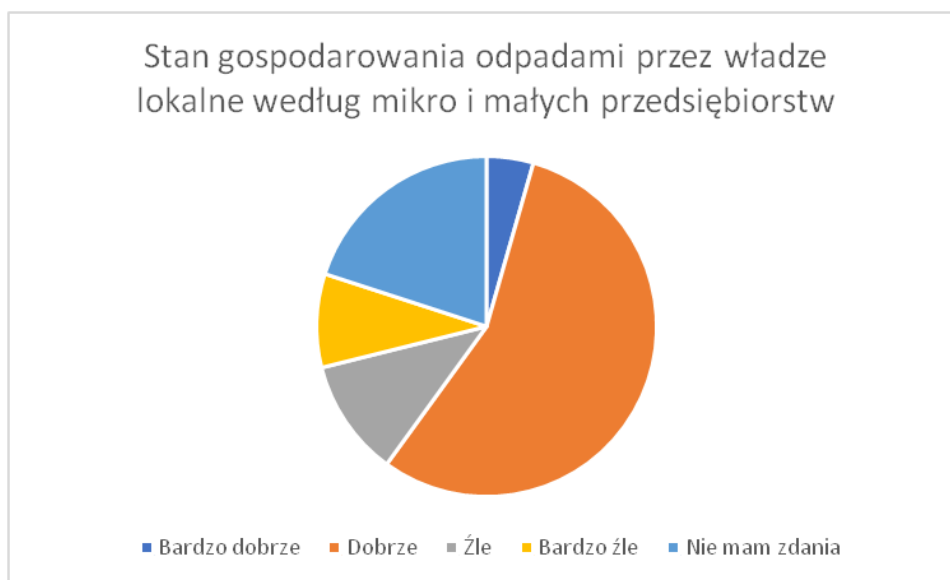
Ważnym aspektem zrównoważonej logistyki są również warunki pracy. W przedsiębiorstwach, które działają na skalę globalną takich jak SHEIN czy też ZAFUL występuje niewolnicza praca głównie kobiet oraz dzieci przy produkcji m.in. odzieży. Przeprowadzone badanie wykazało, że aż 47% właścicieli przedsiębiorstw nie zwraca uwagi, na to, w jakich warunkach powstały zakupione towary. Z przeprowadzonej rozmowy z jednym z właścicieli wynika, że w hurtowniach trudno uzyskać tego typu informacje - stąd prawdopodobnie tak niski wynik. Pokrywa się on prawie idealnie z procentem przedsiębiorstw, które zwracają uwagę na kraj wytworzenia a jest ich 49%.

5. Pozytywny wymiar w obszarze zrównoważonej logistyki na przykładzie badanych przedsiębiorstw.

Aktualna sytuacja cenowa wspiera przedsiębiorców. Jako przykład można podać stosunek cen toreb plastikowych do cen toreb papierowych. Ze względu na wprowadzoną opłatę recyklingową za torby plastikowe, która zwiększa koszty przedsiębiorstwa, aż 73% badanych przedsiębiorców zdecydowało się na pakowanie sprzedanego towaru w torby papierowe, co w dużej mierze przyczynia się do ograniczenia wprowadzania plastiku na rynek.

Przeprowadzone badanie wykazało, że 84% przedsiębiorstw zamawia towary produkowane w Polsce. Rozwiązanie to skraca łańcuch dostaw towarów, co przyczynia się do redukcji emisji CO₂ związanych z transportem między ogniwami łańcucha. Przedsiębiorcy odpowiadają tym samym na wybory konsumentów, ponieważ ponad połowa tj. 54% polskich konsumentów jest skłonna dopłacić do polskich produktów (KPMG "Rynek mody w Polsce" 2019). Dodatkowo równo 50% badanych nabywa towary bezpośrednio u producenta.

Grafika 4. Stan gospodarowania odpadami.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie ankiet środowiskowych

Z wywiadów przeprowadzonych z przedsiębiorcami wynika, że istnieje możliwość zakupu towaru w hurtowni bez dodatkowego opakowania. W zamian właściciele decydują się na zakup towarów na wieszakach, które transportują na stałe zamontowanym elemencie umożliwiającym zawieszenie we własnych środkach transportu. Na takie rozwiązanie decyduje się 29% badanych przedsiębiorstw, pozwala to na ograniczenie opakowań plastikowych jak i papierowych. 36% przedsiębiorców pakuje towar jedynie w opakowanie papierowe zbiorcze,

natomiast 29% w opakowania plastikowe jednostkowe. Ma to jednak głównie miejsce w przedsiębiorstwach oferujących elegancką odzież męską, które chcą zachować ekskluzywność usługi. Do tego wyniku zaliczają się również salony oferujące sprzedaż bielizny. Opakowanie plastikowe jednostkowe pozwala zachować higienę.

W żadnym z badanych przedsiębiorstw nie występuje zjawisko niszczenia towaru, czy też wyrzucania ich po zakończonym sezonie, 56% przedsiębiorstw przecenia niesprzedaną odzież w celu pozbycia się jej ze stanów magazynowych, 42% przechowuje niesprzedany towar na magazynie w celu odprzedaży go w kolejnym sezonie. Dzięki takim rozwiązaniom przedsiębiorstwa redukują ilość odpadów.

Segregacja odpadów na terenie przedsiębiorstwa, to rozwiązanie, które stosuje 73% właścicieli dzięki czemu przyczyniają się do zmniejszenia degradacji środowiska oraz do możliwości ponownego przetworzenia odpadów. Coraz częściej przedsiębiorstwa włączają zagadnienie zrównoważonego rozwoju w postaci logistyki zwrotnej do ogólnej polityki firmy. Ważnym aspektem jest również fakt, że 55% badanych twierdzi, że sprawność lokalnej gospodarki odpadami dla mikro i małych przedsiębiorstw mogą ocenić dobrze, co również pozytywnie wpływa logistykę zwrotną.

6.Podsumowanie.

Poruszona w opracowaniu tematyka dotycząca rozwoju zrównoważonej logistyki stanowi obecnie jeden z priorytetów w rozwoju firm. Biorąc pod uwagę szereg publikowanych badań w tym temacie, wydaje się że duże przedsiębiorstwa, korporacje działają już według pewnych standardów i ustalonych zasad, albo z powodu obligatoryjnych regulacji prawnych albo też z powodu chęci wpisania się w ogólną strategię zrównoważonego rozwoju. W przypadku mikro i małych przedsiębiorstw sytuacja ma się nieco inaczej, poza oczywiście wykonywanym przepisów prawa w zakresie zrównoważonego rozwoju, raczej nie mają ustandaryzowanego toku postępowania w tym zakresie i bardzo często działają intuicyjnie. Na podstawie przeprowadzonych pilotażowych badań, które z pewnością nie są reprezentatywną grupą, która pozwoli na daleko idące uogólnienia, to jednak pokazują pewien kierunek, w którym w przyszłości powinny być prowadzone badania. W badaniu wykazano, że 84% przedsiębiorstw zamawia towary produkowane w Polsce. Rozwiązanie to skraca łańcuch dostaw towarów, co przyczynia się do redukcji emisji CO₂ związanych z transportem między ogniwami łańcucha. Przedsiębiorcy odpowiadają tym samym na wybory konsumentów, ponieważ ponad połowa tj. 54% polskich konsumentów jest skłonna dopłacić

do polskich produktów (KPMG “Rynek mody w Polsce” 2019). Dodatkowo równo 50% badanych nabywa towary bezpośrednio u producenta. Te dane pokazują jak rynek mikro i małych przedsiębiorców zorientowany jest na działania na rynku lokalnym i regionalnym, zarówno w zakresie zakupu i sprzedaży towarów.

Bibliografia.

1. Artur Kosołowski, Arkadiusz Józwiak “Zrównoważony łańcuch dostaw” Systemy Logistyczne Wojsk nr 38/2012.
2. Adam Sadowski “Logistyka zrównoważona — główne kierunki rozwoju” Gospodarka Materiałowa i Logistyka.
3. Julia Zarczuk, Bogdan Klepacki “Powstawanie śladu węglowego w branży transportowej”. Economics and Organization of Logistics.
4. Dyrekcja generalna ds. Komunikacji “Emisje CO2 z samochodów: fakty i liczby (infografiki)”
5. Wioletta Bieńkowska-Gołas, Gabriela Gierczyńska „Visual merchandising jako element promocji w branży odzieżowej” Turystyka i Rozwój Regionalny 2022
6. KPMG “Rynek mody w Polsce” 2019