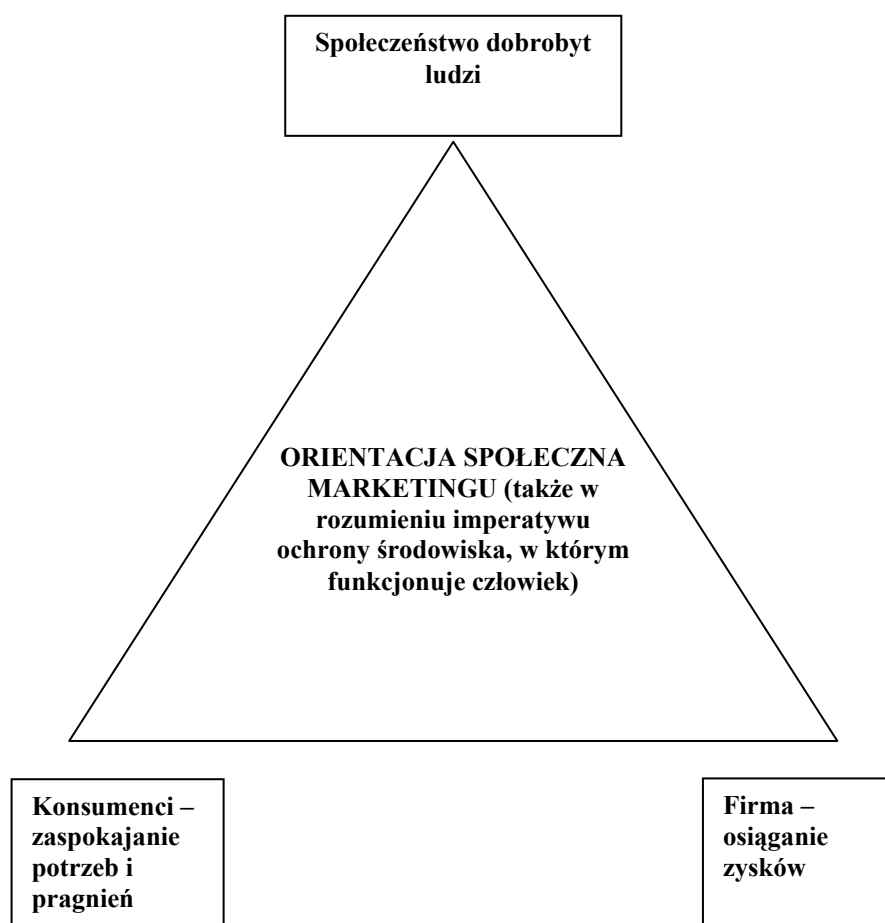


21.06.2005 r.

## **Ekologia a logistyczno-marketingowe uwarunkowania rozwoju systemów transportowych – wybrane zagadnienia - cz. 4**

### V. Transport a koncepcja marketingu społecznego i zielonego

Przedsiębiorstwa w XXI wieku będą obarczane odpowiedzialnością za ścieki, materiały opakowaniowe, zagospodarowanie odpadów, hałas, wypadki i inne pozostałości wynikające z ich działalności produkcyjnej, transportowej i marketingowej. Społeczeństwo jako zbiorowość zainteresowane jest długofalowym dobrobytem i życiem w przyjaznym, nieuciążliwym otoczeniu i nieskażonym środowisku naturalnym. Produkty i usługi wytwarzane przez przedsiębiorstwa nie mogą zatruwać ani zwiększać problemów z odpadami. W strategiach współczesnych firm zaznacza się uwzględnianie interesów społeczeństwa i środowiska. Wynika to bowiem z przyjęcia do stosowania tzw. koncepcji marketingu społecznego. Koncepcja ta zakłada zrównoważenie trzech aspektów polityki marketingowej, tzn. zysków firmy, pragnień konsumentów i interesów społeczeństwa (rys. 1). Zasadniczą sprawą jest uznanie, że marketing jest świadomy problemów ochrony środowiska naturalnego i jest on częścią całościowego systemu zarządzania środowiskiem.



**Rys. 1. Orientacja społeczna marketingu w kontekście środowiska naturalnego**

Źródło: Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa 2002, s. 54.

Jak podaje Ph. Kotler [5], stosowanie marketingu zielonego wymaga od przedsiębiorstw m.in.:

- wszechstronnej oceny aktualnej działalności firmy w dziedzinie ochrony środowiska naturalnego,
- głęboko zaangażowanego monitoringu, auditingu, rejestrowania i pomiaru poprawy tej działalności,
- opracowania realnej polityki środowiskowej,
- inwestowania w kształcenie i szkolenie załogi, badania i technologie związane z ochroną środowiska,

- tworzenia koalicji i pomostów łączących różnorodne interesy,
- ściślejszego dostosowania się do wartości marketingowych, polegających na sprzedawaniu korzyści zamiast produktów i utrzymywaniu wartości firmy, a nie tylko samego produktu,
- programów szkolenia i wspierania konsumentów z zamiarem zwiększania ich odpowiedzialności za środowisko naturalne.

## Podsumowanie

Unia Europejska stale poszukuje nowych rozwiązań, pozwalających na kreowanie silnego wzrostu gospodarczego, przy zachowaniu efektywnego systemu transportowego, jednocześnie umożliwiających osiągnięcie w pełni korzyści na rynku wewnętrznym. Rozwiązania te dążą do sukcesywnego zmniejszania roli transportu drogowego i promocji ekologicznych środków transportu. Rozwój logistyki, budowanie łańcuchów dostaw czy też sieci opartych, tam gdzie to jest możliwe, na transporcie kolejowym lub wodnym niewątpliwie będzie miało duże znaczenie dla ochrony środowiska naturalnego.

Podobna polityka powinna być wdrażana również w naszym kraju, gdzie istniejący system transportowy charakteryzuje się niedoborami podaży w jej pewnych częściach, wysokimi kosztami eksploatacji i małymi możliwościami elastyczności wobec zmian popytu. W obecnej sytuacji transport samochodowy jest bardziej konkurencyjny od transportu kolejowego. Składa się na to wiele przyczyn, do których (oprócz przytoczonych na wstępie) możemy zaliczyć:

- brak polityki państwa promującej ekologiczne środki transportu, tj. transport kolejowy, morski, wodny śródlądowy,
- w przeciwieństwie do transportu samochodowego kolej ponosi całkowite koszty związane z utrzymaniem infrastruktury,
- brak odpowiedniej ilości terminali kontenerowych i centrów logistycznych umożliwiających rozwój transportu kombinowanego, intermodalnego oraz świadczenie usług kompleksowych typu dom – dom,
- brak środków umożliwiających modernizację i zakup specjalistycznego taboru.

Dlatego istnieje pilna potrzeba podjęcia stosownych działań w celu zmiany niekorzystnego trendu, gdyż polityka Unii Europejskiej zmierza w kierunku rozwoju przewozów kombinowanych i innych technologii przewozowych zgodne z zasadą *from road to sea*.

Nasz transport kolejowy, z uwagi na swój ekologiczny charakter, bezpieczeństwo przewozu, niezawodność i jeszcze dość dużą dostępność, może być optymalnym rozwiązaniem dla poszczególnych użytkowników przewozów towarowych.

Centra logistyczne obsługiwane zasadniczo przez transport kolejowy i pracujące w sieci z pewnością przyczynią się do usprawnienia przepływu potoku ładunków. Należy więc na koniec wybrać pomiędzy dwoma rozwiązaniami: Czy lepiej budować kosztowne drogi, mosty, obwodnice miast (co niewątpliwie jest potrzebne, rozważania dotyczą jedynie skali potrzeb), a na co dzień walczyć z kongestią na drogach, skutkami wypadków oraz godzić się na degradację środowiska naturalnego? Czy może raczej wykorzystać to, co już posiadamy i przy niewielkich stosunkowo nakładach finansowych usprawnić i zmodernizować przepływ ładunków po sieci linii kolejowych, wykorzystując w sposób optymalny przewozy intermodalne?

#### Literatura:

1. *Biała Księga – Europejska polityka transportowa 2010: czas na podjęcie decyzji*, Komisja Wspólnot Europejskich, Bruksela 2001.
2. Ciesielski M., *Sieci logistyczne*, Poznań 2002.
3. Kozłowski S., *Ekorozwój. Wyzwanie XXI wieku*, Warszawa 2000, s. 81.
4. Korzeń Z. (materiały nie publikowane w zbiorach Politechniki Wrocławskiej).
5. Kotler Ph., G. Armstrong G., Saunders J., Wong V., *Marketing. Podręcznik europejski*, Warszawa 2002, s. 92.
6. Swokłoń O., *Wypadki ciągle groźne - spaliny i hałas o wiele groźniejsze*, „Transport i Komunikacja” listopad-grudzień 2003.

*dr Mirosław Antonowicz*

*mgr inż. Henryk Zielaskiewicz*