

Vállalati környezetvédelem – megoldva?

Az elmúlt évtizedek sikerei és a mai kihívások

Győri Zsuzsanna¹

Bevezetés

A fenntarthatatlanság – a globális humán és ökológiai problémák, köztük a klímaváltozás és az egyre növekvő egyenlőtlenség – korunk legfontosabb kihívása. A környezeti fenntarthatóság témájával az 1960-as évek óta foglalkozik komolyabban az emberiség, az 1980-as évektől kapcsolódott ehhez a fenntarthatóság társadalmi és gazdasági dimenziója is. Bár néha azt érezzük, hogy a csapból is a fenntarthatóság folyik – gondoljunk az energiatakarékossági pályázatokra, az öko- és bioboltokra és -termelőkre, a tudatos fogyasztói mozgalmakra vagy akár a tömegmédiában megjelenő hirdetésekre –, furcsa kettősséget figyelhetünk meg. Bár számos technológia és megoldás létezik, amelyekkel a problémák orvosolhatók (példaként említhető az ökológiai szempontú adóreform, a fosszilis energiahordozók támogatásának eltörlése, az életciklus-alapú árszabás, az okosváros-tervezés, a környezetbarát és racionalizált mobilitás vagy az energiahatékony lakhatás), a hozzáállásunk nem mozdul el az ökológikusabb értékrend vagy az átgondolt fogyasztás felé. Hiába egyre erősebbek és egyértelműbbek a közelgő vagy akár már létező ökológiai és társadalmi problémák jelei, a fogyasztói társadalom gondolati mintázatai és az emberek viselkedése nem változik szignifikánsan. Közönyösek vagyunk, sokan talán már feladták a reményt, és amíg lehet, még élvezni szeretnék, amijük van, és amit megtehetnek. Nem éljük meg – még ha sokat halljuk is – hogy a szükségletek helyett a valós igényeink kielégítésére kellene törekednünk.

Vannak azonban, akik a környezeti erőforrások kimerülésének veszélyét – vagy akár a társadalmi változások kockázatait – a fogyasztóknál láthatóan komolyabban veszik: a vállalatok. A társadalmi felelősségvállalásnak (CSR) gyakorlatilag a kezdetektől kiemelt témája a környezetvédelem. A vállalatok tehát csak részben a társadalmi elvárásokra reagálnak, több esetben azoknak elébe is mennek (ilyen például, amikor a hazai leányvállalat a nemzetközi anyavállalat gyakorlatát és etikai sztenderdjeit alkalmazza, megelőzve az érintetti nyomást), másrészt saját üzleti érdekeik alapján önmagukat és saját piacukat szabályozzák, gyakran a jogi előírások betartásán túlmenve (CSUTORA–KEREKES 2004; KERKES–WETZKER 2007; GYŐRI 2016).

¹ Főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Egyetem PSZK, Vállalkozás és Emberi Erőforrások Intézeti Tanszék.
E-mail: gyori.zsuzsanna@uni-bge.hu



Az olyan iránymutatások és eszközök, mint az ENSZ Global Compactja, a Global Reporting Initiative vagy az ISO 26000 nem egyként a sok téma közül, hanem kiemelten kezelik a környezet védelmét, mint a fenntarthatóság önértékű, sőt a másik kettőt is feltételként, kontextusként meghatározó lábát.

A már említett Fenntartható Fejlődési Célok 17 céljában, 169 alcéljában minden vállalat találhat rá vonatkozókat, azonban el is veszhetnek a kérdések között. Mi az, ami egy magyar kisvállalkozásra vagy akár egy magyar leányvállalatra felelősséget ró a globális ügyek közül? Hogyan kell értelmezni a béke és igazság elérését 2018-ban? Az értelmezési kérdések mellett egyéb problémák, kritikák is megfogalmazódnak, például hogy sokszor éppen az a holisztikus rálátás, rendszerszemlélet hiányzik a célokból, amelyeket elvben szolgálnának. Egyes célok ellentmondanak egymásnak, például továbbra is növekedni akarunk, vagy fenntarthatóan és egyenlőbben élni? És továbbra sincs szó arról, hogyan lehetne megváltoztatni a társadalmi értékrendet, attitűdöt, ami miatt inkább szemet hunyunk a problémák fölött, mintsem hogy megpróbálnánk tudomást venni róluk.

Akárhogyan is, látható, hogy a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának mára már célja a fenntarthatóság és része a vállalati környezetvédelem, akkor is, ha az érintettek, a társadalom nem igazán várják ezt el. A kutatók és a vállalati környezetvédelmet propagáló szervezetek, köztük a KÖVET Egyesület számos jó gyakorlatot összegyűjtöttek az elmúlt 2,5-3 évtizedben (lásd Ablakon Bedobott Pénz Program: összesen 494 eset, Zöld Irodaversenyek: mintegy 50 eset, CSR Piac: összesen 329 eset stb.). Ezek példát mutathatnak másoknak is, bemutatva, milyen módszerekkel, milyen költségekkel lehet változást elérni, kiemelve a sikerfaktorokat és a nehézségeket.

Azonban lehet, hogy félrevezető, ha csak a jó gyakorlatokról beszélünk, hiszen ezek alapján azt gondolhatnánk, hogy a vállalati környezetvédelem már megoldott probléma. Ennek cáfolatára szeretném bemutatni egy általános, mindennapi, tehát a vállalati környezetvédelemben nem élenjáró vállalatok körében történt kutatás, program eredményeit.

1. A Green Mentor program tapasztalatai

1.1. A Green Mentor Program

A bemutatásra kerülő Green Mentor Program európai uniós támogatással, az Erasmus Plus Program keretében valósult meg. Célja az volt, hogy létrehozzunk egy teljes oktatási anyagot olyan környezettudatos, „green” mentorok számára, akik a megszerzett tudásukat majd vállalkozások zöldítésére fogják használni. Ez jelentheti meglévő vállalkozások környezetbarátabbá tételét, de új, kifejezetten környezetbarát vállalkozások létrehozásában való részvételt is.

A projekt szellemi termékei:

- a) a résztvevő országokra és az egész Európai Unióra vonatkozó helyzetfelmérés,
- b) a zöld mentor képzés curriculumuma és
- c) a zöld mentor képzés kézikönyve.

A gyakorlati feldolgozást, képzést segíti még:

- d) az Eszköztár, valamint
- e) az angol nyelvű, de több nyelven feliratozott videóleckék, illetve
- f) az Open Online Center – Green Mentor Pedia tudásmegosztó felületek.

A tananyag és a módszertan tesztelését minden országban 5 mentor végezte. A tapasztalatok visszacsatolásként megjelentek a szellemi termékek végső változataiban, amelyek a következő oldalon érhetők el és tölthetők le szabad felhasználásra: <http://greenmentor-project.eu/>.

A Green Mentor Program mentorálási szakaszába Magyarországon 2017 februárja és júniusa között 25 mentorált vállalkozás került bevonásra. A vállalkozások igen heterogének voltak méret és tevékenységi kör tekintetében. A mentorált személyek mind a mentorált cégek munkavállalói, ritkább esetben tulajdonosai/vezetői voltak. A mentorok és a mentoráltak legalább 3 alkalommal találkoztak egyéni mentoráció keretében, a találkozók közti szünetekben pedig a mentoráltaknak a Green Mentor Eszköztár segítségével kellett végiggondolniuk vállalati működésüket. A mentorált vállalkozások többségét a Budapesti Gazdasági Egyetem végzős vállalkozásfejlesztés mesterszakos hallgatói hozták, és ők maguk voltak a mentorálási folyamat résztvevői. Ennek megvolt az az előnye, hogy jól ismerték az elemzett vállalkozást, hiszen ott dolgoztak, és motiváltak voltak a munkahelyük környezetbarátabbá tételében. Hátrány volt viszont, hogy egy részük nem rendelkezett olyan pozícióval, hogy érdemben rálásson a releváns vállalati szintű problémákra (bár a saját területükön többnyire kifejezetten élesen látták azokat), vagy döntéseket hozzon (a lépések megvalósítása akadályba ütközhetett a vezető vagy a közvetlen kollégák ellenállása vagy érdektelensége nyomán).

1.2. A Green Mentor Program magyarországi eredményei

A pilotálási szakasz több információval szolgált a hazai vállalkozásoknál jellemző (megvalósított vagy tervezett) zöldítési akciókról és a leggyakrabban használt eszközökről (lásd 1. táblázat). Több cégnél tapasztaltunk korábban megvalósított vagy jelenleg zajló felelős gyakorlatot, azonban azt is észrevettük, hogy ezeket a területeket jellemzően ad hoc módon választották ki, folytonosságuk pedig esetlegesen valósult meg. A Green Mentor Program a környezeti kihívások és az arra adható válaszok strukturált, stratégiai végiggondolását tette lehetővé a mentorált vállalkozások számára.

A legjellemzőbb érintett témák az alábbiak voltak:

1. táblázat:

A pilotfolyamat alatt felmerült témák

Témakör	Fejlesztési javaslatok
irodai energiatakarékosság	LED-fényforrások, energiafelügyeleti rendszer, hőszigetelés, nap-elemek telepítése, kikapcsolható elosztó
irodai papírtakarékosság	multifunkciós gépek, újrahasznosított papír, kétoldalas nyomtatás, papír újrahasználata, papírmentes ügymenet, oktatás és szemléletformálás

Témakör	Fejlesztési javaslatok
irodai vízhasználat	perlátoros csapok, az ásványvízfogyasztás csökkentése, vízszűrő használata, a WC-használat (öblítés) optimalizálása
hulladékkezelés	szelektív hulladékgyűjtés, a keletkezett hulladékmennyiség csökkentése, biztonságos tárolása, megsemmisítése, fahulladék hasznosítása például tüzelőként
környezetvédelmi szabályzat	legyen! (multiplikációs hatás, szemléletformálás)
közlekedés, szállítmányozás	útvonalak optimalizálása, egyirányú üresjáratok csökkentése, jobb kihasználása, modernebb gépjárművek, szénlábnyom csökkentés, dolgozói járat, gázolaj-takarékossági programok
rendezvényszervezés	környezetbarát rendezvények, fenntartható étterem

Forrás: a szerző szerkesztése

Valószínűsíthetően azért, mert a mentorálti körben viszonylag sok volt a szolgáltató cég, illetve az irodai dolgozó, a mentoráltak főleg a „Zöld Iroda”-kérdéseket ragadták meg. Feltehetőleg ez volt a legkézenfekvőbb, az általuk leginkább látott és kezelhető probléma. Ezekben a területeken több változtatást is kezdeményeztek mentoráltjaink, akik beszámolóikban sikerkritériumként kiemelték a vezetői attitűd, a szemléletváltás és az elköteleződés fontosságát.

Ha ezen vállalatok tulajdonosát, vezetőjét mentoráltuk volna, akkor valószínűleg mélyebb változásokat sikerült volna elérni. Azt láttuk, hogy akkor sikerült megfelelő támogatottságot és elkötelezett cselekvőt szerezni „jó ügyeknek”, ha az érintettek számára világossá vált, hogy milyen pozitív hozadéka van a változtatásnak saját maguk, a vállalat és a környezet számára, és hogy ők maguk milyen aktív felelősséggel bírnak ebben.

Mentoráltjaink több ízben említettek valamilyen iparági kiválósági elismerést, sőt tapasztalatunk szerint előfordult a mentorált vállalkozásoknál, hogy egy iparági kiválósági díj szempontrendszere alapján hajtották végre a zöldítéseket. Például a „Zöld Szálloda” cím elnyeréséhez a szállodákra vonatkozó környezetvédelmi törvényeket ismerni kell, és be is kell tartani (például a zaj- és rezgésvédelem, az ivóvíz és a szennyvíz tekintetében). Továbbá a szállodának rendelkeznie kell környezetvédelmi szabályzattal, és a környezetvédelmi hatóságoknak időben el kell küldeni a bevételeket. A pályázathoz elengedhetetlen, hogy a szálláshely csatolja szénlábnyomszámítását, szelektíven gyűjtse a hulladékot, és rendelkezzen például zsírfogóval. Többnyire azt tapasztaltuk, hogy ezek a díjak inkább eszközként, mint célként jelennek meg a fenntarthatóság felé, szempontrendszerük egyszerre szolgál támpontként és checklistként a vállalkozások számára. Korábbi kutatásaink (GYŐRI 2012; GYŐRI–ÓCSAI 2014) szerint kis- és középvállalkozások esetén hasonlóan működnek az olyan nemzetközi szabványok is, mint az ISO 14001: mivel évenkénti díjuk magas, ha fenntartásukat nem motiválja például egy beszállítói szerződés megtartása, akkor látszólag megszűntetik őket, de továbbra is sorvezetőként szolgálnak a vállalati működéshez.

2. Környezetbarát és attól távol álló megoldások

Mintánk nem reprezentatív, ugyanakkor érdekességgént megemlítenénk, hogy a céges gyakorlatokat látva egy-egy szektoron belül is egészen különböző dimenziókkal találkoztunk, amelyek más és más eszközöket és megközelítést igényelnek. Néhány példa:

Szolgáltató szektor:

- a) Egy multinacionális cég SSC leányvállalatánál dolgozói kezdeményezésre a következő fenntarthatósági cél a vezetés teljes támogatása mellett az újrahasznosított papír kiváltása papírmentes folyamatokkal.
- b) Egy kis hazai könyvelőiroda egyik munkatársa kezdeményezésére szeretne fenntarthatóbban működni, és környezetvédelmi szabályzatot készíteni, amely egyszerre szolgál jó példaként és egyedi versenyelőnyként is partnerei számára. A vezetőség még nem szánta rá magát erre a lépésre.
- c) Egy hazai, családi szálloda menedzsmentje belátta, hogy nem szabad a hotel üzemeltetési költségeit fixnek elfogadni, mindig van út az energiatakarékosság és a költségek csökkentése felé. A vezetőség a környezeti projekt első sikerein felbátorodva a megújuló energiaforrások használatában gondolkodik, és keresi a megfelelő pályázati lehetőségeket, valamint pályázik a Magyar Szállodák és Éttermek szövetsége által indított „Zöld Szálloda” díjra is.
- d) Egy hazai autószervezőnél a mentoráltunk először azt szeretné elérni, hogy a dolgozók ne vigyék haza télen eltűzteni a fém- és műanyag hulladékot. A vezetőség ellenérdekelte, mivel nem tud több bért fizetni, így a lenyúlások fölött szemet hunyva hozzájárul a dolgozói elégedettséghez, miközben nem neki kell a hulladék elszállításáért fizetni.
- e) Egy budapesti labdarúgóklub tagja a stadion napelemekkel való felszerelése mellett a meccsek utáni szelektív hulladékgyűjtést tervezi, valamint amerikai mintára előírná a beszállítók számára, hogy csak komposztálható termékeket és csomagolást árusíthassanak. A klub vezetősége egyelőre nem foglalkozik a kérdéssel.
- f) Több étterem, vendéglátó hely is célként tűzte ki az újrahasznosított poharak használatát, valamint a megmaradt ételek karitatív célra való átadását.

Termelés:

- a) Egy magyar állami mamutcég jogutódjaként tevékenykedő ipari termelővállalatnál az ott dolgozó alkalmazott szerint (bár nincs teljes rálátása az üzemi folyamatokra) nincs pénz az üzemek energetikai korszerűsítésére, ezért kényszerűségből megáll az irodai energiatakarékosság tervezésénél, mert az ezzel kapcsolatos igény a vezetőség körében süket fülekre talál.
- b) Egy hazai, dinamikusan növekvő sütőipari cég tulajdonosa komplex rövid – és hosszútávú terveket sző és valósít meg a dolgozók bevonásával és a motiválásával az iroda, a termelés, és a szállítmányozás zöldítésére.
- c) Egy fékrendszereket gyártó és tesztelő autóipari beszállító a kötelező tesztjártain jogszabályi megfelelés esetén több tonnás betontömbök helyett karitatív szállítmányt szállíthatna mentoráltunk javaslata alapján.

- d) Egy ipari festékek értékesítésével foglalkozó családi vállalkozás rövidebb távú környezetvédelmi céljai mellett egy intelligens, zöld szórástechnikai oktatóközpontot szeretne létrehozni, amelyen a termékeiket felhasználóknak megtanítanak, hogyan lehet a tevékenységet a lehető legkörnyezetbarátabban végezni.

3. Következtetések

Az eredmények szerint még számos megoldatlan környezeti probléma létezik a magyar vállalkozásoknál. Néhol fizikai, anyagi korlátok állnak a javasolt és láthatóan szükséges változások útjában, máshol a vezetőség vagy a kollégák hozzáállása az, ami megakasztja a folyamatot. Ezért sok esetben csak ad hoc, többnyire egyszeri akciók történnek, nagyrészt a zöld iroda (POVODÖR szerk. 2013) területén. Ennek az a veszélye, hogy a vállalat úgy érezheti, kipipálta a környezetvédelem kérdését, miközben az elérhető környezeti megtakarításoknak csak egy kis részét realizálta. A „Zöld Iroda”-eszközök lényege, hogy gyors, jól látható eredményt produkálva és a kollégákat tudatosítva szemléletet formáljanak, változtassanak a szervezeti kultúrán és az egyének gondolkodásán, és ezáltal újabb, komolyabb és nagyobb hatású környezetvédelmi lépéseket generáljanak. Ha azonban megállunk például a szelektív hulladékgyűjtésnél és a környezetbarát irodaszereknel, akkor a zöld iroda nem éri el valódi célját.

A program során megtapasztalhattuk, hogy az emberek még ma is meglepődnek, ha a környezetszennyezés hatásairól, következményeiről hallanak, és sajnos hasonló a helyzet a lehetséges megoldásokkal is: a fenntarthatóság és a fenntarthatatlanság mikroszinten nehezen megragadható, családi vagy vállalati gyakorlatra csak részlegesen átültethető (TÓTH 2003).

Bár az eredmények ebből a szempontból nem nevezhetők pozitívnak, több korábbi tapasztalatunk, kutatási eredményünk megerősítést nyert. Kitűnt, hogy a vállalatok nem zárkoznak el mereven a zöldítési kísérletektől, azonban motiváló tényező, ha a zöldítés viszonylag gyorsan és pénzügyi értelemben is megtérül (COHEN–WARWICK 2006; KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdálkodásért 2002–2017; HOLLIDAY et al. 2002). A mentoráltak a programok sikertényezőiként az aktív felelősség megérzését, a támogató vezetés és a szemléletváltás, az edukáció szerepét hangsúlyozták.

Emiatt azt gondolom, hiába a jó példák, nem szabad megnyugodnunk, ellustulnunk a vállalati környezetvédelemmel kapcsolatban. Továbbra is szükség van környezeti nevelésre minden szinten, egyéneknél és vállalatoknál is – nincs rend a fejekben látszólag egyszerű kérdésekben sem. Etzioni szocioökonómiai elmélete (ETZIONI 1992) alapján a döntéseket meghatározó emberek gondolkodásán kell változtatni, a technológia már ennek megfelelően változtatható. A környezeti nevelés célja, hogy a legifjabb generációktól kezdve új típusú viselkedésminták alakuljanak ki a természettel szemben. Meg kell értenünk, hogy nem folytathatjuk tovább a természet kizsigerelését, kihasználását, hiszen ez egyfelől erkölcstelen, másfelől saját létünk alapjait is aláássuk. Meg kell értenünk a természetes és épített környezet komplexitását, ehhez meg kell kapnunk és át kell adnunk a szükséges tudást, értékrendet, attitűdöt és gyakorlati készséget. „A legfontosabb, hogy egész társadalmunk motiválttá váljon a közösségi részvételben – ez az igazi környezeti nevelés.” (FODOR et al. 2011, 18.)

Ebben a feladatban mindenkinek részt kell vennie, de ki kell emelni a nemzetközi szervezetek erőfeszítéseit. Az Európai Unió – a fenntarthatóság témáját komolyan vevő, szignifikáns, de a kérdést ignoráló hatalmaknál kevesebb gyakorlati jogosultsággal bíró szervezatként – kiemelten kezeli és támogatja a vállalati felelősségvállalást és környezetvédelmet: több finanszírozási program és keretstratégia vonatkozik ezekre a kérdésekre. Ilyen kiemelten a LIFE Program, de a mezőgazdasági, iparfejlesztési, kutatásfejlesztési és innovációs (Horizon 2020), oktatási és egyéb programokon belül is megjelenik horizontális prioritásként a környezetvédelem, az energiaracionalizálás vagy a hulladékkezelés és -hasznosítás kérdése. A cikkben bemutatásra kerülő Green Mentor Program is európai uniós támogatással, az Erasmus Plus Program keretében valósult meg.

Az ENSZ munkáját is el kell ismerünk, akkor is, ha a cikkben eddig inkább az SDG-ket ért kritikákat fejtettem ki. A 17 cél összegyűjtése és kifejtése mindenképpen újult figyelmet irányított a fenntarthatóság témájára, ezen belül a környezet védelmére. Szemléletesek és jól kommunikálhatóak az ikonok, így a széles társadalom felé is kiterjeszthető a kommunikáció amellet, hogy a vállalatok és intézmények részletes és komplex iránymutatást kaptak, amelynek értelmezése során egyre komolyabb fenntarthatósági lépéseket tehetnek.

A fenntarthatóság mindenki felelőssége, de ez a felelősség arányos a hatalmunkkal, hatásokkal. A vállalatok többet tehetnek, mint az egyének, a vezetők példája többekhez elér, a fogyasztók szervezett csoportjai együtt nagyobb hatást tudnak kifejteni, a nemzeti és nemzetközi szervezetek pedig össze tudják szervezni az egyes törekvéseket, irányt mutatva és szinergiákat teremtvé.

Felhasznált irodalom

- COHEN, B. – WARWICK, M. (2006): *Values-driven Business – How to Change the World, Make Money, and Have Fun*. San Francisco, Berrett-Koehler.
- CSUTORA M. – KERÉKES S. (2004): *A környezetbarát vállalatirányítás eszközei*. Budapest, KJK Kerszöv.
- ETZIONI, A. (1992): A „személy a közösségben” paradigma. In KINDLER J. – ZSOLNAI L.: *Etika a gazdaságban*. Budapest, Keraban, 57–64.
- FODOR Georgina et al. (2011): *Környezeti nevelés Magyarországon*. Budapest, BME.
- GYÖRI Zs. (2012): *Corporate Social Responsibility and Beyond: The history and future of CSR* ISBN-10: 3848493195, ISBN-13: 978-3848493197, LAP LAMBERT Academic Publishing
- GYÖRI Zs. – ÓCSAI, A. (2014): Ecologically-oriented enterprises in Hungary. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Special Issue on: „Spirituality and Sustainability”, Vol. 10. No.1. 52–65.
- GYÖRI Z. (2016): Van-e üzleti szerepe a keresztény értékeknek a gazdasági válság alatt és után? *Közgazdaság*, 11. évf. 4. sz. 109–123.
- HOLLIDAY, C. O. – SCHMIDHEINY, S. – WATTS, P. (2002): *Walking the Talk – The Business Case for Sustainable Development*. San Francisco, Berrett-Koehler.
- KERÉKES S. – WETZKER K. (2007): Keletre tart a „társadalmilag felelős vállalat” koncepció. *Harvard Business Manager*, 9. évf. 4. sz. 37–47.
- KÖVET Egyesület a Fennntartható Gazdálkodásért 2002–2017. Ablakon Bedobott Pénz esettanulmánykötetek. Forrás: <http://kovet.hu/letoltheto-abp-esettanulmanyok/> (A letöltés ideje: 2020. 01. 28.).

- POVODÖR A. szerk. (2013): Európai Zöld Iroda Kézikönyv. KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdálkodásért. Forrás: <https://docplayer.hu/1053853-Europai-zold-iroda-k-e-z-i-k-o-n-y-v.html> (A letöltés ideje: 2020. 01. 28.).
- TÓTH G. (2003): Vállalatok környezeti érdemrendje – A vállalati fenntarthatóság minősítéséről és ennek nehézségeiről. *Kovács*, 7. évf. 1–2. sz. 5–26.