



Kiszámíthatóbb környezet kell a fenntarthatóság előmozdításához



bcsdh

Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért
Business Council for Sustainable Development in Hungary

A fenntartható fejlődés helyzete és alakulása a „Vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése” című Vezetői ajánlás aláírói szemével – Fókuszban a stratégiai megközelítés

Tartalom

- 4 Elnöki köszöntő
- 5 A fenntarthatóság helyzete
- 7 Hazai kórkép
- 10 Stratégiai megközelítés
- 12 A válaszadók tevékenysége és tervei

A BCSDH-ról

A Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért (BCSDH) az Üzleti Világtanács a Fenntartható Fejlődésért (WBCSD) magyarországi szervezete. Az 1992-ben alapított svájci központú Világtanács ma már 200 nagyvállalat elsőszámú vezetőjének koalíciója és több mint 70 országban van jelen nemzeti partnerszervezetein keresztül. A szervezet fő célja, hogy elősegítse a gazdasági szereplők körében a fenntartható fejlődés három alappilléreinek: a gazdasági fejlődés, az ökológiai egyensúly és a társadalmi igazságosság elveinek a vállalati gyakorlatba átültetését és alkalmazását.

A kiadványról

A kiadvány a Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért „A vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése” című Ajánlását aláíró vállalatok véleményét mutatja a vállalati fenntarthatóság aktuális állapotára, trendjeire, jövőbeni kilátásaira és saját gyakorlataikra vonatkozóan. A felmérés 2013-ban hagyományteremtő szándékkal indult el, így 2014 a második év, hogy a szervezet ezt a felmérést elvégzi. Ebben az évben az általános trendek és eredmények vizsgálatán túl külön fókuszot kap a fenntartható fejlődés stratégiai integrálásának körüljárása. A felmérés nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanakkor az eredmények a vállalati fenntarthatóságot meghatározó, elkötelezettségüket nyíltan és konkrét akciókon keresztül bizonyító vállalatok véleményét mutatja. További információ: www.bcsdh.hu

A felmérésben résztvevő szervezetek



A vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése - Ajánlás vezetőknek

1 Stratégiai megközelítés

A fenntarthatóságot komplexen értelmező vállalat vezetése üzleti stratégiáját hosszú távú, értékettermelő gazdasági, környezeti és társadalmi szempontok integrálásával alakítsa ki, és végrehajtásához biztosítsa a szükséges erőforrásokat.

2 Felelős vállalatirányítás

A vállalat legfelső döntéshozói közül kijelölt vezető legyen felelős a fenntarthatósági teljesítményért. A vállalat vezetői minden szinten egyénileg is legyenek felelősek a szervezet fenntartható működéséért. A vezetői ösztönző rendszer tartalmazzon környezeti és társadalmi típusú célkitűzéseket is.

3 Etikus működés

A vállalat működjön jogszerűen és tisztességesen (mint például korrupciómentesség, tisztességes foglalkoztatás). Az elvárt viselkedést rögzítse írásban, biztosítsa az azok betartásához szükséges erőforrásokat és terjessze ki minden érintettjére.

4 Alapértékek tisztelete

A vállalat az emberi élet és biztonság védelmét, az egyenlő bánásmódot és az egészséges környezethez való jogot tekintse alapértéknek, üzleti döntései során e jogokat tartsa tiszteltben.

Az ajánlást üzleti vezetők és fenntarthatósággal foglalkozó szakemberek részvételével a Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért dolgozta ki.

5 Környezeti felelősségvállalás

A vállalat döntéseiben meghatározó elemként jelenjen meg az életciklus szemlélet, valamint a gazdasági haszon és a környezeti hatás együttes mérlegelése. Legyen elkötelezett a környezetért, s az ebben megjelenő felelősségét terjessze ki a teljes ellátási láncra (beszállítók, partnerek, vevők).

6 Partnerség az érintett és érdekelt felekkel

A vállalat működjön együtt az érintett és érdekelt feleivel, nyitott, kétoldalú kommunikációt folytatva. A működése által érintettekkel törekedjen a kölcsönös megelégedettségre, hosszú távú együttműködésre és partnerségre. Méretéből, pozíciójából adódó lehetőségeivel élve mutasson példát. Üzleti partnerei kiválasztásánál a fenntarthatósági szempontokat vegye figyelembe és részesítse előnyben. Szakmai szervezeteken és széleskörű együttműködésekben keresztül törekedjen érvényesíteni a fenntarthatósággal kapcsolatos elveket a szabályozási folyamatokban is.

7 Átlátható működés

A vállalat tevékenységéről, gazdasági, környezeti és társadalmi hatásairól gyűjtsön folyamatosan megbízható adatokat, információkat, azokat tegye elérhetővé és azokról rendszeresen, hiteles formában tájékoztatja érintett partnereit.

Elnöki köszöntő

A Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért kiemelt célja, hogy a „Vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése” című Ajánlást aláíró vállalatok körében minden évben elkészítsen egy olyan felmérést, amelyből megismerhetőek az aktuális fenntarthatósági trendek, eredmények és jó gyakorlatok. Bár a felmérés statisztikailag nem reprezentatív, úgy véljük, az eredmények fontos jelenségekre hívják fel a figyelmet, hiszen hazánk vállalati fenntarthatóság terén meghatározó vállalatainak, vezetőinek a tapasztalatait, véleményét és várakozásait tükrözik.

Fejlődés ugyan érzékelhető, ugyanakkor látszik, hogy a kihívások száma és nehézségi szintje is fokozódik, egyes akadályozók megszüntetése a várakozásokhoz képest nehezebbnek tűnik.

Vitathatatlan, hogy a gyors és folyamatos változást jól tűrő, rugalmas vállalkozásokra és üzleti modellekre van szükség. Az erre való áttérés pedig nehéz és komplex folyamat, amiben az első számú vezetők elkötelezettsége, a tulajdonosok támogatása és az érintettekkel folytatott sikeres párbeszéd és együttműködés kulcsfontosságúnak tűnik.

Optimistán tekintenek a vállalatvezetők – és jómagam is – a jövőbe, hiszen meggyőződésük, hogy a fenntartható életforma általánossá és elfogadottá tehető. A kihívások megoldására egyre

több technológiai és tudományos eredmény áll rendelkezésre, amelyek hasznosítását hatékonyabbá kell tennünk. Ehhez azonban számos akadályt kell legyőzni, többek között a rövid távú szemlélet alapján meghozott üzleti döntések gyakorlatát is.

A felmérés eredményei és a BCSDH egész éves munkáját tekintve megerősítve érzem, hogy a Vezetői ajánlás hét pontja valóban a legfontosabb területeket és feladatokat ragadja meg.

Bízom benne, hogy szakmai munkánk révén, különösképpen az Action 2020 programon keresztül valódi megoldásokat találunk és mutatunk az üzleti szféra számára.

Salgó István
elnök, Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért

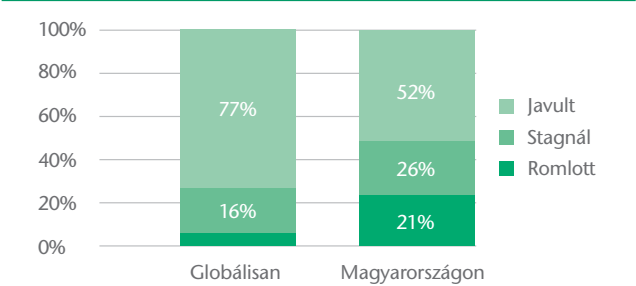


A fenntarthatóság helyzete

Javult a fenntarthatóság helyzete

Javulás érzékelhető mind a globális, mind a hazai fenntartható fejlődés trendek tekintetében, ám a Magyarországon észlelhető tendenciák még mindig elmaradnak a pozitív globális változásoktól. Míg egy évvel ezelőtt még jóval pesszimistábban látták a hazai helyzetet a felmérés aláírói, idén már többen osztják azt a nézetet, hogy **a hazai trendek megfelelnek a globális irányzatoknak, csak fáziskéséssel, sokkal lassabban mennek végbe** több belső és külső akadály miatt.

Hogyan értékeli az elmúlt egy évet a fenntartható fejlődés és az üzleti élet összefüggésében?



A fenntarthatóság megjelenése a vállalatoknál elkerülhetetlen

A fenntartható működés nem opció, hanem a hosszú távú üzleti siker záloga – vallja a BCSDH. Már nemcsak a természeti katasztrófák, hanem egyre több jelenség világít rá arra, hogy szükségszerű a fenntarthatósággal foglalkozni, különösen az üzleti szektornak:

A FENNTARTHATÓSÁG JAVULÁSÁT MUTATÓ TRENDK – ELSŐSORBAN GLOBÁLIS VISZONYLATBAN:

- divatból mindennapi gyakorlattá válik a fenntarthatóság
- javul a vállalatvezetők hozzáállása, elkötelezettsége
- egyre több vállalat méri és kezeli alaptevékenységének közvetlen környezeti és társadalmi hatásait
- előtérbe kerülnek a foglalkoztatással, társadalmi egyenlőtlenséggel kapcsolatos kihívások
- a beszállítói lánc kérdésköre egyre hangsúlyosabb
- párbeszédnek zajlanak az érintettek között, egyes iparágakban/érintetti csoportokban nyomásgyakorlás is érezhető már
- minimumkövetelmény a környezettudatosság
- fenntarthatóságot támogató technológiai fejlődés, innovációk
- terjed a transzparens vállalati működés szemlélete
- növekszik a fenntarthatósági jelentések száma, lényegességet és minőségi javulást hozhat az új G4 útmutató
- az emberek gondolkodásába egyre inkább beépül a fogalom
- egyre több fórum van, ahol tájékozódni lehet a témában



A vállalati fenntarthatóságot tovább erősítheti az észlelt pozitív jelenségek multiplikátor hatása. Ehhez hozzájárulhat a globálisan, de némi-
leg már hazai szinten is érzékelhető trend, hogy **egyre több vállalat és iparág kilábal a válságból és újra növekedési pályára lép.**

A vállalatvezetők szerint a vállalati fenntarthatóság helyzete erősen összefügg a gazdasági helyzettel. Így azokban az országokban, iparágakban, szegmensekben, ahol a gazdasági fellendülés még várat magára, vagy akár egzisztenciális problémák jellemzőek - mind itthon, mind globálisan - megfigyelhető, hogy a napi gazdasági érdekek felülírhatják a fenntarthatósági szempontokat, fejlesztési terveket. Emiatt is érezhetik sokan, hogy **az egyes (sokszor ad hoc) – önmagukban rendkívül előremutató – jó gyakorlatok nem hozzák meg ösztársadalmi szinten az eredményt, s így nincs áttörés a fenntarthatósági teljesítmény javulásában.** Ez is azt támasztja alá, hogy a fenntarthatósági szempontokat szervesen integrálni kell az üzleti stratégiába, attól elkülönülve nem lehet eredményes.

„A vállalati fenntarthatóság előremozdulását segíti, hogy a vállalatértékelők és -elemzők is egyre inkább felismerik a nem pénzügyi kockázatok jelentőségét és integrálják azokat módszertanukba. Így növekszik az elvárás a társadalmi és környezeti hatások és eredmények transzparens bemutatására és kezelésére vonatkozóan. A MOL-csoport számára a siker egyik mutatója, hogy ezen vállalatértékelések mentén követhetjük fejlődésünket és érintettjeink visszajelzését, s ezek szerint a feltörekvő piacok kategóriájában a világ legjobbjai közé kerülhetünk.”

Fasimon Sándor
ügyvezető igazgató, MOL Magyarország



Az Európai Unió elkötelezett a fenntarthatóság előmozdítása mellett, az EU-s országokra kiterjedő EU2020 program illetve az ehhez kapcsolódó fenntarthatósági és társadalmi felelősségvállalás programok és támogatások is jó irányba terelhetik a kormányzati politikákat, civil programokat és vállalati gyakorlatokat. A nagyvállalatokra vonatkozó direktíva, mely szerint a nem pénzügyi jelentéstételt kötelezővé teszi az EU, ugyancsak ezt az elköteleződést hangsúlyozza. Az Európai Unió jelentősége mellett többen említették, hogy a globális trendeket hangsúlyosan befolyásolják a Kínában (pl. gyártási technológiák révén) és az USA-ban (pl. a fogyasztási szokások révén) tapasztalható változások.

„Erősödtek a foglalkoztatással kapcsolatos témák, a munkahelyteremtés, esélyegyenlőség témái, és ezzel összefüggésben a társadalmi egyenlőtlenségek mérséklése, egyoldalon a pazarlás (élelmiszerhuladék) másik oldalon a szegénység felszámolására irányuló törekvések. A fenntarthatóság problémakörének erősödése feltehetően a gazdasági helyzet változásával is összefügg.”

Horváth Ágnes
ügyvezető igazgató, McDonald’s Magyarországi Étterem Hálózat Kft.

„A fenntarthatóság társadalmi, környezeti és gazdasági területei nem egyenlő módon fejlődnek sem globálisan, sem itthon. Kevés az egységes megközelítés és a konkrét, megvalósult fejlesztés. Ennek ellenére elmozdulást látható a környezeti fenntarthatósági kérdésekben. A környezetvédelem és fenntarthatóság egyre jobban előtérbe kerül a nagyvállalatok működésében, mégha a gazdasági érdekek gyakran felül is írják a fejlesztési szándékokat.”

Dr. Szabó Tímea
ügyvezető igazgató, Folprint Zöldnyomda Kft.

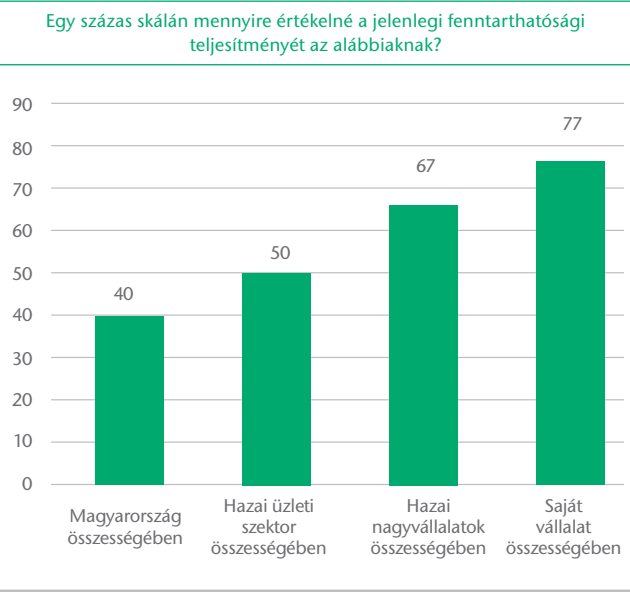
„A fenntartható fejlődésről korábban »divat« volt beszélni. Ma már azonban egyre inkább áthatja a vállalatok mindennapi gyakorlatát is: a tettek kerültek előtérbe. Fontos, hogy a tettek mellett a párbeszéd is tovább folytatódjék, mert a fejlődés fenntarthatóvá tétele érdekében folyamatos előrehaladásra van szükség.”

Dale A. Martin
vezérigazgató, Siemens Zrt.

Hazai kórkép

Magyarország fenntarthatósági teljesítménye: gyengén közepes

Magyarország fenntarthatósági teljesítményét összességében gyengén közepesre értékelik a válaszadók, a vállalatok teljesítményét jobbnak ítélik, s élenjáró gyakorlataik miatt kiemelkedőnek látják saját vállalatuk társadalmi, környezeti és gazdasági eredményét.



A Magyarországon érzékelhető némileg borúsabb kép pozitív tényei, hogy van Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia, CSR Cselekvési Terv, Nemzeti Éghajlatváltozási Stratégia, vannak egyéb kormányzati kezdeményezések és rengeteg jó vállalati példa. Mindezek miatt és a jó gyakorlatok – bár egyelőre még elszigetelten érvényesülő fenntarthatósági hatása – miatt értékelhették összességében mégis javulónak a hazai fenntarthatósági helyzetet a válaszadók, mégha abszolút értékben el is marad a kívánatostól. S a további fejlődés felé haladva, még sok nehéz kihívás előtt állunk.

Jelentős akadályozók érzékelhetőek hazánkban

- HAZÁNKBAN LEGINKÁBB AZ ALÁBBI NEGATÍV TÉNYEZŐKET, AKADÁLYOZÓKAT ÉSZLELIK A VÁLLALATVEZETŐK, HASONLÓAN AZ ELŐZŐ ÉVI TAPASZTALATOKHOZ:**
- késik a gazdasági fellendülés; egzisztenciális problémák vannak a társadalomban, a vállalatok visszafogják beruházásaikat és a környezettől nem függetlenül gyakran rövid távú döntéseket hoznak,
 - túl hosszú idő alatt térülnek meg pl. a megújuló energiába történő befektetések,
 - a vásárlók és a civil szféra nyomásgyakorlása teljesen hiányzik,
 - a fogyasztók jelentős árérzékenysége nehezíti a fenntarthatósági kezdeményezések, különösképp a fenntartható termékek/szolgáltatások elterjedését,
 - a hazai állami/központi döntéshozatal elsősorban a gyors és folyamatos változások generálását eredményezte a felelős, kiszámítható és transzparens döntéshozatal helyett,
 - a szabályozási környezet nem támogatja a fenntarthatóság előmozdulását.

„Úgy tűnik, késik a magyar gazdaság fellendülése és a vállalatok a nehéz finanszírozási feltételek és a kiszámíthatatlan szabályozási környezet miatt továbbra is korlátozzák a beruházásaikat és kevesebbet tudnak költeni működésük fenntarthatóbbá tételére.”

Csiba Péter
vezérigazgató, GDF Suez Energia Magyarország Zrt.

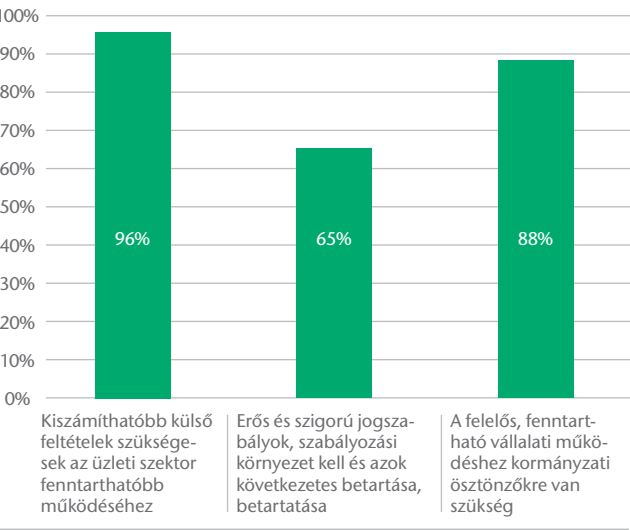
Elsősorban az állam és a nagyvállalatok tudnák előmozdítani hazánk fenntartható fejlődését

„Szükség van valós politikai akaratra és az ezt támogató döntések, szabályozások sorára, a megfelelő pénzügyi háttér megteremtésére, illetve a kormányzati, üzleti, tudományos és civil társadalom közötti hatékony együttműködésre.”

Reng Zoltán
vezérigazgató, Pannonia Ethanol Zrt.



A válaszadók döntő többsége szerint a fenntartható fejlődés hazai előmozdításához elsősorban az állam tudna hozzájárulni, az állami döntéshozatalnak, szabályozásnak és ösztönzőknek lehet a legnagyobb befolyása a fenntarthatóságra. Magyarországi kontextusban nem meglepő az állam szerepének hangsúlyos megjelenése, ám mivel a válaszadók a hazai gazdasági és társadalmi élet meghatározó gazdasági társaságai, így megdöbbenőnek hathat, hogy még szerintük is a legfőbb hajtóerő az állami döntéshozatal. Magyarázatképp a trendeknél említett legfőbb akadályozó tényezőket kell szemügyre vennünk, ahol hangsúlyosan megjelent a kiszámíthatatlan, tervezhetetlen, átláthatatlan gazdasági és jogi környezet, ami egyre inkább rövid távú döntéshozatalra kényszeríti a vállalatokat.



Ezért a következő időszakban ezen a területen várnak a vállalatok némi stabilizálódást, hogy az üzleti tervezésbe jobban integrálni tudják az elsősorban hosszú távú szempontokat jelentő fenntarthatósági elveket.

Rögtön az állam szerepe után a saját vállalatuk, tágabban a hazai nagyvállalatok szerepét érzik a leghangsúlyosabbnak a válaszadók, vagyis látják mozgásterüket, felelősségüket és lehetőségeiket a beavatkozásra, amit a tulajdonosi elvárások azért erősen befolyásolhatnak.

Bár sok kritika éri manapság hazánkban a média szerepét, lecsúszott ugyan a dobogós helyről, de a negyedik helyet stabilan elfoglalja.

A média éves, megközelítőleg 300 milliárd forint árbevételének fele származik reklámköltségekből,* ám fenntarthatósági üzenetet mindennek töredéke hordoz csak.

Hazánk kórképe megragadható abban a két tényben is, miszerint a civil szektornak és a hazai kis- és közepes vállalatoknak kevésbé tulajdonítanak kulcsszerepet a fenntarthatóság előmozdításában a felmérésben résztvevők. Vitathatatlan, hogy a civil társadalom kulcsfontosságú szerepet töltött be az elmúlt évtizedekben, ugyanakkor a gazdasági-társadalmi-környezeti hatások jelenlegi komplexitása mellett, a nagyvállalati vezetők egy része nem a non-profit szervezeteket tartja a legfőbb hajtóerőnek a közeljövőben.

A hazai kis- és közepes vállalkozások jelentősége, főleg ha számosságukat illetve a szektorban összefoglalkoztatottak arányát vesszük alapul, jelentős mértékű lehet. A válaszadó nagyvállalatok kevésbé bíznak abban, hogy a hazai KKV-szektor önkéntesen és saját erejéből mozdítja elő az ország fenntarthatósági teljesítményét, amit talán az őket még inkább negatívan érintő gazdasági és társadalmi környezet okoz. A hazai KKV-szektor vezetői hangsúlyozzák a rövid távú döntéshozatalt, sok helyen a túlélésért folytatott harc előtérbe kerülését. Ugyanakkor a nagyvállalatok a teljes értékláncon keresztül tudnak hatni a szektorra bevonva őket és együttműködve közös fenntarthatósági megoldások fejlesztésében.

*Adat forrása: Médiapiaci körkép 2013, Média tudományi Intézet

A hazai üzleti szektor fókuszterületei

A hazai üzleti szektor leginkább a környezeti felelősségvállalásra és legkevesbé a partnerségre fókuszált az elmúlt egy évben a Vezetői ajánlás területei közül a válaszadó vállalatvezetők meglátása szerint.

Mely területekre fókuszált a hazai üzleti szektor az elmúlt egy évben?	Rangsor 2014	Rangsor 2013	
Környezeti felelősségvállalás	1.	1.	
Alapértékek tisztelete	2.	4.	▲
Etikus működés	3.	5.	▲
Felelős vállalatirányítás	4.	2.	▼
Átlátható működés	5.	7.	▲
Stratégiai megközelítés	6.	2.	▼
Partnerség az érintett és érdekelt felekkel	7.	6.	▼

A környezetvédelem előkelő helye tehát nem változott a hazánkban működő vállalati stratégiákban, ami összhangban van a globális és hazai trendekkel is. Inkább foglalkoztak a vállalatok az alapértékekkel, valamint az etikus és átlátható működéssel, míg a felelős vállalatirányítás és stratégiai megközelítés nem kapott helyet a prioritások között az elmúlt évben. Sajnálatos módon – bár kulcsfontosságú a válaszadók szerint – az érintettekkel folytatott partnerség továbbra is a fontossági lista végén kapott helyet az értékelésben.

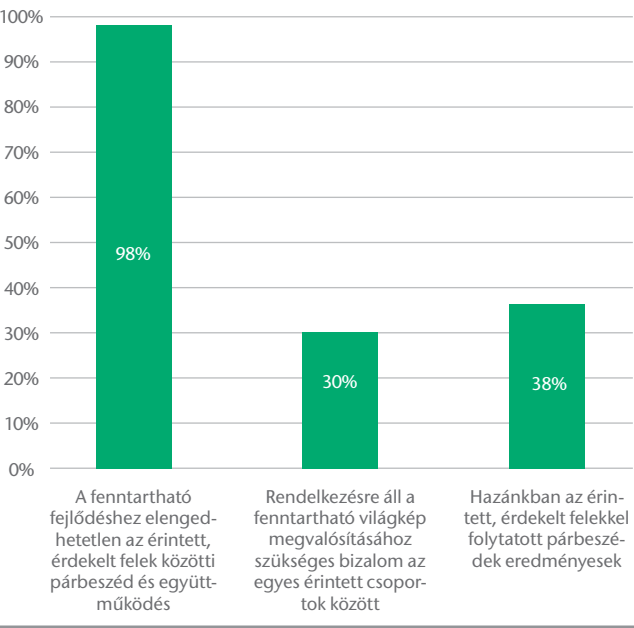
A fenntarthatósági változások elmaradnak a várakozásoktól. Ennek egyik oka lehet, hogy a magyarországi vállalatok a felmérés szerint nem megfelelően priorizálnak a fenntarthatósági feladatok között. A válaszadó, trendformáló vállalatvezetők véleménye szerint a **hazai vállalatoknak a vállalati fenntarthatóság szempontjainak stratégiai integrálását kellene fejleszteniük.**

Mely területekre kellene fókuszálnia az elkövetkező években a hazai üzleti szektornak?	Rangsor 2014	Rangsor 2013	
Stratégiai megközelítés	1.	2.	▲
Felelős vállalatirányítás	2.	4.	▲
Etikus működés	2.	3.	▲
Partnerség az érintett és érdekelt felekkel	4.	7.	▲
Átlátható működés	5.	1.	▼
Alapértékek tisztelete	6.	6.	
Környezeti felelősségvállalás	7.	5.	▼

Ugyan az átlátható működés fontos szerepet játszik a vállalati fenntarthatóság előmozdításában, úgy tűnik, hogy a válaszadó vállalatvezetők, nagyobb hajtóerőnek tartják az elkövetkező időszakban a felelős vállalatirányítást, az etikus működést és a partnerséget.

Kulcsfontosságú lenne a partnerség fejlesztése

A válaszadók elengedhetetlennek vélik a párbeszéd és együttműködés fejlődését. Bár a globális trendekhez képest – ahol már erőteljesebbé vált a nyomásgyakorlás, a párbeszéd és az együttműködés – itthon még nem érzik erősnek a vállalatok az érintettek érdeklődését, elvárásait. Fontos kiindulópont az, hogy a vállalatok áthidalhatónak érzik az érintettek és az üzleti szervezetek között fennálló esetleges érdekellentéteket.



A hazai érintetti együttműködések terén tapasztalható kíváncsultól való elmaradásnak két oka ragadható meg a felmérés eredményeiből:

- nem áll rendelkezésre a együttműködéshez és a fenntartató megoldások kialakításához szükséges bizalom az érintett felek között;
- a válaszadó vállalatok nem látják/érik/hiszik eredményesnek az érintettekkel folytatott párbeszédet (pl. kommunikációs vagy konfliktusmenedzselési stratégiák elégtelen működése miatt).

Mindkettő jelentős akadályozó, amelynek felszámolásán mind az üzleti szektornak, mind a többi érintettnek kölcsönösen dolgoznia kell, ha valódi változásokat akarunk elérni.

Stratégiai megközelítés

A vállalatok többségénél hiányzik a hosszú távú stratégia

A fenntarthatóság kialakításának és erősítésének záloga a stratégiai megközelítés. Egyrészt, hogy stratégiai szinten kezelik-e adott vállalatnál a fenntarthatósági és felelősségvállalási kérdéseket, kihívásokat, másrészt, hogy megfelelően integrálták-e azokat az üzleti stratégiával.

”

„A fenntarthatóságot komplexen értelmező vállalat vezetése üzleti stratégiáját hosszú távú, értékkeremtő gazdasági, környezeti és társadalmi szempontok integrálásával alakítsa ki, és végrehajtásához biztosítsa a szükséges erőforrásokat.”

Vezetői ajánlás: Stratégiai megközelítés

Nem evidens a mai radikálisan gyorsan változó környezetben, hogy a vállalatok hosszú távú stratégiával rendelkeznek és annak mentén hozzák meg üzleti és fenntarthatósági döntéseiket. Pozitív, hogy a **válaszadó vállalatok mindegyike rendelkezik helyi írott stratégiával**, ugyanakkor csak töredéküket irányítják hosszú távú stratégia alapján.



A válaszadók 58%-a vallja, hogy a stratégia, üzleti modell már integrálja a fenntarthatósági célokat, csupán 19%-uknál létezik még különálló fenntarthatósági stratégia. A válaszadók 63%-a számolt be arról, hogy formális, dedikált felelős van a szervezetben, s 49%-nál dedikált erőforrás áll rendelkezésre a fenntarthatósági szempontok érvényesítésére.

”

„A stratégia-felülvizsgálati folyamatunk része az is, hogy minden évben tartunk egy vállalati stratégiai napot a menedzsment tagjaival. Ennek fenntarthatósági szekciójában az alapelvek mentén konkrét célokat fogalmazunk meg, amelyeket ezután a munkatársakkal projektekre bontunk tovább.”

Ilfj. Chikán Attila
vezérigazgató, Alteo Energiaszolgáltató Nyrt.

„A vállalati stratégia részeként a fenntarthatóság az üzleti modellünk alapja lett.”

Dr. Szabó Tímea
ügyvezető igazgató, Folprint Zöldnyomda Kft.

„A Grundfos stratégiája négy fókuszterületre épül: vevői fókusz - üzleti megfelelés, gyártási kiválóság, a globális vállalat és a fenntarthatóság. A fenntarthatóság témakör alatt indított projektek mind a stratégiai tervezés, mind a rendszeres beszámolók során azonos súllyal jelennek meg, így biztosítva a gazdasági, környezeti és társadalmi célkitűzések integrálását.”

Török László
ügyvezető igazgató, Grundfos Magyarország Gyártó Kft.

Nemcsak a vállalat működése, folyamatai szempontjából vizsgálandó a fenntartható működés, hanem a termékek és szolgáltatások alapján is. **A válaszadók 44%-a szerint van néhány fenntartható termék/szolgáltatás a vállalat kínálatában, és harmaduk szerint a portfólió több mint 60%-a fenntartható.** Ez a szám azonban nem általánosítható a hazai üzleti szektorra, a fenntartható fogyasztás és életmód egyik legfőbb akadályozója, hogy nem áll rendelkezésre megfelelő választékban megfizethető és elérhető fenntartható termék és szolgáltatás a lakosság többsége számára. A válaszadók 37%-a számolt be arról, hogy a szervezeti változásoknál figyelembe veszik a fenntarthatósági szempontokat, illetve ugyanennyien a megtermelt üzleti eredményt az érintettek szemszögéből is elemzik. Érdemes itt megjegyeznünk, hogy az EU 2011-2014-es CSR stratégiájának egyik alapköve a „created shared value”, vagyis az érintettek számára is létrehozott érték volt.

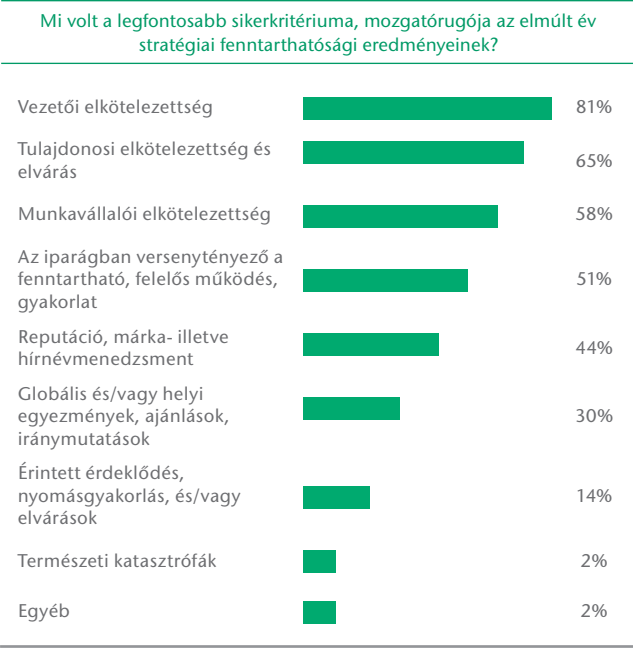
KÉZZELFOGHATÓ EREDMÉNYT HOZ A STRATÉGIAI MEGKÖZELÍTÉS

- Amennyiben egy vállalat megfelelően integrálja a fenntarthatósági szempontokat üzleti stratégiájába és biztosítja a szükséges erőforrásokat is azok érvényesítéséhez, az eredmények kézzelfoghatóak. Ilyenek például:
- radikálisan új termékgyártási technológia bevezetése
 - ügyfél-elégedettség növelése az átláthatóbb folyamatok révén
 - dolgozók aktivitása a vállalati innovációk fejlesztésében
 - környezettudatos működés továbbfejlesztése, kibocsátások és környezeti lábnyom csökkentése
 - logisztika racionalizálása
 - kutatási eredmények hatékony felhasználása
 - vezetői elkötelezettség
 - etikus és transzparens vállalati működés magasabb szintre emelése
 - jobb elemzői megítélés
 - magasabb külső és belső elismertség
 - külső és belső közösségfejlesztés
 - fenntarthatósági jelentés készítése

Legfőbb mozgatórugó a vezetői elkötelezettség

Hazánkban sok regionálisan vagy globálisan működő multinacionális vállalat leányvállalata működik, s a felmérésben részt vevő válaszadók többsége is ilyen céget képvisel. Ezért pozitív, hogy a válaszadók a

tulajdonosi elvárásoknál és elkötelezettségnél is fontosabb hajtóerőnek látják a vezetői elkötelezettséget, különös tekintettel az első számú vezetőket a fenntarthatóság stratégiai integrálásában. A válaszadók közel fele érzékeli, hogy jelenleg vagy potenciálisan a jövőben versenytényező lehet a fenntartható vállalati működés. Mindezek támogatóan hatnak arra, hogy ezek a cégek a fenntarthatóságot stratégiai szinten, az üzleti stratégiába integráltan alkalmazzák.



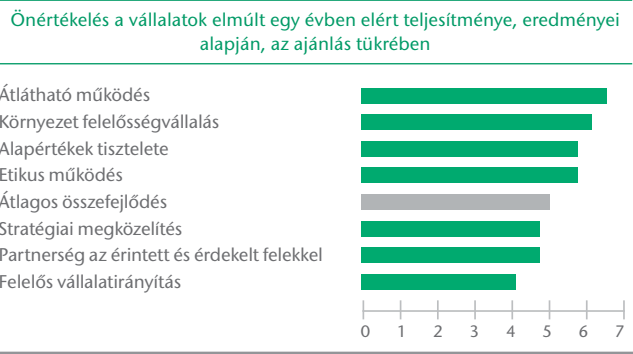
Legfőbb akadályozó a kiszámíthatatlan környezet

Élenjáró vállalatok, elkötelezett vezetők, innovációs és változtatási hajlandóság mind nem elég, ha a jelenlegi vállalati struktúrákhoz és üzleti modellekhez a kiszámítható gazdasági és jogi környezet hiányzik – amiben erős hiányt éreztek az utóbbi időszakban a válaszadó vállalatvezetők és szerintük a teljes hazai üzleti szektor is. Emellett elenyésző akadályozónak tűnik a válaszadók szerint a csökkenő források vagy az egyre növekvő profitelvárások ténye. Vagyis úgy tűnik, hogy nem az erőforrások és az elkötelezettség hiánya akadályozza vagy lassítja a fenntartható vállalati működés terjedését.

A válaszadók tevékenysége és tervei

Az aláírók minden területen fejlődtek

A felmérésben résztvevő aláíró vállalatok mind a hét területen fejlődtek az elmúlt egy évben. Elkötelezettségük nem merül ki a Vezetői ajánlás aláírásában, konkrét tettekké formálják vállalásaikat.



Az önértékelés összességében komoly fejlődést mutat. A vállalatok az átlátható működés terén érzékelik leginkább az ajánlásban foglaltaknak való megfelelést illetve a legnagyobb mértékű fejlődést, míg a felelős vállalatirányítás terén látnak leginkább fejlődési lehetőségeket az ajánláshoz képest.

„Az írott fenntarthatósági stratégia egyre fontosabb szerepet tölt be az intézményi befektetőkkel, elemzőkkel, fenntarthatóság inánt érzékeny vállalati vevőkkel való kapcsolat kialakításában és továbbfejlesztésében. Külső tanácsadó segítségével összegyűjtöttük és értékeltük az eddigi fenntarthatósági aktivitásainkat, iparági és iparágon kívüli benchmark alapján, valamint az érintettek kérdőíves visszajelzései figyelembevételével kialakítottuk a 2016-ig terjedő fenntarthatósági stratégiánkat. Ez szorosan kapcsolódik az üzleti stratégiáinkhoz és a hosszú távú értékt teremtéshez és iránymutatásként szolgál a nemzetközi cégcsoport számára, hogy milyen menedzsmenteszközökkel tudjuk hatékonyan minimalizálni a fenntarthatósági kockázatainkat és maximalizálni a fenntarthatóságban rejlő üzleti lehetőségeket.”

Bogsch Erik
vezérigazgató, Richter Gedeon Nyrt.

„A BASF „Sustainable Solution Steering” módszerével termékkalkulációs adatainkat vizsgáltuk meg és értékeltük fenntarthatósági szempontok alapján. Az eddig vizsgált 50.000 BASF termék több, mint 95 %-a (árbevétel szerint) már most is kiemelkedő mértékben járul hozzá a fenntarthatósághoz illetve a piac standard fenntarthatósági követelményeit teljes mértékben teljesíti. Célunk, hogy szisztematikusan fejlesszük fenntartható megoldásainkat, hogy partnereinknek még átfogóbb támogatást nyújtsunk ahhoz, hogy működésük során gazdasági, ökológiai és társadalmi szempontokat egyesíthessenek.”

Dr. Thomas Narbeshuber
ügyvezető igazgató, BASF Hungária Kft.

„A Budapest Airport klímavédelmi és energiahatékonysági intézkedései nyomán 2014-ben már jelentős, összesen közel 6000 tonnának megfelelő, mintegy 15 %-os széndioxid-kibocsátás csökkenésről számolhatott be, s egyúttal elérte a „kibocsátás-csökkentési” szintet az ACI, az Airports Council International nevű nemzetközi repülőtéri szövetség karbon akkreditációs programjában. Büszkék vagyunk arra, hogy immár 111 nagy nemzetközi repülőtérrel együtt negyedik éve részt veszünk a programban, amelyet az Európai Unió a földréssz három legsikeresebb klímavédelmi programja között tart számon.”

Szarvas Gábor
közösségi kapcsolatokért, környezetvédelemért és működésbiztonságért felelős igazgató, Budapest Airport Zrt.

“Az Unilever hosszú távú stratégiájának egyik fő eleme, hogy 2020-ra mezőgazdasági alapanyagainak 100%-át fenntartható forrásból szerezzék be. 2013 végére mezőgazdasági nyersanyagaink 48%-a fenntartható forrásból származott, ami jól bizonyítja azt, hogy jó úton haladunk a 2015-re kitűzött 50%-os cél eléréséhez.”

Gyenes András
ügyvezető igazgató, Unilever Magyarország Kft.

„A „Nestlé a Fiatalok Foglalkoztatásáért” kezdeményezésünk keretében vállaltuk, hogy 2016 év végéig megduplázzuk a gyakornoki pozícióink számát, így 180 főnek adunk valós munkatapasztalatot szerzési lehetőséget, valamint legalább 150 harminc év alatti fiatalnak biztosítunk állást vállalatunknál. 2014 szeptemberében létrehoztuk az Összefogás a Fiatalok Foglalkoztatásáért partnerprogramot, amelyhez első körben 10 üzleti partnerünk csatlakozott.”

Michael Nixon
ügyvezető igazgató, Nestlé Magyarország Kft.

„Új kezdeményezésünk a Contivo mezőgazdasági gyakorlat programja, ami a klímaváltozás kihívásaira is próbál választ adni. 2014-ben 30 000 hektár mezőgazdasági terület csatlakozott a Contivo talajkímélő földművelési programhoz és folytat intenzív, de környezetkímélő növénytermesztést.”

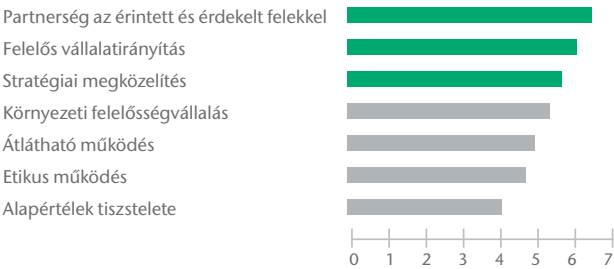
Czigány Tibor
ügyvezető igazgató, Syngenta Magyarország Kft.

Az aláírók leginkább a partnerség erősítésében kívánnak fejlődni a jövőben

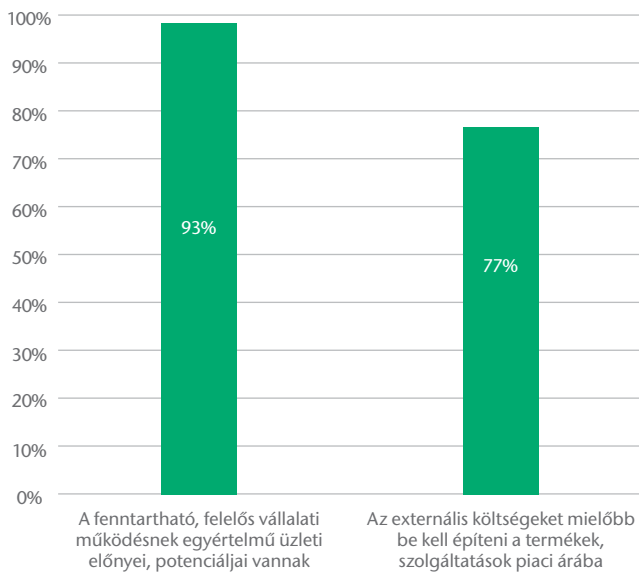
Látható, hogy nagyon különbözik az egyes cégek üzleti helyzete, más kihívásokkal kell szembenéznük és a fenntarthatóság életciklusában is máshol tarthatnak, emiatt eléggé eltér, hogy melyik vállalat milyen prioritásokat tűz ki a közeljövőre vonatkoztatva.

Összességében a partnerség, a felelős vállalatirányítás és a stratégiai megközelítés területén kíván a legtöbb vállalat fejlődni a válaszadók közül az elkövetkező 1-3 évben. Ez összhangban van azzal, ami az egész hazai üzleti szektor feladatának is tekintenek a válaszadók a fenntartható fejlődés hazai előremozdítása céljából.

Mely területekre kívánnak fókuszálni az elkövetkező időszakban (1-3 évben) az Önök cégénél?



A válaszadó vállalatok meggyőződése, hogy a fenntartható működésnek üzleti előnyei vagy jelentős potenciáljai vannak, így nem csoda, hogy minden szempontból fontosnak tartják a vállalatok a fenntarthatósági szempontok további erősítését az elkövetkező években. Fenntarthatósági szempontból pedig, bár nem teljes az egyetértés, mégis sürgető feladatnak tűnik az externális költségek mielőbbi beépítése a vállalati folyamatokba, termékek és szolgáltatások árába.



STAGNÁLÁST TAPASZTALNAK A SZAKMAI SZERVEZETEK

A szakmai szervezetek véleménye kicsit eltér a válaszadó vállalatok meglátásától. Mind globálisan, mind hazai szinten inkább stagnálást tapasztalnak a fenntartható fejlődés terén. A közeljövőben a hazai üzleti szektornak szerintük elsősorban a partnerségre kellene fókuszálnia. Elsősorban az üzleti szektor befolyását értékelik nagyra a fenntarthatóság előmozdítása kapcsán, egyértelműen a nagyvállalatok és a tulajdonosok tudnak leginkább pozitív hatást elérni. Az állam szerintük csak negyedik helyen szerepel ebben a befolyás-rangsorban, egyenlő ponttal a kis- és közepes vállalkozásokkal illetve a vásárlók, fogyasztók körével. Legke-

vésbé a tudomány erejében hisznek az elkövetkező pár évben. Megosztottabb a kép az érintettekkel való együttműködés terén körükben: ők is hiányolják az érintettek között szükséges bizalom meglétét és kevésbé látják eredményesnek a hazánkban már zajló párbeszégeket és együttműködéseket, ráadásul inkább látják áthidalhatatlannak az érdekellentéteket, mint a vállalatok. Egyezik ugyanakkor véleményük a vállalatvezetőkkel abban a tekintetben, hogy a legfőbb mozgatórugó a stratégiai integrálás terén a vezetői elkötelezettség tud lenni, míg a legfőbb akadályozók jelenleg a bizonytalan és kiszámíthatatlan környezet.

A 2014-es felmérés háttere

A Vezetői ajánlással kapcsolatosan 2014-ben az Ajánlást aláíró 71 vállalat (2014. júniusi adat) közül összesen 43 vezetője vett részt. Az adatfelvétel elektronikus formában, strukturált kérdőív segítségével történt 2014. augusztus-október között. A kérdőív magyar és angol nyelven wordben és online űrlap formájában is a kitöltők rendelkezésére állt. Az adatok elemzését és az eredmények megjelenítését független szakértő végezte, a munkát dedikált munkacsoport és a BCSDH munkatársai segítették. A kiadvány a felmérés válogatott, fontosabb eredményeit mutatja be, a jó példaként említésre kerülő gyakorlatok más vállalatoknál is létezhetnek. A kiragadott példákkal a trendek érzékeltetése a célunk, a vállalati gyakorlatok teljeskörű bemutatására jelen kiadvány keretei nem adnak lehetőséget.

Kiadó: Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért
Kiadás éve: 2014
Felelős Kiadó: Salgó István, elnök
Adatfeldolgozás: Görög Georgina (BCSDH), Fertetics Mandy (Alternate)
Szerkesztés: Fertetics Mandy (Alternate), Petrik Ida (BCSDH)
Grafika: acnecom
Nyomda: **FOLPRINT**
www.zoldnyomda.hu

A kiadvány a Folprint Zöldnyomdában FSC minősített papírból készült, a nyomtatásához Michael Huber München RESISTA típusú, ásványolajmentes, újratemelődő növényolaj alapú, környezetbarát nyomdafestéket használtak. A nyomda Process-free thermal Ctp és Alcohol-free Printing technológiát alkalmaz.

További információk: www.bcsdh.hu



Magyarországi Üzleti Tanács
a Fenntartható Fejlődésért

Petrik Ida, igazgató
E-mail: ida.petrik@bcdsh.hu