

A TRANSZNACIONÁLIS ZÖLD VÁLLALATOK ÉS A RÓLUK KÉSZÍTETT ÖKOLÓGIAI RANGSOROK MÉRÉSI LEHETŐSÉGEI²⁸

*THE TRANSNATIONAL GREEN CORPORATIONS AND THE
MEASUREMENT POSSIBILITIES ABOUT THE GREEN RANKINGS*

TARRÓ ADRIENN doktorandusz

Nyugat-magyarországi Egyetem, Közgazdaságtudományi Kar

ABSTRACT

In the past few years the rankings of transnational corporations become increasingly popular, which measures the properties of certain companies by different aspects. Among corporate reputation and corporate benchmark attributed increasing role of corporate social and environmental responsibility, which motivate the management of large companies to reckon with these factors more and more.

The green company as the green university can be used as several notion. The study shows what makes a company truly green, how is it possible to measure the ecological footprints of transnational companies, and what can a company do to get the green marker. It also shows the rankings, which helps to row the transnational companies, and how those activities meet with the growing ecological requirements.

1. Bevezetés

Az elmúlt években egyre inkább divatossá váltak a transznacionális vállalatokról készített rangsorok, melyek adott szempont szerint mérik a vállalatok egyes tulajdonságait. A vállalati hírnév és a vállalati teljesítményértékelések mellett egyre nagyobb szerepet tulajdonítanak a vállalatok társadalmi és környezeti felelősségvállalásának, mely arra készíti ezeket a nagyvállalatoknak a menedzsmentjét, hogy ezekre a tényezőkre egyre nagyobb figyelmet fordítsanak. A zöld vállalat, akárcsak a zöld egyetem, ma már szinte önálló fogalomként használatos. A tanul-

28 „A kutatás a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program című kiemelt projekt keretében zajlott. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.”

mányban bemutatom, mitől lesz igazán zöld egy vállalat, milyen mérési lehetőségek vannak egy transznacionális vállalat ökológiai lábnyomának mérésére, valamint mit tehet egy vállalat azért, hogy megillessen a zöld vállalat jelző. Bemutatom továbbá azokat a rangsorokat, melyek az alapján sorrendbe állítják a transznacionális vállalatokat, és megvizsgálom, hogy azoknak a tevékenysége mennyire van összhangban az egyre erősödő ökológiai elvárásokkal szemben.

Érdekes számomra, hogy miközben egyre népszerűbbek a vállalatokról készített rangsorok, és ezen belül is a vállalatok környezeti és társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatos rangsorok, a zöld vállalati rangsorok, gyakorlatilag még sincs egy egzakt, jól körülhatárolható definíció arra, hogy mit is értünk zöld vállalat alatt.

Ha mégis megpróbálkozunk a zöld vállalat definiálásával, a leggyakrabban előforduló kifejezések a hulladék, hulladékgazdálkodás, újrahasznosítás, környezet-szennyezés, széndioxid kibocsátás, de nem derül ki explicit módon mit is értünk zöld vállalat alatt és ez főként a fogalom komplexitásának köszönhető (Harangozó, 2007).

A tanulmány első részében megpróbálom minél inkább körülhatárolni a zöld vállalat fogalmát, majd ezt követően bemutatom azokat a rangsorokat, mely a vállalatok „zöld-ségével” kapcsolatosak és kitérek azok módszertanára is.

A tanulmány végén térek ki a vállalatok ökológiai lábnyomának számítására, valamint javaslatot teszek a rangsorok módszertanának módosítására.

2. Elméleti háttér, definíciók

A társadalmi felelősségvállalás, zöld vállalat, felelősségteljes működés az elmúlt években váltak nagyon divatosá és sokszor sajnos egy jó ”marketing-fogásként” használják, és társadalmi nyomásra tesznek a vállalatok környezettudatos tevékenységeket. A vállalatoknak önmaguktól nem érdekük a környezettudatosság, hiszen az alapfeltevésük szerint a környezetpolitika csak növeli a vállalati költségeket (Boda-Pataki, 1995).

Érdekes egyébként, hogy jó befektetésnek tűnik ez a marketing-fogás. Ezt tükrözi annak a kutatásnak az eredménye, melyben a fogyasztókat kérdezték, hogy melyik kedvenc márkájukat tartják környezettudatosabbnak: a fogyasztók pedig a jó vállalati kommunikációval magas reputációt elérő cégeket felelősebbnek tartják (Piac és Profit, 2011).

2.1. Zöld vállalat

A vállalat olyan kapacitási szinten működik, ahol nincs negatív hatása a helyi vagy globális környezetre, a közösségre, vagy a gazdaságra. A zöld vállalat zöld üzleti tevékenységet folytat úgy, hogy előrelátó környezetvédelmi politikát alkalmaz, és figyelembe veszi a környezetvédelmi problémákat és az emberi jogokat (Business Dictionary).

A wise bread honlapján lévő definíció szerint a zöld vállalatok ökológiai szempontból kiváló termékeket hoznak létre, melyeknél újrahasznosítható energiát használtak fel, fejlesztve a hatékony termelési módszereket, ill. felismeri a környezeti fenntarthatóságban rejlő kihívásokat és lehetőségeket (<http://www.wisebread.com/socially-responsible-investing-goes-green>).

2.2. Transznacionális vállalat

A nemzetközi nagyvállalatoknak rendkívül sok megnevezése ismert a szakirodalomban: multinacionális vállalat, transznacionális vállalat, globális nagyvállalat, stb. Dunning (2008) szerint a transznacionális vállalat olyan vállalat, ami külföldi működőtőke befektetéseket végez, és egynél több országban birtokolja, vagy valamilyen módon szabályozza a hozzáadott értéket a termelésben. Ezekre a nemzetközi nagyvállalatokra jellemző, hogy a székhelyük, az anyavállalat, és leányvállalataik más–más országban működnek.

Dicken (2004) úgy fogalmaz a transznacionális vállalatokról, mint azon cégek, akiknek megvan az ereje ahhoz, hogy a különböző termelési műveleteket koordinálják és ellenőrizzék egyszerre több országban, még akkor is, ha az nem kizárólag a saját tulajdonukban van.

A zöld vállalat esetében, ha lenne egzakt fogalom, talán könnyebben tudnánk mérni is, hogy melyik vállalat zöldebb a másikhoz képest. A zöld tevékenység mérésekor számos problémával szembesülhetünk. Az egyik ilyen probléma, hogy sok dolog nem mérhető a környezettudatos gazdálkodás során, például: van két vállalat, az egyiknek nagyobb a környezetterhelése, mint a másiknak. A nagyobb környezetterhelésű vállalat konkrét környezeti célokat és programokat fogalmazott meg, és ennek érdekében környezetirányítási rendszert vezetett be és mindennapi életének része lesz a környezettudatos működés. Sajnos hiába minden erőfeszítés, mégsem tudja a másik vállalat alá vinni a környezetterhelését. Nyilván a környezetterhelést befolyásolja főként az is, hogy mi a vállalat profilja. Egy termelő nagyvállalat vélhetően nagyobb energiafelhasználással és környezetterheléssel bír, mint mondjuk egy szolgáltató vállalat.

„A zöldülés tulajdonképpen a szervezeti változás, változtatás kisebb vagy nagyobb lépésekben haladó folyamata, ezek mind megmaradnak a kinyilatkoztatás szintjén, azaz egyik szerző sem igyekszik leírni magát a változás folyamatát, meghatározni annak főbb tényezőit és mechanizmusait” (Pataki, 2000, pp. 23).

A vállalatok zöldülése magával vonja azt, hogy a környezeti szempontokat figyelembe veszik a vállalat hosszú távú stratégiájában. Az a vállalat, amely jobban elkötelezett a környezetvédelem iránt, azok külön környezetközpontú vállalatirányítási rendszert hoznak létre, környezetvédelmi stratégiával rendelkeznek és megfelelnek az erre vonatkozó szabványoknak (mint az ISO 14020, 14030 és 14040) (Lükő, et.al. 2012).

A vállalati fenntarthatóság tulajdonképpen egy üzleti megközelítés, mely a vállalat tulajdonosai számára egyensúlyt teremt a gazdasági, társadalmi és környezeti tényezőkben rejlő lehetőségek és kockázatok között (Dow Jones).

3. Vállalatok „zöld-ségéről” készült felmérések, rangsorok

3.1. Ökológiai lábnyom

Az ökológiai lábnyom mutatót eredetileg arra dolgozták ki, hogy megmutassa az egyes országok környezetterhelését. Később kezdődtek csak el olyan szintű mérések, melyek városok, régiók, vagy akár szervezetek ökológiai terhelését vizsgálták.

Magyarországon többek között Szigeti Cecília foglalkozik mélyebben a témával, és ő készített városi szintű ökológiai lábnyom-számításokat (többek között Győr példáján keresztül). Az ökológiai lábnyom mérésekor a legproblémásabbnak a vállalati szintű mérés bizonyult, itt a legkevesebb a felhozható példa, mivel nagyon sok olyan tényező van, aminek a mérése komoly nehézségekbe ütközik (Csutora, 2011).

3.2. Dow Jones Fenntarthatósági Index

A Dow Jones Sustainability World Index 1999-ben indult, mint az első globális fenntarthatóság benchmark, viszonyszám. A DJSI mutatószámok a világ vezető vállalatainak teljesítményét vizsgálják a gazdasági, környezeti és társadalmi kritériumok mellett. Ezek az indexek a befektetőknek is jó iránymutatásul szolgálhatnak, ha éppen úgy akarják alakítani portfóliójukat, hogy fenntarthatósági szempontokat is figyelembe vesznek.

A mutatószám komplexitását az is jól mutatja, hogy például az egész világra kiterjedő DJSI World mutató összesen 340 komponensből tevődik össze. Magyarországról csupán három vállalat van, melyet jegyeznek a nyilvántartásukban: az OTP Bank, a Richter Gedeon, valamint a Mol Magyarország. A Mol a Fenntarthatósági Jelentésében büszkén említi, hogy 2010-ben és 2011-ben szerepelt a DJSI Fenntarthatósági Indexében.

További előnye, hogy iparági, szektorális bontásban is közzéteszi a rangsort, így az azonos profilú vállalatok is összemérhetőek egymáshoz képest. Szektorukban a legzöldebb vállalatok: Volkswagen, Allianz, Nestlé, Henkel, stb. (<http://www.sustainability-indices.com/review/industry-group-leaders-2013.jsp>).

3.3. Newsweek Módszertan

A nehézségek ellenére a Newsweek és kutatói olyan sorrend felállításán dolgoztak, amely közelít a valósághoz, és ebben a kutatási partnereknek nagy szerepük van. A KLD Reasearch & Analytics fő szakterülete a környezeti, szociális és vál-

lalatírányítási adatok nyomon követése világszerte, ők voltak a kutatás vezetői is egyben. A Trucost a kvantitatív környezeti teljesítmény mérésére specializálódott, a CorporateRegister.com pedig a környezeti, fenntarthatósági és társadalmi jelentések legnagyobb online nyilvántartása.

Az ő módszertanukban a zöld pontszámok az alábbiakból állnak össze:

- Környezeti hatás pontok: átfogó, standardizált környezeti teljesítménymérésen alapulva, ami megragadja a vállalat globális működéséből eredő környezeti hatások teljes költségét. A pontszám több mint 700 változón alapul. Az adatokat a vállalat bevételéhez arányosították, így a kis- és nagyvállalatok egyaránt összevethetőek.
- Zöld politika pontok: a vállalatok környezeti politikáin és a kapcsolódó teljesítményein alapulnak, ide értve többek között a legjobb gyakorlatokat, programokat, kezdeményezéseket, jogi nem-megfelelőségeket, társadalmi hatásokat.
- Hírnév pontok: a CSR szakértők, környezetvédelmi szakértők körében végzett felmérésen alapul (alternate.hu)

A háromféle pontot egy ponttá konvertálják, mely egy széles körben elfogadott statisztikai módszer, és ennek alapján kialakítják a rangsort.

A rangsorban kiemelt szerepet kap a vállalatok üvegház hatású gázok (ÜHG) kibocsátása, felhívva ezzel a figyelmet arra, mekkora szerepe van ezeknek a gázoknak egy vállalat környezeti lábnyomában.

3.4. Newsweek eredmények

1. táblázat: A Newsweek rangsora

1. table: The Newsweek Ranking

Helyezés	Vállalat	Ország	Szektor
1.	Santander Brasil	Brazília	pénzügyi szektor
2.	Wipro	India	IT szolgáltatások
3.	Bradesco	Brazília	pénzügyi szektor
4.	IBM	USA	IT szolgáltatások
5.	National Australia Bank	Ausztrália	pénzügyi szektor
6.	BT Group	Egyesült Királyság	telekommunikáció
7.	Munich RE	Németország	pénzügyi szektor
8.	SAP	Németország	IT szolgáltatások
9.	KPN	Hollandia	telekommunikáció
10.	Marks&Spencer Group	Egyesült Királyság	kiskereskedelem

Forrás: <http://www.newsweek.com/2012/10/22/newsweek-green-rankings-2012-global-500-list.html>

A listában szereplő vállalatok főként a pénzügyi szektor és az IT szolgáltatások területéről kerülnek ki, ami teljesen logikus, hiszen ezek a szektorok terhelik a legkevésbé működésükkel a környezetet.

3.5. Portfolio 21

A kizárólag környezetbarát cégekbe fektető Portfolio 21 alap immár 10 éve teszi közzé évente listáját. Az alap környezettudatos befektetők számára szánja útmutatónak éves összesítését. Az elmúlt évtizedben közel 2000 amerikai vállalatot vizsgált meg az alap.

Az összesítés során a következő szempontokat mérlegelik:

- mennyire környezetkímélő az üzletvitel és a termelés
- milyen mértékben érvényesítettek ökológiai megfontolásokat a termék összetételének kidolgozásában
- mennyi megújuló energiát fogyasztanak az előállításához
- milyen hatásokkal használják fel az erőforrásokat
- mennyivel csökkentette üvegházgáz-kibocsátását a vállalat

A nyilvánosságra hozott lista sajnos csak betűrendben tartalmazza a cégeket, és nem tesz különbséget közöttük helyezési sorrenddel. A sorrend tehát: Autodesk, Easy Japan Railway, Henkel, Itron, Natura Cosmetics, Potlatch, Red Electrica, Sharp, Umicore, Vestas

4. Javaslat

Bár a most bemutatott rangsorok összességében szerintem a lehetőségekhez képest valóság-hű sorrendet mutat be, sajnos ezek a rangsorok mindig ellentmondásokat hoznak a felszínre. A témában jártas kutatók remélik, hogy megindul egy párbeszéd a környezeti teljesítmény méréséről, ami az első lépés ahhoz, hogy azt javítani lehessen.

Véleményem szerint a fent bemutatott mutatók összesítése lehetne az, ami még ezeknél is valóság-hűbb képet mutatna a nagyvállalatok környezetkímélőbb működéséről. Országok esetében már készítettek hasonló mutatót, melynek része volt a környezeti fenntarthatóság index (environmental sustainability index), a felelős versenyképességi index, és az ökológiai lábnyom.

Véleményem szerint, az országok mintájára elkészített komplex mutatószámot át lehetne ültetni a vállalatok szintjére is. Céлом a későbbiekben jelen vizsgálat folytatása és egy ehhez hasonló mutató kidolgozása, valamint rangsor felállítása.

Fontos lenne szerintem még egy olyan, globális megkülönböztető jelzés, amit a zöld vállalatok büszkén viselhetnének, megjelenésük bármilyen formájában. Gondolok itt például egy globális ökocímke létrehozására, mely a világ minden táján ugyanazt jelentené és egy független bizottság ítélné oda az arra érdemes vállalatoknak.

5. Összefoglalás

Jelen tanulmányommal az volt a célom, hogy részletesebb képet mutassak a zöld vállalatokról és a róluk készített ökológiai „zöld” rangsorokról. A tanulmány elején felvázoltam a fogalmi meghatározást, ill. annak nehézségét, valamint bemutattam, hogy mik a legnépszerűbb rangsorok, valamint azok metodikáik.

Véleményem szerint fontos, hogy a vállalatokat szektorális bontásban is és ömlesztve is egyaránt legyenek a rangsorokban bemutatva. Úgy gondolom, hogy az országok mintájára lehetne egy, a vállalatokra specializálódott komplex mutatószámot létrehozni, mely minden tulajdonságot és adatot figyelembe véve tud egy reális képet adni arról, hogy mely vállalatok tesznek valóban azért, hogy környezetterhelésük a lehetőségeikhez mérten a legminimálisabb legyen.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Alternate online, <http://www.alternate.hu/hu/hireink/115-newsweek-rangsor.html.tmp> Letöltés: 2014. március 22.
- Boda Zsolt – Pataki György (1995): A nemzetközi versenyképesség és környezetügy, Közgazdasági Szemle, XVII. évf. I. szám, (66-94.o.)
- Business Dictionary
<http://www.businessdictionary.com/definition/green-business.html#ixzz32HFgRV8h> (Letöltés: 2014. április 10.)
- Csutora Mária (szerk.) (2011): Az ökológiai lábnyom ökonómiája, Tematikus Kötet, Sorozatszerkesztő: Kerekes Sándor, Aula Kiadó, Budapest
- Dicken, Peter (2003): Global shift, Reshaping the global economic map in the 21st century, 4. kiadás, London: Sage
- Dow Jones Sustainability Indices, Sustainability Yearbook, <http://www.sustainability-indices.com/review/industry-group-leaders-2013.jsp> (Letöltés: 2014.03.13.)
- Dunning, H. John; Lundan, M. Sarianna (2008): Multinational enterprises and the global economy, Second Edition, Edward Elgar Publishing, Inc. pp. 920.
- Harangozó Gábor (2007): Mitől zöld egy vállalat? Termelő vállalatok környezeti teljesítménye, Budapesti Corvinus Egyetem, PhD. disszertáció, kézirat
- Newsweek Ranking <http://www.newsweek.com/2012/10/22/newsweek-green-rankings-2012-global-500-list.html> (Letöltés: 2014. április 12.)
- Piac és Profit (2011): http://www.piacprofit.hu/klimablog/felelos_vallalatok/nem_eleg_felelosnek_lenni_annak_is_kell_latszani/ Letöltés: 2014. március 24.
- Lükő István, Iszak Noémi, Pánovics Attila (2012): Módszertani segédlet, Zöld gazdaság kialakítása módszertani gyakorlatok példáin, Pécsi Tudományegyetem, Sopron-Pécs
- Pataki György (2000): Zöld vállalati stratégia, Disszertáció
- Szigeti Cecília: Ökológiai lábnyom számításának gyakorlata, Fenntarthatósági füzetek 1., CG Partners Kutató és Tanácsadó Kft. ISBN 978-963-06-8816-1
- Torma András (2007): Környezeti teljesítményértékelés aggregáló módszerei és az anyagáram-elemzés kapcsolatrendszerre, Egy integrált vállalati modell megalapozása, Doktori disszertáció, BME, Budapest, kézirat