



## VÁLLALATI FENNTARTHATÓSÁGI BAROMÉTER – EGY ESETPÉLDA

Cikk szerzője: Harazin Piroska

**A 'CORPORATE SUSTAINABILITY BAROMETER' – HOW DO COMPANIES IN GERMANY IMPLEMENT SUSTAINABILITY MANAGEMENT?** című cikk összefoglalója  
Forrás: Newsletter; Centre for Sustainability Management; [www.leuphana.de/csm](http://www.leuphana.de/csm); 01/2010

Vállalatok fenntarthatósági barométere – vagyis annak felmérése, hogy a német vállalatok milyen módon implementálják működésükbe a fenntarthatóságot célul tűző menedzsment tevékenységet, mi motiválja őket és hogyan változik ez a motiváció a pénzügyi válság idején.

A németországi székhelyű fenntarthatósági menedzsment tevékenységekkel foglalkozó központ a PricewaterhouseCoopers tanácsadó céggel közösen közel 300 nagyvállalatot kérdezett meg 2009/2010 telén arról, hogy milyen motiváció rejlik a fenntarthatóságért tett menedzsment feladataik mögött, hogyan integrálják a működésbe és hogyan valósítják meg ezeket a tevékenységeket, és különös figyelmet fordítottak a kérdőívben annak feltárására, hogy a pénzügyi válság hogyan befolyásolja ezeket a menedzsment tevékenységeket. A kérdőíves felmérés során a kutatók 112 vállalat választát tudták felhasználni és elemezni, mely a következő megállapításokat eredményezte:

A fenntarthatósággal kapcsolatos menedzsment tevékenységek mögött – így motivációként – legtöbb esetben a társadalmi elvárások és a piac kereslete áll. Említésre méltó motivációs hatással bíró érdekelt felek között található a média, a hatóságok, az NGO-k a versenytársak és a fogyasztók, míg kevésbé hangsúlyosak ebben a kontextusban a szállítók, viszonteladók, bankok, pénzügyintézetek.

A válaszok alapján az is kiderült, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos menedzsment tevékenységekbe nincsen bevonva a szervezet összes egysége. A legtöbb esetben a fenntarthatósági/CSR, vagy EHS (Environment-Health-Safety – Környezet-Egészség-Biztonság) egységek, általános menedzsment, vagy a vállalati kommunikáció játszik szerepet a fenntarthatósági tevékenységekben. Kevésbé bevont egységeknek említették a számvitel, kontrolling és a pénzügy területét. Azonban fontos megjegyezni, hogy a fenntarthatóság-orientált szervezeti fejlődés érdekében minden egység bevonása szükséges, de leginkább azoké, melyek a top-menedzsment számára döntéstámogató információkat szolgáltatnak.

A felmérés kimutatta, hogy a legtöbb esetben a környezetmenedzsment eszköztárából a fenntarthatóság megvalósítása érdekében környezetmenedzsment rendszerek implementálását, környezeti auditok lefolytatását, kockázatelemzést és a dolgozók javaslatainak megvalósítását választják a vállalatok. Érdekes azonban, hogy



ennek ellenére csak kevesebb, mint a válaszadók fele méri a környezeti és társadalmi tevékenységeit a szervezeti sikerek között.

A válaszadók véleménye alapján pénzügyi válság nem érintette a fenntarthatósággal kapcsolatos vállalati tevékenységek intenzitását, sőt többen úgy vélekedtek, hogy ezek a tevékenységek még segíthetnek jelen pénzügyi körülmények között a versenyképesség növelésében. A válaszadók többsége lehetőségnek értelmezte válságot a vállalati fenntarthatóság elérésében.

A kutatás egyik végső következtetéseként állapították meg, hogy míg a tudományos folyóiratok szerint a fenntarthatósággal kapcsolatos menedzsment tevékenységek a termelésre, marketingre, számvitelre és a controlling-ra fókuszálnak, addig a vállalati gyakorlatban pont ezek nem kapnak akkora hangsúlyt a fenntarthatóságot támogató tevékenységek esetében. Így tehát létezik egy űr az elmélet és a gyakorlat között, mely hiányosságot pótolni szükséges azzal a céllal, hogy az üzleti fenntarthatóság fejlesztése biztosítva legyen.

Jelen cikk összefoglalója a '**CORPORATE SUSTAINABILITY BAROMETER' – HOW DO COMPANIES IN GERMANY IMPLEMENT SUSTAINABILITY MANAGEMENT?** című cikknek. Forrás: Newsletter; Centre for Sustainability Management; [www.leuphana.de/csm](http://www.leuphana.de/csm); 01/2010

Letöltve a SURVIVE ENVIRO Környezetmenedzsment Tanácsadó Nonprofit Kft oldaláról: [www.survive.hu](http://www.survive.hu)