

Üzleti világ és környezet: Egy fontos szövetség

– Business Horizons, 1992. március–április –

A megelégedettség sosem igazán jellemezte az amerikai vállalati szférát. Az ország hosszúra nyúlt és izgalmas gazdasági felemelkedése annak története, hogyan faragtak nyereséges vállalkozásokat aggasztó kihívásokból, képzelőerővel és kemény munkával. Az amerikaiak mindig jeleskedtek a technika igába fogásában, új ötletek elsajátításában és a korábbi hibákból való okulásban. Ezen képességek tették az Egyesült Államok gazdaságát a legdinamikusabbá és versenyképesebbé a világon.

Napjainkban az amerikai üzleti élet legnehezebb feladatával szembesült, amely azonban legnagyobb lehetősége is egyben. Századunk végéhez közelítve egyre inkább nyilvánvalóvá válik számunkra, hogy a környezeti pusztulás meggátolásához a problémák teljes megismerésére van szükség, no meg persze az elhárításhoz elengedhetetlen energiára és eltökéltségre.

Az alsó szintek zöldülése

Húsz évvel ezelőtt az amerikai vállalati szféra – sok más intézménnyel egyetemben – válságba jutott az emberek csökkenő bizalma miatt. Az akkor szárnyát bontogató környezetvédelmi mozgalom elszámolást követelt mindazért a szennyezésért és erőforrás pazarlásért, amely az ipari forradalmak kezdete óta oly jellemző volt. A környezet állapota miatt érzett növekvő nyugtalanságra az Egyesült Államok kormánya is reagált; megalapította a

Environmental Protection Agency-t (EPA – Környezetvédelmi Hivatal).

Az EPA széleskörű felhatalmazást kapott az ország levegőjének, vizeinek és talajának megóvására, a Kongresszus pedig hamarosan törvények és szabályzók özönével segítette e jogok érvényesítését. A törvénykezés hirtelen megélnkülése és az azt kiváltó, legalulról induló mozgalom hevessége teljesen készületlenül érte az üzleti világot. A vállalatok egyszerre a Környezetvédelmi Hivatal szabályainak kavalkádjá közt találták magukat. Megfogalmazódott, hogy a környezetvédelem nem múló divathóbort, ezért a vállalatoknak megfelelő módon kell átalakítaniuk működésüket.

A vállalatok tisztességtelen játékról szóló hírek és az elhúzódo pereskedések mind azt az elterjedt hiedelmet erősítették, hogy az ipart hidegen hagyja a környezet pusztulása. A cégek közönségkapcsolat (PR) osztályai nehéz feladatnak találták ezen hit eloszlását.

Két évtized elmúltával az amerikai vállalatok túlnyomó többsége komoly mennyiségű pénzt és energiát fektet abba, hogy megfeleljen a környezetvédelmi előírásoknak. Az ipar és a kormányzat becslések szerint együttesen évi 100 milliárd dollárt költ a szennyvezetékek megakadályozására illetve csökkentésére. Ezen összeg hatására tisztább lett a föld, a víz, a levegő, a szennyezés megfékezésére létrejött iparág pedig immáron 170 000 embernek ad munkát. Bár a fenti számok talán nagyoknak tűnnek, csak elenyésző töredékét képezik azon emberi és pénz-

ügyi erőforrásoknak, amelyeket a környezet megtisztítása igényel majd a 1990-es években és a következő évszázadban. Az EPA becslése szerint 2000-ben 160 milliárd dollárt, az USA bruttó nemzeti jövedelmének közel 3%-át költik majd szennyezés-kontrollra.

Az amerikai üzleti szféra nyilvánvalóan a környezetorientált tevékenységek robbanásszerű növekedésének kellős közepén találta magát. Az ilyen kérdésekkel eddig csak elvétve foglalkozó cégeknek fel kell zárkózniuk, ha nem akarnak eltűnni a sikertelen vagy vegetáló vállalatok süllyesztőjében. Példát vehetnek azokról a szervezetekről és vállalatvezetőkről, amelyek jó adag zöld szálát szőnek társaságuk szövetjébe. Valóban, proaktív viselkedésük jótékony következményeként a környezeti hullám tetején maradó gazdálkodók könyvelhetik el majd a legtöbb nyereséget egy olyan gazdaságban, amelyet egyre jobban áthat a környezetvédelmi szabályozás.

A vállalatok környezeti felelőssége

Amerika példátlan jólétét több mint egy évszázada tartó ipari kutatásnak és alkalmazkodásnak köszönheti. A gazdaság jól tükrözi az emberek igényeit és csalódásait. A természet állapotának romlását kísérő aggodalom növekedése a jövő egyik legerősebb tendenciája.

Az amerikai környezeti mozgalmak taglistái a társadalom növekvő környezettudatosságáról tanúskodnak: a

Greenpeace ma az 1988-as létszám több mint másfélszeresére duzzadt, a *Natural Resources Defense Council* (Természeti Erőforrások Megóvásának Tanácsa) 1980 óta tagságát közel megduplázta; a *World Wildlife Found* (WWF – kb. Világalap a Vadon Élő Állatokért és Növényekért) az 1986. évi 212 200 aktivistája helyett napjainkra 667 000-et tömörít. Közvéleménykutatók ismételtelen jelzik, hogy a magukat környezetvédőnek tartó amerikaiak érzése szerint még többet kell tenni a természet megóvása érdekében. A környezetvédelem pártoktól független, generációs különbségeken túlmutató ügy, a természetrombolás megállítása érdekében megszámlálhatatlan feladatot kell megoldaniuk.

Ha az ország meg akarja élni a jólét még egy évszázadát, akkor a vállalatoknak magukhoz kell ragadniuk a kezdeményező szerepet.

Az iparnak úgy kell kezelnie a technikai, politikai és nyereségességi szempontokat, hogy a gazdasági erő és a környezeti megbízhatóság között egyensúly jöjjön létre. Ha e kettő összefonódásából sikeres vállalkozást akarunk létrehozni, akkor meg kell értenünk, hogy a propaganda és a közönségkapcsolatok önmagukban nem oldják meg a környezeti gondokat.

Az amerikai polgár egyre inkább elvárja a vásárolt áruk környezetbarát mivoltát, ez viszont gyökeresen átalakítja a hagyományos költség/haszon elemzést. A szennyezés csökkentésének kiadásai a mérlegben nem szerepelhetnek többé be nem tervezett költségként vagy nyereségcsökkentő tényezőként.

Az ipar és a környezeti politika

A környezet problémája nem régen került fel a közügyek listájára. A környezeti mozgalom korai éveiben a kormány és az ipar látszólagos ellentéte kerülőútra terelte a vitát, a két szféra együttműködése csak most kezdi meghozni első gyümölcseit. A kormány és az ipar között zajló konstruktív párbeszéd megalapozott politikai döntéseket eredményezhet. Ez a kooperáció sza-

vatolhatja a vállalatok folyamatos képviselését a törvények és szabályzók megalkotásának fázisában, így azok kezdettől fogva elérhető célokat irányozhatnak elő.

Mióta a vállalati szféra elkezdte növekvő mértékben figyelembe venni a környezet érdekeit, a kormány már jobban hallgat az onnan érkező javaslatokra, s hasznát veszi a felhalmozott szakértelemnek. Az EPA például az 1990-es *Clean Air Act* (CAA – Tiszta Levegő Törvény) alapján teljes erőből hozzáfogott független bizottságok kialakításához, amelyek széleskörű tagsága a kormány, az ipar, a felsőoktatás, polgári kezdeményezések és szakszervezetek képviselőit tömörítik. A bizottságok kifejezetten azon céllal alakulnak, hogy a hivatalt segítsék technikai és politikai kérdésekben az új CAA törvény megszületésénél.

Már működő bizottságok foglalkoznak a törvény savas esőkre, engedélyezésre, légszennyezésre és tiszta energiahordozókra vonatkozó részeivel. Az eredményes munka sikereire alapozva az EPA számos új levegőtisztasági program beindítását tervezi.

1991 elején Bush elnök elrendelte a *Commission on Environmental Quality* (Környezet Minőség Bizottság) felállítását; 25 vállalati és környezetvédelmi szakembert, valamint egyetemiek képviselőit és alapítványi vezetőket nevezett ki a munkát segítő. Alapszabályának értelmében a Bizottság akciótervet dolgoz ki és hajt végre, oly módon javítva a környezet állapotát, hogy a magánszektor kezdeményezéseit felhasználva környezeti, gazdasági és életminőségi célokat kössön össze.

Bár a Bizottság tudatában van a kormányzati szabályozás jelentőségének és szükségességének, elsődrendű célja a piaci erő hatékonyságának és kreativitásának mozgósítása a környezet jobbításának érdekében. Az egyik alkalmazott alapelv a kormányzati és nem kormányzati csoportok, érdekszövetségek közötti kooperatív szövetségek létrejöttének segítése. A Bizottság konkrét céljai: a szennyezés kiküszöbölése, természeti erőforrásokkal való gazdálkodás, oktatás, kommunikáció.

A vállalati környezetvédelem alapelvei

A részvénytársaságoknak javasolt és a részvényesek elé szavazásra bocsátott környezetvédelmi határozatok száma nagymértékben megnövekedett. Ezek túlnyomó része a „Valdez Alapelvek”-re épül.

A Valdez Alapelveket a *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES – Koalíció a Környezetileg Felelős Gazdálkodásért) dolgozta ki 1989 végén, s a vállalat környezetvédelmi elkötelezettségének tíz szempontját tartalmazza. A csoport azóta igyekszik bővíteni a dokumentumot aláíró vállalatok körét.

Bár vállalatvezetők többször hangot adtak aggályaiknak a Valdez Alapelvek szerintük 'tolakodó természetével' kapcsolatban, a CERES javaslata sok céget késztetett környezeti politikájának felülvizsgálatára. Néhányan újjáalakítják viselkedésüket, környezeti felelősséget és a haladást mérő mechanizmusokat építve abba. Mások olyan vállalati politikát deklarálnak, ami megfelelő keretfeltételeket teremt a hatékony cselekvésre.

1991 áprilisában a Környezettudatos Vállalatirányítás Második Ipari Világkonferenciáján (Second World Industry Conference on Environmental Management) a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara hivatalosan is közzétette a Fenntartható Fejlődés Chartáját. Ez 16 környezeti alapelvet tartalmaz, amelyeket a vállalati politika kialakításánál lehet alkalmazni. A chartát aláíró cégek száma máris meghaladja a négyszázat.

Különlegesen számít a *Chemical Manufacturers Association* (Vegyipari Gyártók Egyesülete) által kezdeményezett és az amerikai vegyipar által elfogadott 'Felelős figyelem' c. dokumentum. Többek közt arra kötelezi tagjait, hogy az egészségügyi és környezeti megfontolásokat tegyék a vállalati tervezés integráns részévé. Más iparági szövetségek és kereskedelmi csoportok is hasonló nyilatkozatokat fogalmaztak és fogalmaznak meg, környezeti célokat tűzve ki tagságuk elé.

Ha a kifejezésről lehántjuk a nyomasztó politikai és szociális oldalszá-

lakat, mindannyian tényleg környezetvédők vagyunk. Mindnyájan biztonságos, lakható világot szeretnénk gyermekeinkre hagyni.

A jövő ökológiai biztonságának veszélyeztetését – rövid távú vágyaink kielégítése érdekében – elég lelkiismeretlen dolognak tartjuk. Az ipar hatalmas lépéseket tett, de még többre van szükség. A megkérdezett emberek körülbelül 80%-a van azon a véleményen, hogy a környezet központi jelentősége miatt a szabályok, határértékek és követelmények nem lehetnek elég szigorúak, s az ökológiai állapot javítását a költségektől függetlenül folytatni kell.

A közzévetésben tudatosítani kell a környezetvédelem és a gazdasági fejlődés összeférhetőségét. Bár ez nem könnyű feladat, az itt sikeres cégek a világ megbecsültebb és legnyereségebb vállalatai között találják magukat.

Az adott iparágaknak és gazdálkodóknak ugyan maguknak kell kidolgozni környezetvédelmi programjait, néhány általános ajánlás mégis tehető a siker érdekében.

- *Hozzunk alapvető elhatározást, másképp lekéssük a vonatot.* Az igazgatótanács határozatait közölni kell még a legalsóbb szintekkel is, s megfordítva: bármely alkalmazott javaslatának figyelmes fülekre kell találnia a cégvezetésnél. Néhány vállalat környezetvédelmi bizottságot hozott létre az igazgatótanácsban belül. A bizottság tudomást szerez a cég működését érintő és környezeti vonatkozással bíró bármilyen kérdéssről; így övék a felelősség mind az előnyös, mind a kényelmetlen fejleményekért. Képes mechanizmus képes egy probléma gyorsabb tisztázására, mint egy nyugtalan igazgatósági tag.
- *A jószándékot írásos formában is fektessük le.* Ez egyrészt elég átfogó a hosszú távú célorientáció kijelöléséhez, másrészt elég konkrét a dolgozók személyes felelősségvételének kialakításához.
- *A hagyományos vállalati célokat ökológiaiakkal kell kiegészíteni.*
- *Ne féljünk a központi szabályzókat túlteljesítő célok kitűzésétől.* Cégek

tucatjai irányoztak elő olyan kibocsátási határértékeket, amelyek messze meghaladják a szövetségi előírásokat. Az egyes osztályok teljesítményének folyamatos figyelemmel kísérése elérhetővé teszi a fenti célokat. Egy működő vállalat általában sokkal reálisabban tudja megítélni a megelőzés lehetőségeit egy állami hatóságnál. Így a még ki nem aknázott potenciál rejtegetése helyett a cég a környezet állandó javítására törekszik. Hosszú távon a szennyezés kiküszöbölése költség-megtakarítást, jó közönségkapcsolatokat és természeti erőforrásaink megkímélését eredményezi.

- *Vállaljunk vezető szerepet mind a műszaki innovációban, mind a kommunikációs politikában.* Az iparnak környezetileg előnyös technológiák és a „zöldülő” világpiacot kiszolgáló termékek kifejlesztésének szolgálatába kell állítania erőforrásait. Az ilyen befektetések rövid távú hasznát talán nehéz előre látni, de a társadalmi felelősséggel készített árucikkek és eljárások kidolgozását segítő műszaki bázis előnyeit nem lehet túlbecsülni.
- *A környezetközponitú kommunikációs politika nemcsak állami hatóságok privilégiuma.* Az ipar józan előrelátást és műszaki realizmust vihet a tevékenységbe. A vállalatok emellett arról is tájékoztathatják a kormányzatot és a nagyközönséget, hogy adottságaiknál fogva milyen mértékig tudnak megfelelni az állami előírásoknak és a társadalmi elvárásoknak.
- *Szorosan működjünk együtt az érdekképviseleti csoportokkal.* A *National Wildlife Federation* (NWF – Országos Szövetség a Vadvilágért) például fórumot biztosít az ipar és a környezetvédelmi aktivisták közötti, alkotó jellegű párbeszédre. A szövetségen belül 1982-ben megalakult *Corporate Conservation Council* (Vállalatok Megőrzési Tanácsa) mintegy húsz vállalatvezetőből áll, akik egymással és az NWF-fel konzultálnak mindnyájukat érintő kérdésekben, a természeti erőforrások felhasználásáról. Ez a megközelítés létfontosságú a jövőbeli konfliktusok megelőzése érdekében.

● *Szövetkezzünk más vállalatokkal a hatékony erőforrás felhasználásért és a közös iparági problémák megoldásáért.* A más cégekkel való együttműködés éppen olyan fontos, mint az érdekképviseleti csoportokkal történő párbeszéd. 1991 tavaszán alakult meg a 19 vállalatot tömörítő *Global Environmental Management Initiative* (GEMI – Globális Környezetgazdálkodási Kezdeményezés). A szervezet elsődleges célja a működő környezetorientált vállalati cselekvési programok tapasztalatainak közvetítése. A GEMI együttműködött a Nemzetközi Kereskedelmi Kamarával a Fenntartható Fejlődés Chartájának kidolgozásában, valamint sürgeti a környezettudatos vállalatirányítás erőfeszítéseit. A csoport konferenciát szervezett és publikációkat terjesztett a környezetvédelem szerepéről a teljes minőségellenőrzési rendszerben (TQM).

● *Hitelesen és hatékonyan tájékoztassuk a közönséget.* Bejáratott kommunikációs csatornák felhasználásával a vállalatok tájékoztathatják fogyasztóikat a lehetséges környezeti és egészségügyi veszélyekről, bizonyos megoldások megvalósíthatóságáról, s végül de nem utolsó sorban az ipar aktív szerepéről a környezetvédelmi mozgalomban. A jó kommunikációs politika kiküszöböli a kellemetlen meglepetéseket, a fogyasztók tudatában pedig a környezetért érzett felelősséget asszociálja bizonyos cégekkel.

● *Kötelezzük el magunkat hosszú távon.* A vállalatot átszervezésekor a környezeti szempontokat már a tervezési fázisba be kell építeni, célszerű összekötöket kinevezni a helyi és országos zöld szervezetekkel való kapcsolattartáshoz, s fel kell venni képzett környezetvédelmi szakembereket is.

Amerika „zöldülése” nem múló divathóbort. A még jövő évtizedben is fennmaradni szándékozó vállalatoknak alapvető és tartós átszervezést kell végrehajtaniuk működésükben. Ezt mindinkább meg fogják követelni a környezetileg tudatos vásárlók, s nagymértékben ezen múlhat bolygónk fennmaradása is.

Toth Gergely