

Akadályozó vagy előmozdító a vállalati átláthatóság Magyarországon?



A fenntartható fejlődés helyzete és alakulása a „Vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése” című Vezetői ajánlás aláírói szemével
Fókuszban az átlátható működés

Tartalom

A BCSDH-ról	3
A kiadványról és a kutatásról	3
A felmérésben résztvevő vállalatok.....	4
A vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése – Ajánlás vezetőknek	5
Elnöki köszöntő	6
Trendek.....	7
Javuló tendencia	7
A fenntarthatóságot meghatározó legfontosabb tényezők	8
A válaszadók fókuszterületei	9
A nagyvállalatokon múlik a fenntartható gazdaság kialakítása.....	12
A vállalati fenntarthatósági stratégia legfőbb célja az értékteremtés	14
A szabályozók és a fogyasztók befolyásolják leginkább a vállalatokat.....	17
Kritikus belső tényezők.....	19
Átlátható működés.....	21
A hosszú távú siker és pénzügyi eredményesség tényezői	23
Teljesítménymérés és fenntarthatósági jelentések	25
2017-ben kötelező jelentéstétel?	29
Az érdektelenség a legfőbb akadálya a jelentések szaporodásának.....	30
Belső auditok, szabványok és elismerések biztosítják a hitelességet	32
Zárszó.....	34
Felhasznált nemzetközi kutatások listája.....	34
Impresszum és kapcsolat	35

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 első számú vezetőjének koalíciója és közel 70 országban van jelen nemzeti partnerszervezetein keresztül. A Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért (BCSDH) 2007-ben alakult és jelenleg 74 vállalati tagja van, a magyar GDP megközelítőleg 30%-át adó, előremutató gondolkodású vállalatok vezérigazgatói által irányított szervezet, mely aktivizálja az üzleti világot a gazdaság, a társadalom és a környezet számára egyaránt fenntartható jövő kialakításáért. Az Üzleti Tanács tagjai által ülteti a gyakorlatba elismert, iránymutató szerepét és hatékony állásfoglaló tevékenységét, konstruktív üzleti megoldások és közös cselekvések ösztönzésén keresztül.

További információ: www.bcsdh.hu

A kiadványról és a kutatásról

A kiadvány a Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért „A vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése” című ajánlását aláíró vállalatok körében, 2016-ban végzett felmérés eredményeit foglalja össze a vállalati fenntarthatóság aktuális állapotára, trendjeire, jövőbeni kilátásaira és saját gyakorlataikra vonatkozóan. Ebben az évben külön fókuszot kapott a vállalatok átlátható működésének elemzése. A saját felmérésünk válaszadóinak véleménye mellett helyenként nemzetközi kutatások eredményeire is hivatkozunk. Az Ajánlást aláíró 104 vállalat közül 68 vett részt a felmérésben (65%). Az adatfelvétel elektronikus formában terjesztett, strukturált kérdőív segítségével történt 2016 nyarán. A felmérés 2013-ban hagyományteremtő szándékkal indult el, így szervezetünk 2016-ban negyedik éve végzi el. A felmérés nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanakkor az eredmények a vállalati fenntarthatóságot meghatározó, elkötelezettségüket nyíltan és konkrét akciókon keresztül bizonyító vállalatok véleményét mutatja.

Jelen dokumentum a 2016-os eredményeket tartalmazza. A rövidebb, publikált kiadvány, valamint a korábbi felmérések az alábbi linken, a honlapon érhetőek el.

További információ: www.bcsdh.hu/temak/felelos-vallalatiranyitas

A felmérésben résztvevő vállalatok



A vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése – Ajánlás vezetőknek

Stratégiai megközelítés

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

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 ösztönzőrendszer tartalmazzon környezeti és társadalmi típusú célkitűzéseket is.

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.

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 tiszteletben.

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).

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.

Átlátható működés

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

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

Elnöki köszöntő



A Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért szervezet fontos küldetése, hogy minden évben felmérést készítsen a „Vállalati fenntarthatóság komplex értelmezése” című ajánlást aláíró vállalatok körében, amelyből kiderülnek az aktuális fenntarthatósági trendek, eredmények és jó gyakorlatok. Hisszük, hogy a felmérés fontos a hazai vállalati fenntarthatósági törekvések támogatásában, hiszen az eredmények fontos jelenségekre hívják fel a figyelmet. Magyarország vállalati fenntarthatóság terén meghatározó vállalatainak, vezetőinek a tapasztalatait, véleményét és várakozásait tükrözik. Az idei felmérésnél – ahol erre lehetőség nyílt - igyekeztünk nemzetközi összehasonlítást tenni, ezzel is ösztönözve a magyarországi vállalatokat a minél előremutatóbb intézkedések meghozatalára.

Bár a fenntartható fejlődés hazai megítélése továbbra is elmarad a globális eredményektől, sok vállalatvezető nagy reményt fűz a Párizsi Klímaegyezmény létrejöttéhez. Velünk együtt bíznak abban, hogy a nyilvános politikai elköteleződést valódi tettek követik, s hogy a klímaváltozás lesz a vállalati fenntarthatóság egyik legmeghatározóbb eleme a közeljövőben. Meggyőződésem, hogy az állami vezetők klímavédelmi megállapodása tovább ösztönzi a nagyvállalati szektort, és megerősíti a vállalatok hitét saját felelősségükben. Mint a leginkább rugalmas, és cselekvésre képes entitások, továbbra is önmagukat látják a fenntarthatóság előmozdításának kulcsszereplőiként. Jó látni, hogy ennek érdekében a vállalatok tovább kívánják erősíteni fenntartható és felelős üzleti működésüket is.

Örömteli, hogy felmérés eredményei alapján a vállalatok fenntarthatósági stratégiájának legfőbb célja az értékteremtés, ugyanakkor véleményem szerint segíteni fogja a téma stratégiai és üzleti illeszkedését, ha ez a cél kiegészül az üzleti kockázatok és lehetőségek menedzselésével, a nemzetközi gyakorlathoz hasonlóan. Hasznosnak tartom, hogy a külső befolyásoló tényezők mellett számos kritikus belső tényezőt is sikerült azonosítani a válaszok alapján, melyek tudatos fejlesztése tovább segítheti a fenntartható gazdaságba való tudatos átmenetet.

Az előző két év során a stratégiai megközelítés, valamint a felelős vállalatirányítás megvalósulása állt felmérésünk fókuszában, idén az átlátható működés. Nem titok, számomra alapérték a vállalatirányítás kapcsán a belső és külső átláthatóság, ez irányú elkötelezettségemet tovább erősíti, hogy a BCSDH tagságának többségével osztozunk ezen a meggyőződésen. Bízom benne, hogy az átláthatóságot segítő jó gyakorlatok megosztásával, a közös szemléletformáló munkánkkal erősítjük azokat a külső és belső dimenziókat, amelyek révén egyre több tagvállalatunk számára valóban kiaknázhatóak lesznek az átláthatóságból származó fejlődési potenciálok, üzleti és társadalmi előnyök egyaránt. Meggyőződésem, hogy a nem-pénzügyi jelentéstétel is erősödni fog, s nem elsősorban az EU kötelező jelentéstételi intézkedései következtében, hanem mert kiváló eszközt jelenthet a vállalat fejlődésében, az érintettekkel való együttműködésben.

A felmérés eredményei és a szervezet egész évi szakmai munkája is megerősít abban, hogy a Vezetői Ajánlás hét pontja valóban a legfontosabb területeket és feladatokat ragadja meg. Bízom benne, hogy szakmai munkánk révén, különösképpen az Action 2020 Magyarország programon keresztül, valódi megoldásokat találunk és mutatunk a fenntarthatóság mellett elkötelezett vállalatok számára.

Ifj. Chikán Attila

elnök, Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért

Trendek

Javuló tendencia

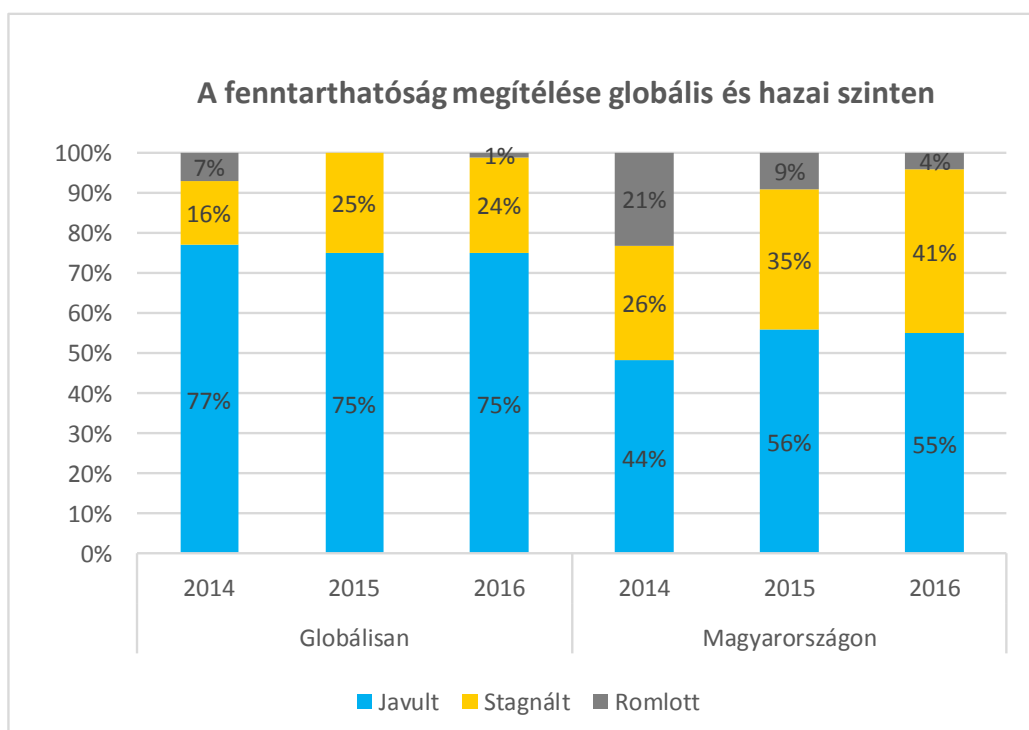
2015-ben és 2016-ban is a válaszadók 75%-a értékelte javulónak a fenntarthatóság alakulását, vagyis nem történt jelentős változás a fenntarthatóság megítélésében az elmúlt egy év alatt. Ennek háttérében az állhat, hogy a vállalatok a fenntartható működés alatt már nem csak egy elvégzendő feladatot, hanem egyre inkább stratégiát és a mindennapi üzleti tevékenységeket értik. Az EU direktívái, a kapcsolódó jogszabályok szigorodása, a kormányok elhatározása a klímaváltozással kapcsolatos cselekvésre mind pozitív irányba befolyásolja a vállalati fenntarthatóságot.

A globális szinthez viszonyítva még idén is lemaradás figyelhető meg a hazai helyzet megítélésében.

A fenntarthatóság alakulása globálisan és Magyarországon



Míg globális viszonylatban egyértelmű javuló tendenciát érzékelnek a válaszadók, addig itthon már csak a válaszadók fele érzékeli így, igaz, összességében azért javul a hazai fenntarthatóság megítélése is. A vezérigazgatók többsége szerint vállalati szinten még nem történt radikális áttörés, de a Párizsi klímacsúcs hozhat pozitív fordulatot, megerősítést hazánkban. Többen vannak, akik Magyarországot továbbra is inkább követő országnak látják, ahol az innováció, a hosszú távú szemlélet még gyerekcipőben jár.



A fenntarthatóságot meghatározó legfontosabb tényezők

ELŐSEGÍTŐ	AKADÁLYOZÓ
✓ Párizsi klímacsúcs ✓ Jelentésírási kötelezettségek bevezetése ✓ Energiatörvény bevezetése ✓ Fenntartható Fejlesztési Célok kitűzése ✓ Intenzívebb kommunikáció az érintetti körben ✓ Üzleti megoldások kiszélesedése, terjedése (fenntartható, megosztásos és körforgáson alapuló gazdasági modellek) ✓ Egyre nagyobb igény a fenntartható termékekre, folyamatok bevezetésére és azok tanúsíttatására ✓ Díjak, elismerések ✓ Nagyvállalatok mellett egyre több KKV is a fenntarthatóság jegyében működik ✓ A felismerés, miszerint a fenntarthatóság nem, mint plusz tevékenység, hanem mint a mindennapi üzlet részeként értelmezendő tevékenység, az üzleti siker egyik záloga ✓ Innovációs készség és hajlandóság ✓ Civil projektek, fenntartható életmód programok számának gyarapodása ✓ Fiatal generáció nyitottsága, érdeklődése	✓ Gazdaságpolitika (adók és támogatások mértéke, iránya) ✓ Kiszámíthatatlan környezet, gazdaság ✓ Az egyes szektorok (kormányzat, üzlet, tudomány, civil) együttműködésének hiánya ✓ Vállalatvezetői inaktivitás ✓ Terrorizmus és tekintélyuralmak erősödése ✓ Innováció hiánya ✓ Rövid távú profitszemponatok érvényesülése ✓ Tudatos, felelős vásárlók, fogyasztók alacsony szintje

A vállalati fenntarthatóság fejlesztésében sokrétű motiváció fellelhető a cégek körében. Vannak területek, ahol a környezetvédelem terén már magas szintű gyakorlatok alakultak ki, köszönhetően elsősorban a szabályozásnak. A technológiai fejlődés, az iparági trend is meghatározó abban, hogy egy vállalat mennyire tudja a mindennapi üzleti gyakorlathoz kötni a fenntartható működést. Az érintettek és különösen a fogyasztók elvárásai és viselkedése pedig meghatározónak tűnik a fenntartható fejlődés alakulásában.

„A cégek által előállított termékek és szolgáltatások fenntarthatóságára vonatkozó átláthatóság sokszoros hatást fejt ki a felhasználók ismeretszintjének növekedésére, s ezáltal a fogyasztói átláthatóság és magatartás megváltoztatására.”



Szauer Péter, vezérigazgató,
HVG Kiadó Zrt.

A válaszadók fókuszterületei

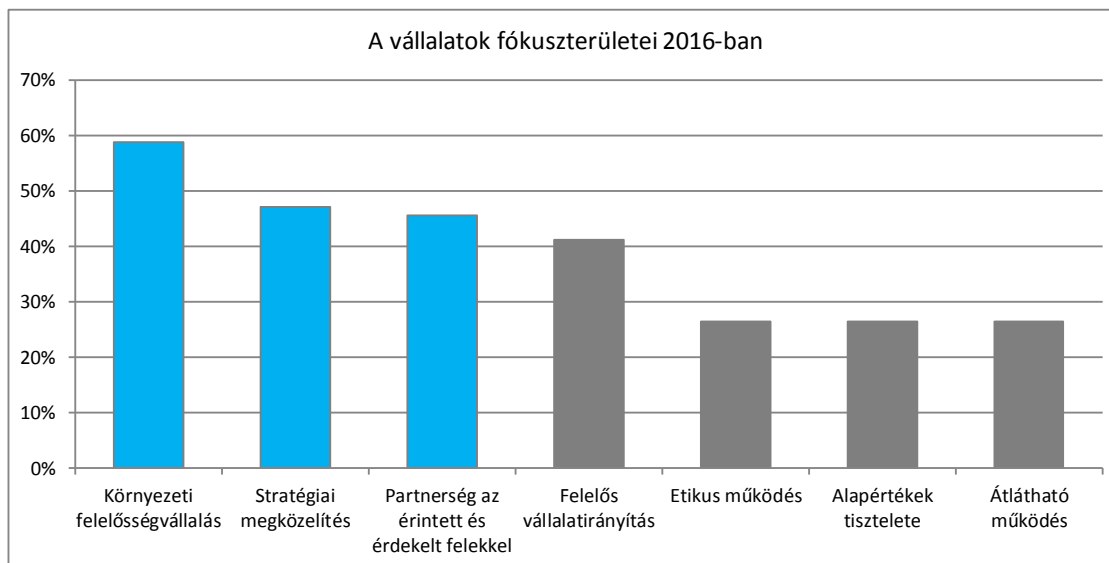
A 2014-es, és 2015-ös trendhez hasonlóan egyértelműen látszik, hogy **továbbra is a környezeti felelősségvállalás maradt a vállalatok legfőbb fókuszterülete,** azaz 2015-ben ez volt az a terület, amelyre a

legnagyobb mértékben koncentráltak válaszadóink. A környezeti felelősségvállalás stabil helyét nem sikerül átvennie más vezetői elvnek egyelőre, sőt, most a klímaváltozás terén tapasztalt nemzetközi és kormány szintű vállalások, a Párizsi Klímaegyezség még tovább erősítheti ezt a trendet.

Fókuszban lévő területek	Válaszadók körében		Hazai üzleti szektorban válaszadók szerint	
	Rangsor 2016	Rangsor 2015	Rangsor 2014	Rangsor 2013
Környezeti felelősségvállalás	1.	1.	1.	1.
Stratégiai megközelítés	2.	2.	6.	2.
Partnerség az érdekelt és érintett felekkel	3.	4.	7.	5.
Etikus működés	4.	3.	3.	6.
Felelős vállalatirányítás	5.	7.	4.	4.
Alapértékek tisztelete	6.	5.	2.	7.
Átlátható működés	6.	6.	5.	2.

Az előző évi eredményekhez hasonlóan a stratégiai megközelítés maradt a második legfontosabb terület, vagyis látszik a válaszadók azon törekvése, miszerint stratégiai szinten szeretnék kezelni a fenntarthatóság kérdéskörét. Úgy tűnik, hogy a vállalati prioritások

között több figyelmet kapott a partnerség az érdekelt és érintett felekkel, ez összhangban van azzal a tavalyi megállapítással, miszerint a vállalatok látják, hogy a fenntarthatósági kihívások hatékony kezelésében ezen a területen szükséges leginkább fejlődniük.



Ellentétben az EU szándékaival, az átláthatóságot ösztönző, kötelező jelentéstétel direktívájának várható hatásával, a hazai válaszadók körében **továbbra sem tekinthető hangsúlyosnak az átláthatóság kérdésköre**. Jelen

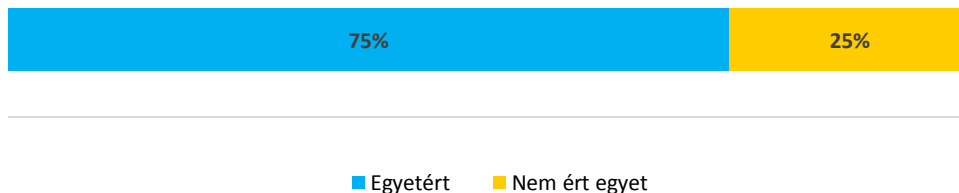
tanulmányunk második részében részletesen foglalkozunk a kérdéskörrel és igyekszünk választ adni a jelenségre. A klímaváltozáshoz kapcsolódó célkitűzések és kezdeményezések hatására a válaszadók úgy gondolják, továbbra is a környezeti felelősségvállalás lesz a működésük fókuszban (59% szerint), ugyanakkor hangsúlyt kap a stratégiai megközelítés és partnerség is (47% és 46% szerint). A felelős vállalatirányítás, melynek középpontjában a vezetői elkötelezettség és szerepvállalás áll, 41%-nál lesz prioritás, míg az etikus és átlátható működés, valamint az alapértékek tisztelet csupán a válaszadók egynegyedénél.

„A kiotói egyezményt felváltó párizsi megállapodás olyan folyamat kezdete, amely teljesen átrajzolja a globális gazdaságpolitikai pozíciókat, szerepeket, fókuszba helyezve a cselekvést, az aktív közreműködést. A vállalatoknak ezt a globális trendet kell lekövetniük stratégiai szinten.”

Kovács Károly – ügyvezető igazgató – BDL
 Környezetvédelmi Kft.



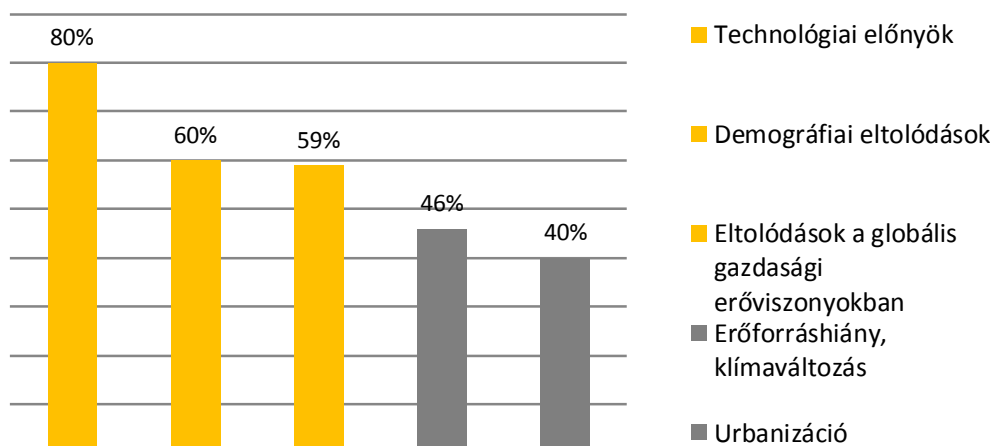
A klímaváltozás a vállalatok fejlődését leginkább befolyásoló három legfontosabb tényező között van



A válaszadók háromnegyede gondolja úgy, hogy a klímaváltozás a vállalatok fejlődését leginkább befolyásoló három legfontosabb tényezők egyike, így a környezeti felelősségvállalás osztatlan első helyét ez is indokolja. A hazai üzleti döntéshozók a klímaváltozásban már nem csak korlátot, kockázatot vagy rövid távú költségmegtakarítási lehetőséget látnak, hanem üzleti lehetőséget is, amellyel versenylőnyt, új piacokat vagy új fogyasztói rétegeket

tudnak meghódítani. A PWC 2015-ös kutatásában a válaszadó vállalatvezetők 46%-a gondolta úgy, hogy a klímaváltozás és a szűkös erőforrások határozzák majd meg a vállalatok és gazdaság átalakulását. Azok körében, akiknek a klímaváltozás – akár a kockázatok, akár a lehetőségek miatt – kihívást jelent, 56% az energiaárak, 55% a nyersanyagárak miatt, 46% pedig az ellátási lánc miatt aggódik. A válaszadók nagyobb arányban látták kritikusnak a technológiai változásokat és ebből fakadó előnyöket (59%), a demográfiai trendeket (60%) és a gazdasági világhatalomban történő elmozdulásokat (81%).

Megatrendek, amik az üzleti életet alakítják
- PWC kutatás 2015



A nagyvállalatokon múlik a fenntartható gazdaság kialakítása

Hazánkban a fenntartható fejlődés alakulása leginkább a nagyvállalatokon, az politikai döntéshozókon és a fogyasztókon, vásárlókon múlik a válaszadók szerint. Míg 2014-ben a válaszadók többsége az államot és a politikai döntéshozókat jelölte meg a hazai fenntartható fejlődés előmozdításának kulcsszereplőjeként, addig az idei felmérésünk válaszadói már inkább a nagyvállalatokat látják annak.

A válaszadók 58%-a szerint az üzleti szektor nagyvállalatai számítanak a

legfontosabb szereplőnek az átmenet megvalósításában, 51% szerint pedig az állam, kormányzat, politikai döntéshozók. Ez egyrészt jelentheti a vállalatok növekvő felelősségvállalását, másrészt a többi érintettben való kiábrándultságot is. Véleményünk szerint a Párizsi Klímacsúcs során tett kormányzati erőfeszítések és vállalások miatt inkább a megnövekedett felelősségvállalás és szerepvállalás húzódik meg a változás mögött.

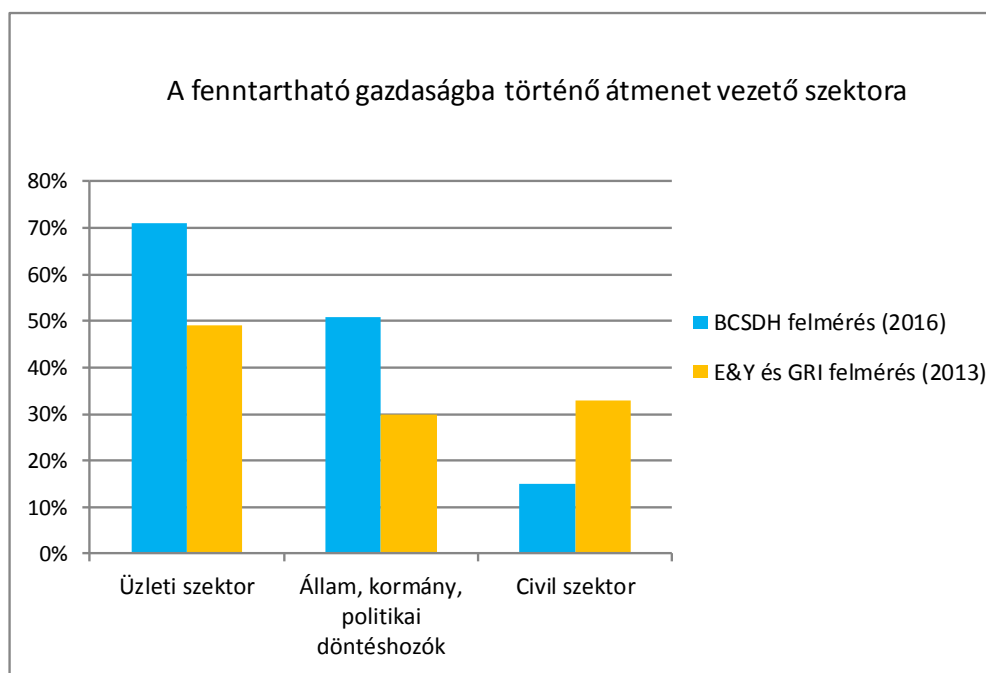


Míg 2014-ben a fogyasztók, vásárlók szerepe kevésbé volt erőteljes (6. helyen végzett az akkori rangsorban), addig 2016-ban már a dobogós helyre került. Ennek hátterében a tudatos fogyasztói réteg kialakulása és erősödése állhat, ami piaci választ és lehetőséget jelent

a vállalatok számára; másrészt azt is mutathatja, hogy a stratégiai vállalati fenntarthatóság előbb-utóbb igényli a fogyasztók és vásárlók tényleges bevonását, válaszadását, szemlélet és magatartásváltozását.

Az E&Y és GRI közös, 2015-ös globális felmérése hasonló véleményt tükröz, mint a BCSDH hazai felmérése. Legfőbb kulcsszereplőként szintén az üzleti szektor jelent meg (49%). A szabályozók is megjelennek, de kevésbé jelentősen (30%), mint a hazai megítélésben. Szembetűnő különbség civil szféra megítélése (33%). Míg a globális felmérésben a civil szektor befolyása láthatóan jelentős, addig a hazánkban csupán 15% gondolja őket befolyásos szereplőnek.

Bár kimagasló eredményeket és változásokat értek el hazánkban is a civil szektor jeles szereplői, az üzleti döntéshozók nem látják befolyásos szektornak, ha a fenntartható fejlődésről beszélünk. Pedig kétségtelen, hogy a civil szektor tud a leginkább partnere lenni az üzleti szektornak a transzformációban, így érdemes lehet esetleg a két szektor között még mindig jelen lévő szakadékot áthidalni.



„A cégek és a fogyasztók sokszor halogatják a cselekvést, egymásra mutogatnak, egymásra várnak, ha a fenntarthatóság megvalósításáról van szó. Meggyőződésünk, hogy saját erőfeszítéseink mellett együtt kell működnünk másokkal is, ha áttörő változást kívánunk elérni – olyan változást, amely a rendszereket alapjaiban változtatja meg és nem csak járulékos javulást eredményez. Azzal, hogy a fenntarthatóságot vállalatunk üzleti modelljének központi részévé tettük, kézzel fogható, euró százmilliókban mérhető gazdasági eredményeket is elértünk.”

Regina Kuzmina, ügyvezető,
Unilever Magyarország és Adria



A vállalati fenntarthatósági stratégia legfőbb célja az értékteremtés

A válaszadók szerint vállalatuk fenntarthatósági stratégiájuknak elsősorban az értékteremtés a legfőbb célja,

ezután következik a versenyelőny kiaknázása, majd lemaradással ugyan, de osztott helyen a dobogóra kerül még a munkavállalók vonzása és a kockázatok menedzselése. A PWC 2015-ös felmérésében részt vevő vállalatvezetők 76%-a értett egyet azzal, hogy a vállalatnak feladata az érintettek, a társadalom igényeit kielégíteni és megvédeni a jövő generáció érdekeit – ami összhangban van a hazai értékteremtés cél értékelésével is.

Az E&Y és GRI közös, 2013-ban, vállalatvezetők körében végzett felmérése hasonló eredményeket mutat, bár kisebb, érdekes eltéréseket megfigyelhetünk. A vállalati fenntarthatósági stratégia legfontosabb három célja globálisan is hasonló az előbb említettekhez, ugyanakkor egyrészt fókuszáltabbnak tűnik, másrészt pedig a kockázatmenedzsment előrébb

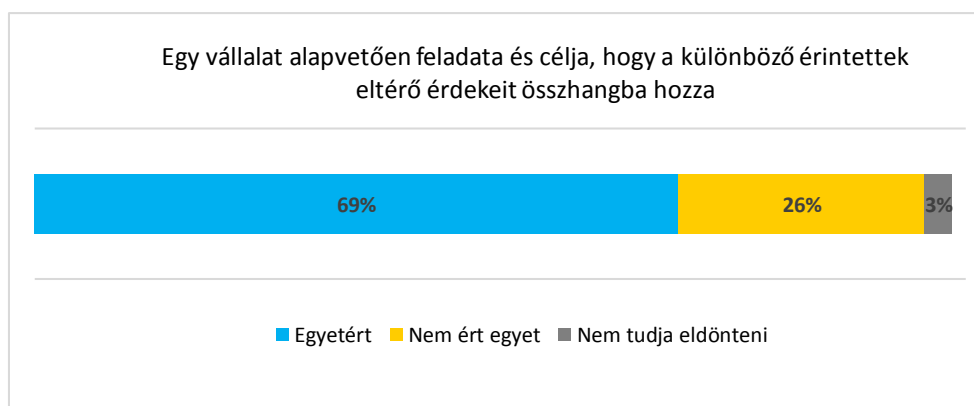
kerül a globális válaszadók értékelése szerint. Ez utóbbi biztosítja azt is, hogy a vállalati fenntarthatóság jobban kötődik az üzleti logikához és stratégiához. Harmadrészt pedig érdemes megemlíteni, hogy a hazai értékelésben dobogósnak számító munkavállalók vonzása szempont kicsit hátrébb sorolódik globális viszonyok között, ahol viszont ezzel egyen erős a fogyasztók és a befektetők vonzása is. Úgy tűnik, hogy a munkaerőpiaci trendek miatt hangsúlyos üzleti kihívást jelentő foglalkoztatási kérdések hazánkban erőteljesebben jelennek meg, mint világszinten. Egyes vállalatok saját fenntarthatósági célt is megfogalmaznak. Többek egyértelműen az ügyfelek igényeinek kielégítésének szolgálatába állítják a fenntarthatósági stratégiát is, néhányan kiemelten az ügyfelek fenntarthatóbbá válásának támogatását fogalmazzák meg (különösen a B2B szektorban). Néhányan a példamutatást és magát a hazai fenntarthatóságnak az előmozdítását határozzák meg saját vállalati fenntarthatósági célként, s egy-egy említésben megtaláltuk az érintettek bevonása vagy az átláthatóság növelése szempontok is.



A válaszadók több mint kétharmada gondolja úgy, hogy **a vállalat feladatai között szerepel az érintettek eltérő érdekeinek összhangját megteremteni.** Minden

vállalatvezető, döntéshozó megtapasztalta már, hogy néha feloldhatatlannak tűnő érdekek ütköznek egymással egyes döntések mérlegelésekor. Ezek transzparensse tétele, megértése, ütköztetése, optimalizálása vagy az ezen is túlmutató győztes-győztes helyzeteket jelentő problémamegoldó attitűd és folyamat kritikusnak tűnik a fenntarthatóság hosszú

távú fejlődését tekintve. Bíztható, hogy a válaszadók – akikről ugyanakkor tudjuk, hogy a hazai üzleti szektor fenntarthatóság iránt leginkább elkötelezett vállalatvezetői közé tartoznak – tudják és vállalják ezirányú felelősségüket és feladatukat. Már csak a hogyan a kérdés, hiszen tudjuk a 2015-ös felmérésből is, hogy a partnerség gyakorlati megvalósításának még számos akadályát látják maguk előtt. A PWC 2015-ben végzett felmérése során választ adó globális/nemzetközi vállalatvezetőknek is 69%-a értett egyet azzal, hogy a vállalat célja összhangba hozni érintettjeinek érdekeltségeit.



„A fenntarthatóság témája egyre több szakmai fórumon hangsúlyossá válik. Megfigyelhető, hogy a vállalatok igyekeznek egymás legjobb megoldásait megnézni és felülvizsgálni alkalmazásukat. A médiában is egyre nagyobb teret kap a téma, s fontos, hogy a fiatalok körében is nagy a nyitottság és érdeklődés a vállalatok ezirányú tevékenységére.”

Jamniczky Zsolt, igazgatósági tag,

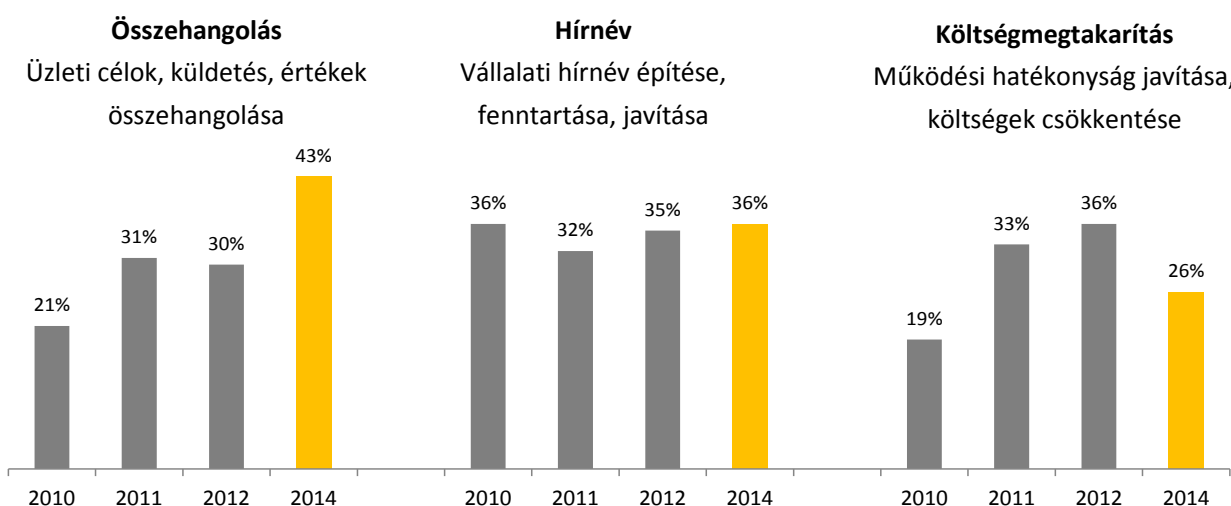
E.ON Hungária Zrt.



A McKinsey 2015-ben végzett felmérése alapján látható, hogy a globális üzleti döntéshozók körében fokozatos elmozdulás tapasztalható a fenntarthatósági stratégiai célját tekintve. A költségmegtakarítás egyre kevésbé jelenik meg döntési szempontként (míg 2012-ben 36%, addig 2014-ben már csak 26% jelölte meg),

míg a vállalati reputációt a válaszadók egyharmada tartja fontos szempontnak. 2014-ben a korábbi 30%-ról ugrott fel 43%-ra azok köre, akik szerint a vállalatok azért kezdenek el a fenntarthatóságra összpontosítani, mert összhangba kell hozniuk vele a vállalati stratégiájukat, küldetésüket és célrendszerüket

A három legfőbb ok, amiért a válaszadók szervezetei a fenntarthatósággal foglalkozni kezdenek -McKinsey kutatás 2015



„A Párizsi Klímacsúcs olyan jelentős mérföldkövet jelent, mely globálisan és hazai szinten is lendületet ad a fokozatos változás iránti elköteleződésünknek. Nyilvánvalóan elengedhetetlen, hogy a kötelezettségvállalásokat valódi, kézzelfogható akciók kövessék. A Nestlénél hiszünk a nyílt párbeszédben, és valljuk, hogy az összes érintett folyamatos, proaktív bevonása a legjobb megközelítés az ilyen kérdések megoldására.”

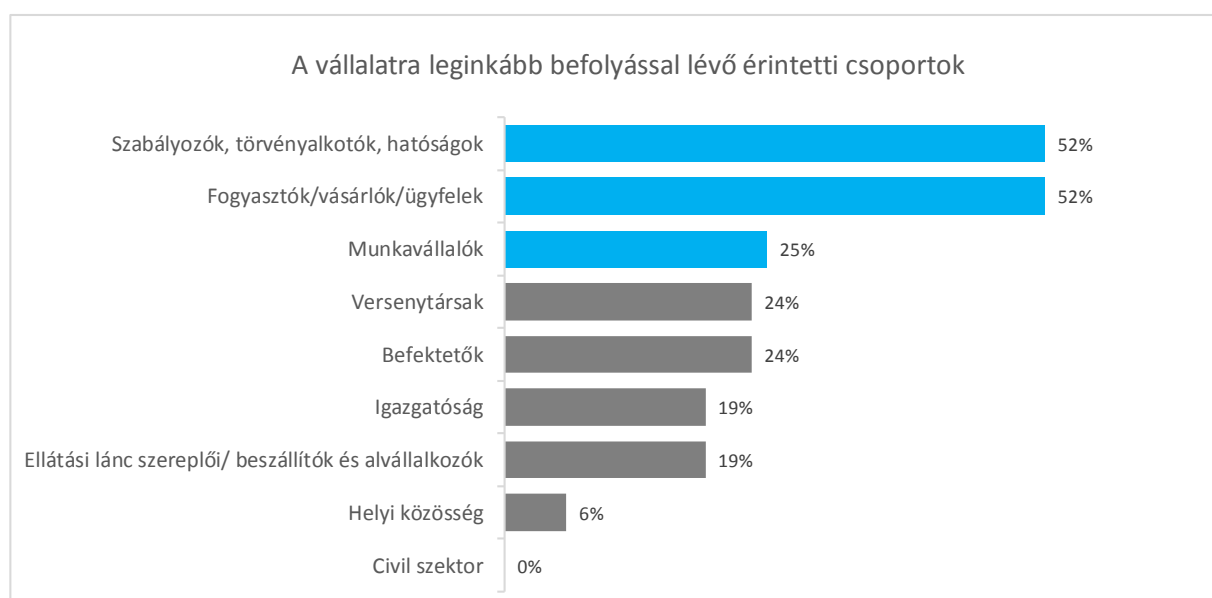
Jean Grunenwald, vezérigazgató,
Nestlé Hungária Kft.



A szabályozók és a fogyasztók befolyásolják leginkább a vállalatokat

Miután látszik, hogy a vállalatok működési környezete és annak változása meghatározó a vállalati fenntarthatóság alakulása szempontjából, kíváncsiak voltunk, mely érintettek a legbefolyásosabb a válaszadókat tekintve. A felmérésben részt vevő vállalatokra leginkább a szabályozók és a fogyasztók/vásárlók vannak befolyással (52% esetében).

A válaszadók látják a helyi menedzsment hatáskörét és befolyásosságát is, ami pozitív eredmény a fenntarthatóság helyi kihívásai és a helyi szerepvállalás szempontjából. A válaszadók egynegyede jelzett egyéb befolyásos érintettet, amelyek inkább iparág- és vállalatfüggő eredményt jeleznek. Ugyanakkor egyetértenek abban, hogy alacsonynak érzékelik a helyi közösség és civil szektor befolyásosságát.



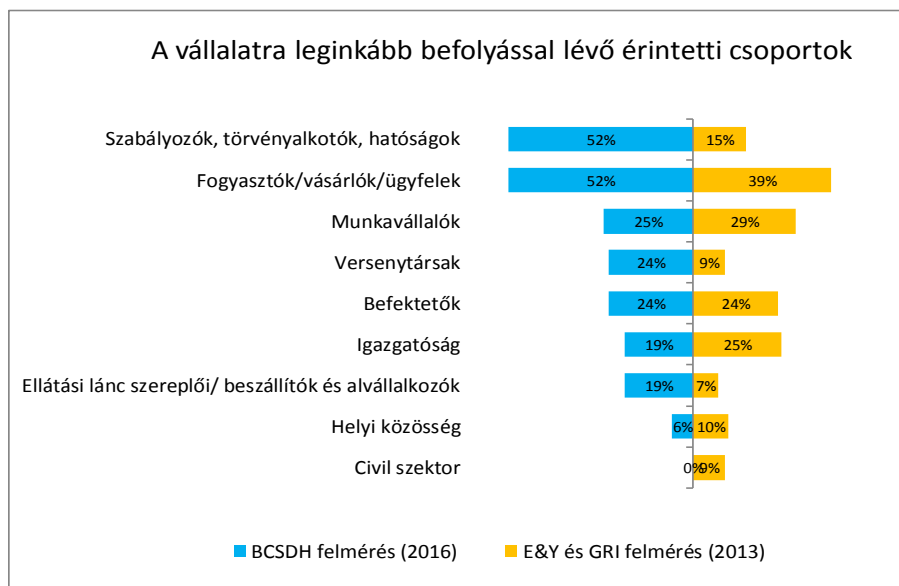
Míg nemzetközi szintén a vállalat stratégiáját és működését elsősorban a fogyasztók, vásárlók, ügyfelek befolyásolják, addig hazánkban ugyanilyen erőteljes hatást tulajdonítanak a szabályozásnak. Már a 2013-as felmérésünk

során kirajzolódott, hogy hazánkban a szabályozás

néhol túlzott, sok esetben fenntartható fejlődést kedvezőtlenül befolyásoló és általánosságban is kiszámíthatatlan, ami megnehezíti a vállalatok tudatos és hosszú távú tervezését. Itt a legnagyobb az eltérés a hazai és a globális üzleti döntéshozók véleménye között – míg itthon 52%-uk, addig globálisan csupán 15%-uk látja a szabályozókat erős befolyásolónak vállalatukat tekintve. A befektetőkhez hasonló jelentőséget tulajdonítanak mind a hazai, mind a globális vállalatvezetők a munkavállalóknak. Az egyre súlyosabb és sürgetőbb foglalkoztatási kihívások mellett fontos szempont lehet itt, hogy a fenntartható

vállalati működés mindennapi megvalósításához minden egyes munkavállaló szükséges, hogy saját munkakörébe, viselkedésébe és döntéseibe integrálja azokat a szempontokat, lehetőséget. Érdekes különbség még az ellátási lánc kapcsán megjelenő különbség is, miszerint a hazai vállalatvezetők 19%-a gondolja úgy, hogy beszállítói és alvállalkozói lehetnek erős befolyással vállalatuk sikerére, működésére – a nemzetközi kutatásban résztvevő vezetők csupán 7%-a látja így. Az eltérést okozhatja a hazánkban és

régiókban megfigyelhető erőteljes centralizációs trend, ami a beszállítói döntéshozatalt és hatáskör erőteljesen átstrukturálja. Így a globális cégek leányvállalatainak vezetői magasabb szintű függést élhetnek meg ugyanazon beszállítói viszonyok között is, mint nemzetközi kollegáik.



Nem csak a fenntartható fejlődés alakításában, de az adott vállalatok jövőjét és működését sem befolyásolják –a válaszadók megítélése szerint- a helyi közösségek és a civil szektor. Érdekes további kutatási kérdés rajzolódik ki ebből: erőtlene a helyi közösségek

és civil szektor szereplőinek érdekérvényesítése, vélemény nyilvánítása, információéhsége és nyomásgyakorlása az üzleti szektorral kapcsolatban vagy számukra hangsúlyozott csatornákon próbálják ezt megtenni.

„Globális viszonylatban a fenntartható fejlődés üzleti értékévé vált. A hosszú távú fenntartható fejlődés alapja az innováció. Magyarországon az üzleti döntésekben a fenntarthatósági szempontok még nem érvényesülnek kellőképpen.”

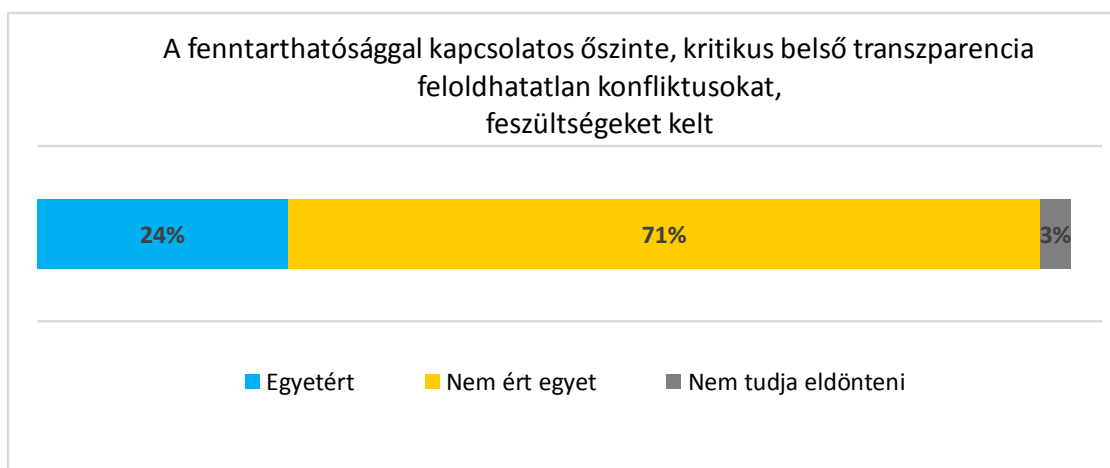
Fábián Ágnes, ügyvezető igazgató,
Henkel Magyarország Kft.



Kritikus belső tényezők

A válaszadók közel háromnegyede ért egyet azzal, hogy **szükség van belső őszinte, kritikus információ- és véleménycserére a fenntarthatósággal kapcsolatosan**. A belső döntéshozók, munkatársak attitűdje, tudása, véleménye és percepciói meghatározóak a vállalat fenntarthatósági stratégiájának és teljesítményjavulásának tényleges megvalósulásában.

Bízató, hogy a válaszadók csupán egynegyede tekint az ezirányú belső transzparenciára feloldhatatlan akadályozóként, ugyanakkor félelmük könnyen táplálkozhat gyakorlati tapasztalatból. Hazánkban ugyanis, különösen az üzleti szektorban (szokásos üzletmenetben) még alacsony szintű a kooperatív, demokratikus és bevonáson alapuló döntéshozatal és vezetési stílus, ami az ilyen érdekütközések eredményes feloldásához elengedhetetlen.



Bár a működési környezetből fakadó hatások és az érintettek elvárásai és reakciói jelentősek, mégis érdemes azon belső tényezőkre figyelmet fordítani, amelyek meghatározták a válaszadók körében a vállalati fenntarthatóság működését az elmúlt egy évben. Ezek fejlesztése áttörést hozhat a vállalatok további fejlődésében.

Továbbra is kritikusnak tűnik ebben a döntéshozók személyes elkötelezettsége és kirajzolódni látszanak a legfontosabb belső vállalati eszközök, mint az

információ-megosztás, képzés-fejlesztés, innováció és ösztönzőrendszer.

Az továbbra is „tyúk-tojás problémaként” rajzolódik ki, hogy vajon azon vállalatok lesznek elkötelezettek és allokálnak elegendő erőforrást a fenntartható működésre, ahol az már versenytényezőnek számít, vagy azon iparágakban és/vagy vállalatoknál válik versenytényezővé a fenntartható és felelős működés, ahol ezirányt elkötelezett és cselekedni vágyó vezetőket és elegendő allokált erőforrást találni.

ELŐMOZDÍTÓ BELSŐ TÉNYEZŐK

- ✓ vállalatvezetői elkötelezettség
- ✓ tulajdonosi elkötelezettség és stratégia
- ✓ munkavállalók elköteleződése
- ✓ a téma és szakterület belső elfogadottsága, megítélése
- ✓ információ-átadás kultúrája, belső és külső transzparencia
- ✓ oktatás, szervezet-fejlesztés
- ✓ kommunikáció vagy cselekvés orientáltság a területen
- ✓ belső témagyűjtemények
- ✓ teljesítményértékelés és ösztönzőrendszer kiterjesztése a témára
- ✓ innovációk, termékfejlesztések
- ✓ rendelkezésre álló (állított) erőforrások, kapacitás
- ✓ ellátási lánc kockázatai és lehetőségei
- ✓ iparág energiaigényessége
- ✓ párbeszéd folytatása az érintettekkel
- ✓ vállalati brand tudatos alakítása
- ✓ máshol működő jó gyakorlatok figyelése és beépítése
- ✓ eredményes korrupció ellenes törekvések
- ✓ felelős befektetési lehetőségek megteremtésére való törekvés
- ✓ növekvő transzparencia révén feltáruló botrányok
- ✓ versenytényezők között a fenntarthatóság, felelős működés

„Globálisan évek óta tapasztalhatjuk különböző katasztrófák (tengervíz emelkedés, sivatagosodás, szárazság, migrációs hullámok) hatásait, és ezek rávilágítanak a fenntartható fejlődés fontosságára. Ugyanakkor megfigyelhető egyfajta elzárkózás is és ezzel együtt szélsőségesebb folyamatok alakulnak ki (erősödött a terrorizmus, tekintélyuralmak, erőszak). Hazánkban a folyamatos és gyors gazdasági-gazdaságpolitikai-környezeti változások komoly kihívás elé állítják a hosszabb távon gondolkodókat és nehezítik a fenntarthatósági stratégia napi szinten történő megvalósítását. Igazi változásvezetőkre van szükség a vállalatok élén, akik ebben a bizonytalanságban is mernek előre nézni és változtatni.”



Salgó István, vezérigazgató,

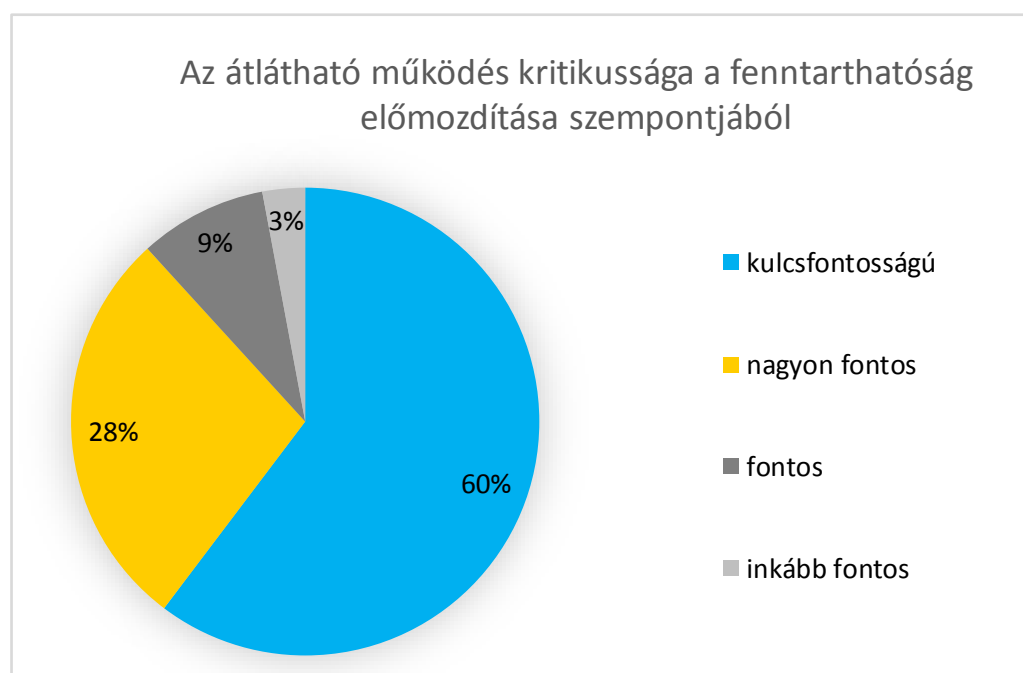
ING Bank N.V. Magyarországi Fióktelepe

Átlátható működés

Felméréseink során a trendek mellett minden évben egy, a vezetői ajánlásunk részét képező terület kerül feldolgozásra. Idei kérdőívünk az átlátható működés kérdéskörét vizsgálta, mely alapján a BCSDH az alábbiakat javasolja vállalatvezetőknek a felelős és fenntartható vállalati működés megvalósítás érdekében. Emlékeztetőül az ajánlás szövege:

„A VÁLLALAT TEVÉKENYSÉGÉRŐL, GAZDASÁGI, KÖRNYEZETI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAIRÓL GYÚJTSÖN FOLYAMATOSAN MEGBÍZHATÓ ADATOKAT, INFORMÁCIÓKAT, AZOKAT TEGYE ELÉRHETŐVÉ ÉS AZOKRÓL RENDSZERESEN, HITELES FORMÁBAN TÁJÉKOZTASSA ÉRINTETT PARTNEREIT.”

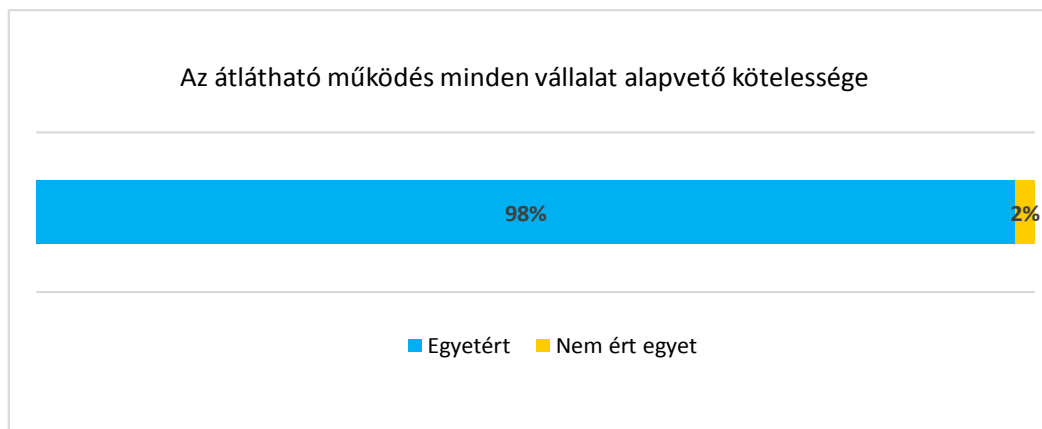
Az átlátható működés manapság elvárás a gazdasági szféra szereplőivel szemben, emellett kulcsfontosságú a fenntartható gazdaság kialakításában is (válaszadóink szerint 7-es skálán 6,5 fontosságú).



A válaszadók 98 %-a egyetért azzal az állítással, hogy az átlátható működés minden vállalat alapvető kötelessége, és mindössze 2% nem ért egyet ezzel az állítással. Az

egyetértés mögött leginkább az a gondolat húzódik, miszerint:

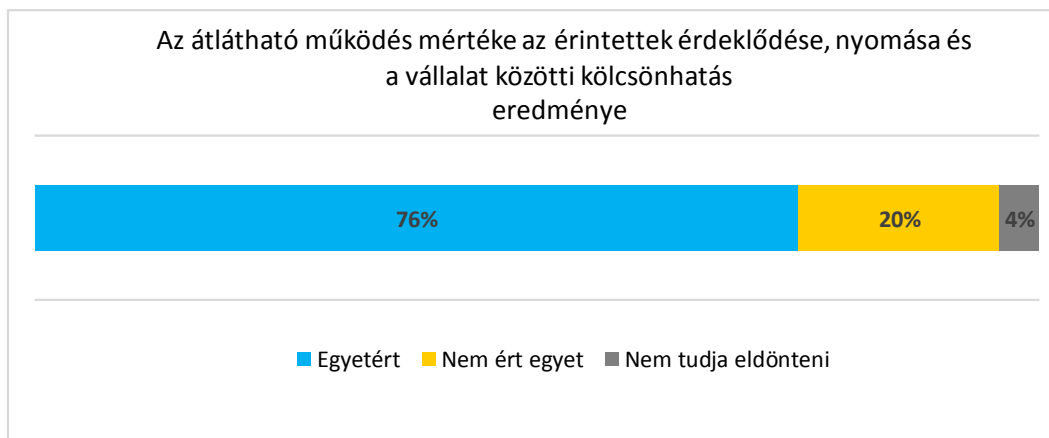
- ✓ Az átláthatóság egy olyan menedzsment eszköz, amely kikényszeríti, ösztönzi és segíti, hogy a vállalatok valóban fenntarthatóan és felelősen működjenek; hiszen így nem lehetséges, hogy csupán szó maradjon egy vállalás, de tettek is kell kövessék, számonkérhető, követhető egy-egy célkitűzés, ígéret. Ezáltal pedig tudatos vállalatvezetésre ösztönöz.
- ✓ A fejlődés záloga a nyitottság az érintett felé, a többirányú információ-megosztás, enélkül nem jöhet létre valódi párbeszéd, együttműködés, ami elengedhetetlen a fenntartható fejlődéshez.
- ✓ A hosszú távú és sikeres stratégia záloga a bizalom, azt pedig átláthatóság nélkül nem lehet kialakítani, építeni, megtartani.



Árnyalja a képet, hogy a válaszadók **76%-a gondolja úgy, hogy a vállalat átláthatóság terén tett erőfeszítései az érintettek elvárásaitól, érdeklődésétől és nyomásgyakorlásától függ.** Ők tehát

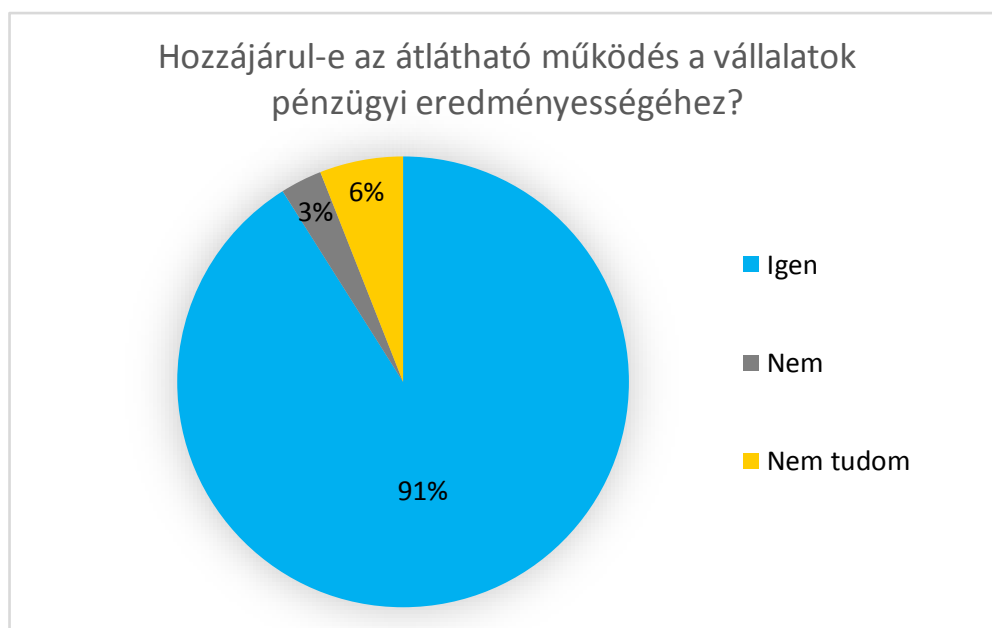
valószínűleg nem abszolút kötelességként tekintenek erre, hanem az érintetti interakciók következményeként, illetve azt befolyásoló tényezőként tekintenek az átlátható működésre. Így

még inkább felelősség hárul az érintettek proaktív érdeklődésére és nyomásgyakorlására, hiszen vannak vállalatok, akik úgy gondolják, addig nem szükséges fejlődniük az átláthatóságban, amíg egyértelmű igény és/vagy nyomás nem érődik eziránt. Éppen ezért még inkább elgondolkodtató az, a már korábban kifejtett eredmény, miszerint a vállalatok nem érzékelik a helyi közösség és civil szervezett befolyását sem magukra, sem a fenntarthatósági trendekre; s a média, oktatás és tudomány szerepét sem értékelték jelentősre. Hiszen mely érintettek kényszeríthetnék vagy ösztönözhetnék akkor az átláthatóságot, ha nem ők?



A hosszú távú siker és pénzügyi eredményesség tényezői

A PWC 2015-ben vezérigazgatók körében végzett felmérése szerint a vezetők 74%-a ért egyet azzal, hogy a vállalat hosszú távú sikerességéhez és eredményességéhez hozzájárul, ha a vállalat méri és kommunikálja pénzügyi és nem pénzügyi hatásait. Hazánkban a válaszadók még inkább nyomatékosítják ezt: 91%-uk vallja így, s csupán 3% nem ért ezzel egyet. Korábban már említettük, hogy a válaszadók többsége eleve a vállalatok kötelességének is tartja ezt.

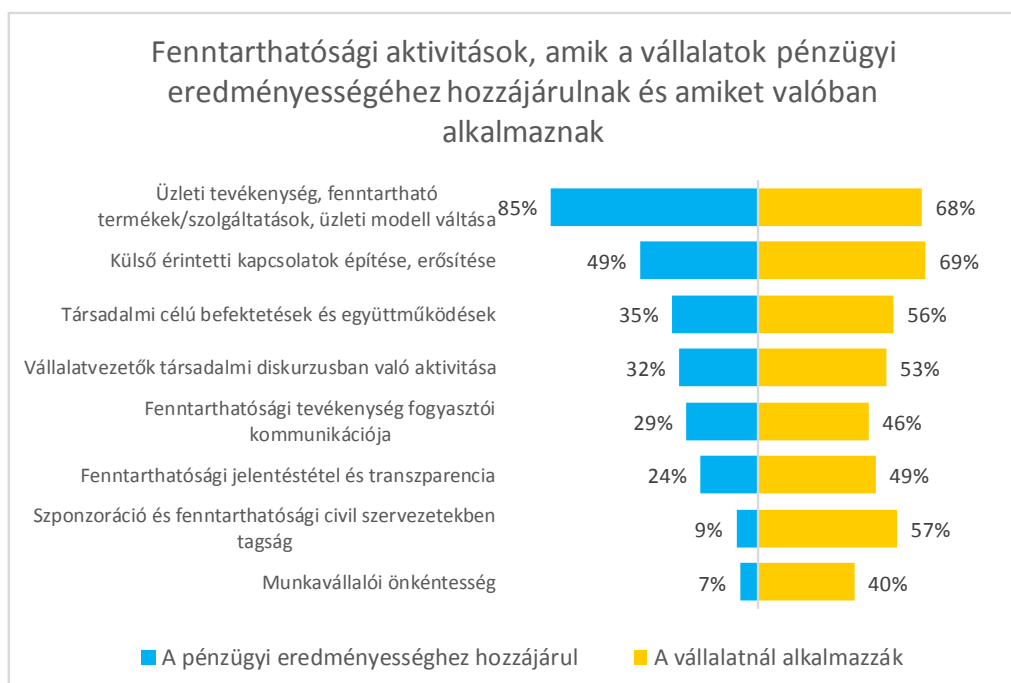


Mely fenntarthatósági aktivitás járul leginkább hozzá a vállalat hosszútávú sikerességéhez?

	BCSDH felmérés (2016)	McKinsey felmérés (2015)	Eltérés
	(válaszadók %-a)		
Külső érintetti kapcsolatok erősítése, építése	49%	33%	+16
Társadalmi célú befektetések és együttműködések	35%	23%	+12
Vállalatvezetők társadalmi diskurzusban való aktivitása	32%	22%	+10
Fenntartható tevékenységek fogyasztói kommunikációja	29%	39%	-10
Fenntarthatósági jelentéstétel és transzparencia	24%	29%	-5
Szponzoráció és fenntarthatósági civil szervezetekben tagság	9%	17%	-8
Munkavállalói önkéntesség	7%	13%	-6

A hosszútávú sikerességhez leginkább a fenntartható üzleti modell, termékek és szolgáltatások járulhatnak hozzá – gondolja a hazai válaszadók 85%-a (a nemzetközi kutatásban ez a válaszlehetőség nem szerepelt). A nemzetközi vállalatvezetők inkább a fenntartható tevékenységek fogyasztói kommunikációját látják kritikusnak az üzleti sikeresség szempontjából, amit a hazai válaszadóknak csupán

29%-a jelölt meg. Itthon még mindig sokan panaszkodnak arra, hogy a fogyasztók, vásárlók, ügyfelek nem eléggé nyitottak a fenntarthatósági információkra, felelős működésre, piaci döntéseiket elsősorban árérzékenységük határozza meg. Úgy tűnik, globálisan erről másképp gondolkodnak a vállalatvezetők.



Hangsúlyosabbnak látják a hazai vállalatvezetők az érintettek és a társadalmi befektetések és a vállalatvezetők társadalmi diskurzusban való aktivitásának jelentőségét. A fenntarthatósági jelentéstétel és transzparencia fontosságára ugyanannyian voksoltak hazai és nemzetközi szinten (24%, 29%).

Mindkét felmérés eredményei alapján a rangsor végén szerepel a szponzoráció, fenntarthatósági szakmai szervezetekben tagság és a munkavállalói önkéntesség, de arányaiban globális viszonylatban többen látják ezek üzleti eredményességhez való hozzájárulását.

Miután arról nyilatkoztak a válaszadók, hogy mely fenntarthatósági aktivitást tartják leginkább produktívnak az üzleti eredményesség szempontjából – megkérdeztük azt is, hogy melyiket milyen mértékben használják. Érdekes azt látni, hogy mennyire eltér az,

ami a vállalatvezető szerint fontos pénzügyi hasznot hozó tevékenység lenne, és az, amit a vállalatánál valóban alkalmaznak. Látható, hogy kevésbé aszerint választják ki az alkalmazott technikákat, hogy mennyi a valódi kontribúciója az üzleti eredményességhez; összességében kevésbé diverzifikálnak – mind globálisan, mind hazai kontextusban. A transzparens működést, fenntarthatósági jelentéstételt globálisan 57%, hazai válaszadók körében 49% alkalmazza, miközben 24-29% gondolja úgy, hogy az valóban hozzájárul a pénzügyi eredményességhez. Vizsgáljuk meg részletesebben a teljesítménymérés és – beszámolás trendjét és mozgatóit.

„Egy multinacionális cég esetében a hiteles adatok és eredményeket közlése az egyik leghatékonyabb módja a pozitív megítélés elérésének. Ez pedig egyértelműen hozzájárul nem csak az üzletágaink sikerességéhez, de azok fenntarthatóságához is.”

Joerg Bauer, elnök,

GE Hungary



Teljesítménymérés és fenntarthatósági jelentések

Azon vállalatok, akik mérik fenntarthatósági teljesítményüket és hatásait, az alábbi eszközöket alkalmazzák e célra:

- ✓ saját teljesítménymutatók, KPI-k mentén önértékelés, mely során a kitűzött célokhoz képest elért eredményeiket értékelik
- ✓ GRI indikátorok és a jelentéstétel folyamata
- ✓ szabványok, mint az ISO vagy akár iparág-specifikusak (pl. Airport Carbon Accreditation)

- ✓ az eredményeken túlmutatóan a hatások mérése, számszerűsítése (pl. LBG-modell, True Value)
- ✓ benchmark összehasonlítások, akár vállalatcsoporton belül, versenytársakhoz viszonyítva vagy egyéb összehasonlító elemzések, rangsorok alkalmazásával
- ✓ tudatos érintetti visszajelzés, párbeszéd vagy felmérés, legtöbbször ügyfelekre vagy munkatársakra vonatkozóan, de akár multistakeholder fórum révén
- ✓ tematikus vagy célspecifikus kutatások, felmérés
- ✓ díjak, elismerések.

Csupán pár válaszdó jelezte, hogy náluk még nincs kialakítva a teljesítmény és hatás mérését szolgáló rendszer. Csupán egy-két vállalat van, aki tudatosan alkalmazza a „Just walk!” filozófiát és meggyőződésből nem kommunikálja tudatosan és konzekvensen fenntarthatósági erőfeszítéseit és eredményeit. A többség ezzel ellentétben, tudatos és aktív kommunikációt folytat, integrálja a fenntarthatósági szempontokat és eredményeket kommunikációs stratégiájába és felhasználja létező online, print

csatornáit és eszközeit ezen üzenetek és eredmények ismertebbé tételére. Sőt, vannak, akik fizetős hirdetéseket is alkalmaznak e célból is. Nem csak a reputáció építése, az információk terjesztése miatt, hanem azon meggyőződésből, hogy ez a valódi párbeszéd, potenciális együttműködések alapja, ezáltal a fejlődés záloga. A fenntarthatósági teljesítményről való kommunikáció középpontjában több vállalatnál is az éves jelentés van.

Az eredmények és hatások mérését segítő célzattal fogalmazta meg a BCSDH az Action 2020 Magyarország keretében ajánlott 77 indikátort, melyből szemezhetnek vállalatok. Az indikátorok elérhetőek a program honlapján: <http://action2020.hu/wp-content/uploads/2015/11/action2020-indikatorok.pdf>



Továbbá elérhetővé tette magyar nyelven is az ENSZ Fenntarthatósági Célkitűzésekhez való hozzájárulást segítő SDG Compass-t, melyekhez ugyancsak tartoznak indikátorok, mérőszámok. Mindkét mutatószámcsoporthoz összhangban van a GRI indikátorokkal és általában a vállalatoknál használatos vagy potenciálisan használható KPI-vel. Az iránytű elérhető a BCSDH honlapján a Témák menüpont alatt.

A vállalati nem-pénzügyi jelentéstétel trendjeit évek óta kutató KPMG globális felmérésének eredményei azt mutatják, hogy az Európai Unió országaiban a top 100 vállalatok körében kisebb visszaesés figyelhető meg a jelentéstétel kapcsán, míg Magyarországon minimális növekedést figyeltek meg.

“Mit is tükröz ideális esetben egy integrált vagy nem-pénzügyi jelentés egy vállalatról?”

- Egyrészt, tudatában van a társadalmi és környezeti globális befolyásolókkal és azok hatásaival.
- Másrészt, érti és számszerűsíti a kockázatokat és lehetőségeket, s eközben - ideális esetben - hatékonyságot javít és költségeket takarít meg.
- Harmadrészt rendelkezik olyan stratégiával és tudatos akciótervvel, mellyel minimalizálja a kockázatait és kihasználja a lehetőségeit.”

(KPMG International (2013): The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013, pp. 48)

A válaszadók 30%-a rendelkezik nem-pénzügyi jelentéssel (fenntarthatósági, CSR, környezeti vagy integrált), és további 18% éppen készíti, tehát mondhatjuk, hogy **a válaszadók közel fele készít nem-pénzügyi beszámolót.** A válaszadók 17%-a még nem rendelkezik ugyan ilyen jelentéssel, de egyértelműen tervben van, s 24% azok aránya, akik nem is terveznek ilyen jelentést készíteni. Sőt, utóbbiakhoz hozzáadódnak még azon (egyéb kategóriában szereplő) vállalatok, akik úgy gondolják, hogy az anyavállalat jelentése helyettesíti a hazai

beszámolót, így utóbbiak aránya még inkább magasnak mondható. Annál is inkább, mert egyrészt a válaszadók vállalásai között szerepel az átlátható működés, másrészt ez ellentmond az EU ezirányú törekvéseivel, harmadrészt azon saját meggyőződéssel is, miszerint az átláthatóság kulcsfontosságú a vállalat és a fenntarthatóság fejlődésében. A nem-pénzügyi jelentés ugyan csak egy eszköz a sok közül az átlátható működés megvalósításában, ugyanakkor nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy nemzetközi gyakorlat szerint is az egyik leghatékonyabb fejlesztési és kommunikációs eszköz lehet a fenntarthatóság terén.

“Az átláthatóság és a felelősségvállalás erősíti a teljesítmény tudatos javítását.”

Török László, ügyvezető igazgató, Grundfos
Magyarország Gyártó Kft.



Az Üzleti Világtanács a Fenntartható Fejlődés 2013-ban és 2014-ben is felmérte a legnagyobb globális vállalatok jelentéstételi gyakorlatát. A jelentések több mint fele önálló fenntarthatósági jelentés volt, melyek többségét a GRI útmutató felhasználásával készítették. A világszervezet meggyőződése, hogy a nem-pénzügyi jelentéstétel fejlődése elengedhetetlen ahhoz, hogy a vállalatokat a közeljövőben valódi, vagyis környezeti és szociális hatásaikat integrálva észleljük és értékeljük. Kulcsfontosságúnak tartja a szervezet, hogy a nemzetközi és helyi szabályozás is ösztönözze a vállalatokat az átlátható működésre, vagyis hogy mérjék és beszámoljanak fenntarthatósági teljesítményükről, valódi hatásaikról.



A GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI), a nem-pénzügyi jelenéstétel tendenciáit leginkább meghatározó globális szervezet, 2025-ös kitekintésében arra hívja fel az üzleti döntéshozók figyelmét, hogy a fejlett technológia révén az érintettek számára egyre inkább elérhetővé válnak a vállalatokról szóló információk és adatok, s egyre inkább segíti a technológia azok értelmezését, elemzését is. Ez egyrészt fokozza az átlátható működést, másrészt szükségessé teszi a konzekvens és hiteles kommunikációt. A GRI szerint egyszerre lesz jellemző szabályozás és az önkéntesség a jelentéstételi gyakorlatok fejlődésében. Fókusztemaként a következőket jeleníti meg: 1) a fenntartható üzleti modellbe történő átmenet 2) a Fenntartható Fejlődési Célokhoz való hozzájárulás 3) a befektetők szempontjai 4) az externáliák internalizálása, számszerűsítése.

2017-ben kötelező jelentéstétel?

Jelenleg Magyarországon a 2000. évi számviteli törvény szabályozza a nem-pénzügyi jelentéstétel körülményeit.

A 95/C § szerint: (1) Az a közérdeklődésre számot tartó gazdálkodónak minősülő vállalkozás, amelynél

a) az üzleti évet megelőző két - egymást követő - üzleti évben a mérleg fordulónapján a következő három mutatóérték közül bármelyik kettő meghaladta az alábbi határértéket:

aa) a mérlegfőösszeg a 6 000 millió forintot,

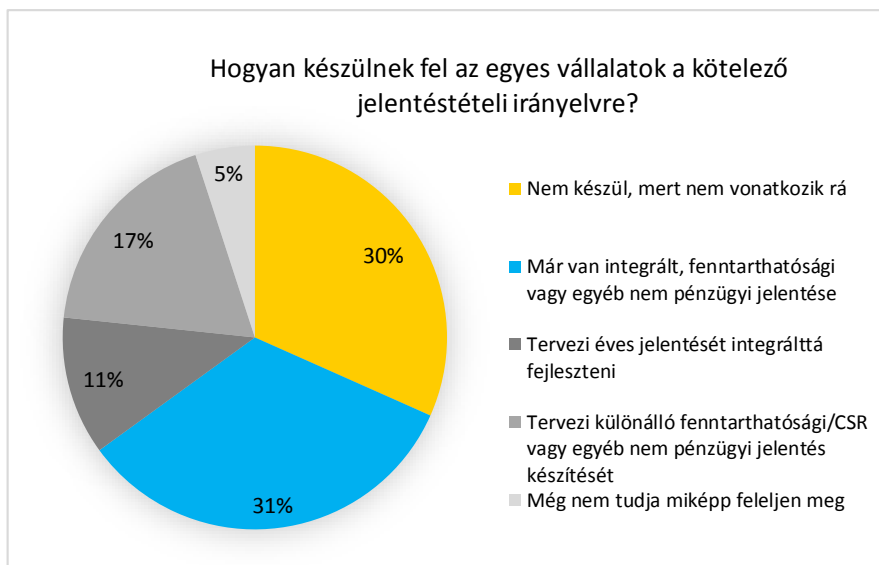
ab) az éves nettó árbevétel a 12 000 millió forintot,

ac) az üzleti évben átlagosan foglalkoztatottak száma a 250 főt, és

b) az adott üzleti évben átlagosan foglalkoztatottak száma meghaladja az 500 főt,

üzleti jelentésében - a vállalkozás fejlődésének, teljesítményének, helyzetének és tevékenységei hatásának megértéséhez szükséges mértékben - a környezetvédelmi, a szociális és foglalkoztatási kérdésekre, az emberi jogok tiszteletben tartására, a korrupció elleni küzdelemre és a megvesztegetésre vonatkozó információkat tartalmazó nem pénzügyi kimutatást tesz közzé.

2014. április 15-én az Európai Parlament elfogadta a nem-pénzügyi jelentésekre vonatkozó direktíváját, amely két európai számviteli irányelvet (78/660/EEC és 83/349/EEC) egészít ki. Az új irányelv célja a nagyvállalatok felelős és hosszú távú működésének elősegítése azáltal, hogy a társadalmi és környezeti hatásokról szóló jelentést kötelező érvényűvé teszi. Ezáltal a vállalatok működése átláthatóbbá, a működésüket érintő fenntarthatósági



kockázatok azonosíthatóvá válnak, ezáltal a befektetők és fogyasztók bizalma növekszik. Az új direktíva 2017-től kezdve minden olyan vállalat számára kötelezővé teszi a nem-pénzügyi információk jelentését, amelyek vagyonszáma meghaladja a 20 millió eurót vagy nettó árbevételük a 40 millió eurót, és több mint 500 embert foglalkoztatnak. A 2017-es év közelségére való tekintettel felmértük, hogy az Ajánlás aláírói miképpen készülnek a kötelező jelentéstétel kezdeményezés hatására. A válaszadók 30%-ára nem vonatkozik egyáltalán az irányelv. 31%-nak már van integrált, fenntarthatósági, vagy egyéb nem pénzügyi jelentése, 17% pedig most készíti. Mindössze 5% válaszolta azt, hogy nem tudja miként készüljön fel rá.

Az érdektelenség a legfőbb akadálya a jelentések szaporodásának

Sok tényező befolyásolja, hogy egy vállalat készít-e helyi vonatkozású nem-pénzügyi vagy integrált jelentést. **A válaszadók 42%-a szerint a**

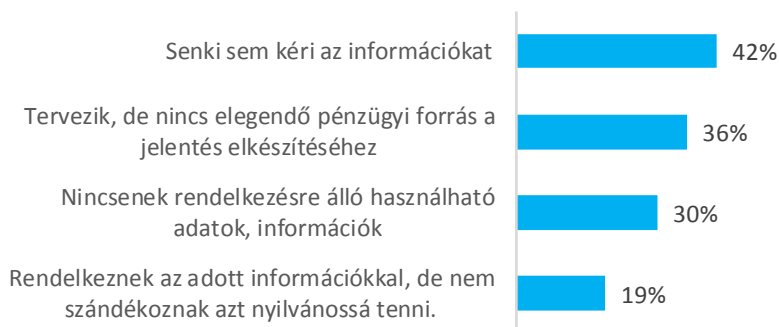
a nem pénzügyi jelentések legfőbb akadályozója, hogy senki sem kéri az

adott információkat. A vállalati

fenntarthatóság és felelős működés időbeli fejlődését elemezve már évekkal ezelőtt hangsúlyozták szakértők, hogy Magyarországon egyedülálló jelenség, hogy a vállalatok kvázi maguktól, s nem a érintettek nyomására kezdtek el aktívan kommunikálni és tenni e téren. Ez az érintetti nyomás vagy akár piaci válaszadó

képesség, visszajelzés máig nem erősödött meg. Néhány iparág / vállalat esetében, vagy egy-egy téma mentén fordul elő átmeneti aktív figyelem, ami akár nyomásgyakorlássá is válhat. De sajnos a fenntarthatósági teljesítményre vonatkozó információkat proaktívan kevés érintett kéri. Így a jelentéskészítő vállalatok egy jó része valójában proaktívan és önkéntesen készíti el beszámolóját. Amennyiben ezt aktívan terjeszti és beépíti érintetti kommunikációiba, sikeresen formálhatja őket és indíthat el a társadalom és a vállalat számára is.

A fenntarthatósági jelentéstétel főbb akadályai



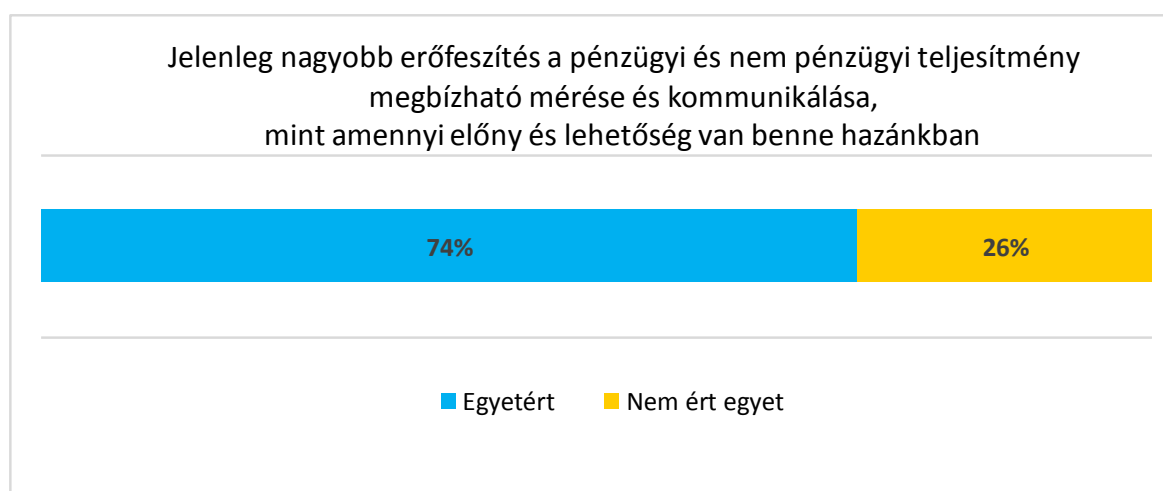
„A fenntarthatósági jelentéssel lehetővé válik vállalatunk gazdasági teljesítményének és társadalmi, környezeti hatásainak dokumentálása. Láthatóbbá és érthetőbbé válik a felelős vállalati gyakorlatunk. Hozzásegít bennünket, hogy tovább építsük a bizalmat az érintettjeink körében. Meggyőződésünk, hogy ezzel még inkább megkülönböztetjük magunkat, és erősíthetjük pozitív reputációnkat is. Ezért határoztuk el, hogy készítünk ilyen beszámolót önmagunk és érintettjeink számára.”

Szepessy Kornél, vezérigazgató,
HungaroControl Zrt.



A válaszadók 36%-a szerint leginkább a pénzügyi források hiánya akadályozza a több jelentés készítését. A költségfordítás valószínűleg nem abszolút értékben magas a vállalatok költségvetéseiben, hanem a probléma inkább abban rejlik, hogy nem látják annak pénzügyi, üzleti megtérülését rövidtávon, s ezért inkább más eszközöket választanak az átláthatóság előmozdítására vagy elnapolják a kérdést. Ezt bizonyítja az is, hogy **a válaszadók 74%-a egyetért azzal, hogy a fenntarthatósági jelentéstétel jelenleg nagyobb erőfeszítés hazánkban, mint amennyi előnye van.** 26%

ugyanakkor egyértelműen nem ért egyet ezzel az állítással. Ez is azt bizonyítja, hogy a jelentéskészítés folyamata és maga a jelentés eltérő hasznot hozhat a vállalatoknál, attól függően, hogy mennyire tudatos folyamat mentén és minőségben végzik azt. A válaszadók 30%-ánál nem állnak rendelkezésre használható információk és adatok egy ilyen nem-pénzügyi vagy integrált jelentés készítéséhez. További 19% azt vallja, hogy ugyan rendelkezésre állnának ezek az információk, de nincs meg a döntéshozók szándéka az átláthatóság ezirányú előmozdítására.

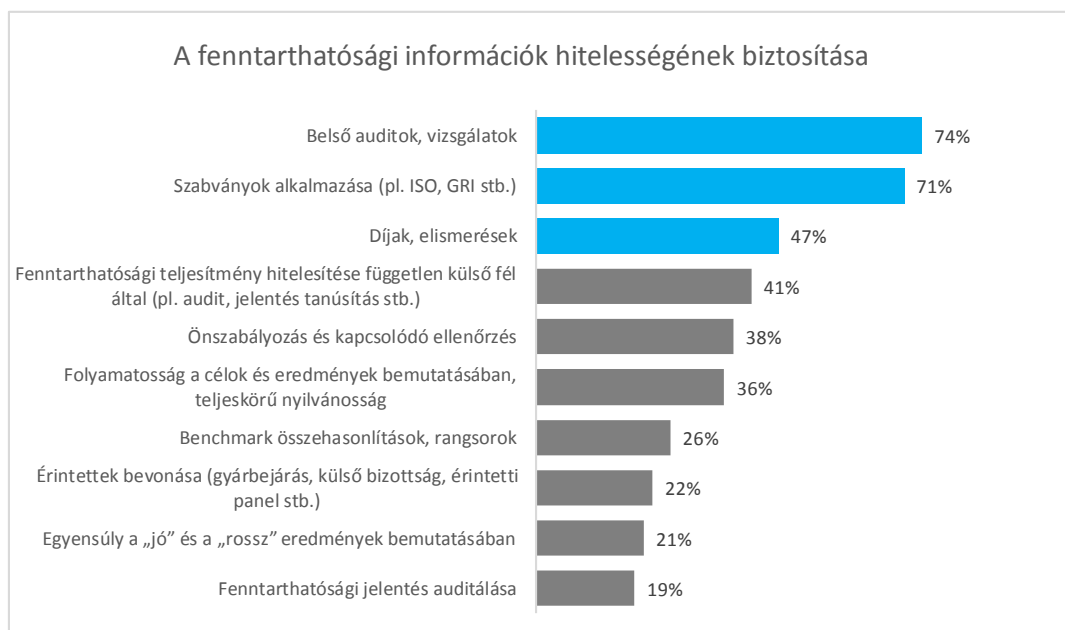


Belső auditok, szabványok és elismerések biztosítják a hitelességet

A válaszadók is gyakran említik a hitelesség kulcsfontosságát az átlátható működés kapcsán. Ezt sokféle eszközzel és módszerrel lehet biztosítani, s látható, hogy a válaszadók körében egyértelműen a belső és külső auditok, valamint a díjak és elismerések a leggyakrabban alkalmazott hitelesítő eszközök.

Az egyik ilyen leggyakrabban használt eszköz, amit a kitöltők 74%-a választott, a vállalaton belüli belső

ellenőrzések, auditok, melyek megadják a lehetőséget a kockázatok, elmaradások vagy ellentmondások vállalaton belüli kezelésére. A második legelterjedtebb (válaszadók 71%-ánál jellemző) a szabványok alkalmazása, mint pl.: ISO vagy GRI, melyek mentén lehetőség van külső független fél visszajelzésére, egy független útmutatóhoz viszonyított átvilágításra.



„A tanúsított jelentés egyrésztől minősített kommunikáció, másrésztől olyan menedzsment eszköz, ami segíti a vállalatot, hogy a fenntarthatósági teljesítményét folyamatosan javítsa. A vezető vállalatok számára ez már nem kérdés.”

Robert Stöllinger, ügyvezetői igazgató, KPMG Hungary



Bár kisebb arányban jelölték be, de még így felkerültek a dobogóra a díjak és elismerések, mint a vállalati beszámolókat hitelesítő metódusok egyike. A külső értékelés, megerősítés, visszajelzés, a másokkal való megméréstetés fontos szempont lehet ennél a kategóriánál az azt alkalmazók körében. A hitelesítés kapcsán leginkább emlegetett független fél által

„Magyarországon is egyre nagyobbak az elvárások az üzleti élet felé a fenntarthatóság terén. Ami néhány éve még egy gesztus volt a jövő generációja felé, az ma már a vállalati kultúra és stratégiai tervezés része kell, hogy legyen. A fenntarthatósági jelentések egyre fontosabbak, az egyes vállalatok megítélését alapvetően befolyásolják. Tisztában vagyunk azzal, a gazdaság vezető vállalatainak meghatározó szerepe van Magyarország és a régió előremozdításában, amelyhez a sikeres fenntartható megoldások nélkülözhetetlenek. Ezért a magyar piacon az elsők között tettük közzé integrált fenntarthatósági jelentésünket, és ezért indítottunk számos sikeres programot, mint a gumibitumen projektünk, a használt sütőolaj akciónk vagy a közösségi kertek építését támogató Zöldövezet programunk.”

Fasimon Sándor, ügyvezetői igazgató,

MOL Magyarország

végzett tanúsítás csak negyedik helyen szerepel, a válaszadók csupán 41%-a alkalmazza. Az E&Y 2014-es kutatásában résztvevő nemzetközi vállalatvezetők 82%-a gondolja úgy, hogy az adatok auditálása növeli a hitelességet, úgy tűnik a hazai cégvezetők megítélésére más ezen a téren. A fenntarthatósági jelentést készítő cégek esetében sem használ mindenki auditálást.



Zárszó

A fenntartható fejlődés előmozdításában kulcsszerepet játszanak a nagyvállalatok. Fenntarthatósági stratégiájukat leginkább a szabályozók és a vásárlók, fogyasztók befolyásolják. Annak érdekében, hogy velük és a többi érintettel is hatékony és eredményes párbeszédet és együttműködést tudjon folytatni egy vállalat, kölcsönös információ megosztásra van szükség. Az átlátható működés nem csak ebben, de a bizalom kialakításában és erősítésében is segít. A fenntarthatósági teljesítmény mérése és az eredmények, valamint a célok transzparenssé tétele pedig kreativitást és innovativitást serkentő diskurzusokat eredményezhet. Mindezek alapján a BCSDH minden hazánkban működő cégnek, üzleti döntéshozónak javasolja, hogy folyamatosan fejlessze cége működésének átláthatóságát és éljen a nem-pénzügyi jelentéstétel üzleti lehetőségeivel, előnyeivel.

Felhasznált nemzetközi kutatások listája

CorporateRegister (2013): *CR Perspectives 2013- Global CR reporting trends and Stakeholder views, November 2013, pp. 37*

E&Y, GRI (2013): *Sustainability reporting — the time is now (EYG no. AU2091), pp. 24*

GRI (May 2015): *Sustainability and Reporting Trends – Preparing for the Future, pp. 19*

KPMG (November 2015): *Currents of change – The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015, 132962, pp. 48*

KPMG International (December 2013): *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013, 131018, pp.82*

McKinsey (July 2014): *Sustainability's strategic worth: McKinsey Global Survey results,*
<http://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability-and-resource-productivity/our-insights/sustainabilitys-strategic-worth-mckinsey-global-survey-results>

PWC (2014): *Business success beyond the short term - CEO perspectives on Sustainability, pp. 16*

Radley Yeldar, WBCSD (November 2014): *Reporting matters, Improving the effectiveness of reporting one year on*

Radley Yeldar, WBCSD (October 2016): *Reporting matters, Communicating on the Sustainable Development Goals, WBCSD Report 2016*

Impresszum és kapcsolat

Kiadó: Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért

Kiadás éve: 2016

Felelős Kiadó: Ifj. Chikán Attila, elnök

Tartalom: Fertetics Mandy, Takács Ivett

Szerkesztés: Fertetics Mandy

Kapcsolat: Márta Irén, igazgató

E-mail: iren.marta@bcsdh.hu

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