



DOI: 10.18427/iri-2018-0090

A fenntarthatóság és a társadalmi felelősségvállalás eszközszerző

Reizingerné Ducsa Anita

Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest

A vállalatok társadalomba való beágyazottsága már jó ideje foglalkoztatja a kutatókat. Ezen kutatások többnyire társadalom-, illetve üzleti etika kutatások, mintsem gazdasági hatásokat vizsgáló, elemző munkák. Dolgozatomban a környezeti és társadalmi felelősségvállalás ez utóbbi problematikájával foglalkozom. Elsősorban arra keresem a választ, hogy ha a gazdálkodó szervezetek a tevékenységük végzése során károsítják a környeztet, arról adnak-e tájékoztatást, vállalnak-e érte felelősséget. Másodsorban milyen felelősséget vállalnak még?

Megvizsgálom, hogy a fenntarthatósági jelentések és a társadalmi felelősségvállalási jelentések milyen célokat szolgálnak, hogyan tudják ráirányítani a figyelmet a közös értékteremtésre. Kutatási területeim közé tartozik a pénzügyi teljesítmények mérése, a számviteli beszámolókból levonható következtetések összehasonlíthatóságának módszertana. A fenntarthatósági jelentésekkel kiegészítve ezeket felmerül a kérdés, hogyan lehet a fenntarthatósági teljesítményt bemutatni, kidolgozható-e egy egységes mutatószámrendszer a fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás mérésére. Dolgozatomban további kérdésként foglalkozom a vállalatok etikus magatartásával, illetve annak profitra, jövedelmezőségre gyakorolt hatásaival.

„A Földet nem apáinktól örököltük, hanem unokáinktól kaptuk kölcsön” – ez a mondás *David Browertől* származik. Brower arra figyelmeztet, hogy a vállalkozásoknak, a gazdálkodó szervezeteknek, de a magánszemélyeknek, sőt az egész társadalomnak az lenne az érdeke, ha a természeti erőforrások öncélú, kizsigerelő felhasználása helyett mindinkább a természeti értékek megőrzésére irányuló környezettudatosság kerülne előtérbe. Dolgozatomban elsősorban arra keresem a választ, hogy ha a gazdálkodó szervezetek a tevékenységük végzése során károsítják a környeztet, arról adnak-e tájékoztatást, vállalnak-e érte felelősséget. Másodsorban milyen felelősséget vállalnak még?

A vállalkozások fenntarthatósági jelentést és társadalmi felelősségvállalási jelentést tesznek közzé, melyek egységesítése és információtartalmának hitelesítése mindannyiunk közös érdeke. Ezek a

jelentések a pénzügyi beszámolókat kiegészítik, azzal együtt adnak a vállalkozásról megbízható, valós képet.

Fenntarthatósági számvitel

Az utóbbi évek, évtizedek rávilágítottak arra, hogy a hagyományos számvitelt tovább kell fejleszteni, hiszen a pénzügyi számvitel csak a gazdasági helyzetre összpontosít, ezért az általa szolgáltatott információk egyre kevésbé kielégítőek, és az érintettek egyre szélesebb köre igényel olyan információkat, amelyek a vállalat fenntarthatóságáról ad tájékoztatást. Ha nem vesszük figyelembe a vállalatvezetők belső motivációját, egy vállalatnak akkor is legalább hat oka van arra, hogy kialakítsa a fenntarthatósági számvittel foglalkozó rendszerét (Schaltegger & Burritt, 2006).

- ✓ *Zöldítés*: a fenntarthatósági számvitel alkalmazásának egyik oka a vezetés motivációjából származik, miszerint adatokat kell gyűjteni kommunikációs és jelentéskészítési célokra
- ✓ *Iparági minták átvétele*: a menedzsment nem engedheti meg magának, hogy a társadalmilag elfogadott, már elvárt jó gyakorlatokat ne kövesse le, ez oka lehet a módszerek emulációjának.
- ✓ *Jogsabályi megfelelés, engedélyhez kötött tevékenység*: adott esetben a tevékenység folytatása csak akkor megengedett, ha a jelentéstételi, jogszabályi előírásokat betartja vállalkozás. Az ennek való megfelelés megkövetelheti a fenntarthatósági számvitel bevezetését, alkalmazását.
- ✓ *Önszabályozás*: olyan önkéntes kötelezettségvállalás, amely visszafogja egy vállalat, vagy iparág tevékenységét, elkötelezi magát bizonyos értékhatárok betartására. A vállalat vagy iparág önkéntes módon kíván a teljesítményén javítani, amely növelheti a hírnevét, társadalmi elfogadottságát. Az önszabályozás gyakran szolgálja azt a célt is, hogy ne alakuljon ki kormányzati szabályozás, illetve beavatkozás.
- ✓ *Vállalati felelősségvállalás és etikus magatartás*: A felelősség felismerése a folyamat, a tevékenység okozta jelenségek észlelésével kezdődik. Ennek felmérése után következnek az erkölcsileg szignifikáns tényezők, pl. másokra gyakorolt hatás, ártalom. Ha a vállaltnál az információs rendszer hiányos, hiányzik a relevancia, illetve az egyes alternatívák összehasonlítási lehetősége, akkor ez akadályozhatja a felelős döntéshozatalt.
- ✓ *A fenntarthatóság pénzügyi következményének mérése*: a fenntarthatósági számvitel bevezetésének kiemelt oka az önkéntes társadalmi és környezeti tevékenység költségeinek, hozamainak mérése, összehasonlítása. Növeli a motivációt a bevezetésre, ha ebből üzleti haszon is származik.

Beláthatjuk, hogy a fenti hat ok közül, bármelyik előtérbe kerülhet, annak egyenes következménye lehet a fenntarthatósági számvitelhez tartozó nyilvántartás, illetve rendszer kiépítése.

A *kockázatkezelés* gyakran alábecsült eleme a vállalati felelősségvállalás üzleti megközelítésének. A pénzügyi, társadalmi és környezeti kockázatok ellenőrzése mind befolyásolja a vállalati sikereket, a részvényesi értéket és a vállalat működési engedélyének fenntartását (Schaltegger & Figge, 1997). Olyan számviteli rendszert kell előnyben részesíteni, amely tájékoztatja a döntéshozókat a releváns kockázatokról és tájékoztatást nyújt a vállalatok tevékenységének környezeti és társadalmi hatásairól. A kockázatok mellett a piacok egyre növekvő globalizációja és a termékek szabványosítása lehetőséget nyújt a vállalatok számára a fenntarthatóság szempontjából való megkülönböztetésre. Ez különösen a közepes méretű vállalatok számára jelenthet fontos hajtóerőt, de olyan nagyvállalatok számára is, amelyek szeretnék megismerni a termékeik, termelési rendszereik lehetőségeit. A *fenntarthatósági számvitel megteremtésére irányuló indítékok*: a költségek csökkentése, a piacra kerülés, a kiadások csökkentése, a járulékok, az árak, az értékesítés, az innováció, a vállalati hírnév vagy az immateriális értékek, például a márka értékének növelése (Schaltegger és Hasenmußler, 2006; Steger, 2004).

A fenntarthatósági számvitel – a szükséges eszköz

A fenntarthatósági számvitel a környezeti számvitelnél jóval tágabban értelmezhető, hiszen míg az utóbbi csak a környezeti-gazdasági aspektusokat veszi számításba, addig az előbbi esetében a már említett *triple bottom line* érvényesül, vagyis a környezeti, gazdasági és társadalmi kölcsönhatások egyidejűleg érvényre jutnak.

Felmerül a kérdés azonban, hogy a fenntarthatósági számvitelnek vajon egy különálló rendszert kellene-e alkotnia, vagy pedig a hagyományos számvitel részeként kellene inkább kezelni? Elméletileg az előbbi megfelelőbb lenne, hiszen ezáltal tudna érvényre jutni a triple bottom line megközelítés, azonban a gyakorlati életben a fenntarthatósági számvitelt az utóbbi módon kezelik, hivatkozva arra, hogy egy meglévő rendszert könnyebb módosítani, mint egy teljesen különállót létrehozni.

A környezeti számvitel és környezeti kontrolling – mint a későbbiekben majd látjuk – a számvitel önálló ágaként definiálható. De mit jelent a társadalmi, fenntarthatósági számvitel? Önállóan ki tudja alakítani egy szervezet?

A társadalmi, illetve fenntarthatósági számvitel azt a célt tűzi ki maga elé, hogy a vállalatok által mikroszinten megvalósított törekvéseit úgy alakítja, hogy az a globális fenntarthatóságot szolgálja, és ennek hatásait – pénzügyi és gazdasági hatásait előtérbe helyezve – jelentésekbe foglalja és az érintettek felé interpretálja.

A környezeti számvitel

A környezeti számvitel szorosan összefügg a vállalatok környezeti felelősségével, mely utóbbi megjelenése az 1980-as évekig nyúlik vissza. Ekkor kezdték hangsúlyozni, hogy a vállalatok a profitmaximalizálás mellett oda kell figyeljenek a környezetükre is, csökkentve például a káros anyag kibocsátást, valamint az erőforrások ésszerűtlen felhasználását. Mindezek mellett a környezetszennyezés megelőzésére is kiemelten kell a vállalatoknak ügyelniük. A világszerte bekövetkezett környezetszennyezéssel kapcsolatos tragédiák mellett a jogi szabályozásban megvalósult változások is tudatosságra kötelezték a vállalatokat.

A környezeti számvitel fogalma az 1992-es ENSZ világkonferencián került előtérbe, mint a fenntartható fejlődés egyik eszköze. Schaltegger értelmezése szerint a környezeti számvitel *„a számvitel olyan alágaként definiálható, amely azokat a tevékenységeket, módszereket és rendszereket foglalja magában, amelyek egy meghatározott gazdasági rendszer környezetvédelmi problémáit vagy a környezetvédelmi tevékenység gazdasági hatásait tartják nyilván, elemzik és jelentésekbe foglalják”* (Schaltegger & Burritt, 2010).

A környezeti pénzügyi és a környezeti vezetői számvitel

A számvitel két részre bontható, pénzügyi és vezetői számvitelre. A pénzügyi számvitel elsősorban a külső érdekhordozók számára készül, múlt-orientált, monetáris adatokat tartalmaz, melyet a vállalkozásoknak kötelező érvénnyel kell elkészíteniük. A vezetői számvitel ezzel ellentétben elsősorban a belső érdekhordozók, vezetők számára készül, mindhárom időhorizont megjelenik benne (az elemzések múlt-, a döntések jelen- és jövő-orientáltak), a monetáris adatok mellett nem monetáris adatok is szerepelnek, az információ-szolgáltatás jellege pedig az adott vállalkozáshoz igazodik.

A környezeti számvitel esetében is beszélhetünk a fenti csoportosításról, vagyis megkülönböztethetünk környezeti pénzügyi és környezeti vezetői számvitelt. A környezeti vezetői számvitel többek között a környezeti költségek azonosításával, míg a környezeti pénzügyi számvitel elsősorban a jelentéskészítéssel foglalkozik.

A környezeti kontrolling

„A környezeti kontrolling a környezeti számvitel olyan alrendszere, amely a környezetvédelmi működés pénzügyi hatásaival foglalkozik, és célja a vezetői döntések támogatása a termékek és projektek értékelése által” (Csutora & Kerekes, 2004). A vezetői környezeti számvittel való közös

pont tehát abban ragadható meg, hogy megegyeznek a legfőbb feladat tekintetében, ez a vezetői döntéshozatal támogatása.

A tervezés lényegében a jövőre való felkészülést jelenti, amelyet világosan megfogalmazott célok révén érhetünk el. A tervezés fázisát követi az *információgyűjtés*, amely során össze kell gyűjteni mindazon belső, illetve külső információkat, amelyek hatással vannak a környezetre a vállalati működés során. Nem elegendő csupán az összegyűjtés, ezen információkat rendszerezni is kell. Az adatbázist a környezeti információs rendszer szolgáltatja.

A következő lépés az *elemzés*, amely során a legnagyobb kihívást az jelenti, hogy nem létezik olyan mértékegység, amellyel számszerűsíteni tudnánk, hogy az egyes események milyen mértékben terhelték a környezetet. Problémát jelent továbbá a vállalatok számára a *környezeti költségek* megjelenítése, hiszen ezek feltárására gyakran nem kerül sor, vagy pedig az egyszerűség kedvéért az általános költségekkel együtt kezelik őket.

Az elemzést követően nélkülözhetetlen kidolgozni intézkedéseket, melyek hozzájárulnak a tervezés fázisában megfogalmazott célok megvalósulásához.

Végül eljutunk az ellenőrzéshez, amelynek véleményem szerint inkább folyamatosnak kellene lennie, hiszen mindegyik fázis során elengedhetetlen a kitűzött célok, feladatok megvalósulásának, a megfelelő intézkedések kialakításának a nyomon követése. Az *ellenőrzés* tehát egyben egy visszacsatolási pontként is funkcionál.

A környezeti, társadalmi és fenntarthatósági teljesítmények mérésének és megbízható összehasonlíthatóságának több mutatószámrendszer próbál eleget tenni.

CSV – Creating Shared Value: az új versenyelőny

A CSV (Creating Shared Value, vagyis közös értékteremtés) megközelítés szerint alapvető, hogy egy vállalat csak akkor lehet hosszú távon sikeres, ha nemcsak részvényesei és érintettjei, hanem a társadalom számára is értéket teremt. A CSV nem program, hanem üzleti megközelítés. Menedzsmentstratégia, amely mérhető üzleti értéket teremt az olyan szociális problémák azonosításával és kezelésével, amelyek kapcsolódnak a cég tevékenységéhez. Lehetővé teszi, hogy a társadalom a piaci versenyt használja fel a problémák megoldáshoz. A fogalmat *Michael E. Porter* és *Mark R. Kramer* (2002) vezette be egy, a Harvard Business Review-ban megjelent közös cikkben.

Költség helyett lehetőség

Egyes CSR (Corporate Social Responsibility) megközelítések az üzletet szembehelyezik a társadalommal, a külső szociális és környezeti

szttenderdeknek való megfelelés költségeit és a programok anyagi fenntarthatóságának határait hangsúlyozva. A CSV viszont a cégek versenyképességének és profitabilitásának hajtóereje. Kihhasználja egyedi erőforrásait és szakértelmüket, és ezáltal közösségi értéket teremt. Persze szükség van kompromisszumokra a környezeti célok és a rövid távú profitérdekek között, de egyértelműen elérhető versenyelőny a társadalmi értékek üzleti stratégiába építése révén.

Nyereséges etika

A kritikusok szerint a CSV egyszerűen az a régi gazdasági igazság, hogy egyetlen vállalat sem működhet függetlenül a körülötte lévő világtól. Ha így is van, az biztos, hogy az elmúlt évtizedekben senki nem hangoztatta, hogy ahhoz, hogy a cégek túléljenek és fejlődjenek.

A kapcsolat tart életben

Ma a cégek jelentős része számos fenntarthatósági kérdést próbál meg kezelni – a jegesmedvék megmentésétől a beteg gyermekekig –, ami elvonja őket attól, hogy azokra a területekre koncentráljanak, ahol a legtöbbet tehetnének mind üzleti, mind társadalmi szempontból.

A CSR-programok sok esetben a hírnév megszerzéséről, a jól kommunikálható, „szerethető” programok felkarolásáról szóltak-szólnak, és csak érintőlegesen (vagy úgy sem) kapcsolódnak az adott szervezet tevékenységéhez. Ez persze nem is alapvető elvárás, de a kapcsolódás a programokat értelmessé teszi a szervezetek számára, aminek kulcsfontosságú szerepe van abban, hogy azok hosszú távon is fennmaradjanak. A CSV képes lehet a szervezetek beruházásait a saját közösségük felé irányítani, és létrehozni a nekik szükséges kapcsolatokat.

Irodalomjegyzék

- Csutora Mária, & Kerekes Sándor (2004). *A környezetbarát vállalatirányítás eszközei*. Budapest: KJK-Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80 (12), 56-68.
- Schaltegger, S., & Figge, F. (1997). *Environmental shareholder value*. Basel: WWZ & Bank Sarasin.
- Schaltegger, S., & Hasenmußler, P. (2006). Sustainability management from the perspective of business sustainability. In Tiemeyer, E., & Wilbers, K. (szerk.), *Berufliche Bildung für nachhaltiges Wirtschaften. Konzepte, Curricula, Methoden, Beispiele* (pp. 71-86). Bielefeld: Bertelsmann.
- Schaltegger, S., & Burritt, R. L. (2006). Corporate sustainability accounting. In Schaltegger, S., Bennett, M., & Burritt, R. (szerk.), *Sustainability accounting and reporting* (pp. 37-59). Dordrecht: Springer Publishing.

- Schaltegger, S., & Burritt, R. L. (2010). Sustainability accounting for companies: Catchphrase or decision support for business leaders? *Journal of World Business*, 45 (4), 375-384
- Steger, U. (2004). What is the business case for corporate sustainability. *Perspectives for Managers*, 109 (1-4), 375-384.