

Környezettudatos magatartás vizsgálata az Észak-alföldi régió élelmiszer-gazdasági vállalatainál

Odor Kinga

Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum Agrárgazdasági és Vidékfejlesztési Kar
Vidékfejlesztési és Agrárgazdaságtani Tanszék
4032 Debrecen, Böszörményi 138.
odor@agr.unideb.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt évtizedben a vállalatok egyre nagyobb hányada ismerte fel azt a tényt, hogy az üzlet, a profit és a munka világa nem egy hermetikusan zárt terület, hanem kölcsönhatásban áll szűkebb és tágabb környezetével, végső soron a társadalommal és a természeti környezettel.

Egyes ágazatok, vállalatok környezeti érintettsége eltérő. Ahhoz, hogy ezeket a problémákat kezelni tudjuk, elsőként a vállalatok környezettudatos magatartás iránti elkötelezettségére van szükség, mely belső elhivatottság vagy külső nyomás eredményeként alakulhat. Ekkor a cégek érdekeltek lesznek adott tevékenység környezeti hatásainak mérésében, számszerűsítésében.

A vállalatok egy része már állást foglalt a környezetvédelemhez való pozitív viszonyáról. Nemzetközi és hazai szinten is megfigyelhető, hogy manapság egyre több cég felelős gondolkodású vezetője a profitmaximalizáláson túl, a szociális, emberi jogi, környezetvédelmi szempontokat is beépíti a cég céljai, értékei közé.

Dolgozatomban az Észak-alföldi Régió élelmiszeripari vállalatainak körében végzett kérdőíves felmérésem adatait ismertetem. A felmérés célja az volt, hogy konkrét adatok alapján értékeljem a vállalatok környezetvédelem iránti elkötelezettségét. Az a tény, hogy a válaszadók több mint fele a környezetvédelem kedvező hatását kicsinek értékelte, illetve a cég céljai között a környezetvédelem utolsó helyen szerepelt, jelentősen tükröződött a további eredményekben.

Kulcsszavak: környezettudatos magatartás, felelős vállalat, fenntartható fejlődés

SUMMARY

In the past decade more and more companies have realized that the world of business, profit and work is not a hermetically closed area, but is in interaction with its closer and wider surroundings, ultimately with society and the natural environment.

The affectedness of each sector and company varies. To be able to tackle these problems, first and foremost the commitment of companies towards environmentally conscious attitude is necessary, which can form as a result of inner obligation or outer pressure. Thus companies will be concerned to measure and quantify the environmental effects of all activities.

Some of the companies have already given their votes for environment-protection. Both internationally and at home it seems that the responsible leaders of more and more companies build social, human rights and environmental protection considerations in the objects and values of the company apart from profit maximization.

In my thesis I present the data gathered from a questionnaire survey carried out with food-industry companies in the Northern-Plain Region. The aim of the survey was to evaluate the commitment of companies towards environmental protection via solid data. The fact that more than half of the respondents found the positive effects of environmental protection of little importance and that environmental protection was the last among the aims of some companies reflected greatly in the following outcomes.

Keywords: environmental awareness, corporate responsibility, sustainable development

1. KÖRNYEZETI PROBLÉMÁK AZ ÉLELMISZERGAZDASÁGBAN

Az elmúlt években a tudományos élet egyre több képviselője hangsúlyozza, hogy a vállalatok gazdasági szerepén túl társadalmi és ökológiai hatásai is egyre jelentősebbé válnak. (Frederick, 1986; O'toole, 1991; Pataki, 2000; Chikán, 2002) A szervezetekkel foglalkozó elméleti szakirodalomban a korábbi években kevés olyan tanulmánnyal találkozhattunk, ami törődött azzal, hogy a vállalat társadalmi és természeti/ökológiai környezetben működik.

Sokszor hajlamosak vagyunk elfeledkezni arról, hogy a gazdasági tevékenységek alapját a természet erőforrásai adják. Ezek épségének és egészségének fenntartása nélkül elképzelhetetlen az emberi élet, ha pedig az üzleti szféra azt rövidlátó módon rombolja, akkor tevékenysége jogsértő.

A környezet védelmének követelménye a vállalat vezetéséhez többféle módon jut el. Egyik módja az, mikor a *politika jogi korlátok* állításával (pl. a veszélyes hulladékoknál), vagy ösztönzők bevezetésével (pl. a biotermelés támogatásával) megváltoztatja a piaci feltételeket. Jelentős motivációt jelenthetnek a vállalattal közvetlen kapcsolatban álló *érdekcsoportok, környezetvédelmi csoportok, zöld mozgalmak*. Ezek a csoportok tudni akarnak a vállalat környezeti teljesítményéről, a környezetvédelmi célokról, az intézkedésekről, azok eredményeiről. Ezen csoportok véleménye, megelégedettségük szintje befolyásolja a vállalkozás piaci pozícióját, versenyhelyzetét, formálja a vállalati imagét. A *fogyasztók* környezettudatos magatartásukkal, vásárlási

szokásaik megváltoztatásával közvetlenül ösztönzik a környezetkímélő technológiák elterjedését. A *környezeti katasztrófák* pedig ráirányítják a figyelmet a környezeti kockázatokra és a biztonsági intézkedések fontosságára.

Az egyes ágazatok környezeti hatásai, környezeti érintettsége igen eltérő, melynek mérése nem egyszerű feladat. Az élelmiszer-gazdaság mind jelentős nyersanyag- és energiafelhasználásával, mind a globális problémák kialakulásában játszott szerepével kiérdemelte, hogy kiemelten foglalkozzunk vele. (Szolnokiné, 2005) Svájcban a '90-es évek közepén kutatók kidolgozták a *környezeti terhelések mátrixát* és az *ökológiai igény mátrixát*. A környezeti terhelések mátrixának segítségével az élelmiszergazdaság egyes vertikumelemeinek – mezőgazdaság, élelmiszeripar, kereskedelem, fogyasztás – környezeti hatásait minősítették egy háromfokozatú skála segítségével. (Dyllick – Belz, 1996) A környezeti hatások fogalmán a levegő-, a víz-, és a talajszennyezést, energiafelhasználást, az ökoszisztémára és az egészségre gyakorolt hatást, valamint a keletkező hulladék mennyiségét értjük. (Szolnokiné, 1999) A környezeti problémák értékelését kiegészíthetjük az ökológiai igények feltérképezésével. Ennek segítségével megvizsgálhatjuk, hogy a különböző társadalmi csoportoknak – piaci szereplők, kormányzat, közvélemény, mozgalmak – milyen mértékben áll érdekében a környezeti problémák feltárása és megszüntetése. A két mátrix együttes elemzése során az alábbi következtetéseket vonhatjuk le (Szolnokiné, 2005):

- A mezőgazdasági termelés a környezetben legsúlyosabban a vizet és a talajt károsíthatja valamint az ökoszisztémát. A környezeti károk mérsékelése érdekében e területen a politika, a kormányzat lép fel leghatásosabban.
- Az élelmiszeriparban a fő gondot a magas víz-, és energiaigény jelenti. Itt főként a piaci szereplők közvetítik környezeti érdekeiket.
- Az élelmiszer-fogyasztás környezeti kártétele a levegő- és vízszennyezés területén jelentős, emellett a hulladék keletkezése okoz egyre nagyobb problémát. Ebben az esetben a környezetvédelem érdekében való fellépés ma még gyenge.

A mátrixok elemzése során meggyőződhetünk arról, hogy indokolt az élelmiszergazdaság vertikumaiban működő vállalatokat szembesíteni tevékenységük környezeti hatásaival és felhívni a figyelmet a környezettudatos magatartás megteremtésének szükségességére.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

A Régió vállalatainak környezettudatos magatartásának értékelésénél arra törekedtem, hogy minél nagyobb elemszámú mintával dolgozhassak. Információgyűjtésre két lehetőség állt rendelkezésemre, egyrészt esettanulmányok készítése, másrészt kérdőíves adatgyűjtés. A kérdőíves felmérés mellett döntöttem, egyrészt mert az esettanulmányok készítése időigényesebb, egy kutatócsoport munkáját igényli, másrészt kevesebb lett volna a vizsgált vállalatok száma és kiragadott esetek helyett a Régió élelmiszer-gazdasági vállalatainak környezettudatos magatartásáról egy átfogó képet szerettem volna adni.

Kérdőívemet elsőként a 2007. évi Farmer-Expón teszteltem. A cégek képviselőivel folytatott személyes interjúk alapján kapott tanácsokat, észrevételeket felhasználtam a kérdőív végleges formájának kialakításakor.

A dolgozatban vizsgált vállalatok alapadatait – Észak-alföldi régió árbevétel szerinti első 200 élelmiszer-gazdasági vállalata – a Központi Statisztikai Hivatal bocsátotta rendelkezésemre. Telefonos kapcsolatfelvétel során kiderült, hogy több cég sem felel meg vizsgálatom kritériumainak, így mindösszesen 134 vállalathoz juttattam el kérdőívemet, és a kérdőívek 22,38%-a érkezett vissza értékelhetően kitöltve.

A kérdőívben 29 nominális, 50 ordinális (amelyből 2 csoportképző változó: árbevétel, és létszám kategória) és 5 skála típusú kérdés található. A kérdőív belső megbízhatóságát egyes kérdéscsoportokra megbízhatósági vizsgálattal, Reliability analízissel végeztem el. Az összes kérdésre vonatkozóan a kapott érték 0,895, mely eredmény alapján a mintát megbízhatónak találtam az adatelemzéshez.

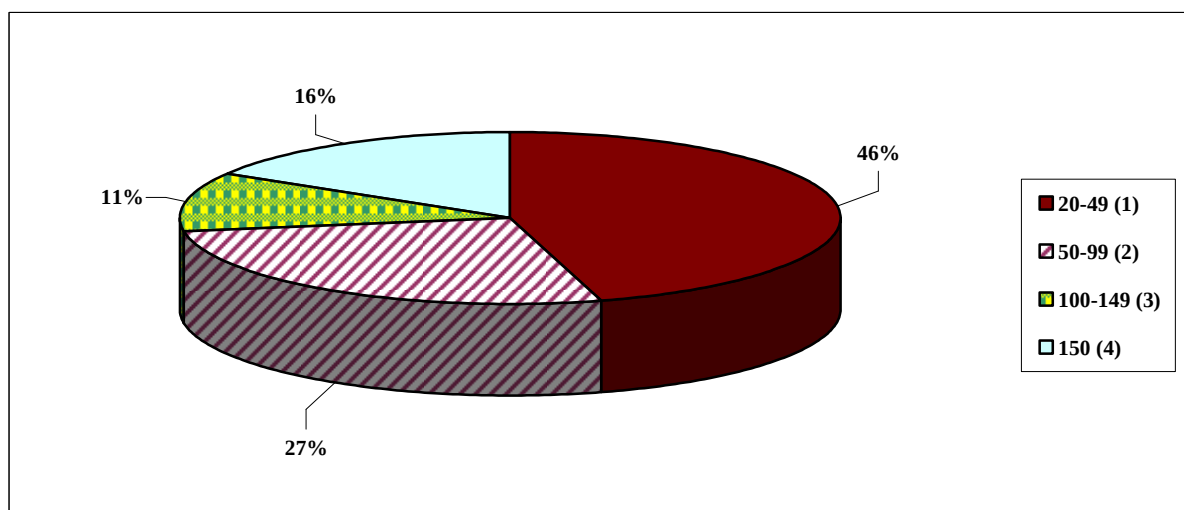
A kérdőív kiértékelésekor alkalmazott módszerek megválasztását döntő módon befolyásolta, hogy magas mérési szint nem szerepelt a kérdőívben, csak ordinális és nominális szint, így a paraméteres próbák helyett nemparaméteres próbákat kellett választanom az összefüggés-vizsgálatok elvégzésére.

Az elemzés során alkalmazott módszerek a következők voltak (Spiegel, 1995; Székely – Barna, 2002):

1. Leíró statisztikák: átlag, szórás, megoszlási viszonyszámok;
2. Kruskal-Wallis (K-W) varianciaelemzés;
3. Mann-Whitney (M-W) próba (más néven U próba vagy rangösszegpróba);
4. Spearman-féle rangkorreláció.

A 1. ábra a vállalatok foglalkoztatottak szerinti megoszlását ismerteti, mely csoportképző ismerv szerint reprezentatív a minta.

1. ábra: A vizsgált vállalatok foglalkoztatottak szerinti megoszlása



Forrás: saját szerkesztés

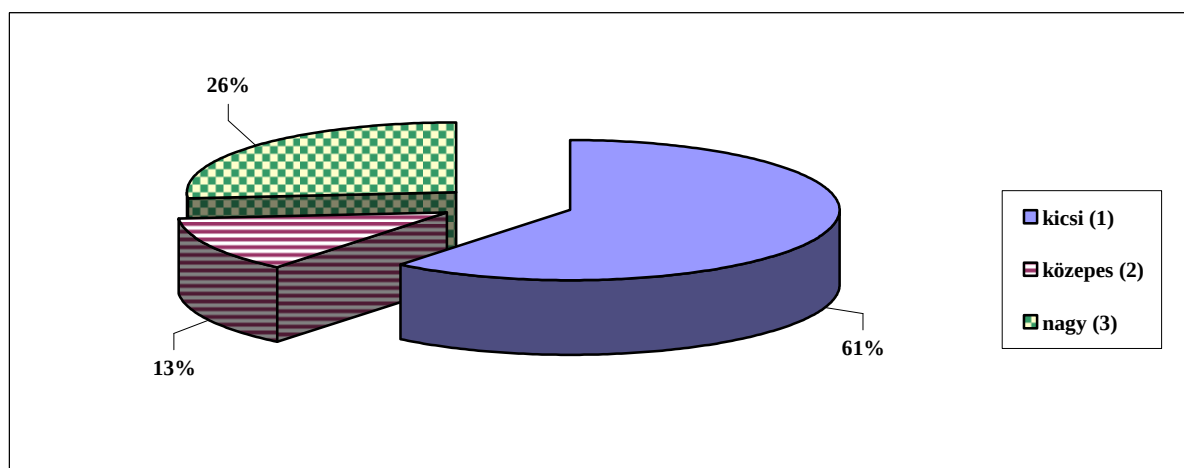
Source: Own collaboration

Figure 1: The classification of companies according to employment

A vállalatok közel felénél, 45%-uknál a foglalkoztatottak száma 20-49 közé esik, 27%-uk 50-99 főt foglalkoztat, míg a vállalatok közel 28%-a 100 főnél több főt.

A 2. ábra a vállalatok árbevétel kategóriák szerinti megoszlását szemlélteti. A vállalatok 61%-a kicsi árbevételű kategóriába tartozik, mely szerint éves árbevételük nem haladja meg az 500 millió Ft-ot. 500 millió és 1 milliárd Ft közötti árbevétellel rendelkezik a cégek 12%-a és 1 milliárd Ft fölöttivel 27%-uk.

2. ábra: A vizsgált vállalatok árbevétel kategóriák szerinti megoszlása



Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

Figure 2: The classification of companies according to income categories, (1) small, (2) medium, (3) large

3. A VIZSGÁLAT EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA

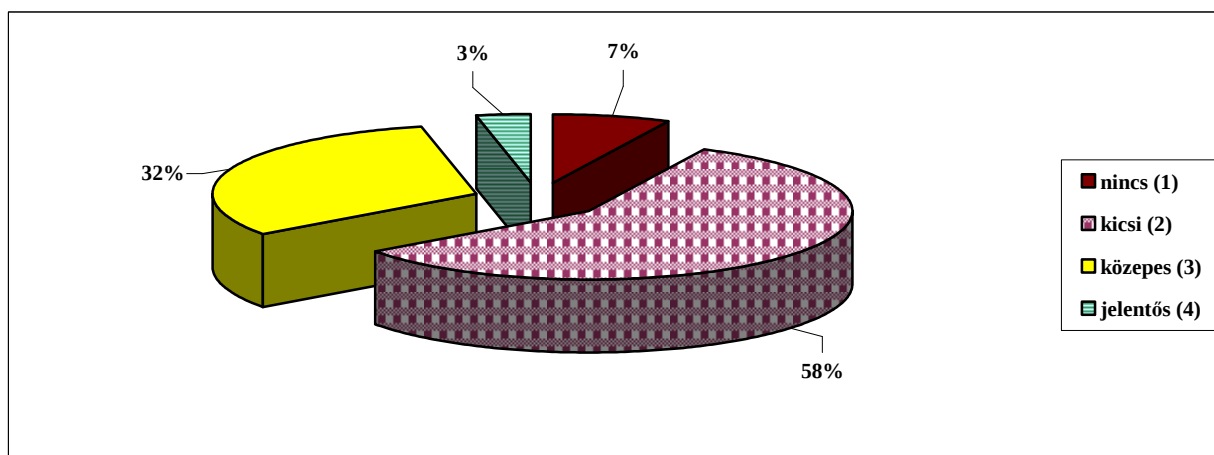
A vizsgálat során elsőként arra kerestem a választ, hogy az egyes vállalatok mennyire elkötelezettek a környezetvédelem iránt.

A 3. ábra a vállaltvezetők véleményét ismerteti arra a kérdésre vonatkozóan, hogy „miként értékeli a környezetvédelem vállalati sikerre való kedvező hatását”.

Sokatmondó, hogy a válaszadók 7%-a szerint a környezetvédelem semmilyen hatással nincs, 58%-a szerint kis mértékben hatással lehet a vállalati sikerre. 35%-uk ezt a hatást közepesnek vagy jelentősnek ítélte, de rendkívüli jelentőséget senki sem tanúsított a környezetvédelemnek. A válaszadók közel kétharmada a környezetvédelem kedvező hatását kicsinek értékelte, mely tény jelentősen tükröződik a további eredményekben.

Úgy gondolom ez a tendencia nem csak regionális szinten és adott ágazati viszonylatban figyelhető meg. Ezt bizonyítják országos szinten végzett hasonló kutatások eredményei (Málovics - Rácz, 2005; Nemcsicsné, 2005), melyek szerint a különböző ágazati szektorba tartozó vállalatok képviselőinek közel 40-50%-a úgy ítélte meg, ma még a környezetvédelem kevésbé befolyásolja a vállalati sikert.

3. ábra: A környezetvédelem vállalati sikerre való hatása



Forrás: saját szerkesztés

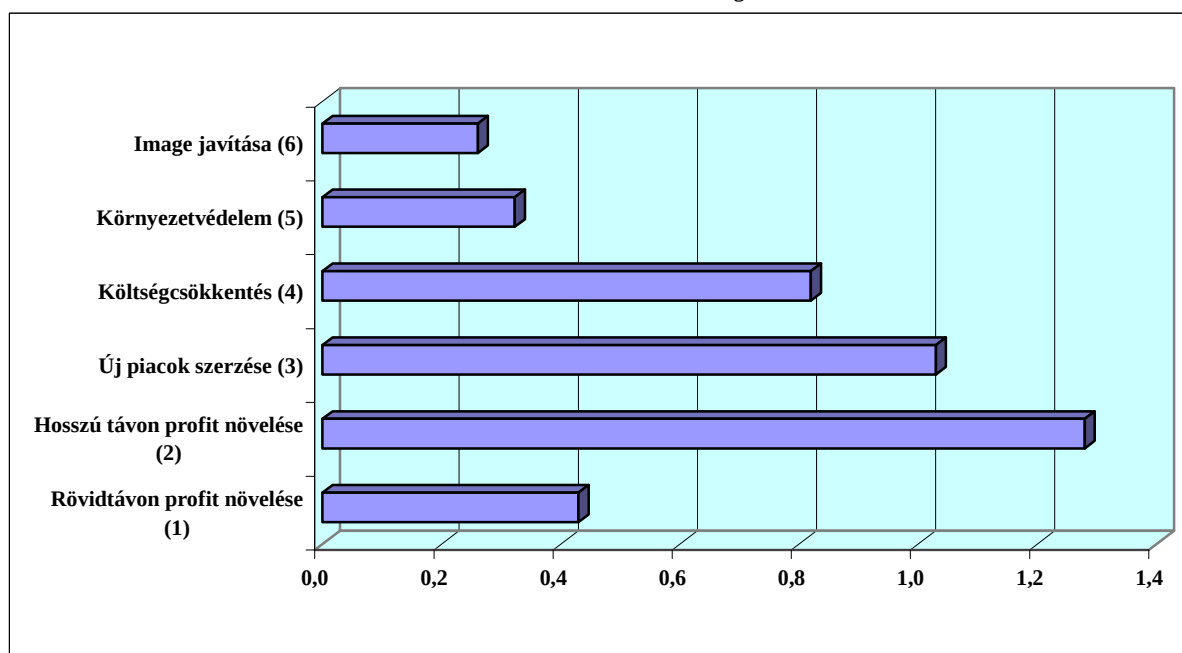
Source: Own collaboration

Figure 3: The effects of environmental protection on the success of companies, (1) none, (2) small, (3) medium, (4) large

Ezután a vezetőknek 5 fokozatú skálán (1-5) kellett értékelniük, hogy „az egyes célok elérésére mekkora súlyt helyeznek a vállalatnál”. (4. ábra)

Az ábrán jól látható, hogy a vezetők többsége a hosszú távú profitnövelést tartotta a legfontosabbnak. Ezt követi az új piacok szerzése, a költségcsökkentés majd a rövid távú profit növelése. A környezetvédelem és az image javítása esetében elmondható, hogy a vállalatok kevésbé érzékenyek ezekre a célokra.

4. ábra: Vállalati célok fontossága



Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

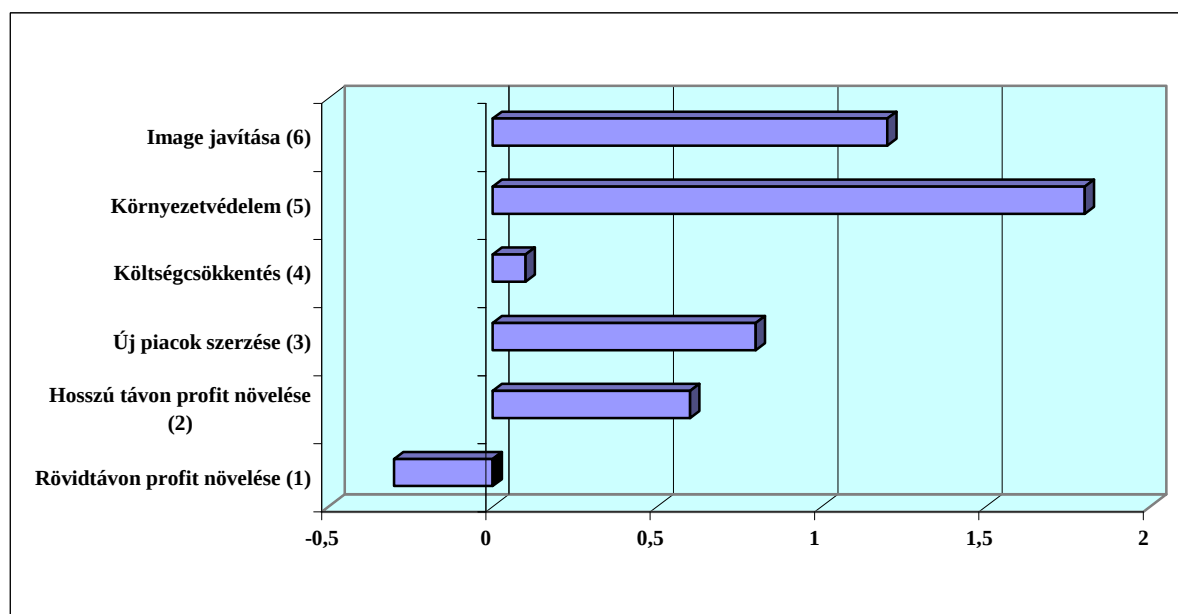
Figure 4: The importance of company objects: (1) short-term profit, (2) long-term profit, (3) gaining new markets, (4) reducing costs, (5) environmental protection, (6) improving image

A kapott eredmények megegyeznek Szolnokiné által 2003-ban a régió élelmiszer-gazdasági vállalatok körében végzett felmérésének eredményeivel. Ekkor, a környezetvédelem a vállalati célok sorában az utolsók között foglalt helyet és láthatjuk, hogy napjainkban sem változott a vállalatok környezetvédelemhez fűződő hozzáállása.

Az előző kérdéssel összefüggésben a válaszadóknak 7 fokozatú skálán (-3,+3) kellett értékelniük, „ha a vállalatánál, a jelenleginél nagyobb figyelmet fordítanak a környezetvédelemre (emisszió csökkentés, környezetbarát termék-fejlesztés stb.), hogyan hatna ez az egyes vállalati célokra”. (5. ábra)

Az értékelés során kiderült, hogy a feltételezett intézkedés elsősorban a környezetvédelmi helyzetet és az imaget javítaná, amelyeket a vállalatvezetők az előzőekben nem soroltak a legfontosabb célok közé. Közepes mértékben segítené új piacok szerzését és a hosszú távú profit növelését, viszont a költségcsökkentésre kvázi nem lenne hatással, a rövid távú profit növelését pedig negatívan befolyásolná.

5. ábra: A vállalati célok alakulása növekvő környezetvédelmi intézkedés esetén



Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

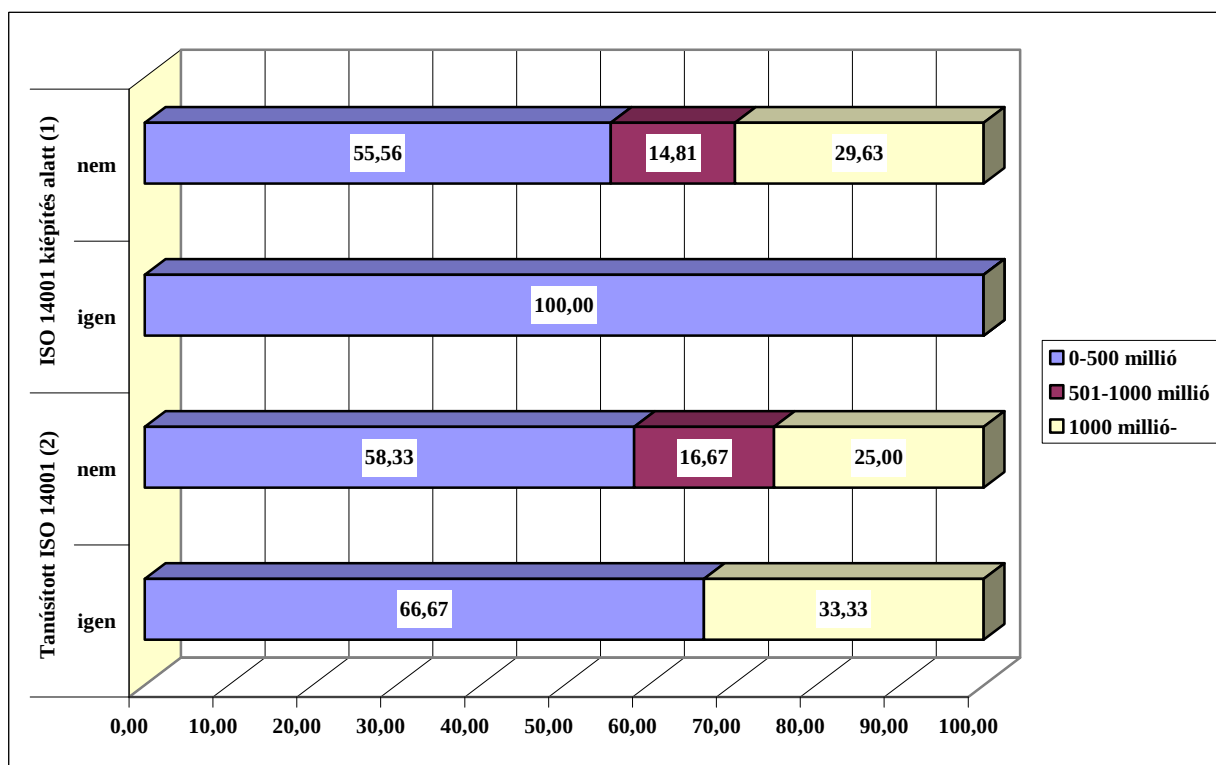
Figure 5: Changes in company objects in case of developing environmental protection, (1) short-term profit, (2) long-term profit, (3) gaining new markets, (4) reducing costs, (5) environmental protection, (6)improving image

A következőkben azt vizsgáltam, hogy a vállalatok „rendelkeznek-e formalizált környezetközpontú irányítási rendszerrel (ISO 14001, EMAS) vagy a közeljövőben sor kerül-e annak kiépítésére”. (6. ábra)

A Régióban mindösszesen 8 vállalat rendelkezik a tanúsítvánnyal és 2 jelezte, hogy az ISO 14001-es rendszer kiépítés alatt van. Az ISO 14001-es szabvánnyal rendelkező vállalatok közül 5 (67%) a kicsi, 3 (33%) a nagy árbevétel kategóriába tartozik, és egyetlen közepes árbevételű cég sem rendelkezik ISO 14001-es tanúsítvánnyal. Elgondolkodtató, hogy a 9 nagy árbevétel kategóriába tartozó vállalatok közül 3 rendelkezik ISO-val, a többi nem tervezi annak kiépítését. A közepes árbevételű vállalatok egyike sem rendelkezik tanúsítvánnyal és nem is tervezi annak kiépítését. Azok a vállalatok, amelyek tervezik az ISO kiépítését kizárólag a kis árbevételű kategóriába tartoznak. A vizsgált vállalatok közül egyetlen egy sem rendelkezik EMAS tanúsítvánnyal és nem is tervezi annak kiépítését.

Nem csak regionális, hanem országos viszonylatban is alacsony az élelmiszer-gazdaságba tartozó, KIR-rel rendelkező vállalatok száma. 2006-ban mintegy 1000 vállalat rendelkezett KIR-rel, melyből az agrárágazatba tartozó vállalkozások részaránya, közel 5%, az élelmiszer, ital és dohánytermékek gyártásával foglalkozó vállalatok mintegy 3%-os arányt képviselnek. Ezek az arányok igen alacsonynak mondhatók más ágazatokhoz viszonyítva. (A szolgáltató vagy az építőiparba tartozó vállalatok 12-13%-a rendelkezik tanúsítvánnyal.)

6. ábra: ISO 14001 alkalmazása a vizsgált vállalatok körében árbevétel kategóriák szerint



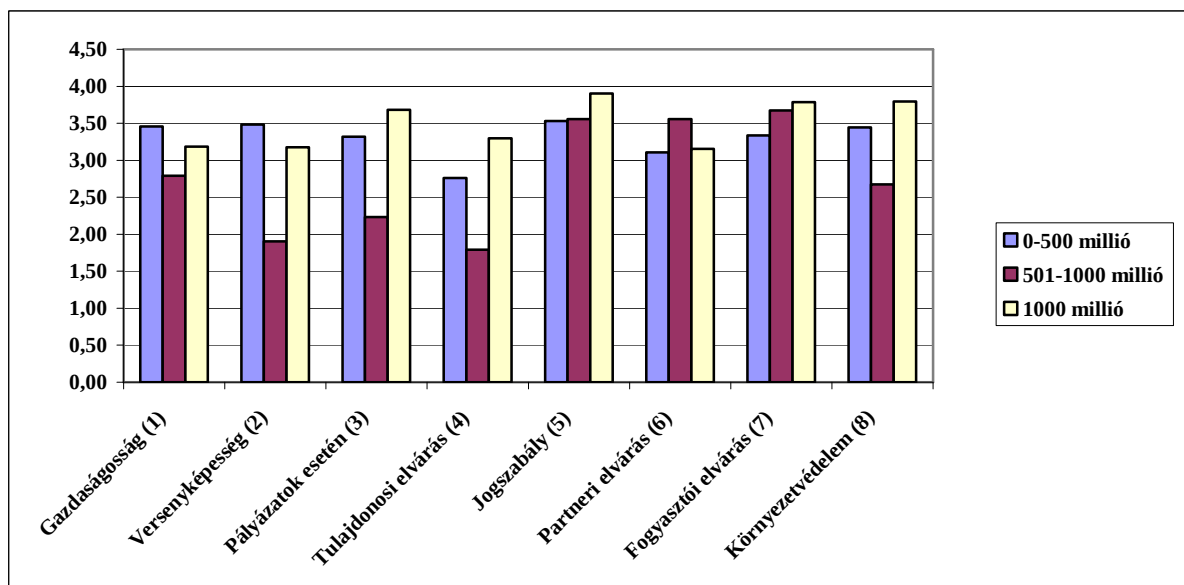
Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

Figure 6: Applying ISO 14001 in the companies, (1) proceed ISO 14001, (2) certificated ISO 14001;

Ezt követően árbevétel kategóriánként vizsgáltam, hogy „az egyes tényezők milyen mértékben befolyásolják vállalatát környezetbarát vállalatvezetés bevezetésére”. (7. ábra, 1. táblázat)

7. ábra: Környezetbarát vállalatvezetést befolyásoló tényezők összefüggése az árbevétellel



Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

Figure 7: The connection between factors affecting environmental-friendly management and income, (1) Profitability, (2) Competitiveness, (3) Tenders, (4) Owner's expectations, (5) Correspondence with provisions, (6) Partner's expectations, (7) Customer's expectations, (8) Commitment to environmental protection, (9) Image

Az ábrán jól látható, hogy a közepes árbevételű cégeket kisebb mértékben ösztönzi a gazdaságosság, a versenyképesség, a pályázatok követelménye és a tulajdonosi elvárás a környezetbarát vállalatvezetés bevezetésére, mint a kicsi és nagy árbevételű cégeket. Utóbbi kettőnél szinte valamennyi tényező azonos nagyságrenddel szerepel. A jogszabályoknak való megfelelés, a partneri és fogyasztói elvárás súlya hasonlóan mondható mindhárom csoport esetében.

Kruskal – Wallis nem-paraméteres rangösszeg próbát (K-W) (Székely – Barna, 2002) alkalmazva az első négy tényező átlagpontjai között eltérés adódott – a kapott értékek $p=0,05$ szignifikancia szint alatt vannak – ami abból adódott, hogy ezeknek a tényezőknek a jelentőségét a három árbevétel kategóriába tartozó vállalatok eltérően ítélték meg. Ezt követően a csoportok páronkénti összehasonlítását Mann – Witney (M-W) módszerrel elvégezve azt tapasztaltam, hogy a kicsi és nagy árbevételű cégek esetében nem volt szignifikáns különbség egyetlen tényező megítélésében sem. A további páronkénti különbségeket az 1. táblázatban x-szel jelöltem.

A tényezők megítélésében adódó különbségekre az eredmények alapján pontos magyarázat nem adható. Valószínűsíthető, hogy a kis árbevételű cégek azért tartják fontosabbnak az említett tényezőket – gazdaságosság, a versenyképesség, a pályázatok követelménye és a tulajdonosi elvárás – mert ettől remélik új piacok szerzését vagy az image javítását. A nagy árbevételű cégek esetleg nemzetközi kapcsolataik és külföldi partnereik szokásrendszere mintájára gondolkodnak így.

1. táblázat: Környezetbarát vállalatvezetést befolyásoló tényezők összefüggése az árbevétellel

Tényező	K-W	M-W /kicsi-közepes/	M-W /nagy-közepes/	M-W /kicsi-nagy/
Gazdaságosság (1)	0,04	x	-	-
Versenyképesség (2)	0,01	x	-	-
Pályázatok (3)	0,01	x	x	-
Tulajdonosi elvárás (4)	0,04	x	x	-
Jogszabályoknak való megfelelés (5)	0,69	-	-	-
Partneri elvárás (6)	0,76	-	-	-
Fogyasztói elvárás (7)	0,97	-	-	-
Környezetvédelem iránti elkötelezettség (8)	0,06	-	-	-
Image (9)	0,15	-	-	-

Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

Table 1: The connection between factors affecting environmental-friendly management and income, (1) Profitability, (2) Competitiveness, (3) Tenders, (4) Owner's expectations, (5) Correspondence with provisions, (6) Partner's expectations, (7) Customer's expectations, (8) Commitment to environmental protection, (9) Image

Eredményeim összecsengenek Szolnokiné (2005) regionális eredményeivel, mely szerint az élelmiszeriparban főképpen a törvényi szabályozás hat a vállalatokra. Ezen kívül a külföldi vevők elvárásai és a versenytársak tevékenysége ösztönző. A belső piac, a média hatása eltörpül.

A kapott eredményeim részben tükröződnek a „Versenyben a világgal” (Harkai et al., 2003) országos kutatási program eredményeivel, miszerint a vállalatokat elsőként a szigorodó jogszabályi előírás és a partneri és fogyasztói elvárás ösztönzi KIR bevezetésére. Nemcsicsné (2005) PhD disszertációjában, országos felmérésre alapozva szintén a szigorodó állami beavatkozást, illetve a javuló vállalati imázst említi, mint ösztönző tényezőt. Málovics – Rácz (2005) országos felmérésében szereplő vállalatok elsősorban az imázst, a partneri elvárását és a pályázatokat említették, mely tényezőket a Régió vállalatai is kiemelték.

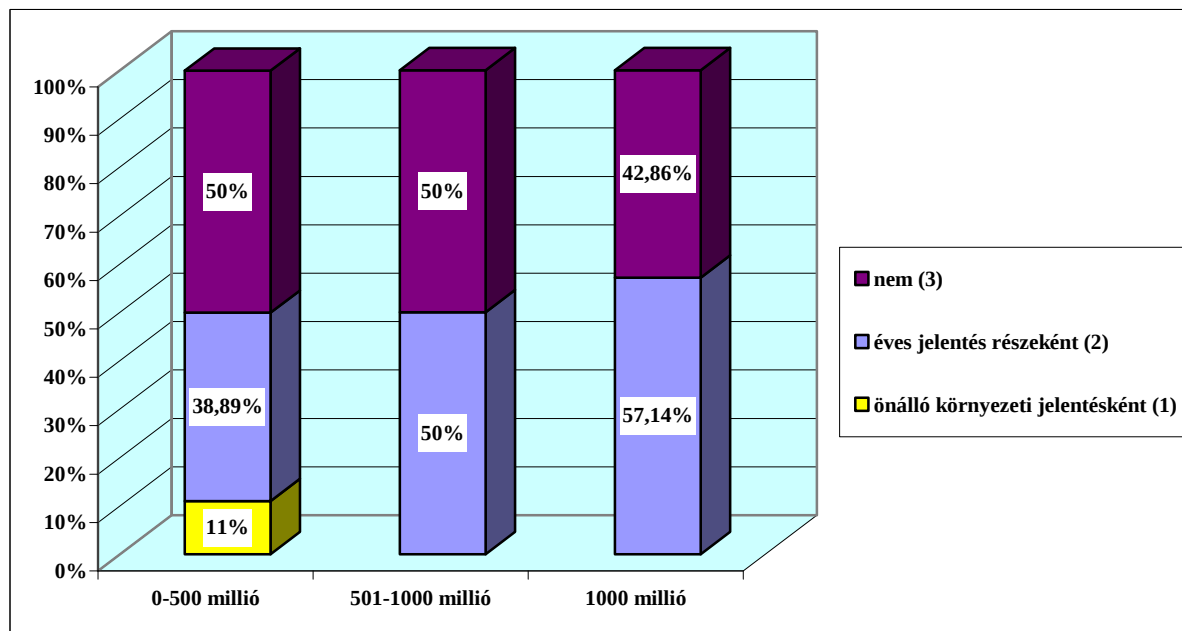
Spearman-féle rangkorreláció (Malhotra, 2001; Spiegel, 1995) segítségével a környezetvédelem iránti elkötelezettség és egyéb tényezők közötti összefüggést vizsgáltam. A rangkorrelációs együttható alapján megállapítható, hogy a környezetvédelem iránti elkötelezettség a tulajdonosi elvárással gyenge-közepes erősségű korrelációban van, mivel $r = 0,495$. Az image-vel gyengén korrelált, $r = 0,415$. Egyéb tényezők között nem volt kapcsolat.

Számos szakirodalomban (Kolk et al., 2001; KPMG, 2005; Daub, 2007) olvashatunk arról, hogy az elmúlt évtizedben nemzetközi viszonylatban nőtt azoknak a vállalatoknak a száma, amelyek foglalkoznak tevékenységük környezeti hatásával és ezt hitelt érdemlő módon nyilvánosságra is hozzák, különböző jelentések

formájában. (éves jelentés, környezetvédelmi nyilatkozat, környezeti jelentés, fenntarthatósági jelentés) Hazánkban a KÖVET által 2007-ben közzétett adatok alapján elmondható, hogy a 2000-2005 közötti időszakban csökkent a nyilvánosságra hozott környezeti jelentések száma a környezeti nyilatkozatok javára és ugrásszerűen nőtt a fenntarthatósági jelentések száma. (KÖVET, 2007a)

Ezek ismeretében érdekesnek tartottam megvizsgálni, hogy "foglalkozik-e a vállalat környezetre gyakorolt hatásának, és/vagy egyéb környezetre vonatkozó adatoknak a közzétételével". (8. ábra)

8. ábra: A vállalati tevékenység környezeti hatásainak közzététele



Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

Figure 8: The publishing of environmental effects of company activities, (1) environmental report, (2) as a part of annual report, (3) no

A kis árbevételű cégek 50%-a semmilyen módon, 39%-uk az éves jelentés részeként, 11%-uk önálló környezeti jelentés formájában hozza nyilvánosságra környezeti adatait. A közepes árbevételű cégek 50%-a nem foglalkozik a környezeti adatok publikálásával, míg a csoport másik fele az éves jelentés részeként informálja a közvéleményt. A nagy árbevételű cégeknél ez az arány 43% és 57%.

A környezeti teljesítmény mérőszámok alkalmazásának összefüggését is vizsgáltam a környezetvédelmi aktivitással. Aktívnak nevezem azokat a cégeket, amelyek környezetvédelmi szempontból a saját helyzetüket jónak ítélték meg vagy úgy gondolják, hogy ők a környezeti szempontokat messzemenően figyelembe veszik és elkötelezték a további fejlesztésekre. A másik csoportba azok a vállalatok tartoznak, amelyek a szabvánnyal járó előíráson túl nem aktívak.

A kapott eredmény némi ellentmondást tükröz, hiszen a vállalatok 60%-a nem használ környezeti teljesítmény mérőszámokat, mégis aktívnak ítélte viselkedését környezetvédelmi szempontból. Azok pedig amelyek azt állítják, hogy a szabvánnyal járó előíráson túl nem aktívak, nem elkötelezték nagyobb arányban használnak környezeti teljesítmény mérőszámokat, mint az aktívak. Ez az eredmény arra utalhat, hogy a cégek nem jól ítélik meg saját elkötelezettségüket.

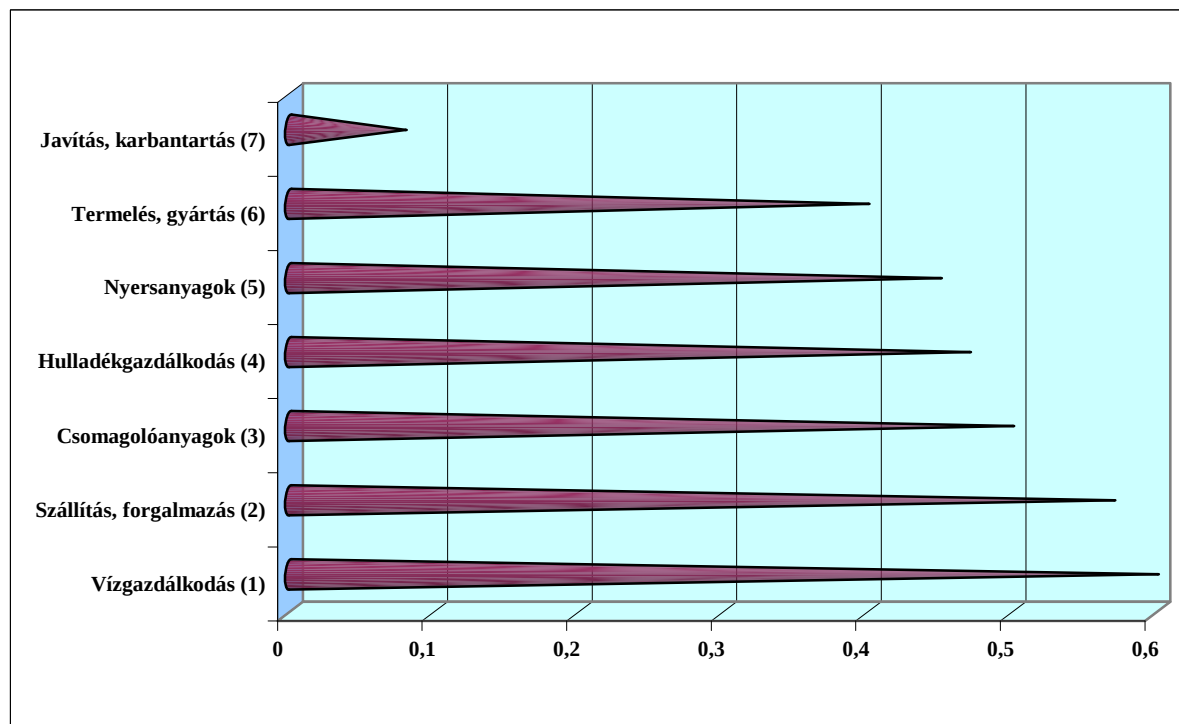
A környezeti probléma nagyságának és a környezetvédelem szerepének tulajdonított fontosság kapcsolatát is vizsgáltam. A vállalatok többségénél – megítélésük szerint – a javítás-karbantartás esetében keletkezik a legnagyobb környezeti probléma, míg a legkisebb a szállítás, forgalmazás területén, mely eredmény érdekes lehet, hogy vajon mi alapján ítélek úgy a cégek, hogy szállítás során nem szennyezik a környezetet. A többi területen közel azonos nagyságrenddel szerepel a környezet terheltsége. A környezetvédelemnek a csomagolóanyag felhasználása és a hulladékgazdálkodás során tulajdonítottak a legnagyobb jelentőséget, de valamennyi területen nagyobb értéket adtak a környezetvédelem jelentőségének, mint környezeti probléma nagyságának. Az említett területeken valamint a nyersanyagok és energiahordozók felhasználása esetében ez az arány közel kétszeres.

Spearman-féle rangkorreláció segítségével korrelációs együtthatót számoltam adott területekre vonatkozóan a környezeti probléma nagysága és a környezetvédelem szerepe között. (9. ábra) A javítás-karbantartási

folyamatoknál még gyenge korrelációs kapcsolat sem volt ($r < 0,3$), a többi tényező esetében közepes ($r = 0,5-0,7$) vagy közepes-erős kapcsolat állapítható meg. ($r > 0,7$)

Hasonló kérdéskört vizsgálva, Harkai et al., (2003) tanulmányában kapott eredmények összecsengenek eredményeimmel, miszerint a hazai iparvállalatok technológiai és egyéb anyagi folyamataikba, valamint munkavédelmi előírásaikba integrálják leginkább a környezeti szempontokat, intézkedéseket, míg a pénzügyi politikában, külső kommunikációban ezek alig lelhetők föl.

9. ábra: Környezeti probléma és a környezetvédelem szerepe közötti korrelációs kapcsolat



Forrás: saját szerkesztés

Source: Own collaboration

Figure 9: The connection between environmental problems and the role of environmental protection in certain areas, (1) water management, (2) spedition-distribution, (3) wrapping paper utilization, (4) waste management, (5) raw materials utilization of energy carriers, (6) production, manufacturing processes (7) repair, maintenance

KÖVETKEZTETÉSEK

Az Észak-alföldi régió élelmiszer-gazdasági vertikumba tartozó, élelmiszeripari és mezőgazdasági tevékenységet folytató vállalatainak kérdőíves vizsgálata során helyenként ellentmondásos eredmények születtek a cégek környezettudatos magatartásával kapcsolatban. Egyértelműen nem igazolható alaphipotézisem, hogy a magasabb árbevétellel rendelkező vállalkozások potenciális lehetősége nagyobb a környezetvédelem terén és talán a környezeti tudata is fejlettebb, mint azoknak, akik napi túlélési problémákkal küzdenek.

A vállalatok ma még kevés jelentőséget tulajdonítanak a környezetvédelem vállalati sikerre való kedvező hatásának, és a cég céljai között első helyen a hosszú távú profit növelése, új piacok szerzése és a költségcsökkentés szerepel. Úgy gondolják, ha a környezetvédelemre a jelenleginél nagyobb figyelmet fordítanak az kizárólag a környezetvédelmi tevékenységüket és az imaget javítaná, a vállalat többi célját háttérbe szorítva, a rövid távú profitszerzési célt pedig negatívan befolyásolná.

A vállalatvezetőket különböző oldalról érik hatások, egyesek gátolják, mások ösztönzik a környezetvédelmi tevékenység fokozását. Árbevétel kategóriánkénti bontásban megállapítható, hogy a vállalatok első sorban a jogszabályi előírásnak, partnerek és a fogyasztók elvárásának próbálnak megfelelni. A környezetvédelem iránti elkötelezettség egyedül a tulajdonosi elvárással áll gyenge-közepes korrelációs kapcsolatban.

Azonban a cégek környezetvédelemhez való pozitív hozzáállását bizonyítja, hogy az egyes területeken keletkezett környezeti terhelés nagyságát valamennyi esetben meghaladja a környezetvédelem vállalati funkcióban betöltött szerepe.

Ahhoz, hogy a Régió vállalatainak környezettudatos magatartására vonatkozóan szélesebb körű következtetések vonhassunk le, a kérdőív adatainak további elemzésére van szükség.

IRODALOM

- Chikán A. (2002): Vállalatgazdaságtan, Aula Kiadó, Budapest
- Daub, C. H. (2007): Assessing the quality of sustainability reporting: an alternative methodological approach. In: Journal of Cleaner Production 15, 75-85.
- Dyllick, T.-Belz, F. (1996): Ökologie, als Wettbewerbs-Faktor Der Monat in Wirtschaft und Finanz 3. 16-19.
- Frederick, W. C. (1986): Toward CSR: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs?; California Management Review, Vol. 28, No. 2., 126-141.
- Harkai A. – Matolay R. – Pataki Gy. – Szántó R. – Zilahy Gy. (2003): Vállalati környezeti menedzsment Magyarországon: az empirikus kutatások eredményei és tapasztalatai 24. szám, Budapest, 11-28. o.
- Kolk, A. – Walhin, S. – van de Weteringen S. (2001): Environmental reporting by the Fortune Global 250: exploring the influence of nationality and sector. In: Business Strategy and the Environment 10, 15-28.
- KÖVET-INEM Hungária (2007a): Az ISO14001 és az EMAS. <http://www.kovet.hu/view/main/174.html>
- KÖVET-INEM Hungária (2007b): Környezettudatos vállalatirányítási rendszer Magyarországon. <http://www.kovet.hu/view/main/174.html>
- Malhotra N.K. (2001): Marketing-kutatás, Műszaki Könyvkiadó, 360-395, 602-640 ISBN 963 16 3084 6
- Málovics Gy. – Rácz G. (2005): A vállalati környezetvédelem hatása a versenyképességre. Marketing és Menedzsment, 2005/4-5, Budapest, 19-26. o.
- O'Toole, J. (1991): "Do good, do well: The Business Enterprise Trust Awards," *California Management Review*, 33(3), 9–24 p. In: Pataki Gy. – Radácsi L. (2000): Alternatív kapitalisták – Gazdálkodás az érintettek jóllétéért, Új Paradigma Kiadó, Szentendre, 45-71. ISBN 963 86020 1 5
- Nemcsicsné Zs. Á. (2005): Következtetések és rések a szervezet környezettudatos magatartásában, PhD disszertáció, Budapesti Corvinus Egyetem, 57-97. o.
- Pataki Gy. (2000): Az ökológiailag fenntartható vállalat, PhD disszertáció tervezet, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Gazdálkodástudományi Kar Doktori Iskolája, Budapest, 84-88.
- Spiegel, M. R. (1995): Statisztika elmélet és gyakorlat SI mértékegységekkel, Schaum Könyvek, Panem-McGraw-Hill Kiadó, Budapest, 383-403. ISBN 963 545 029
- Székely M.-Barna I. (2002): Túlélőkészlet az SPSS-hez, Typotex Kiadó, Budapest, 453.
- Szolnoki Gy.né (1999): A zöld marketing és gazdasági környezete, Mezőgazda Kiadó, Osiris Kiadó, Budapest, 150-153.
- Szolnoki Gy.né (2005): Az ökomarketing gyakorlati megvalósulása az élelmiszergazdaságban (2. rész), In: Gazdálkodás XLIX évf. 6. sz. 8-21.