

Umhverfisstjórnun, umhverfismerki og íslensk fyrirtæki Ragnhildur Helga Jónsdóttir*

ÁGRIP

Í greininni er fjallað um rannsókn sem gerð var á ástæðum þess að íslensk fyrirtæki hafa tekið upp ISO 14001 staðalinn eða norræna umhverfismerkið Svaninn og þeim ávinningi sem þau hafa náð. Í nær öllum tilfellum kom hvatinn að upptöku umhverfisstjórnunar eða umhverfismerkis frá forstjóra eða framkvæmdastjóra fyrirtækjanna en ekkert þeirra hafði orðið fyrir ytri þrýstingi. Öll fyrirtækin töldu sig hafa fengið ávinning sem fólst í bættum rekstri en ekkert þeirra fyrirtækja sem eru með ISO 14001 telja sig hafa fengið umbun á markaði. Fyrirtæki sem nota Svansmerkið hafa fengið umbun á markaði, sem felst í meiri viðskiptum fremur en hærri verði. Fyrirtæki sem ekki voru með ISO 14001 eða Svaninn sáu ekki hvaða ávinning hin fyrirtækin hefðu fengið, nema inn á við í bættum rekstri.

Lykilorð: Umhverfisstjórnun, umhverfisstjórnunarstaðlar, umhverfismerki, ISO 14001, norræna umhverfismerkið Svanurinn, íslensk fyrirtæki

ABSTRACT *Environmental management, ecolabels and Icelandic companies*

In this article it is examined why Icelandic companies have implemented ISO 14001 or the Nordic Swan and what benefits they have gained from it. In most of the firms, the motivations came from the CEO or the managing director but none of them had felt pressure from external stakeholders. All the companies had gained operational benefits. None of the companies with ISO 14001 certification had been rewarded by the market but all those licensed to use the Nordic Swan had attracted more business, although the use of the label had not enabled them to raise prices. The companies which did neither have ISO 14001 certification nor the Nordic Swan did not see what benefits accrued to the other organizations, except operational benefits.

Keywords: Environmental management, environmental management standards, ecolabel, ISO 14001, the Nordic Swan, Icelandic companies.

INNGANGUR

Á undanförunum árum hefur umræða um umhverfismál aukist mikið, bæði hér á landi og ekki síður erlendis. Meðal annars hefur athyglin beinst að starfsemi fyrirtækja, hvaða áhrif hún hefur á umhverfið og hvernig fyrirtæki geta dregið úr neikvæðum áhrifum. Komandi hefur verið á fót ýmsum umhverfisstjórnunarkerfum, sem ýmist eru ætluð fyrirtækjum á ákveðnum svæðum eða fyrirtækjum um allan heim. Það kerfi sem gildir alls staðar og er ætlað öllum gerðum fyrirtækja er það sem sett var á fót árið 1996 samkvæmt staðli frá Alþjóðlegu staðla-samtökunum ISO (International Organiza-

tion for Standardization) og kallast ISO 14001. Á Íslandi hafa einungis þrjú fyrirtæki fengið vottun samkvæmt ISO 14001 staðlinum og fjögur fyrirtæki hafa fengið leyfi til að merkja vörur sínar, ýmist allar eða hluta þeirra, með norræna umhverfismerkinu Svaninum. Athyglisvert er hversu fá fyrirtæki hafa valið að fara þessa leið í umhverfisstarfi sínu, þótt þess beri að geta að nokkur fyrirtæki eru að vinna að þessum málum og stefna að vottun innan skamms.

Undanfarinn áratug og rúmlega það hafa fyrirtæki erlendis orðið fyrir sífellt meiri

* Umís ehf./Environice, Bjarnarbraut 8, 310 Borgarnes, ragnhildur@environice.is

þrýstingi í umhverfismálum, frá hagsmunaaðilum, náttúruverndarsamtökum, neytendum og fleirum. Misjafnt er hvernig fyrirtækin bregðast við slíkum þrýstingi. Annars vegar má greina hegðun þar sem brugðist er við eftir á, sem einungis miðar að því að framfylgja kröfum hagsmunaaðila. Hins vegar er það fyrirbyggjandi stefna, þar sem yfirmenn reyna að stjórna umhverfismálum fyrirtækisins og líta á það sem forgangsmátriði til að ná samkeppnisyfirburðum (Bianchi og Noci 1998).

Umhverfisstjórnun eða leyfi til að nota umhverfismerki má líta á sem fyrirbyggjandi aðgerðir af hálfu fyrirtækja. Hins vegar er það vissst áhyggjuefni að lítil og meðalstór fyrirtæki hafi hvorki getu né orku til að koma á fyrirbyggjandi aðgerðum og þau eru því sífellt að elta kröfur sem aðrir leggja á þau.

Þessi grein er byggð á meistararitgerð í umhverfisfræðum, sem unnin var haustið 2002 innan jarð- og landfræðiskorar, undir leiðsögn Karls Benediktssonar og Höllu Jónsdóttur. Í greininni er einungis tekinn fyrir sá hluti verkefnisins sem snýr að íslenskum fyrirtækjum.

MARKMIÐ OG AÐFERÐIR

Yfirmarkmið þessarar rannsóknar er að athuga þýðingu umhverfisstjórnunar og umhverfismerkja fyrir íslensk fyrirtæki og komast að því hvernig hægt er að auðvelda þeim að taka upp þessar aðferðir. Undirmarkmið er að greina hvaða ástæður liggja að baki hjá íslenskum fyrirtækjum sem hafa tekið upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki, hvaða ávinnings fyrirtækin hafa vænst af því að taka upp þessar aðferðir og jafnframt að sjá hvort sá ávinningur hafi náðst. Einnig verður greint hvers vegna önnur hliðstæð fyrirtæki hafa ekki valið að fara af stað með umhverfisstjórnun eða umhverfismerki.

Til þess að fá upplýsingar um þessi atriði voru viðtöl tekin við aðila í öllum þeim fyrirtækjum á Íslandi sem hafa fengið vottun samkvæmt ISO 14001 eða fengið leyfi til að nota Svaninn. Ekki er tilgreint hvaða fyrirtæki er um að ræða né hverjir viðmælendur eru. Hvaða fyrirtæki nákvæmlega er um að ræða skiptir ekki máli hér, heldur er ætlunin að sýna að almennt liggja mismunandi aðstæður og ástæður að baki hjá fyrirtækjunum. Ætlunin er að draga upp mynd af því hvaða lærdóm megi draga af reynslu þeirra en ekki að sjá hvaða skoðun einhver tiltekinn aðili hefur.

Notuð voru hálfopin viðtöl þar sem spurt var um aðdraganda, aðferðir og ávinning af því að koma þessu á. Einnig voru hálfopin viðtöl tekin við aðila í fyrirtækjum sem valin voru sem fulltrúar þeirra fyrirtækja sem ekki hafa tekið upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki. Reynt var að velja fyrirtæki sem eru í hliðstæðum rekstri og þau sem eru með ISO 14001 eða Svaninn og helst að þau væru af svipaðri stærð, þótt ekki væri það alveg einhlítt. Í þessum fyrirtækjum var aflað upplýsinga um hvaða ástæður lægju að baki því að ekki hefði verið farið af stað með umhverfisstjórnun eða umhverfismerki.

Með hálfopnum viðtölum er átt við að fyrirfram voru útbúnar nokkrar spurningar sem spurt var um í öllum fyrirtækjum í hvorum hóp. Auk þeirra var spurt frekar eftir því sem við átti. Það að nota hálfopin viðtöl auðveldar samanburð svara milli fyrirtækja og auðveldar greiningu þeirra.

Tekið skal fram að hér er einungis um fá fyrirtæki að ræða í öllum þessum hópum. Því er ekki hægt að draga neinar algildar ályktanir út frá þeim svörum sem koma fram en hins vegar er væntanlega hægt að sjá hvaða meginástæður liggja að baki í hverjum hóp.

UMHVERFISSTJÓRNUN, STAÐLAR OG MERKI

Nauðsynlegt er að skilja hvað er átt við þegar talað er um umhverfisstjórnun fyrirtækja. „Meginmarkmið umhverfisstjórnunar er að hafa stjórn á umhverfisþáttum í starfsemi fyrirtækja og sýna fram á stöðugar umbætur á sviði umhverfismála“ (Orðanefnd um umhverfismál 2002, umhverfisstjórnun). Með umhverfisþætti er átt við þann hluta af starfsemi fyrirtækis, framleiðsluvöru eða þjónustu sem hefur áhrif á umhverfið (Staðlaráð Íslands 1996). Umhverfisstjórnun felur í sér skipulagða aðferð til að bæta frammistöðu fyrirtækja í umhverfismálum og er markmiðið að samþætta ábyrgð og starfsemi inn í heildarstjórnkerfið, til að auka skilvirkni og minnka umhverfisáhrif (Hamner 2001).

Sú hugmynd er ekki ný að lágmarka skuli úrgang og mengun frá fyrirtækjum og hefur ýmsum aðferðum verið beitt. Til að byrja með voru skorsteinar hækkaðir og frárennslisútrásir lengdar til að bægja áhrifum mengunar frá byggð. Síðar var farið að hreinsa útblástur og frárennslí. Þessar framkvæmdir beindust að því að leysa vandann við enda keðjunnar (e. end of pipe), en á níunda áratug síðustu aldar fóru augun að beinast að endurvinnslu og endurnotkun (Helga Jóhanna Bjarnadóttir o.fl. 1997). Á tíunda áratugnum fóru fyrirtækin í auknum mæli að leita til hugmyndafræði hreinni framleiðslutækni (e. cleaner production) en með því er átt við að komið skuli í veg fyrir eða lágmarka mengun og myndun úrgangs strax á myndunarstað.

ISO 14001 STAÐALLINN

Á vegum Alþjóðlegu staðlasamtakanna ISO var árið 1996 gefinn út umhverfisstjórnunarstaðallinn ISO 14001. Í inngangi að honum segir að megingilgangurinn sé að stuðla að umhverfisvernd og mengunar-

vörnum í sátt við hagfélagslegar þarfir (Staðlaráð Íslands 1996). Enda var framtíðarsýnin að með viðurkenningu á ISO 14001 út um allan heim væri komin aðferð til að bæta frammistöðu fyrirtækja í umhverfismálum, minnka umhverfisáhrif vara, styðja við heimsviðskipti og stuðla að sjálfbærri þróun. Nefndin setur ekki mörk né viðmið um frammistöðu ákveðinnar starfsemi eða vöru, heldur eru störf nefndarinnar byggð á þeirri heimspeki að bætтар stjórnunaraðferðir séu besta leiðin til að bæta frammistöðu í umhverfismálum. Staðlarnir fjalla ekki um ákveðin gildi og mörk heldur segja þeir til um hvað fyrirtæki þarf að gera til að stjórna sjálfu sér, svo það nái settum markmiðum. Meginatriðið í ISO 14001 er að fyrirtæki setur sér sjálft markmið, sem byggja á þeim atriðum sem það vill hafa í kerfinu.

Fyrirtæki sem taka upp umhverfisstjórnun í samræmi við staðalinn geta valið hvort þau fái vottun á kerfið eða ekki. Vottun fer fram af óháðum vottunaraðila sem hefur leyfi til þess að gera úttekt á umhverfisstjórnunarkerfinu.

Það sem einkum hefur verið nefnt sem neikvætt við ISO 14001 er að ekki er sett fram hver frammistaða fyrirtækjanna skuli vera í umhverfismálum, heldur einungis að þau skuli bæta hana. Fyrirtækjum er í sjálfsvald sett hvernig það er gert og að því eru leiddar líkur að með því að bæta stjórnkerfi fyrirtækisins batni jafnframt frammistaða í umhverfismálum. Einnig getur verið erfitt fyrir almenning að vita hvaða kröfur fyrirtækið er að uppfylla og hver staða þess er samanborið við önnur fyrirtæki. Kostnaður og fyrirhöfn við að koma á vottun samkvæmt ISO 14001 getur fælt lítil og meðalstór fyrirtæki frá og þar með verulegan hluta fyrirtækja, vegna þess hve hátt hlutfall fyrirtækja er af þessari stærð.

UMHVERFISMERKI

Umhverfismerki eru eins konar stýritæki sem tryggja að vörur standist lágmarks umhverfisstaðla. Framleiðsla og neysla á þessum vörum hefur vissulega áhrif á umhverfið en mun minni heldur en á öðrum hliðstæðum vörum (IISD 1996). Staðlarnir setja mörkin það hátt að einungis ákveðið hlutfall vara í hverjum flokki nær að uppfylla skilyrðin. Síðan eru mörkin hækkuð á nokkurra ára fresti til að það séu ekki of margar vörur sem ná að uppfylla skilyrðin. Fyrirtæki þurfa að uppfylla ný viðmið innan tiltekins tíma til að halda leyfinu til að nota merkið.

NORRÆNA UMHVERFIS-MERKIÐ – SVANURINN

Norræna umhverfismerkið er jákvætt, frjálst merki á vörur og þjónustu, sem stofnað var af norrænu ráðherranefndinni. Fyrir hvern vöruflokk gilda ákveðnar viðmiðanir, sem eru endurskoðaðar á þriggja ára fresti með tilliti til þróunar innan umhverfismála og framleiðslutækni. Kröfur í viðmiðunum eru það strangar að við útgáfu þeirra ná aðeins að hámarki 30% af vörum í viðkomandi vöruflokki að uppfylla þær. Þessu til viðbótar þarf varan eða þjónustan að fara í prófanir sem sýna að hún sé fyllilega sambærileg að gæðum og aðrar vörur í sama flokki (Skjenstad 1999; SIS Eco-labelling án ártals). Markmiðið með merkinu er að stuðla að því að dregið verði úr umhverfisspillandi neyslu og minnka álag á umhverfið af völdum neytenda.

ÍSLENSK FYRIRTÆKI MEÐ ISO 14001 STAÐALINN OG SVANINN

Eins og áður er getið eru sjö fyrirtæki hér á landi komin með vottun á ISO 14001 eða leyfi til að nota Svaninn. Þótt ekki séu þau mörg er samt sem áður rétt að nota þá reynslu sem þau hafa fengið af því að koma þessum kerfum á og sjá hvaða

ávinningss þau hafa notið af þeim. Ástæða þess að höfundur fannst rétt að skoða ástæður og ávinning íslenskra fyrirtækja af ISO 14001 og Svaninum eru þær að aðstæður hér á landi geta verið aðrar en þekkist erlendis og það getur síðan haft áhrif á hvaða ávinning fyrirtæki hafa af því að taka þetta upp og hvernig skuli standa að verki. Sem dæmi getur þekking almennings á þessum kerfum og merkjum haft áhrif á hver hvati og umbun fyrirtækjanna er af að taka þetta upp. Í könnun sem gerð var á Norðurlöndunum árið 2000 á þekkingu almennings á Svaninum, kom í ljós að 45% aðspurðra Íslendinga sagðist ekki þekkja Svaninn. Sambærilegar tölur frá hinum löndunum voru 4–8% í Svíþjóð og Finnlandi, 12% í Noregi og 37% í Danmörku (Norræna ráðherranefndin 2001). Því er ljóst að Íslendingar skera sig nokkuð úr, hvað varðar litla þekkingu á þessu umhverfismerki. Líklegt er að þetta geti að einhverju leyti skýrt hvers vegna ekki fleiri fyrirtæki hafa fengið leyfi til að nota Svaninn, sem og hversu lítil umbun markaðarins er til sumra þeirra fyrirtækja sem þó hafa tekið hann upp.

Í þeirri rannsókn sem hér er fjallað um, voru tekin viðtöl við aðila í öllum þessum sjö fyrirtækjum og upplýsinga aflað um reynslu fyrirtækjanna og skóðanir þessara aðila á því að taka upp umhverfisstjórnunar-kerfi eða umhverfismerki.

FYRIRTÆKI MEÐ VOTTUN SAMKVÆMT ISO 14001

Í þessum flokki eru þrjú fyrirtæki; stóriðjuver, plastiðnaðarfyrirtæki og útgáfufyrirtæki.

Þegar svör aðila í þessum þremur fyrirtækjum eru borin saman, koma fram ýmis sameiginleg atriði. Hvatinn að upptöku ISO 14001 kom frá forstjóra eða framkvæmdastjóra í öllum tilfellum og er

hugmyndin þeirra en enginn þrýstingur kom frá utanaðkomandi aðilum. Ytri hagsmunaaðilar komu lítið sem ekkert að máli þegar verið var að koma kerfinu á og fyrirtækin hafa fengið lítil viðbrögð frá viðskiptavinum sínum, sem kemur meðal annars fram í því að umbun markaðarins er engin. Orð eins viðmælandans lýsa þessu:

Við myndum fagna því að fá jákvæða umfjöllun út á þetta en það kom ókekur á óvart hversu lítil jákvæða umfjöllun við fengum.

Tvö fyrirtækjanna lögðu ekki niður fyrir sér fyrirfram hvaða ávinnings þau væntu af því að taka upp ISO 14001 en þriðja fyrirtækið vænti þess að fá betri vitneskju um stöðu umhverfismála í fyrirtækinu. Þegar til kastanna kom reyndist ávinningur fyrirtækjanna vera betri yfirsýn yfir umhverfisþætti, umhverfisóhöpp og kvartanir, betri nýting aðfanga, aukin sörpflokkun, minni vatnsnotkun og fjárhagslegur sparnaður. Öll fyrirtækin nefndu að upp hefðu komið hindranir á leiðinni, en misjafnlega miklar. Meðal annars voru nefndir erfiðleikar við gagnaöflun, bæði hvað varðar lagaákvæði og upplýsingar frá birgjum.

Tvö fyrirtækjanna voru með vottun samkvæmt ISO 9001 gæðastjórnunarstaðlinum áður en umhverfisstjórnun var tekin upp og var það talið hafa auðveldað mjög vinnuna við að taka upp ISO 14001, ekki síst vegna þess að stjórnendur og starfsfólk vissi þá út í hvað var verið að fara. Aðili í þriðja fyrirtækinu var einnig á því að það hefði auðveldað upptöku ISO 14001 ef fyrirtækið hefði haft ISO 9001 áður en farið var af stað. Aðilar í fyrirtækjunum sem voru með gæðastjórnun efuðust um að peningalegur sparnaður hefði náðst fram af því að taka upp umhverfisstjórnun og er skýringin meðal annars að sparnaðurinn var kominn fram þegar gæðastjórnunarkerfið var tekið upp.

Hins vegar fékk fyrirtækið, sem ekki var með vottaða gæðastjórnun fyrir, mikinn peningalegan sparnað af umhverfisstjórnuninni. Þar var réttilega bent á að margt af því sem hafi áunnist geti alveg eins fallið undir gæðamál eins og umhverfismál og því sé erfitt að draga mörkin þar á milli.

Einungis eitt fyrirtækjanna hélt saman upplýsingum um hvað það hefði kostað að taka upp ISO 14001. Er þetta umhugsunarvert, því ef fyrirtækin vita ekki hver grunnkostnaðurinn er geta þau ekki reiknað út hvort fyrirhöfnin hafi borgað sig.

Allir viðmælandur voru sammála um að ef stjórnvöld beittu ívilnunum, myndu fleiri fyrirtæki taka upp umhverfisstjórnun. Umbuna þarf þeim fyrirtækjum sem hafa lagt fé og vinnu í að koma á umhverfisstjórnun. Hér koma ummæli tveggja aðila sem lýsa skoðun þeirra á þessu efni:

Ég held fólk sé ofþjóði þessi extra kostnaður sem ekki kannski gefur mikið í aðra hönd og það er eðlilegt. Þú vilt ekki endilega fara að kaupa eitthvað dýrum dómum sem gagnast þér ekki.

Ég held að stjórnvöld verði að gera sér grein fyrir því að það innra eftirlit sem er í fyrirtækjunum er að virka, er vottað af þriðja aðila og þess vegna þurfi eftirlitsaðgerðir stjórnvalda og þar með gjöld sem eru háð þessu eftirliti að taka mið af því. Það er ekki sanngjarnt að vera með jafn stíft eftirlit og rukka jafn mikið fyrirtæki sem bíúð er að taka upp svona kerfi. Stjórnvöld attu frekar að horfa á hvernig þetta kerfi virkar í stað þess að halda uppi óbreyttum vinnubrögðum.

FYRIRTÆKI MEÐ LEYFI TIL AÐ NOTA SVANINN

Fyrirtæki sem falla í þennan flokk eru efnaverksmiðja, prentsmiðja, lítið efnaíðnaðarfyrirtæki og hótél.

Hjá öllum þessum fjórum fyrirtækjum kemur fram að hvatinn að því að sótt var um Svaninn kom frá yfirmönnum fyrirtækjanna, þótt í einu fyrirtækinu hafi

hugmyndin upphaflega komið frá starfsmanni. Aðeins eitt fyrirtækjanna skynjaði þrýsting frá utanaðkomandi aðilum og var í því tilfelli um óbeinan þrýsting frá erlendum viðskiptavinum. Ytri hagsmunaaðilar koma lítið að máli þegar verið er að undirbúa upptöku Svansins og eru það þá eingöngu birgjar. Hins vegar hafa fyrirtækin ekki fengið nein viðbrögð frá lánadrottnum eða tryggingafélögum, þótt leyfi til að nota Svaninn hafi fengist.

Í öllum fyrirtækjunum voru markaðs- ástæður hvatinn að því að sótt var um Svaninn, það er að skapa sér sérstöðu á markaði. Fleiri atriði voru nefnd, svo sem að losna við heilsuspillandi efni úr fyrirtækinu og hugsjón framkvæmdastjórans.

Allir aðilarnir segja að fyrirtækin hafi fengið mikinn ávinning út á við, sem sjáist í aukinni sölu, betri ímynd, velvild og auðveldara væri að komast á erlenda markaði. En einnig var nefnt að innri ávinningur hefði komið í ljós, svo sem betri umgengni í fyrirtækinu og aukin vitund starfsmanna.

Viðmælendur létu ekki af því að miklar hindranir hefðu komið upp, meðal annars vegna þess að viðmiðanir Svansins séu það skýrar að auðvelt sé að fylgja þeim. Hins vegar segja tvö fyrirtækjanna að þau hafi ekki fengið næga umbun markaðarins hér á landi. Eitt fyrirtækjanna segir það ljóst að fengist hafi umbun fyrir erfiðið, sem sýni sig meðal annars í því að það fái nýja viðskiptavinum eingöngu vegna þess að fyrirtækið er með Svaninn.

Ekkert fyrirtækjanna var með vottaða gæðastjórnun þegar farið var af stað en telja að slíkt hefði auðveldað upptöku Svansins.

Þegar spurt er um kostnað, veit ekkert fyrirtækjanna það nákvæmlega hver kostnaðurinn var við að fá leyfið en þrátt fyrir það telur eitt fyrirtækjanna að það sé búið að ná sparnaði á móti kostnaði. Hin fyrirtækin efast um að sparnaður fái á móti

en hins vegar fái þau aukin viðskipti út á Svaninn og nái þannig inn á móti þeim kostnaði sem stofnað var til.

Allir aðilarnir eru sammála um að þrýstingur stjórnvalda myndi ýta við fyrirtækjum að fara af stað og taka upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki. Einnig er nefnt að auka þurfi fræðslu til almennings um hvað Svanurinn stendur fyrir, því aukin fræðsla myndi hugsanlega skila sér til fyrirtækjanna með auknum viðskiptum. Einn viðmælandi hafði þetta að segja:

En það hefur verið mjög erfitt einhvern veginn að koma þessum skilaboðum til neytenda í rauninni að við séum með norræna umhverfismerkið og í rauninni út á hvað það gengur. Sá hlekkur hefur alveg brugðist. Ég efast um að séu mjög margir sem gera sér grein fyrir hvað liggur að baki norræna umhverfismerkinu, þó þeir sjái þetta merki á pakkanum í verslunum.

Viðmælendur voru almennt ánægðir með Svaninn og lýsa þessi orð því vel:

Maður hljómar kannski voða jákvæður, en veistu – ég er alveg í skjólinum með þetta.

Einnig komu þessi orð fram:

En það er alveg þess virði að fara í þetta. Þetta er ekki eins vont og erfitt og maður myndi kannski halda, heldur er þetta mjög spennandi.

Hugsanlegt er að þessi ánægja skapist meðal annars af því að öll eru þessi fyrirtæki fyrst á sínu sviði til að taka upp Svaninn og enginn íslenskur keppinautur er kominn með merkið. Einn viðmælandi lýsti því svo:

En það er alveg augljóst mál að þetta hefur markaðslegan ávinning, sérstaklega af því við erum fyrstir, brautryðjendur í þessu lagi.

Jafnframt lýsti annar viðmælandi því yfir að hans fyrirtæki kærdi sig ekkert um að keppinautarnir tækju upp Svaninn.

Hins vegar komu einnig fram ummæli, sem lýsa von um að keppinautar fyrirtækisins taki upp Svaninn:

Það væri betra ef koma fleiri, við vorum fyrst í þetta og það var nóg þannig séð, það var gaman. Síðan mega koma fleiri. Það er til þess sem við erum að gera þetta.

Auk þess sagði annar viðmælandi að það væri ekki slæmt að keppinautar tækju upp Svaninn, þar sem það myndi halda hans fyrirtæki vakandi í samkeppninni.

SAMANBURÐUR VIÐ ERLENDAR RANNSÓKNIR

Þegar svör viðmælanda í þessum sjö íslensku fyrirtækjum eru borin saman við niðurstöður erlendra rannsókna er bæði margt sem er sameiginlegt en annað er ólíkt þarna á milli. Vegna þess hve fá fyrirtækin eru og stutt síðan sum þeirra fengu vottun eða leyfi er ekki hægt að draga neinar algildar ályktanir af svörum, þótt þau geti gefið ákveðnar vísbendingar. Einnig er rétt að minna á að erlendu rannsóknirnar fjalla flestar um umhverfisstjórnun fyrirtækja en ekki umhverfismerki, þótt í einhverjum tilfellum geti það sama átt við í báðum hópum.

Hjá íslensku fyrirtækjunum voru ástæður þess að farið var af stað í ISO 14001 eða Svaninn oftast sagðar vera að ná markaðsforskotni en einnig var í tveimur tilfellum nefnt hvert eftirfarandi atriði: Hugsjónir forstjóra eða framkvæmdastjóra, heilsufar starfsmanna og ímynd fyrirtækisins. Það sem hefur verið tilgreint í erlendu rannsóknum sem ástæður þess að fyrirtæki taka upp umhverfisstjórnun eru atriði eins og að bæta frammistöðu í umhverfismálum, skapa samkeppnisforskot, bæta ímynd fyrirtækisins, svara kröfum markaðarins, auka vitund starfsmanna um umhverfismál, lækka kostnað og bæta rekstur fyrirtækisins. Í litlum fyrirtækjum skipta hins vegar miklu máli persónulegar skoðanir eigandans, en líka skoðanir starfsmanna og þær reglugerðir sem fyrirtækin þurfa að starfa eftir. Viðmælendur

nefndu ekki að ástæðan væri að bæta frammistöðu í umhverfismálum né að auka vitund starfsmanna, þótt hugsanlega geti sú hugmyndafræði hafa legið undir niðri í sumum tilfellum.

Í rannsóknum frá Evrópu (Hillary 1999) kom fram að viðskiptavinir voru aðalhvati að upptöku umhverfisstjórnunarkerfa og höfðu mun meiri áhrif heldur en aðrir hagsmunaaðilar. Hér á landi eru viðskiptavinir hins vegar enginn hvati. Þeir þrýsta ekki á um að fyrirtæki taki upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki og umbun markaðarins er í flestum tilfellum lítill eða engin, þótt undantekningar séu frá því.

Í erlendu rannsóknunum var ávinningur fyrirtækjanna sagður vera meðal annars kostnaðarlækkun, skilvirkari nýting auðlinda, minni mengun, reglum betur fylgt og hvatning starfsmanna. Einnig kom fram að með þessu væri kominn betri rammi fyrir aðgerðir í umhverfismálum innan fyrirtækjanna. Í samantekt á rannsóknum í Evrópu (Hillary 1999) var ávinningurinn sagður vera ný viðskiptatækifæri, nýir viðskiptavinir og kröfum viðskiptavina væri betur mætt. Hér á landi er ávinningurinn betri staða á markaði, bætt ímynd fyrirtækisins, fjárhagslegur sparnaður, betri yfirsýn yfir alla umhverfisþætti, betri nýting aðfanga og aukin vitund starfsmanna. Mörg atriðin eru því þau sömu hér á landi og erlendis. Hins vegar hafa íslensku fyrirtækin ekki nefnt að ávinningurinn sé til dæmis að betur gangi að mæta kröfum viðskiptavina. Það skýrist líklega af því að viðskiptavinir gera ekki, enn sem komið er, kröfu á fyrirtækin um að þau taki upp umhverfisstjórnun og vita jafnvel ekki hvað felst í umhverfisstjórnun eða umhverfismerkjum.

Áður hefur verið nefnt að erlendis þykir það vera hindrun gegn því að fullur ávinningur náist af umhverfisstjórnunarkerfum, að fyrirtæki í allri vörukeðjunni séu ekki búin að taka upp þessi kerfi (Steger

2000). Hér á landi er langt í að svo verði og af þeim sökum má álíta að enn lengra sé í að ávinningurinn skili sér að fullu.

Fyrirtæki hér á landi og erlendis virðast sammála um að það einfaldi upptöku ISO 14001 ef búið er áður að taka upp gæðastjórnun samkvæmt ISO 9001. Komið hefur fram að þessi tvö kerfi eru mjög tengd og erfitt að setja það sem gert er í annan hvorn básinn. Jafnframt virðist sem ýmsir af „stóru sigrunum“ í umhverfismálum séu oft komnir fram þegar búið er að taka upp vottaða gæðastjórnun og því sé ávinningurinn af vottaðri umhverfisstjórnun, sem tekin er upp síðar, ekki eins mikill og ella. Vegna þessara tengsla milli staðlanna virðist eðlilegt að í framtíðinni verði þeir sameinaðir og þar með væri komið eitt stjórnunarkerfi sem tæki á umhverfis- og gæðamálum.

Af þeim fyrirtækjum hér á landi sem hafa fengið vottun samkvæmt ISO 14001 eða leyfi til að nota Svaninn eru tvö þeirra með það mörg ársverk að þau geta talist stór, eða með fleiri en 250 ársverk. Þessi fyrirtæki hafa bæði tekið upp ISO 14001. Hins vegar eru hin fimm fyrirtækin lítil í ársverkum talið, þar sem hjá þeim öllum eru ársverk 25 eða færri. Það vekur athygli að þótt þau séu þetta lítil þá hafi þau farið af stað í þessa vinnu og komist alla leið. Einkum er það athyglivert að eitt þeirra skuli hafa fengið vottun samkvæmt ISO 14001, þar sem það kerfi er mun umfangsmeira og meira mál að taka upp heldur en að fá leyfi til að nota Svaninn á framleiðslu sína.

Í fjórum af þessum fimm fyrirtækjum var það eigandi eða eigendur sem voru hvatamenn að því að tekin var upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki. Þetta er í samræmi við það sem kemur fram hjá Dulipovici (2001) í rannsókn sem gerð var í Kanada, þar sem í 87% tilfella eru það persónulegar skoðanir eigenda sem oftast hvetja lítil fyrirtæki til að fara af stað í umhverfismálum. Það er mjög mikilvægt

fyrir stjórnvöld að hafa þetta í huga, ef á að hvetja fleiri lítil fyrirtæki til að bæta frammistöðu sína í umhverfismálum. Það þarf að fá eigandann til að átta sig á mikilvægi þess að bæta umhverfismálin. Með því móti eru auknar líkur á að fyrirtækin geri gangskör að því að bæta sig á þessu sviði. Einnig er þetta mikilvægt í ljósi þess hve stórt hlutfall fyrirtækja flokkast sem lítil. Í Kanada eru 78% fyrirtækja með færri en fimm starfsmenn og er ekki ólíklegt að hlutfallið sé svipað hér á landi. Vegna þessa háa hlutfalls er mikilvægt að vekja þau til umhugsunar um umhverfismál en vegna smæðar er ólíklegt að þau hafi getu til að taka upp vottað umhverfisstjórnunarkerfi. Þess vegna þarf að fara einhverja aðra leið til að bæta umhverfismál í þessum fyrirtækjum.

ÍSLENSK FYRIRTÆKI ÁN UMHVERFISVOTTUNAR

Í ljósi þeirrar staðreyndar að mjög fá fyrirtæki hér á landi tilheyra þeim hópi sem tekið hafa upp vottaða umhverfisstjórnun eða fengið leyfi til að nota umhverfismerki, er nauðsynlegt að skoða viðhorf aðila í öðrum fyrirtækjum til umhverfisstjórnunar, umhverfismerkja og umhverfismála almennt. Til að fá svar við spurningunni um hvers vegna fyrirtæki hafa ekki tekið upp þessi kerfi eða merki, var haft samband við fimm fyrirtæki sem valin voru sem fulltrúar þess hóps. Tekið skal fram að engin fræðileg aðferð var notuð við valið, en hins vegar voru, í samráði við leiðbeinendur höfundar og aðra aðila, valin fyrirtæki sem væru í líkum atvinnurekstri og þau fyrirtæki sem eru með ISO 14001 eða Svaninn. Einnig var eftir megni reynt að velja fyrirtæki sem væru af svipaðri stærð og einungis voru valin þau fyrirtæki sem eru á suðvesturhorni landsins, til að hægt væri að heimsækja þau án mikillar fyrirhafnar. Fyrirtækin eru stóriðjuver, plastiðnaðarfyrirtæki, prent-

smiðja, efnaiðnaðarfyrirtæki og hótél. Þessi fyrirtæki eru notuð sem dæmi um fyrirtæki sem ekki eru með umhverfis-stjórnun fyrirtækja eða umhverfismerki og hvaða ástæður liggja þar að baki.

Misjafnt er á milli þessara fyrirtækja hvort viðmælendur hafa kynnt sér umhverfis-stjórnun eða umhverfismerki, þótt flestir þeirra þekki slíka hluti, að minnsta kosti lítillaga. Hins vegar sjá fæstir þeirra nákvæmlega hvaða ávinning fyrirtækin hafa fengið út á við af því að taka þessi kerfi eða merki upp en telja að fyrirtækin fái ávinning inn á við af þessu. Einn hafði þetta að segja um ávinning annarra íslenskra fyrirtækja:

Ég veit ekki hvað vottuðu fyrirtækin hafa upp úr því, ef ég á að segja alveg eins og er.

Ummæli annars voru á svipuðum nótum:

Ég get ekki séð að þeir græði neitt á því.

Í einu fyrirtækinu var ákveðið fyrir nokkrum árum að taka upp ISO 14001 en því var slegið á frest vegna markaðs- aðstæðna. Í tveimur hinna fyrirtækjanna hefur þetta verið rætt lítillaga en ákveðið að aðhafast ekkert að sinni, meðal annars vegna þess að talið var að þetta væri svo mikið mál eða fyrirtækið sá ekki ávinninginn af því að taka þetta upp. Í tveimur fyrirtækjanna hefur hins vegar ekki verið hugleitt að taka upp umhverfisstjórnun og var ástæðan hjá öðru að þetta væri dýrt og það væri ótryggt að það myndi skila sér. Hér eru ummæli sem sýna viðhorfið:

Við höfum ekki séð neinn tilgang í því, það er bara svo einfalt. Við getum ekki séð að við högnumst neitt á því. Getum ekki séð það svona í fljótu bragði.

Þegar viðmælendur voru spurðir hvort utanaðkomandi aðilar þrýstu á fyrirtækið um að taka upp umhverfisstjórnun var einungis eitt fyrirtæki sem nefndi það og í því tilfelli kom þrýstingurinn frá

heilbrigðisfulltrúa. Að öðru leyti hafa fyrirtækin ekki fundið fyrir neinum þrýstingi.

Tvö fyrirtækjanna eru með vottaða gæðastjórnun og það var meðal annars reynslan af því kerfi sem gerði að verkum að annað þessara fyrirtækja hafði afráðið að taka ekki upp umhverfisstjórnun. Mikið verk væri að halda úti svona kerfum og viðmælandi efaðist um að aukin viðskipti fengjust á móti.

Athyglisverður punktur kom frá viðmælendum í hótelinu, þar sem bent er á að horfa þurfi á nágrenni fyrirtækjanna ekki síður en fyrirtækin sjálf. Líklega eru hótél ennþá viðkvæmari fyrir þessum þætti en önnur fyrirtæki, þar sem viðskiptavinir koma á staðinn og sjá ekki bara hótelið sjálft með eigin augum, heldur einnig umhverfi þess. Hætt er við að það virki ekki trúverðugt ef hótél státar af umhverfis-stjórnun eða umhverfismerki en í næsta nágrenni þess er einhver starfsemi sem hefur sýnilega verri áhrif á umhverfið heldur en hótelið hefur.

Viðmælendur voru á misjafnri skoðun um hvernig umhverfisstjórnun og umhverfismerki hentuðu mismunandi atvinnugreinum. Í tveimur tilfellum töldu viðmælendur að þetta hentaði öllum atvinnugreinum jafn vel og benti einn viðmælandi á að þetta snerist bara um að gera hlutina betur, nýta þá betur og menn ættu alls staðar að vera að gera þetta þannig.

Allir viðmælendur voru á því að ívilnanir frá stjórnvöldum hefðu áhrif á hvort fyrirtæki kæmu upp umhverfisstjórnun en áhrifin væru misjafnlega mikil eftir stöðu mála hjá fyrirtækjunum. Einnig sögðu þeir að þrýstingur stjórnvalda hefði líka áhrif í þessa átt en einn viðmælandi benti þó á að þegar hlutirnir væru gerðir undir þrýstingi væri hætta á að þeir væru gerðir með hangandi hendi og því væri betra að beita ívilnunum til að ná árangri.

Viðmælendur voru sammála um að

umræða um umhverfismál í þjóðfélaginu hafi aukist á undanförunum árum en hins vegar hafi það ekki haft áhrif á fyrirtækin og ekki skilað sér í aukinni eftirspurn eftir umhverfisvænum vörum. Einn aðili sagði að þótt umræðan hefði aukist væri ekki víst að meðvitund og skilningur fólks hefði aukist verulega, heldur að „þetta sé hátíðafrafi sem fastir skilja.“ Annar aðili hafði eftirfarandi að segja:

Ég held þetta sé meira svona eins og 17. júní ræður, sko. Þetta er svolítið svona yfirborðsmenska.“

Þessi orð eru umhugsunarefni fyrir þá sem halda fram mikilvægi umhverfismála í ræðu og riti. Hugsanlega skýra þessi orð að einhverju leyti af hverju fleiri fyrirtæki hafa ekki tekið upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki.

ÁLYKTANIR

Þegar svör allra viðmælenda eru skoðuð má draga saman nokkur atriði sem hugsanlega geta skýrt af hverju svona fá fyrirtæki á Íslandi hafa tekið upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki.

Fyrst ber að nefna að líkast til gildir sama hér og víða erlendis að hlutfall lítilla og meðalstórra fyrirtækja er mjög hátt af heildinni. Viðurkennt er að það er erfiðara fyrir þessi fyrirtæki að taka upp umhverfisstjórnun heldur en þau fyrirtæki sem stærri eru. Skýrist það af þeim kostnaði sem þessu er samfara og því hversu tímafrekt þetta er. Fyrirtæki af þessari stærð hafa ekki fjármagn né burði til að verja í svona verkefni, þar sem þau tækju svo stórt hlutfall af þeim fjármunum og vinnuafli sem fyrirtækin hafa yfir að ráða. Einnig er það varla réttlætjanlegt fyrir þessi fyrirtæki, sem mörg hver hugsa um það eitt að lifa af frá ári til árs, að leggja út í að taka upp umhverfisstjórnunarkerfi, ef síðan er vafasamt að það skili sér til baka í auknum sparnaði,

auknum viðskiptum eða annars konar umbun á markaði.

Þessi skortur á umbun markaðarins til þeirra fyrirtækja sem hafa tekið upp vottaða umhverfisstjórnun eða fengið leyfi til að nota Svaninn hefur án efa nokkuð um það að segja að ekki hafa fleiri fyrirtæki farið þessa leið. Þegar það er ljóst að fyrirtæki fá ekki viðskipti út á það eitt að vera með ISO 14001 eða Svaninn, nema í undantekningartilfellum, hljóta önnur fyrirtæki að staldra við og efast um að það borgi sig að leggja út á þennan stíg. Viðmælendur í fyrirtækjum með ISO 14001 sögðust enga umbun hafa fengið frá markaðnum, hvorki í auknum viðskiptum né hærra verði. Viðmælendur í fyrirtækjum með Svaninn sögðust hins vegar hafa fengið aukin viðskipti hérlendis eða erlendis en markaðurinn væri ekki tilbúinn að greiða hærra verð fyrir vöru sem hefði þetta umhverfismerki.

Líklegt er að ákveðinn hópur fyrirtækja og einstaklinga vilji frekar eiga viðskipti við þau fyrirtæki sem hafa ISO 14001 eða Svaninn og því sé það markhópur sem geti skilað sér. Þessi hópur er hins vegar takmarkaður að stærð enn sem komið er.

Þrátt fyrir þetta getur borgað sig fyrir fyrirtæki að taka upp umhverfisstjórnun af einhverju tagi til að bæta samkeppnishæfni sína með bættri nýtingu aðfanga og aukinni skilvirkni í rekstri. Ef vel er að verki staðið virðist mega bæta stöðu fyrirtækja á markaði með þessu, en hafa ber í huga að sá ávinningur getur jafnvel náðst án þess að fengin sé vottun á kerfið. Vottun getur samt verið fyrirtækjum nauðsynleg til að veita aðhald svo hlutirnir séu gerðir vel og þeir drifnir áfram, auk þess sem það getur veitt sterkari stöðu á markaði að hafa vottun á því sem gert er.

Skortur á umbun markaðarins er meðal annars vegna þess að neytendur þekkja ekki Svaninn, vita ekki hvað hann stendur fyrir né hvers vegna þeir ættu frekar að kaupa

vörur sem eru Svansmerktar heldur en aðrar vörur. Búast má við að staðan sé svipuð hvað varðar ISO 14001. Eins er það ákveðinn Akkillesarhæll vottunar samkvæmt ISO 14001 að ekki er heimilt að merkja vörur fyrirtækjanna með því og þar með verður vottunin ekki eins sýnileg fyrir neytendur. Ef vörur nar væru merktar væru meiri líkur á að neytendur færu að hugsa um hvað þessi merking stæði fyrir og hvaða munur væru á þessari vöru og annarri sem ekki væri merkt ISO 14001. Á hitt ber að líta að merking hefur ekki skilað Svaninum aukinni vitund hjá neytendum hér á landi nema í litlum mæli og líklega væri sama uppi á teningnum þótt vörur væru merktar með ISO 14001.

Einnig hefur það líklega áhrif að fyrirtækin þekka ekki nægilega þessi umhverfisstjórnunarkerfi og umhverfismerki, hvað í þeim felst, hvernig eigi að taka þau upp og hvaða hugsanlega ávinning slíkt kann að veita þeim. Þetta er trúlega hluti skýringar þess að ekki hafa fleiri fyrirtæki tekið upp Svaninn eða ISO 14001.

Hugsanlegt er að þessi kerfi og merki henti betur í ákveðnum atvinnugreinum, þar sem auðveldara er að markaðssetja sig út á þessa ímynd, heldur en í öðrum geirum. Fyrirtæki og jafnvel einstaklingar noti kaup á þessum vörum til að sýna ákveðna ímynd. Þá getur skipt máli að merki þar að lútandi séu á vörunni, sem sýni hversu „umhverfisvænn“ kaupandinn er. Kaupin séu hluti af ímynd kaupandans og því hvaða skilaboð hann vill senda út um sjálfan sig. Vegna þessa væri forvitnilegt að kanna hvaða viðskiptavinir það eru sem kaupa vörur og þjónustu af fyrirtækjum með ISO 14001 eða Svaninn, en það verður að bíða betri tíma.

LOKAORÐ

Þegar horft er yfir það sem fram hefur komið er umhugsunarvert hversu fá íslensk fyrirtæki hafa fengið vottun samkvæmt ISO

14001 eða leyfi til að nota Svaninn. Hluta skýringarinnar er áreiðanlega að leita í þeim ummælum sem komu fram hjá viðmælendum. Lítil ytri þrýstingur er á fyrirtæki um að taka upp umhverfisstjórnun eða umhverfismerki og markaðurinn veitir þeim fyrirtækjum sem hafa tekið upp þessar aðferðir litla umbun. Svo virðist sem hvorki fyrirtæki né almenningur sé nógu upplýstur um hvað felist í umhverfisstjórnunarkerfum og umhverfismerkjum og á meðan svo er er lítil von til þess að mörg fyrirtæki taki upp ISO 14001 eða Svaninn. Hins vegar hefur það sýnt sig að fyrirtæki geta náð sparnaði með því að beita þessum aðferðum, auk þess sem frammistaða í umhverfismálum batnar.

Þrátt fyrir að fá fyrirtæki hafi tekið upp Svaninn eða ISO 14001, er það svo að mörg fyrirtæki hafa bætt sín mál, til dæmis með þátttöku í námskeiðum um hreinni framleiðslutækni auk annars. Hins vegar eru dæmi um fyrirtæki sem ekkert hafa gert í þessum málum og gætu náð miklum sparnaði með því að taka fyrstu skrefin í átt að umhverfisstjórnun. Í ljósi þeirrar staðreyndar að umtalsverður kostnaður hlýst af upptöku ISO 14001 eða Svansins og þess að mjög stór hluti íslenskra fyrirtækja flokkast sem lítil, er nauðsynlegt að leita leiða til að hjálpa þessum litlu fyrirtækjum við að bæta frammistöðu sína í umhverfismálum. Ýmsar aðferðir hafa verið reyndar erlendis í þeim efnum og er rétt að athuga hvort þær henti íslenskum aðstæðum eða hvort beita þurfi öðrum aðferðum.

Ljóst er að margt er óunnið í þessum málum hér á landi, þótt segja megi að grunnurinn hafi að einhverju leyti verið lagður. Mikilvægt er að sú rýnsla sem til er hérlendis sé nýtt eftir fremsta megni, til að hægt sé að læra af henni og enn frekar sé hægt að stuðla að framgangi þessara mála.

Þakkir

Höfundur vill þakka Karli Benediktssyni og Höllu Jónsdóttur fyrir þeirra aðstoð. Einnig eru viðmælendum í fyrirtækjunum 12 færðar þakkir fyrir greið og góð svör, sem veittu mikla innsýn inn í ýmsar hliðar þessa efnis.

HEIMILDASKRÁ

Bianchi R. og G. Noci 1998: "Greening" SMEs' Competitiveness. *Small Business Economics*. 11, 269-281.

Dulipovici A. 2001: SMEs: *The Natural Facts. Results of CFIB Environment Survey*. CFIB Research. 8 bls.

Hamner B. 2001: *Resources on the Internet for Environmental Management Systems. What is an Environmental Management System (EMS)?* Á heimasíðu CleanerProduction.com, <http://www.cleanerproduction.com/Ecolink/emspage.htm>- #Awareness (skoðað 3. september 2002).

Helga Jóhanna Bjarnadóttir, Eva Yngvadóttir, Hannes Árnason, Helga R. Eyjólfsdóttir og Hildur Björg Hrólfsdóttir 1997: *Hreinni framleiðslutækni ... grann gróði. Handbók um umhverfisstjórnun*. Reykjavík. Framtíðarsýn, Iðntæknistofnun og Rannsóknastofnun fiskiðnaðarins. 73 bls.

Hillary R. 1999: *Evaluation of Study Reports on the Barriers, Opportunities and Drivers for SMEs in the Adoption of Environmental Management Systems. International Network for Environmental Management*, <http://www.inem.org/htdocs/iso/hillary.html#Anchor-49575> (skoðað 3. september 2002).

IISD 1996: *Global Green Standards. International Institute for Sustainable Development*. 95 bls.

Orðanefnd um umhverfismál 2002: *Orðasafn um umhverfismál*. [rafræn útgáfa]. <http://www.ismal.hi.is/ob>. (skoðað 4. desember 2002).

Norræna ráðherranefndin 2001: Utvärdering av den nordiska miljömärkningen Svanen ur konsument- och miljöperspektiv. *TemaNord* 522, 59 bls.

SIS Eco-labelling án ártals: *Svanen*. <http://www.svanen.nu> (skoðað 29. september 2002).

Skjenstad T. 1999: *Norræna umhverfismerkið. Hvíti svanurinn*. <http://www.si.is/umhverfi/uma004-01-99.html> (skoðað 12. september 2002).

Staðlaráð Íslands 1996: ÍST EN ISO 14001:1996. *Umhverfisstjórnunarkerfi – forskrift ásamt leiðbeiningum um notkun*. 37 bls.

Steger U. 2000: Environmental Management Systems: Empirical Evidence and Further Perspectives. *European Management Journal*. 18:1, 23–37.