

HŐMÉRSÉKLET-CSÖKKENTŐ AKCIÓK

A munkavállalók szemléletformálása is fontos a „zöld” működéshez

Környezetbarát irodaház, a munkatársak folyamatos oktatása, szelektív hulladékgyűjtés az irodában – a globális trendekhez igazodva a hazai IKT-szektor szereplői is egyre inkább törekednek a klímabarát működésre. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a „zöld” megoldások valamivel magasabb ára sok céget még visszatart a váltástól.



FORRÁS: GREENPOLIS.BLOG.HU

1,5 °C – ha ennyit változik a hőmérséklet a lakásban, nem is igazán vesszük észre, viszont az egész Föld szempontjából kulcsfontosságú ez az érték: a Párizsi Megállapodás értelmében ugyanis nagyjából ezen a szinten kellene tartani a globális felmelegedést (a globális, éves átlaghőmérséklet növekedését), hogy a következő generációk is a bolygón élhessenek. Az elmúlt másfél évben fokozatosan a figyelem középpontjába került a klímavédelem, és bár a koronavírus-járvány természetesen most felülírta a prioritásokat, számos vállalkozás vállalt kötelezettséget, illetve fogalmazott meg programot saját magának annak érdekében, hogy hozzájáruljon a közös erőfeszítésekhez.

Intelligens megoldások

A nagy globális klímaharcot jócskán megelőzve lépett a Telenor Magyarország, melynek törökbálinti irodaházát 2009 nyarán adták át. A létesítmény kivitelezése 2,5 évig tartott, elsősorban a speciális, környezettudatos kialakítás miatt. A 12 ezer négyzetméteres épületben kiemelten környezetbarát gépészeti megoldásokat alkalmaztak: geotermikus fűtő-hűtőrendszere napjainkban is hazánk egyik legnagyobb, megújuló energián alapuló fűtési-hűtési rendszere. Az irodaház melegvíz-ellátásának 60 százalékát 168 négyzetméternyi összfelületű napkollektor-rendszer biztosítja. Energiahatékony kialakításának köszönhetően a székház éves szinten ötszáz háztartás szén-dioxid kibocsátását és áramfogyasztását képes megtakarítani.

Az ITBUSINESS érdeklődésére a Telenor részéről elmondták, hogy az elmúlt években átfogó, komplex felújításra még nem volt szükség, de

Van még hova fejlődni

Bőven van még tennivaló a hazai vállalkozásoknál a klímabarát működés kapcsán és a munkavállalók és a vezetők meglehetősen eltérő módon ítélik meg a helyzetet – derül ki az Epon Magyarország támogatásával létrejött Think Green Program kutatásából. A felmérésben résztvevő gazdasági szereplők 75 százalékánál nem létezik Co2 emissziós célszám, holott a zöld lépéseket minden esetben az adott vállalat karbon-lábnymának, azaz környezeti terhelésének vizsgálatával kell kezdeni. A tulajdonosok, illetve a vállalati vezetők közel négyötöde jelezte a kutatás során, hogy rendkívül fontosnak tartja a környezetvédelmi szempontok figyelembevételét a cég működtetése során, és állításuk szerint többnyire a zöld elvárások szerint döntenek. Ugyanakkor a munkavállalók válaszai ennek némiképpen ellentmondanak: közülük csupán 36 százalék érzi úgy, hogy a munkahelyükön ténylegesen figyelembe veszik a környezetvédelmi célokat. Az jól látszik a kérdésekre adott válaszokból, hogy a munkavállalóknak egyre nagyobb igénye van arra, hogy környezettudatos cégnél dolgozzanak, minden második ember ezt fontosnak tartja.

Felmerült az a kérdés is, hogy miként lehetne motiválni a gazdasági élet szereplőit a környezetbarátabb működésre. Minden második döntéshozó szerint azzal, ha a zöld változások piaci előnyöket biztosítanak a vállalat számára, illetve 40 százalékuk szerint ehhez még az általános vélekedés és a társadalmi trendek változására is szükséges lenne.

A Telenor munkatársai minden évben részt vesznek kötelező környezetvédelmi oktatáson

a kisebb fejlesztések megvalósítása során a cég környezetvédelem iránti elkötelezettségével összhangban álló eszközbeszerzésekre került sor. Az épületben számos intelligens megoldást használnak, a redőnyök például igazodnak az érzékelők által küldött szélerősség-, szélirány-, napállás-adatakhoz, a beszerelt lámpák egy része pedig mozgás- és fényérzékelős.

Folyamatos szemléletformálás

A társaság munkatársai minden évben részt vesznek kötelező környezetvédelmi oktatáson, illetve rendszeres kampányokkal hívják fel a figyelmüket a nem használt elektromos eszközök kikapcsolására. A szemetet az épületben szelektíven gyűjtik és nem használnak egyszer használatos műanyagokat, a büfében pedig kizárólag kerámia bögrében lehet kávéteát kérni. A cégnél törekednek a papírhasználat minimalizálására, a lehető legtöbb esetben digitális megoldásokat alkalmaznak, és kizárólag akkor nyomtatnak, amikor szükséges. Az ügyfelekkel a digitális szerződéskötést alkalmazzák (digitális aláírással), és igyekeznek minél több ügyfelük esetében áttérni az e-számlára. A Telenor 2017-2018. között harmadával csökkentette éves papír hulladékának, és több mint 68 százalékkal elektronikai hulladékának mennyiségét.

Anyagi szempontok

Az irodaház kiválasztásánál, amennyire lehetett, figyelembe vették a környezetvédelmi szempontokat, illetve természetesen szelektív hulladékgyűjtés van az irodában – mondta el *Törös Gáspár*, az Epon Magyarország üzleti megoldásokért felelős értékesítési vezetője. A nyomtatási megoldásokat kínáló cég hosszú távú stratégiájának fontos része, hogy a beszállítók kiválasztásánál és a beruházásoknál a környezetvédelmi szempontokat mindig fokozottan veszik figyelembe. Emellett pedig a termékeik révén igyekeznek támogatni más vállalkozásokat és szervezeteket abban, hogy „zöldebb” működésre álljanak át.

„Számos cégnél kommunikált cél és elvárás, hogy zöld irodába költözzenek, vagy ilyen technológiákat használjanak. Ugyanakkor, ha kicsit a felszín alá nézünk, akkor már azt látjuk, hogy a beszerzési döntésekben korántsem érvényesül ennyire markánsan ez a szempont. Ez főként a magyar tulajdonban lévő kis- és középvállalkozásokra, illetve a közbeszerzést lefolytató intézményekre, szervezetekre igaz. Az ár náluk meghatározó tényező, és ha a zöld alternatíva beszerzése csak egy kicsivel is drágább, mint a másik – még ha hosszabb távon jobban meg is érné –, akkor nem azt választják. Összességében azt lehet mondani, hogy ahol a húsbavágó anyagi szempontok érvényesülnek, ott nehezebb »zöldíteni«, ott van erre nagyobb lehetőség, ahol anyagi ösztönzést kapnak, vagy a szabályozás tereli a felhasználókat a zöldebb irányba”, tette hozzá *Törös Gáspár*. Az Epon tapasztalatai szerint egyébként a nyomtatási szegmensben érződik a változás, a teljes nyomtatási piacon már mintegy 30 százalék körüli részesedést képviselnek a környezetbarát megoldások.

Kalocsai Zoltán