

OTDK-dolgozat

2025

**PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**



Pannon Egyetem
University of Pannonia

**A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS (CSR), A
FENNTARTHATÓSÁG ÉS AZ ESG JELENLÉTÉNEK, ILLETVE
HATÁSAINAK VIZSGÁLATA A NAGYVÁLLALATOK, VALAMINT A
KIS-ÉS KÖZEPES VÁLLALKOZÁSOK VONATKOZÁSÁBAN**

**EXAMINATION OF THE PRESENCE AND EFFECTS OF
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), SOCIAL
SUSTAINABILITY AND ESG IN LARGE COMPANIES AND SMALL
AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES**

Izmendi Regina

Konzulens: Dr. Dániel Zoltán András

Kézirat lezárásának dátuma: 2024.11.20.

KIVONAT

A CSR fogalma napjainkban egyre jobban foglalkoztatja a társadalom szereplőit, ezáltal a vállalkozások életére is hatással van, hiszen abban az esetben, ha teljesíteni akarják érintettjeik igényeit, elkerülhetetlen, hogy foglalkozzanak a CSR-al és eszközeivel, melyekkel akár versenyképességüket, valamint munkavállalóik elkötelezettségét is növelhetik. Ebből kifolyólag a vállalkozások már nem csupán a profitszerzésre kell, hogy törekedjenek, figyelembe kell venniük társadalmi, gazdasági és környezeti hatásait is. A társadalmi felelősségvállalással szorosan összefügg a fenntarthatóság. Felelős vállalati stratégiájuk kialakítása által a vállalkozások biztosítják környezetük védelmét, ez pedig hosszú távon hozzájárul fenntartható fejlődésükhöz. Az előzőekben említett két téma mellett szintén kiemelt figyelmet kell, hogy fordítsanak az ESG-re, mely a környezeti, társadalmi, valamint az irányítási jellemzőik alapján egyfajta képet mutat róluk a befektetők, valamint más vállalatok számára fenntarthatósági teljesítményükről, mely hatással lehet üzleti kapcsolataikra.

Kutatásom során az előbb említett területeket vizsgálva öt hipotézis fogalmazódott meg bennem, melyekre 8 vállalkozás elemzésével kerestem a választ. A CSR tekintetében a Berkesné Rodek Nóra által létrehozott és publikált CSR EMAT értékelő szempontrendszer használatával nyertem adatokat a vállalkozásoktól, míg a fenntarthatóság és az ESG esetében az általam megfogalmazott kérdésekre kapott válaszok alapján vontam le következtetéseket. A társadalmi felelősségvállalás kapcsán fontosnak tartom megemlíteni, hogy Magyarországon csak a 2000-es évektől terjedt el a fogalom a hazai vállalkozások körében, melyet sikerült is bizonyítanom. Ezt követően a vizsgált vállalkozásokat három jól elkülöníthető csoportba tudtam sorolni CSR tevékenységeik alapján, valamint megállapításra került, hogy pozitív hatással van-e a társadalmilag felelős eszközök alkalmazása a profitjukra, avagy sem. Kutatásom kezdetén a korábbi irodalmak alapján azt a következtetést vontam le, hogy a vállalkozások a CSR-al kapcsolatos információkat nem közlik honlapjukon, azonban az általam vizsgált vállalkozásokat tekintve ez a hipotézisem cáfolásra került. Az ESG-t pedig a jövőre nézve kutatási eredményeim alapján a CSR-hoz hasonlóan a vállalkozások döntő többsége be fogja építeni vállalati stratégiájába a korábban említett pozitív hatásai miatt. Kutatásomat kvalitatívan, interjúk segítségével bonyolítottam le.

Kulcsszavak:

kkv, vállalkozás, CSR, Magyarország, EU, fenntarthatóság, ESG

ABSTRACT

The concept of social responsibility is increasingly engaging with the participants of society nowadays, impacting the life of businesses as well. If companies wish to meet the needs of their employees, it is essential for them to engage with CSR and its tools, which can enhance both their competitiveness and their workers' commitment. As a result, businesses not only need to focus on profit but also on the social, economical, and environmental impacts of their actions. Due to this, social responsibility is closely related to sustainability. By developing responsible corporate strategies, companies can ensure environmental protection, while potentially enhancing their cost-effectiveness, which contributes to their sustainable growth in the long term. In addition to these, companies must also pay close attention to ESG, which is based on their environmental, social, and governance factors and provides their investors and other companies an insight into their sustainability performance, which can influence business relationships in the end.

In this thesis, I formulated five hypotheses regarding the formentioned aspects, which I sought to answer through the analysis of eight companies. For CSR, I gathered data from the companies using the CSR EMAT criteria system created and published by Nóra Berkesné Rodek, while for sustainability and ESG, I drew conclusions based on the responses to the questions I had. Regarding corporate social responsibility, it is important to mention that this concept only started to spread among Hungarian companies during the 2000s, which I managed to confirm. Subsequently, I was able to categorize the analyzed companies into three well-defined groups based on their CSR activities and determine whether the use of socially responsible practices has a positive impact on their profits. At the beginning of my research, based on previous literature, I concluded that companies do not disclose CSR-related information on their websites. However, this hypothesis was disproven in the case of the companies I examined. As for ESG, my research findings indicate that, similar to CSR, the majority of companies will incorporate it into their corporate strategy in the future due to its previously mentioned positive effects. I conducted my research qualitatively, using interviews.

Keywords:

SME, enterprise, CSR, Hungary, EU, sustainability, ESG

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	1
1 SZAKIRODALOM.....	2
1.1 Definíciók (fogalmak) tisztázása.....	2
1.1.1 A kkv és a nagyvállalat fogalmának tisztázása.....	2
1.1.2 A CSR fogalmának tisztázása.....	2
1.1.3 A versenyképesség fogalmának tisztázása.....	4
1.2 Szakterület-téma legfrissebb eredményeinek összefoglalása.....	5
1.2.1 ESG történeti áttekintése.....	5
1.2.2 Jogszabályi elvárások ESG.....	7
1.2.3 Az ESG mérésének lehetőségei.....	9
1.2.4 A CSR történeti áttekintése.....	10
1.2.5 Az állam szerepe a vállalkozások társadalmi felelősségvállalásában.....	12
1.2.6 A CSR alkalmazásának hazai és nemzetközi összevetése.....	13
1.2.7 A kkv-k és a nagyvállalatok CSR stratégiájának összehasonlítása.....	15
1.2.8 A CSR hatása a versenyképességre.....	17
1.2.9 A CSR szerepe a stakeholderek (érintettek) szempontjából.....	18
1.2.10 A CSR népszerűségének lehetséges okai.....	20
1.2.11 A CSR és a fenntarthatóság kapcsolata.....	21
1.2.12 Szakirodalmi összegzés.....	22
2 ALKALMAZOTT MÓDSZEREK/MEGKÖZELÍTÉSEK BEMUTATÁSA.....	24
2.1 A CSR koncepció területei.....	27
2.2 A kutatás módszertana: a CSR EMAT módszer.....	28
2.2.1 A CSR EMAT és az EFQM modell kapcsolata.....	28
2.2.2 A CSR EMAT modell ismertetése.....	29
2.2.3 CSR kiválóság alapelvei.....	30
2.2.4 A CSR EMAT menedzsment eszköz kritériumrendszere.....	31

2.2.5	CSR menedzsment/ eredmények összesítő táblázata.....	32
2.2.6	A CSR EMAT értékelő szempontrendszer.....	34
2.3	A kutatás eredményei.....	35
2.3.1	Kiegészítő kérdések: CSR, ESG, fenntarthatóság.....	35
2.4	CSR EMAT értékelő szempontrendszer eredményei a vizsgált vállalkozások esetében.....	38
2.4.1	DBW Hungary Kft.....	38
2.4.2	RHODIUS Magyarország Kft.....	39
2.4.3	Rdealer Group Kft.....	40
2.4.4	Flextronics International Kft.....	41
2.4.5	WHC Kft.....	42
2.4.6	DINZL Finommegmunkálási Kft.....	43
2.4.7	Robert Bosch Kft.....	44
2.4.8	Diageo Zrt.....	45
	KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....	48
	ÖSSZEFOGLALÁS.....	50
	IRODALOMJEGYZÉK.....	51
	EGYÉB FORRÁSOK.....	54

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Az ESG jogszabályi elvárásainak időrendje.....	7
2. ábra: A vállalati társadalmi felelősségvállalás piramisa.....	17
3. ábra: A stakeholderek csoportosítása.....	18
4. ábra: A CSR koncepció területei.....	27
5. ábra: A CSR kiválóság alapelvei.....	30

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: Politikai programok és politikai eszközök szabályozása.....	12
2. táblázat: A CSR EMAT modell 9 területe.....	28
3. táblázat: CSR EMAT modell.....	29
4. táblázat: CSR menedzsment összesítő táblázata.....	32
5. táblázat: CSR eredmények összesítő táblázata.....	33
6. táblázat: A CSR EMAT pontozási rendszere.....	34
7. táblázat: A DBW Hungary Kft. CSR EMAT eredményei.....	38
8. táblázat: A RHODIUS Magyarország Kft. CSR EMAT eredményei.....	39
9. táblázat: A Rdealer Group Kft. CSR EMAT eredményei.....	40
10. táblázat: A Flextronics International Kft. CSR EMAT eredményei.....	41
11. táblázat: A WHC Kft. CSR EMAT eredményei.....	42
12. táblázat: A DINZL Finommegmunkálási Kft. CSR EMAT eredményei.....	43
13. táblázat: A Robert Bosch Kft. CSR EMAT eredményei.....	44
14. táblázat: A Diageo Zrt. CSR EMAT eredményei.....	45

BEVEZETÉS

Bátran kijelenthetem, hogy napjaink egyik legfelkapottabb társadalmi témája a fenntarthatóság, felelősségvállalás témaköre. Azáltal, hogy a társadalom egyre szélesebb köreiben elterjednek ezen definíciók, illetve gyakorlatban való alkalmazásuknak fontossága, valamint lehetséges pozitív hatásaik, így egyre több vállalat ezeket is figyelembe véve és alkalmazva dolgozza ki stratégiáját, működési metódusát. Ennek egyik oka, hogy a társadalom, valamint az üzleti élet által diktált elvárások alapján manapság már nem csak saját magukért, hanem környezetükért, valamint a társadalmunkért is felelősséget kell vállalniuk, hiszen működésük során hatást gyakorolnak ezekre. Ezen információkat alapul véve gondoltam úgy dolgozatom témaválasztásánál, hogy ez egy meghatározó és fontos kutatási terület lehet számomra, hiszen aktualitása miatt mindennapjaink részét képezi. Dolgozatomban elsőként kitértem egy néhány éve a köztudatba bekerülő fenntarthatósággal kapcsolatos mutatóra, ami nem más, mint az ESG. Ismertettem kialakulásának főbb lépéseit, jogszabályi keretrendszerét, valamint mérésének főbb jellemzőit. Ezt követően bemutattam a CSR azaz a társadalmi felelősségvállalás kialakulásának főbb pontjait, hatásait, továbbá a kis- és közepes vállalkozások, valamint a nagyvállalatok életében való jelenlétét és alkalmazását. Fontosnak tartottam a kkv-kat is megemlíteni a téma kapcsán, hiszem magas számuknak köszönhetően ezek a kisebb vállalkozások is jókora hatást gyakorolnak az országok gazdaságára a multinacionális vállalatok mellett. Meglátásom szerint, abban az esetben, ha a vállalkozások társadalmilag felelős cselekedeteket visznek végbe működésük során, nemcsak önmagukra, hanem környezetükre, a fogyasztókra, végfelhasználókra is pozitív hatást gyakorolhatnak ezáltal.

Dolgozatom végéhez érve kutatási kérdéseim megfogalmazása, illetőleg az ezekre kifejtett válaszok alapján kívánom hipotéziseimet alátámasztani, emellett pedig a CSR EMAT értékelő szempontrendszert használom az általam kiválasztott vállalkozások még részletesebb vizsgálatának lebonyolításához. Dolgozatom céljául tűztem ki, hogy rávilágítsak milyen szerepet tölt be a vállalkozások életében az ESG, a fenntarthatóság, illetve a társadalmi felelősségvállalás gyakorlása, valamint, hogy ezek alkalmazása a vállalkozások életében okoz-e számukra valamilyen módon pozitív hozadékot.

1 SZAKIRODALOM

1.1 Definíciók (fogalmak) tisztázása

1.1.1 A kkv és a nagyvállalat fogalmának tisztázása

A vállalkozásokat tekintve a kkv-kat, azaz a kis-és középvállalkozásokat különböző kritériumok alapján különböztethetjük meg egymástól melyeket a 2004. évi XXXIV. törvényben határoztak meg az alábbiak szerint:

„KKV-nak minősül az a vállalkozás, amelynek összes foglalkoztatotti létszáma 250 főnél kevesebb, és éves nettó árbevétele legfeljebb 50 millió eurónak megfelelő forintösszeg, vagy mérlegfőösszege legfeljebb 43 millió eurónak megfelelő forintösszeg. A KKV kategórián belül kisvállalkozásnak minősül az a vállalkozás, amelynek összes foglalkoztatotti létszáma 50 főnél kevesebb, és éves nettó árbevétele vagy mérlegfőösszege legfeljebb 10 millió eurónak megfelelő forintösszeg. A KKV kategórián belül mikrovállalkozásnak minősül az a vállalkozás, amelynek összes foglalkoztatotti létszáma 10 főnél kevesebb, és éves nettó árbevétele vagy mérlegfőösszege legfeljebb 2 millió eurónak megfelelő forintösszeg.” (2004. évi XXXIV. törvény Kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról.)

A nagyvállalatokra, akár csak a kkv-kra létszám, árbevétel és mérlegfőösszeg szerinti kritériumok vonatkoznak. Ez a nagyvállalatok esetében nem más, mint, hogy alkalmazotti létszámuknak meg kell haladnia a 250 főt, valamint éves nettó árbevételüknek az 50 millió eurót, vagy mérlegfőösszegük több, mint 43 millió euró kell, hogy legyen (Palócz, 2016).

1.1.2 A CSR fogalmának tisztázása

Az egyre növekvő társadalmi nyomás ellenére a társadalmi felelősségvállalás mindmáig nem rendelkezik globálisan, mindenki által elfogadott és alkalmazott egységes meghatározással. A szakirodalmakban megannyi törekvést láthatunk a fogalom definiálására, viszont ezek eltérhetnek a szemléletmódoknak köszönhető különbözőségek, valamint a kultúrák sokszínűségéből adódóan (Berkesné, 2018). A CSR szerepe a vállalkozások életében azonban jelentős, hiszen ezáltal a társadalom még szervezesebb részét képezhetik, alkalmazásával nem csak a vállalkozói tevékenységük által alkothatnak maradandót, hanem azon kívül társadalmunkat is érintő, jelentős változásokat vezethetnek be vállalati stratégiájukba (Csigéné, 2008). A mai értelemben vett társadalmi felelősségvállalás, mint fogalom elsőként

1953-ban jelent meg Howard R. Bowen-nek köszönhetően az Amerikai Egyesült Államokban. Az ő általa megfogalmazott definíció szerint:

„a társadalmi felelősség az üzletember azon kötelessége, hogy olyan álláspontra törekedjen, olyan döntéseket hozzon, és olyan cselekvést kövessen, mely a társadalom céljai és értékei értelmében kívánatos.” (Berkesné, 2018, p. 7.)

Láthatjuk, hogy Bowen a témakör első meghatározásában a társadalmi felelősségvállalást még az üzletember feladatának tekinti és nem a vállalkozások ajánlott tevékenységeként tünteti fel. Néhány évvel később azonban már Friedman meghatározását tartották elfogadottnak, mely szerint az üzletembert érintő felelősség kizárólag a tulajdonosokat illető pénzügyi elvárásoknak való elégtételben, valamint a haszonszerzésben nyilvánul meg, ezt követően pedig sikeresség esetén a tulajdonosok önkéntes alapon segíthetik anyagilag azt, aki meglátásuk szerint a társadalom érdekében pozitívan cselekszik. Láthatjuk azonban, hogy Friedman gondolatai nem egyeznek teljes mértékben a napjainkban kialakult CSR szemlélettel, hiszen nem a sikeresség esetén való adakozás a fő cél, hanem hogy a felelős gondolkodás és a CSR eszközeinek a vállalkezési struktúrába való beépítését követően a társadalmi felelősségvállalás és a siker egyidejűleg teljesülhessen (Berkesné, 2018). Európában csupán csak az 1980-as évektől beszélhetünk a CSR megjelenéséről. Napjainkban ezen tevékenységek kutatása egyre fontosabb, hiszen a kis-és középállalkozások meghatározó szerepet töltenek be az országok gazdaságában. 2001-ben megjelent az Európai Unió Zöld Könyve (Green Paper), az ebben lévő meghatározás alapján:

„A CSR egy olyan koncepció, amelynek keretében a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat, megfontolásokat integrálnak üzleti működésükbe, és ilyen elvek fényében alakítják kapcsolataikat mindazokkal, akiket tevékenységük érint, illetve akik kihatással vannak az üzletmenetre.” (Berkesné, 2018. p. 8.)

Néhány évvel később, 2004-ben a World Bank Institute e-konferenciáján már a gazdaság elkötelezettségét is számba vették. Továbbá ennek kapcsán olyan kérdésköröket is érintettek, mint a korrupció csökkentése, a marketing, illetve a méltányos munkakörülmények. Megállapítható emellett, hogy a vállalatokra vonatkozó társadalmi felelősségvállalás lokális, hiszen közvetlenül az adott vállalat közvetlen környezetére és érintettjeire van hatással, azonban közvetetten elősegíti a globálisan felmerülő problémák következményeinek csökkentését is (Berkesné, 2018). A Nemzetközi Szabványügyi Szervezet (ISO) meghatározása talán az eddigi legpontosabb a definíciók közül, mely alapján:

„egy szervezetnek a társadalmat és a környezetet befolyásoló döntéseiért és tevékenységeiért tett felelősségvállalása, olyan átlátható és etikus viselkedés révén, mely hozzájárul a fenntartható fejlődéshez- beleértve a társadalmi jólétet és egészséget is-, figyelembe veszi az érintettek elvárásait, megfelel az alkalmazandó jogszabályoknak és a nemzetközi viselkedési normáknak, a szervezet valamennyi területén integráltan megjelenik és azt a vállalat kapcsolatain keresztül érvényesíti.” (ISO,2008)¹

Magyarországon is számos definíció született a társadalmi felelősségvállalás meghatározásának céljából, melyek közül egy 2004-ben elfogadott meghatározás szerint a CSR nem más, mint:

„(...) a gazdaság elkötelezettsége a fenntartható fejlődés felé, mely magában foglalja az alábbi kérdések kezelését: a korrupció csökkentése, a méltányos munkakörülmények elősegítése és intézményesítése, a környezetvédelem növelése, a helyi és szélesebb értelemben vett társadalom segítése, valamint a marketing igazságtartalmának növelése” (Zsolnai et al., 2005, p. 16.)

Megállapítható, hogy a CSR, más néven a társadalmi felelősségvállalás hazai, illetve nemzetközi szinten is elengedhetetlen egy vállalkozás indításakor. Emellett fontos a fenntarthatóság is, hiszen ezzel megakadályozhatjuk erőforrásaink kimerülését. Ezek figyelembevételével a vállalkozás a jövőben is képes lesz a fennmaradásra, hiszen a környezetéről való gondoskodás mellett az innovációra is folyamatosan tud törekedni (Hugyi & Takácsné, 2011).

1.1.3 A versenyképesség fogalmának tisztázása

A versenyképesség, mint fogalom sokféleképpen értelmezhető, mivel többek között beszélhetünk országok, illetve vállalkozások versenyképességéről is. Egy vállalkozás alapításakor, így versenyképessége kapcsán is a fő célkitűzés a profitmaximalizálás, a piac igényeinek széleskörű kielégítése (Reisinger, 2023). Czakó & Chikán (2007) publikációjukban így definiálták a versenyképességet:

„A vállalati versenyképesség felfogásunkban a vállalatnak azon képessége, hogy a társadalmi felelősség normáinak betartása mellett tartósan tud olyan termékeket és szolgáltatásokat kínálni a fogyasztóknak, amelyeket azok a versenytársak termékeinél inkább hajlandók a vállalat számára nyereséget biztosító feltételek mellett megfizetni. E versenyképesség

¹ Forrás: [ISO - ISO 26000 — Social responsibility](#) Letöltés dátuma: 2024.03.22.

feltétele, hogy a vállalat legyen képes a környezeti és a vállalaton belüli változások érzékelésére és az ezekhez való alkalmazkodásra, a versenytársainál tartósan kedvezőbb piaci versenykritériumok teljesítésével.” (Czakó & Chikán, 2007. p. 3.)

1.2 Szakterület-téma legfrissebb eredményeinek összefoglalása

1.2.1 ESG történeti áttekintése

Napjaink egyik legmeghatározóbb problémája a klímaváltozás, mely számos kockázatot rejt magában a piaci szereplőket illetően, emellett veszélyeztetheti a pénzügyi stabilitást. Az ESG fogalmának népszerűsége éppen ezért az elmúlt időszakban rohamosan növekszik, azonban még nincs eléggé kiforrvá a keretrendszer, emiatt pedig a szabályozása is kiegészítésre szorul, illetve eléggé szervezetlen. Ezen felül azonban egyre több a piaci szereplőkre nehezedő külső nyomás, mint például az elmúlt években megjelenő Covid-járvány, a 2022-ben kitört háború által jelenlévő fosszilis energiaválság, az évtizedek óta tartó globális felmelegedés (Pete, 2023). Az ESG, mint fogalom elsőként 2004-ben jelent meg az ENSZ által közzétett „Globális megállapodás-Aki gondoskodik, az nyer” című jelentésében. Ebben a jelentésben megállapították az etikus pénzügyi finanszírozásra vonatkozó három legfontosabb alappillért. Ezek nem mások, mint a környezeti, azaz az Environmental, a társadalmi/szociális, másnéven Social, illetve az irányítási, azaz a Governance. A pillérekbe besorolt indikátorok által válnak a vállalkozások értékelhetővé, illetve cselekvéseik, erőfeszítéseik minősíthetőek lesznek a gazdálkodásukat és fenntartható fejlődésüket illetően. Ezen indikátorok katalógusrendszerei azonban nem kötöttek, kifejezetek és deklaráltak, így ezáltal szabadon meghatározhatóak (Hajdu& Reizingerné, 2023).

„A környezetvédelmi pillér az ökoszisztéma kérdéseire fókuszál, mint az éghajlatváltozás, a levegő- és vízszennyezés, az erdőirtás és földhasználat, a biológiai sokféleség elvesztése. Az ezekbe tartozó indikátorok az üvegházhatású gázok kibocsátása, az energiahatékonyság, a hulladék-, víz és erőforrásgazdálkodás terén tett vállalati erőfeszítéseket értékeli. A szociális pillérbe tartoznak az emberi jogok védelmével, a nemek közötti egyenlőség politikájával, a munkaügyi normákkal a közegészségüggyel, a munkahelybiztonsággal és a jövedelemelosztással kapcsolatos szempontok. Az irányítási pillérbe tartoznak olyan vizsgálati szempontok, mint a vállalati vezetői és irányítói testületek, az igazgatóságok függetlenségének és a részvényesi jogok kérdése, az ellenőrzési eljárások, a vezetők premizálása, a versenyjogi és törvényességi kérdések.” (Hajdu& Reizingerné, 2023. pp. 78-79.)

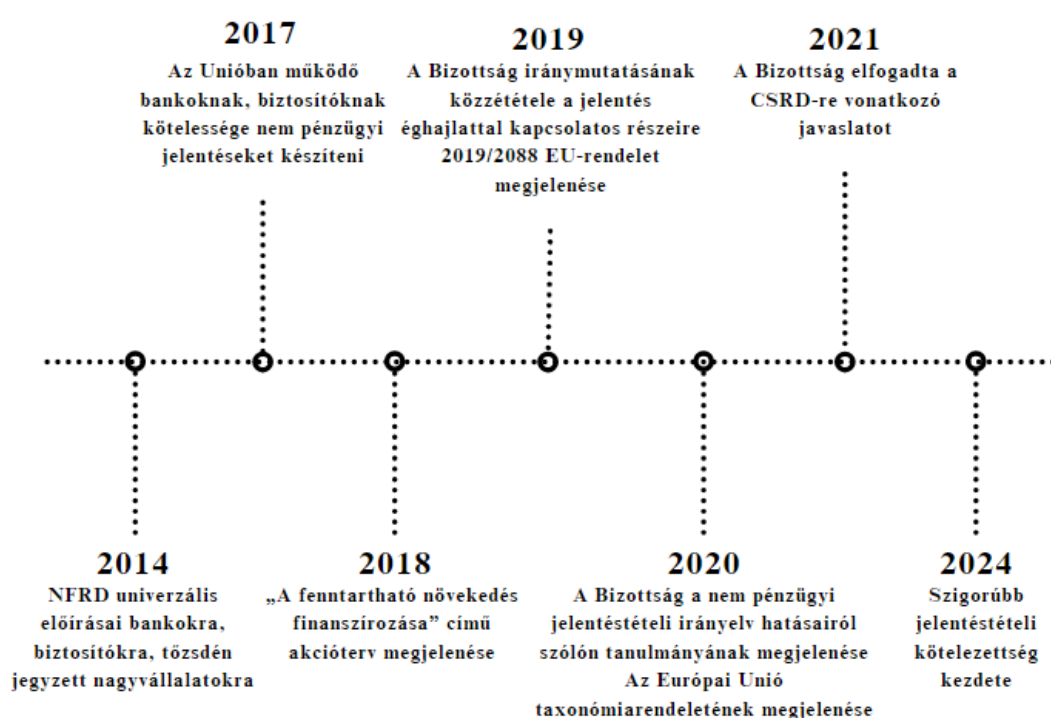
Lényegében a vállalatok ESG szerinti értékelése a fenntartható fejlesztéssel kapcsolatos elszántságát jelenti. Ez a nézőpont a jövőben gyökeresen megváltoztathatja a befektetők pénzügyekkel kapcsolatos döntéseit, illetve szokásait. Számos empirikus kutatás eredményéből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy azon vállalatok, amelyek ESG értékeléssel rendelkeznek, azok a hosszú távú befektetési portfóliókban jól szerepelnek, emellett a profitjukra is pozitív hatással lehet a fenntarthatósággal kapcsolatos intézkedések bevezetése a vállalati struktúrába (Pete, 2023). A környezettel, illetve a fenntarthatósággal kapcsolatos törekvésekre a számvitelben is figyelni kell, annak ellenére, hogy nehezen megfogható, számszerűsíthető maga az ESG, viszont hatással van a gazdaság változására, ezáltal a kimutatásokban, elszámolásokban fel kell tüntetni az erre vonatkozó adatokat (Füredi-Fülöp & Várkonyiné, 2022). Ennek eredményeképp pedig egyre inkább növekszik az elvárás, hogy a számviteli beszámolóban a vagyoni, pénzügyi és jövedelmi adatokon túl a vállalkozások helyzetét is bemutassák. Emiatt létrehozták az ESG jelentéseket, melyeket 50 000 Európában található vállalatnak nyilvánosságra kell hoznia, mindezt a CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) miatt, mely egy 2022-es Európai Unió által elfogadott szabályozási rendszer (Várkonyi, 2023). Ezen jelentések tartalmára reflektált a Magyar Nemzeti Bank, illetve a Budapesti Értéktőzsde Zrt. is. Ajánlásukban javaslatokat is tettek az ESG-megfeleléssel kapcsolatos némely szakmaspecifikus kérdés vonatkozásában. Az ESG, valamint a fenntarthatóság bevezetése egy vállalati struktúrába egy elég komplex feladat, ugyanis a vállalatot érintő környezeti, társadalmi tényezőkre, emellett a vállalatvezetési tevékenységekre úgyszintén vonatkoznia kell. Az ESG-vel kapcsolatos információ közzétételi keretrendszerek árnyalt képet alkotnak, azonban a közzétételre vonatkozó szabályozók összetettsége miatt a befektetők, illetve a vállalatok számára kihívást jelentenek. Sokszor előfordul, hogy a jelentések eltérő eredményeket konstruálnak, emellett, mivel a vállalatok differens adatokat közölnek, így az aktuális közzétételi keretrendszer által még nem áll fenn a vállalkozások tényleges ESG-teljesítmény alapján történő összehasonlításának lehetősége. Ennek ellenére a fenntarthatósági alapelvek szerint létrehozott vállalati struktúra és az ezek mentén történő vállalat irányítás, illetve működés a napjainkban egyre növekvő erőforrás hiány miatti óvatosságból kifolyólag üzleti érdekké alakul át. Ezek a változtatások kihatnak a belső működésükre, illetve a tevékenységük eredményére is, ebből következik, hogy a fenntarthatósági kritériumoknak a vállalati célrendszerre is vonatkoznia kell. Az, hogy a vállalatok milyen módon alkalmazzák ezeket a kritériumokat országonként változik, hiszen hatással van rá többek között a gazdaság fejlettsége, a jogi, illetve politikai szabályozás, emellett pedig természetesen az adott vállalat

erőforrás kapacitása és teljesítőképessége. Mindemellett pedig egyre nagyobb a társadalmi nyomás, hiszen nő az igény a fenntarthatósági tevékenységekre a vállalatok vonatkozásában, mely az ENSZ által 2015-ben jóváhagyott fenntartható fejlődést érintő célkitűzések miatt csak még inkább erősödött. Ezen tevékenységek mérésére a szakirodalmakban pedig többnyire az ESG pontszámok alkalmazását preferálják, ezek elsősorban nem a finansziális produktivitást kvalifikálják. Az azonban változó, hogy az ESG pillérek mindegyikét, valamint az egymásra gyakorolt hatásukat, vagy csak egyet-egyet vizsgálnak közülük (Boros et al., 2022).

1.2.2 Jogszabályi elvárások ESG

Az ESG-szemlélet beillesztése a vállalati struktúrába egy eléggé komplex és jelentős feladat. Az ESG-vel kapcsolatos komponensek alkalmazása után ugyanis ezek megjelennek a vállalat által közölt adatokban, beszámolóknak, mely jelentős hatást gyakorolhat a vállalatok társadalmi megítélésére, emellett a fogyasztói magatartásra. Továbbá hatással lehet a befektetői kultúrára, illetőleg a piaci versenyképességére is. A vállalatok annak érdekében, hogy magukat minél megnyerőbb helyzetbe pozícionálják több módszert is bevetnek, például marketing eszközöket alkalmaznak, valamint önkéntes jelentéseket tesznek közzé. Azonban ezeknek az ESG-jelentéseknek a közzétételére a már meglévő keretrendszereken túl az Európai Unió is megalkotta saját szabályozását (Boros et al., 2020).

1. ábra: Az ESG jogszabályi elvárásainak időrendje



Forrás: saját szerkesztés (Boros et al., 2020. pp. 189-190.) alapján

Ahogy az 1. ábrán láthatjuk 2014-ben módosították az egységes számviteli irányelvet, melynek következtében az Unióban működő bankoknak, valamint biztosítóknak 2017-től kötelességük nem pénzügyi jelentéseket is készíteni, melyben kitérnek a vállalattal kapcsolatos szociális, illetve környezetvédelmi kérdésekre is (Pál, 2023). Tehát a Non-Financial Reporting Directive (NFRD) univerzális előírásokat fogalmazott meg a bankokra, biztosítókra, valamint a tőzsdén jegyzett nagyvállalatokra. A szabályoknak megfelelően a vállalkozások kötelesek a környezetvédelmi, társadalmi, valamint a foglalkoztatási kérdésekre vonatkozó beszámolóikat nyilvánosságra hozni. Emellett ki kellett térniük a korrupció és a vesztegetés, továbbá az emberi jogok tiszteletben tartásának kérdésére is, de természetesen csak addig a mértékig, amely a vállalkozás gyarapodásának, termelékenységének és befolyásának megértéséhez szükséges. 2018-ban az Európai Bizottság nyilvánosságra hozta akciótervét, mely „A fenntartható növekedés finanszírozása” nevet viselte. Ebben kitértek többek között a fenntartható beruházások kérdésére, érintették az éghajlatváltozás és környezetvédelem fontossága mellett az erőforrások hiányát is. Összesen 10 beavatkozási pontot jelöltek meg. 2019-ben a Bizottság a non pénzügyi jelentések éghajlatot érintő egységének összeállításával kapcsolatos elveit tették közzé, azonban ez nem volt kötelező érvényű. Az ezt követő évben tanulmányukban megállapították, hogy az NFRD hatálya alá nagyjából 2000 vállalat tartozik. Továbbá találtak még 10000 társaságot melyeknek el kell végezniük ezen adatelemzéseket, illetve további 9000 Unióban található vállalat önkéntesen végzi el ezeket.² Ezt követően 2019-ben kiadták a 2019/2088 Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR) Európai Unió rendeletet, melyben szabályozták a fenntarthatóságot érintő közzétételeket a pénzügyi szolgáltatási ágazat esetében. 2020-ban az Európai Unió taxonómiarendelete által meghatározta a környezetileg fenntartható gazdasági tevékenységeket. Ennek célja volt, hogy elsősorban az ezen kritériumoknak megfelelő befektetések részesüljenek pénzügyi támogatásban. A 2021-ben az Európai Bizottság által elfogadott Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) célja volt az NFRD aktuális jelentéstételi követelményeinek módosítása. Ezek figyelembevételével a jelentési kötelezettségnek részletesebbnek kell lennie, illetve kötelezővé, valamint szabványosítottá tennék a jelentéstételi kötelezettséget.³ Emellett pedig 2024. január 1-jétől egy külön, a jelentéstételi kötelezettségük számára kijelölt helyen kell jelentéseiket feltüntetniük üzleti beszámolóikban a tőzsdei, valamint a nagyvállalatoknak. Az ESG jelentések négy kategóriáját különböztethetjük meg. Ezek a szabványosított, az egyszerű, a tanúsított, illetve az integrált

² Forrás: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/> Letöltés dátuma: 2023.03.06.

³ Forrás: <https://ec.europa.eu/info/files/210305-reportefrag-sustai> Letöltés dátuma: 2023.03.06.

jelentések. Ezekben javasolt feltüntetni a vállalat értékeit, elveit, az irányítási rendszeréhez kapcsolódó tulajdonságait, a környezeti, szociális, etikai területeken végzett erőfeszítéseit, valamint a fennálló kockázatokat és lehetőségeket. Így a jelentéseknek köszönhetően pótolhatják a hiányosságait, valamint a külső érintetteket releváns információkkal láthatják el (Pál, 2023).

1.2.3 Az ESG mérésének lehetőségei

Az ESG elterjedésének köszönhetően számos mérési és minősítési lehetőség megjelent és rendelkezésre áll az ESG jelentésre köteles vállalatok számára, azonban jelenleg nincs egy kötelezően alkalmazandó, globálisan elfogadott sztenderd. Fontos, hogy a vállalkozások megfelelően kiépített számviteli rendszerekkel rendelkezzenek, valamint, hogy a mérések során megadott információk megbízhatóak legyenek, illetve a valóságnak megfeleljenek. A továbbiakban a fenntarthatósági mérésekhez szükséges adatokat, forrásokat, továbbá a mérések módszereit és eszközeit ismertetem, hiszen a vállalkozások számára szükséges, hogy tisztában legyenek saját teljesítményükkel. A vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetüket bemutató információkat megtudhatjuk például a mérlegükből, illetve az eredménykimutatásukból, azonban a fenntarthatóság vizsgálata miatt szükség volt újabb, nem pénzügyi mutatószámok kidolgozására, melyekkel mérhető a vállalat környezeti és társadalmi hatása, valamint gazdasági teljesítménye (Mayer & Reizingerné, 2022). Siew (2015) megállapítása szerint három jelentéstételi rendszert különböztethetünk meg. Ezek az értékelési, azaz rating rendszerek, valamint indexek, a fenntarthatósági, más néven nem pénzügyi jelentések, illetve a különböző standardok alapján összeállított tanúsítványok. Orlitzky et al. (2003) kutatásukban kiemelték, hogy a legegyszerűbb mérési forma szerintük a fenntarthatósági jelentések vizsgálata, hiszen ezek nyilvánosak, így minden évben összehasonlíthatóak. Emellett pedig egyéb mérési lehetőségként említették egy független fél által alkotott ranglistából származó reputációs indexek alkalmazását. Wong (2018) kutatásában szintén három lehetséges csoportosítást jelölt meg. Véleménye szerint ezek az ESG minősítések, a fenntarthatósági indexek, illetve iránymutatások. A már említett ESG minősítések alkalmával megállapított ESG pontszámok a fenntarthatósági teljesítmény mérőszámaként szolgálhatnak. Ezen méréseket főként külső értékelő cégek végzik, megtekintésükhöz előfizetés szükséges, azonban rengeteg vállalat ESG pontszáma elérhető általuk (Popescu et al., 2021). Az ESG minősítésekhez szükséges adatok három csoportját különböztethetjük meg. Az első, a kötelezően nyilvánosságra hozandó adatok csoportja,

melyeket az állami szabályozásnak megfelelően a vállalatok kötelesek közzétenni, mint például a pénzügyi beszámolók. Ezt követik az önkéntes adatok, melyek nem jogszabályi kötelezettségek miatt kerülnek ki. A harmadik kategóriába tartoznak az alternatív adatok, amelyek külső forrásból erednek, ilyenek például a vevői reklamációk, illetve a médiainformációk (Nagy, 2020). Számos társaságot alapítottak az elmúlt években, melyek fő profilja az ESG értékelések végzése. Ilyen például az 1990-ben alapított MSCI, amely már több, mint 13500 vállalatot értékelt, valamint a 2000-ben létrehozott CDP, mely 8400 értékelést tudhat magáénak (Mayer & Reizingerné, 2022).

1.2.4 A CSR történeti áttekintése

„Minél többet foglalkozunk a fenntarthatósággal, a felelősségvállalással, a környezetvédelemmel, a filantrópiával, és egyéb, a gazdasági szereplők közvetlen anyagi érdekein kívül eső erkölcsi szempontokkal, annál nagyobb esélyünk van arra, hogy a felnövekvő generációk gondolkodásmódjába ezek az elemek szervesen beépüljenek.” (Berkesné, 2018. p. 6.)

Az angol Corporate Social Responsibility (CSR) kifejezésből eredő társadalmi felelősségvállalás, mint fogalom manapság egyre inkább jelen van a vállalkozások mindennapjaiban, hiszen egyre nagyobb a társadalom velük szemben fennálló felelősségre való törekvés iránti igénye. Így már nem csak a munkahely teremtés és biztosítás, gazdasági tevékenységük minél jobban történő végzése a feladatuk, hanem a társadalmi nyomás miatt figyelniük kell például a környezeti problémák mérséklésére is, ez akár versenyképességükre is hatással lehet. A CSR fogalma elsőként az Egyesült Államokban jelent meg az 1950-es, -60-as években. Pontosabban Howard R. Bowen 1953-ban megjelent *Social Responsibility of the Businessman* című művétől számítják a vállalatokra vonatkozó társadalmi felelősségvállalás megjelenését. A témakörrel pedig az 1970-es évektől foglalkoztak alaposabban a kutatók, szintén az USA-ban. Azonban ebben az időszakban is voltak olyanok, akik megkérdőjelezték a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának létezését, ilyen volt például Milton Friedman, aki úgy gondolta, hogy a vállalatok felelőssége kimerül a profit maximalizálásában. Azonban a multinacionális vállalatok egyre nagyobb térnyerése által felfigyeltek meghatározó gazdasági befolyásukra, így ezek a meglátások érvényüket veszítették. A 80-as évektől egyre több kutatás foglalkozik már a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával, 1981-ben pedig Carroll meghatározta a vállalati felelősség 4 szintjét, mely meghatározó volt a CSR történelmében (Csigéné, 2008). A későbbiekben megalkották a

CSR négy elméleti szintjét, ezek voltak a CSR 1, CSR 2, CSR 3, és a CSR 4 (Loew et al., 2004). A CSR 1 az 1960-70-es években volt jellemző, ezen megközelítés alapján a vállalatoknak a társadalommal szemben kötelességeik vannak, emellett ez tekinthető a többi szint alapjául (Csigéné, 2008). Az 1970-es évektől jellemző CSR 2 nem más, mint a vállalatok társadalmi érzékenysége. Ez a megközelítés főként a társadalommal kapcsolatos kihívásokra koncentrál, illetve a vállalat által ezen problémákra adott lehetséges válaszokra helyez a hangsúlyt (Ackerman & Bauer, 1976). A CSR 3 az 1980-as években volt jellemző, ebben a tisztességes vállalat magatartásra helyezték a hangsúlyt, valamint az etikai elemek beépítését szorgalmazták a vállalat döntéshozatali struktúrájába (Frederick, 1998). Az 1990-es évek végétől megjelent CSR 4 a természettudományok jelentőségét hangsúlyozta, azonban ez a szint nem töltött be annyira lényeges szerepet a viták során (Csigéné, 2008). Emellett létrehozták a CSR Europe elnevezésű nonprofit szervezetet, mely hozzájárul a naprakész információk biztosításához a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban. Ezt követte a 2000-ben tartott Lisszaboni EU-csúcs. Itt a CSR népszerűsítésére is kitértek, melyben esélyt láttak a lisszaboni cél megvalósításának elősegítéséhez. 2001-ben az Európai Unió Bizottsága kiadta az úgynevezett Zöld Könyvet (Berkesné, 2018). Ebben a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban megemlítették, hogy ezen cselekedeteiket a vállalatok önkéntes alapon végzik, és ezeket a társadalmi, illetve környezeti tényezőket a vállalati működésükbe, illetve érintettjeikkel való kapcsolatukba is be kell, hogy építsék (Csigéné, 2008). A Zöld Könyv megjelenése először széles körben vitát váltott ki, később azonban egyre fokozódó érdeklődés követte a társadalom egyes szervezetei által, így bebizonyosodott, hogy ez egy nagyon jelentős téma. 2002-ben az Európai Bizottság kiadta „Az üzleti élet hozzájárulása a fenntartható fejlődéshez” című értekezését, mely egy újabb mérőföldkőnek számított. Ebben összefoglalták a Zöld Könyv által elért eredményeket, további javaslatokat fogalmaztak meg, valamint a fenntartható fejlődés fontosságára is kitértek. Ezt követte az „Európa, mint kiválósági központ a vállalatok társadalmi felelőssége terén” című közlemény. 2006-ban létrehozták az Európai CSR szövetséget (The European Alliance for CSR) melyben politikai támogatásukról biztosították a felelősen gondolkodó kis-és közepes vállalkozásokat, illetve a nagyvállalatokat. 2011-ben nyilvánosságra hozták az Enterprise 2020 programot, mely az EU megreformált CSR stratégiáit foglalja magában. Ennek célja többek közt az együttműködés elősegítése a vállalatok és érdekcsoportjaik között. A vállalatok életében jelenlévő globális versenyben való helytállás elengedhetetlen eszköze az újonnan kialakuló trendek követése, alkalmazása, a környezetet érintő kihívásokra való mielőbbi reflektálás, mely elősorban a vállalatok vezetőinek feladata. Ahogy egyre inkább felgyorsuló világunkban

minden, úgy a társadalmi felelősségvállalás, illetve a rá vonatkozó szabályozások, eszközrendszerek is folyamatosan fejlődnek és alakulnak. Annak ellenére, hogy minden egyes piacot érintő problémára nem jelenthet megoldást, vitathatatlanul egy mindenki számára követendő gondolkodásmód (Berkesné, 2018).

1.2.5 Az állam szerepe a vállalkozások társadalmi felelősségvállalásában

„(...) a jog és az állam csak egy lehetséges - és semmiképpen sem kizárólagos, és nem is feltétlenül döntő motivációja a társadalmi felelősségnek.” (Kun, 2006. pp. 54-55.)

A mindennapi CSR kapcsán az állami és jogi szerepet sokszor mellékesnek, irrelevánsnak tartják, valamint számos esetben károsnak is vélik. Fennáll a veszélye ugyanis, hogy a túlzott állami szabályozás miatt a tényleges, elszánt, társadalmilag felelős tevékenységek helyett csak a szabályoknak való megfelelés lesz a fő motiváció. Tehát megállapíthatjuk, hogy az állam a CSR esetében nem járhat el a szokványos szabályozási normákkal, szankciók alkalmazásával (Kun, 2006). Bredgaard (2004) ebből kifolyólag négy szabályozási módszert különböztetett meg a kormány tekintetében.

1. táblázat: Politikai programok és politikai eszközök szabályozása

	<i>Szabályozó programok</i>	<i>Motivációs programok</i>	<i>Meggyőzőési programok</i>	<i>Közösségi aktiváló programok</i>
<i>Domináns politikai eszköz</i>	Általános szabályok	Gazdasági ösztönzők	Kommunikáció	Szervezés
<i>Pozitív motiváció</i>	Engedélyek/ Szerződések/ Jogok	Támogatások/ Díjak	Információ/ Bátorítás/ Vonzerő	Közszolgáltatások bővítése
<i>Negatív motiváció</i>	Tiltások/ Parancsok/ Ellenőrzések	Adók/ Illetékek/ Bírságok	Félretájékoztatás/ Elbátortalanítás/ Fenyegetés	Közszolgáltatások redukálása
<i>Ellenőrzési eszköz</i>	Viselkedéskontroll	Ösztönzés általi kontroll	Attitűd szabályozás	Kínálat ellenőrzése
<i>Megvalósítási problémák</i>	Ellenállás a politikának, normák megszegése	Bizonytalan hatások, koordinációs problémák	Alacsony határfok és kontroll	A siker a vonzerőtől függ/ túl- vagy alul investálás/ a „rászoruló” kizárása

Forrás: saját szerkesztés (Bredgaard, 2004. p. 385.) alapján

Ahogy az 1. táblázatban is láthatjuk ezek lehetnek a szabályozó, motivációs, meggyőzésre irányuló, valamint a közösségi aktiváló programok. Ezek közül például a motivációs programok pénzbeli jutalommal szorgalmazza a CSR alkalmazását, hiszen a legtöbb CSR program a pozitív motivációnak köszönhetően jön létre (Bredgaard, 2004). Az állam szerepe

azonban ennek ellenére vitathatatlan a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban, viszont függ a szabályozástól. A vállalatok tekinthetnek egyfajta példaként az állami tevékenységekre, ilyen minta lehet többek között a zöld közbeszerzés, emellett pedig természetesen ösztönző hatású díjak elismerések is motiválóak lehetnek. Az Európai Unió egyik célkitűzése, hogy létrejöjjön a társadalmi felelősségvállalás univerzális gyakorlata, illetve értelmezése (Csigéné, 2008).

„2000 márciusában a lisszaboni Tanács felkérte a vállalatokat társadalmi felelősségük tudatosítására. E folyamat továbbvitelében fontos szerepet töltött be egy Zöld Könyv (2001), egy közlemény (2002), valamint a vállalatok társadalmi felelősségével foglalkozó többoldalú európai fórum (CSR fórum) létrehozása (2004: végleges jelentés). 2006 márciusában jött ki a Bizottság újabb közleménye, amely a CSR-nek kulcsszerepet szán az Európai Szociális Modell elemét képező növekedési és munkahely-teremtési partnerség megvalósításában, illetve Európát egyfajta „kiválósági központnak” titulálja a vállalatok társadalmi felelőssége terén.” (Kun, 2006. p. 61.)

1.2.6 A CSR alkalmazásának hazai és nemzetközi összevetése

A társadalmi felelősségvállalás nagyon sokrétű, ezáltal országonként, kultúránként eltérő jellemvonásokat tapasztalhatunk az alkalmazását illetően. Megjelenése az USA-ban a társadalom nyomásának volt köszönhető, ezután kezdtek a vállalkozások sajátos politikát kialakítani a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban. Ezzel szemben az Európában található vállalkozások főként az általa szerzett esetleges versenyelőny miatt vezették be vállalati struktúrájukba. Az Amerikai Egyesült Államokban jellemzően a nagyvállalatok vezették be a CSR eszközeit vállalatuk működésébe, ebből kifolyólag a számukra megfelelő módon alakult a koncepció. Azonban az Európai Unióban ez másképp történt. Felismerték a kis-és közepes vállalkozások mérvadó befolyását a gazdaságra, valamint a társadalmi, környezeti területekre, ezáltal szükségszerűnek tartották, hogy a társadalmi felelősségvállalás a kkv-k számára is megfelelően alkalmazható legyen. Emiatt pedig Európai Unióban nagyon hamar elterjedt a társadalmi felelősségvállalás alkalmazásának ötlete, illetve a gyakorlatba való bevezetése. Az Európai Unió célkitűzései közé tartozik továbbá, hogy a kkv-k szerepét megerősítsék (Berkesnő, 2018). A szabályokat tekintve az USA-ban aránylag nagy szabadságot élveznek a vállalatok, azonban Európában a lehetőségeik eléggé korlátozottak a CSR tekintetében. A 2000-es évektől Európában nagy figyelmet fektettek a társadalmi felelősségvállalás elterjesztésére, az EU számára pedig fontossá vált a CSR vállalkozások

számára való népszerűsítése. Az Európai Bizottság által kiadott Zöld Könyvben a társadalmi felelősségvállalás európai kereteinek kialakítását határozták meg célkitűzésül. Az egység létrehozására való törekvés mellett pedig igyekeztek a kis- és középvállalkozásokat is bevonni, hiszen tapasztalták, hogy az anyagi korlátokból adódóan a kkv-k kevésbé tudják alkalmazni a CSR eszközeit. Egy 2002-ben nyilvánosságra hozott kutatásban 19 Európában található ország 7600 vállalatát vizsgálták társadalmi felelősségvállalásuk tekintetében. A felmérésből kiderült, hogy a válaszadók közel fele végez CSR tevékenységet, azonban ezek nem gyakoriak ezáltal nem tartoznak stratégiájukhoz (Csigéné, 2008). Magyarországon a társadalmi felelősségvállalás gondolatának elterjedése az 1990-es évek közepétől jelentősebb. Ez főként a külföldi befektetők megjelenésének volt köszönhető, hiszen ők hazánkban is próbálták alkalmazni a már előzőleg náluk bevált CSR eszközöket. Azonban ez nem ment zökkenőmentesen a korábban jelenlévő szocializmus, illetve a Magyarországon elterjedt ideológiák és irányelvek miatt. A szocializmus idején tevékenykedő nagyvállalati vezetők még tapasztalatlanok voltak, valamint ismeretlen volt számukra a fenntartható fejlődés fogalma, gyakorlata. Az akkori meglátás szerint a vállalatok fő feladata a teljes foglalkoztatottság garantálása. A rendszerváltás után a vállalatvezetőknek számtalan kihívással kellett szembenéznük, így a CSR ismételten háttérbe szorult. Az 1990-es évek közepén azonban jelentős javulás tapasztalható, mely Magyarország 2004-es Európai Unióhoz való csatlakozásával egyre inkább felélénkült. Ezt követően 2006-ban megjelent egy kormányhatározat is (Berkesné, 2018).

„A határozatban kijelentik, hogy a munkáltatók önkéntes társadalmi felelősségvállalását, a haladás és az innováció olyan új elemének tekintik, mely fenntarthatósági, társadalmi és környezeti szempontokat integrál a gazdasági tevékenységekbe.” (Berkesné, 2018. p. 25.)

Szintén 2006-ban került megrendezésre a Társadalmi felelősségvállalás és a Média elnevezésű konferencia, ahol meghatározták a Társadalmi Felelősségvállalás Napjának dátumát, mely június elseje lett hazánkban. Ezt követően számos esemény került megrendezésre a témát illetően. Ezek, valamint az Európai Unió és Magyarország CSR politikája, illetve az érintettek elvárásai egyre inkább ösztönző hatást gyakorolnak a hazai vállalkozások felelős vállalatvezetésének gyakorlására. Emellett pedig pozitív versenyelőnyként is tekintenek a CSR eszközök alkalmazására. A kis- és közepes vállalkozások jelentős többségaránya miatt azonban az ő tevékenységük tudná felgyorsítani jelentősebben a társadalmilag felelős tevékenységek alkalmazásának gyakoriságát (Berkesné, 2018). Egy 2011-ben végzett kutatás során 28 kkv-t vizsgáltak, melyben érintették többek

között a vállalatok innovációját, stratégiáját továbbá a kkv-k társadalmi felelősségvállalását. A CSR tekintetében a válaszadók csupán 39%-a nyilatkozta azt, hogy valamilyen formában CSR tevékenységet folytatna, amelyből megállapítható, hogy a hazai kis-és középvállalkozások tekintetében a társadalmi felelősségvállalás még nem annyira volt elterjedt a kutatás idején. Ennek az lehet az oka, hogy a nagyvállalatokkal ellentétben a kkv-k esetében erőforrás, továbbá anyagi korlátok állhatnak fent. Emellett a válaszadó vállalkozások közül egyik sem rendelkezett különálló CSR részleggel vagy felelőssel, illetve a CSR tevékenységet végző vállalatok nagy része (73%) ezt a tevékenységet igazgatóságához, míg a maradék 27% a vállalat marketing osztályához kapcsolta. A megkérdezettek szerint pedig a társadalmi felelősségvállalás javarészt csak a vállalat megítélése, illetve az ügyfél elégedettség szempontjából fontos. Emellett vizsgálták a versenyképesség és a társadalmi felelősségvállalás közti összefüggéseket, mely eredményekből megállapítható, hogy a válaszadó vállalkozások nagy része szerint a versenyképesség, illetve a versenyelőny szempontjából előnyt jelenthet az ilyen jellegű tevékenység, valamint a felelős gondolkodás melletti vállalkozásvezetés (Hugyi& Takácsné, 2011). Vannak azonban olyan kkv-k, melyek tájékozatlanságuk és információhiányuk által alkalmazzanak CSR tevékenységeket, úgy, hogy erről nem is tudnak. Emellett pedig fontos tényező számukra, hogy ezen eszközök alkalmazása ne járjon számukra többletköltséggel, inkább költségeik csökkentését segítse elő, illetve jóhírük fenntartását (Feketéné, 2007). A CSR koncepció terjedéséhez azonban jelentősen hozzájárul például a globalizáció is, hiszen általa olyan új kihívások jelentek meg, melyekre a régebben jól bevált hagyományos eszközökkel nem tudnak ideálisan reflektálni a vállalkozások vezetői. Emellett pedig a társadalom is egyre inkább a felelős gondolkodás irányába mozdul el (Berkesné, 2018). Létrehozták a Környezettudatos Vállalatirányítási Egyesületet (KÖVET)⁴, valamint a Magyarországi Üzleti Tanács Fenntartható Fejlődésért (BCSDH)⁵ nevű szervezetet. Ezek célja a fenntartható fejlődés, valamint a gyakorlatban való alkalmazásának népszerűsítése. 2007-ben létrehoztak egy díjat, mely a „CSR Hungary Díj” elnevezést kapta. Ezt az elismerést minden évben a legkiemelkedőbb kezdeményezés, szolgáltatás, valamint termék kapja, azonban fontos, hogy fenntartható és felelős legyen (Berkesné,2018).

⁴ Forrás: [KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért – Egy lépéssel közelebb a fenntarthatósághoz. \(kovet.hu\)](http://kovet.hu) Letöltés dátuma: 2024.03.23.

⁵ Forrás: <https://bcsdh.hu/> Letöltés dátuma: 2024.03.23.

1.2.7 A kkv-k és a nagyvállalatok CSR stratégiájának összehasonlítása

A társadalmi felelősségvállalás, mint fogalom elsőként a nagyvállalatokhoz kötődően merült fel még az 1950-es években a világ gazdaságában betöltött egyre jelentősebb szerepük miatt. Európában azonban a CSR az 1990-es évektől kezdett ismertebbé válni, míg a kkv-k esetében csak a 2000-es évektől tapasztalható jelentősebb hatás, hiszen ekkor figyeltek fel a kis és közepes vállalkozások meghatározó gazdasági hatására a versenyképességet illetően Európában (Csigéné, 2007). A kis- és közepes vállalkozások társadalmilag felelős tevékenységei jelentősen eltérnek a nagyvállalatok által alkalmazott CSR-eszközöitől. Ezen különbség magyarázata az, hogy a kkv-k strukturálisan eltérnek a nagyvállalatoktól, amely miatt felelősségvállalási eszközeik korlátozottabbak, ezáltal fenntarthatósági szerepük is eltérő lesz. Azonban amiatt, hogy a társadalmi felelősségvállalás elsőként a multinacionális vállalatok kapcsán került be a köztudatba, általában a kutatások is ezeket veszik alapul, annak ellenére, hogy a gazdaságban a kis és közepes vállalkozások is jelentős befolyással bírnak. Fontos megemlíteni, hogy a kis-és közepes vállalkozások, illetve a nagyvállalatok közötti egyik jelentős strukturális eltérés anyagi erőforrásaik nagyságában mutatkozik meg, ezen forrásokhoz való hozzájárulás pedig a kkv-k egyik versenyhátrányának tekinthető. Egyértelmű, hogy ezek a likviditási korlátok nagyban befolyásolhatják a fenttarthatósággal, illetve felelősségvállalással való tervezését a kisvállalkozóknak. Ennek köszönhetően a kis-és közepes vállalkozások CSR-tevékenysége jellemzően gazdasági ciklus-függő, hiszen őket jobban megviseli a recesszió, így a gazdaság alakulása nagyban befolyásolja felelős gondolkodásukat. Emellett a kkv-k társadalmi vagy környezeti felelőssége nem formalizált, továbbá fennáll a lehetősége, hogy nem is rendszeresen történjen az ilyesfajta tevékenységek esetükben, így nem állnak szoros kapcsolatban a vállalati stratégiájukkal. Gyakori jelenség azonban az is, hogy ezek a vállalkozások tudatukon kívül végeznek ilyen tevékenységeket megfelelő informáltságuk hiányában (Málovics et al., 2008). Megállapíthatjuk, hogy jellemzően a kis- és közepes vállalkozások is aktívan kiveszik a részüket a társadalmi felelősségvállalás gyakorlásából, ennek ellenére akár méretükből is adódóan az effajta cselekedeteik nem annyira vehetőek észre, mint ugyan ezen tevékenységek alkalmazása egy nagyvállalat esetében. Emellett pedig eltérő szabályozásuk, különböző külső és belső feltételeik, illetve differens érintetti erőviszonyaik miatt is több szempontból különböző társadalmi felelősségvállalási jellemzőket tapasztalhatunk. Továbbá megállapítható, hogy a kis-és középvállalkozások kevésbé kommunikatívak CSR tevékenységeiket illetően, ezáltal kisebb mértékben kerülnek előtérbe a nagyvállalatok hasonló tevékenységeivel szemben.

Ennek oka, hogy a kkv-k a társadalmi felelősségvállalástól eltekintve sem igazán vesznek részt az aktív kommunikációban. Mindemellett pedig fontos megemlíteni, hogy a kisebb vállalkozások CSR-re való hajlamát nagyban befolyásolja a vállalatvezetőjük, illetve munkavállalóik szerepvállalása. Ugyanakkor a kkv-k társadalmi felelősségvállalásának előmozdításához elengedhetetlen az ideális feltételek megteremtése mikro- és makroszinten egyaránt (Csigéné, 2007).

1.2.8 A CSR hatása a versenyképességre

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban felmerül a kérdés, hogy vajon van-e összefüggés a vállalkozások CSR eszközök alkalmazására való hajlama, illetve a versenyképessége között, továbbá, hogy a társadalmi felelősségvállalás gyakorlása milyen hatással van a vállalkozás versenyképességére. A CSR eszközök alkalmazása önkéntes alapon zajlik, azonban a vállalkozások tevékenységük során profitot szeretnének realizálni, így ezen megközelítés alapján a CSR-aktivitás mögött is haszon szerzési motiváció állhat akár finansziális akár non finansziális formában, azonban nem lehet általánosítani, hiszen vannak olyan vállalkozások, melyek tudatukon kívül alkalmaznak CSR-eszközöket (Reisinger, 2023). Carroll (1991) a társadalmi felelősségvállalás felépítését vázoló piramismodelljében négy különböző szintet állapított meg.

2. ábra: A vállalati társadalmi felelősségvállalás piramisa



Forrás: saját szerkesztés (Carroll, 1991. p. 42.) alapján

Láthatjuk, hogy a piramismodell alapján az alsó szint, azaz a gazdasági felelősség alkotja a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának alapját, erre épül a jogi, etikai és filantróp felelősség. Továbbá megállapítható, hogy a felelősségvállalási szintek közül az első három a vállalatok általános működésével, míg a legfelső, filantróp felelősségi szint a leginkább összekapcsolható a társadalmat is érintő felelősségvállalással. Ezen megközelítés alapján a vállalkozás által alkalmazott CSR eszközök többféleképpen is jelentkezhetnek, hiszen alkalmazhat felelős vállalati stratégiát, de segítséget nyújthat társadalmat érintő kérdésekben is, azonban a kettő eltérően hat a versenyképességére. Megállapíthatjuk, hogy a kérdés komplexitása miatt nehéz megválaszolni egyértelműen, hogy van-e összefüggés a CSR eszközök alkalmazása és a vállalkozások versenyképességének alakulása között, hiszen nem feltétlen alkalmazzák tudatosan ezeket az eszközöket a vezetők, illetve, ha mégis, akkor nem biztos, hogy vizsgálják az összefüggéseket (Reisinger, 2023).

1.2.9 A CSR szerepe a stakeholderek (érintettek) szempontjából

A vállalkozások társadalmi felelősségvállalásának alap koncepcióját az úgynevezett érintettelmélet alkotja. Ezen elmélet szerint a vállalkozásoknak döntéseik megalkotása során figyelemmel kell lenniük az érintettek, másnéven stakeholderek érdekeire is, nem elég csupán a részvényesek, azaz a shareholders igényeit kielégíteniük.

3. ábra: A stakeholderek csoportosítása



Forrás: saját szerkesztés (Kalmár, 2008. p. 5.) alapján

A vállalatok érintettjei mindazon személyek és csoportok, melyek valamilyen módon hozzájárulnak többek között a vállalkozás sikeréhez, vagy hatással vannak a vállalat működésére. Ahogy a 3. ábrán láthatjuk stakeholdereket két nagyobb csoportra oszthatjuk: vannak külső, illetve belső érintettek. Előbbi kategóriát további két kisebb csoport alkotja: a piaci és a társadalmi külső érintettek. A külső piaci érintettek közé tartoznak például a versenytársak, szállítók, fogyasztók. A külső társadalmi érintettek közé tartozik például a kormányzat, valamint a természeti környezet. A belső érintettek csoportját alkotják a tulajdonosok, a menedzserek, illetve az alkalmazottak. Az érintettek jó néhány szerepet betöltenek, melyek hatással vannak a vállalat teljesítményére. A vállalattal szemben felállított elvárásaik által egyértelmű és irányadó segítséget nyújtanak a vállalkozás társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban. Az érintetteket továbbá célszerű bevonni a vállalat kommunikációjába a társadalmilag felelős tevékenységek alkalmazásával kapcsolatban, hiszen ezzel javíthatják pozitív megítélésüket. A vállalati kommunikáció során figyelembe kell venniük a külső, illetve belső érintetteket is, hiszen a CSR eszközök alkalmazása a későbbiekben visszacsatolással zárul (Kalmár, 2008). Az érintettek tanulmányozását követően fontos, hogy beazonosítsuk a velük szembeni kommunikáció fajtáját, valamint gyakoriságát, felmérjük az elvárásokat, lehetséges aggodalmakat, kockázati tényezőket, ezt követően pedig már teljeskörűen meg tudjuk határozni az ezekre adott vállalati reakciókat. Az érintettek szerepe, kapcsolata a vállalkozáshoz eltérő lehet, így a továbbiakban ezekre, valamint a vállalkozás velük szembeni felelősségére térnék ki részletesebben. Úgy gondolom elsőként a vezetőt, mint a legfontosabb érintettet célszerű megemlíteni. A vállalat felelősségében jelentős szerepe van, hiszen felelős gondolkodása és stratégiája által előmozdíthatja a vállalkozás ezen irányban történő működését. Ehhez fontos tudnia saját, illetve munkavállalói motivációit, értékeit, hogy ezek mentén megfelelő döntéseket tudjon hozni, ezek után pedig számításba tudja venni a többi érintett érdekét is. A vállalkozás további fontos érintetti csoportjába tartoznak a már említett munkavállalók. Elégedettségük, motiváltságuk esetén hatékony és minőségi munkát végeznek, mely hozzájárulhat a vállalkozás sikereihez, működéséhez. A vállalkozásvezetés felelőssége őket érintően a megfelelő bérezés és munkakörülmények, továbbképzési lehetőségek, valamint motiváció biztosítása (Berkesné, 2018). Mindemellett pedig a társadalmilag felelősségvállalás gyakorlása azért is fontos, mert a munkavállalók szívesebben dolgoznak egy olyan vállalkozásnál, amelyről tudják, hogy társadalmilag felelős, emellett törődik velük. Ezen példa alapján is láthatjuk, hogy a vállalkozásoknak célszerű a társadalmilag felelős magatartás gyakorlása, hiszen ezáltal munkavállalóik lojálisabbak és motiváltabbak lehetnek, mely pozitív hatással van a

munkamorálra. Ennek ellenére érdemes óvatosnak lenni, hiszen egy nem várt pénzügyi krízis esetén a társadalmi felelősségvállalás jövője megkérdőjelezhető (Kun, 2006). A fogyasztók visszajelzései által kialakulhat egy hiteles kép a vállalkozás működéséről számunkra, így az ő elégedettségük, hűségük a vállalkozás működésének egyik alappillére. Fontos, hogy kialakuljon a kétirányú kommunikáció, továbbá a vállalkozás felelőssége velük szemben a minőségben, az információnyújtásban, valamint a fogyasztói adatok tiszteletben tartásában merül ki. A helyi közösségek azért is töltenek be jelentős szerepet a vállalkozások életében, mert munkavállalóik, beszállítóik ebből a szegmensből kerülnek ki. Ezáltal fontos, hogy a vállalkozás jó benyomást keltsen ebben az érintetti csoportban, hiszen akkor vonzóbb lehet számukra, valamint a vállalkozásról alkotott véleményük is pozitív lesz. A vállalat felelőssége irányukba jelentheti például a munkavállalók továbbképzését, önkéntes tevékenységeket, helyi programok támogatását, valamint a minőségi munkalehetőségek kínálatát. A beszállítóknak jelentős befolyása van a vállalkozásokra, hiszen a termékeikhez, szolgáltatásaikhoz szükséges inputokat ők biztosítják. Nekik minőségbeli, valamint a határidők betartására vonatkozó felelősségük merül fel, míg a vállalkozások részéről felelős döntés lehet a lehetőségeikhez mérten helyi beszállítók szolgáltatásainak igénybevétele. A versenytársak azáltal, hogy hasonló területen tevékenykednek, egységes piac esetén ösztönző hatást gyakorolhatnak egymásra, mely segítheti innovációjukat. A versenytársak felelőssége jellemzően a létrejött együttműködésekben, valamint a fair üzleti magatartásban nyilvánul meg. A központi, illetve a helyi közigazgatási intézmények csoportjába tartozik például az önkormányzat, valamint a NAV. Ők főként a szabályozás által járulnak hozzá a vállalkozás sikeres működéséhez, hiszen rengeteg szabálynak kell, hogy megfeleljenek a vállalatok, így e tekintetben főként a szabályok betartását illetően lehetnek felelősek. A természeti környezet védelme is rendkívül fontos, melyhez olyan eszközökkel járulhat hozzá a vállalkozás, mint például a környezeti terhelés mérséklése, valamint a hatékony víz, - energia, - és hulladékgazdálkodás. Végül de nem utolsó sorban pedig megemlítendő a civilek, az állam, valamint a média felelőssége is a vállalkozásokkal szemben (Berkesné, 2018).

1.2.10 A CSR népszerűségének lehetséges okai

A társadalmi felelősségvállalás megjelenését követően rövid időn belül nagy mértékű népszerűségnek örvendett többek között a vállalatok, illetve a döntéshozók tekintetében is Európa szerte. A vállalkozások körében való popularitás többek közt motiváltságuknak volt köszönhető, hiszen a CSR eszközök alkalmazása számukra számos előnnyel jár. Emellett az

1970-es évek során a korábban kialakult bizalom a vállalatokkal szemben megingott, ezzel egyidejűleg megnőtt az igény a transzparenciára, nyomon követésükre. Továbbá a társadalmi felelősségvállalás gyakorlása egyfajta alternatívaként is felfogható a vállalkozások szempontjából, hiszen alkalmazásával növelhetik versenyelőnyüket, illetve pozitív benyomást is kelthetnek a felhasználók körében, mely által növekvő elismertségre tehetnek szert. Mindemellett fontos kiemelni, hogy a CSR népszerűségének további oka lehet, hogy maga a fogalom magától értetődő, félreértelmezhetetlen akár az egyszerű ember számára is, emellett pedig szerepet játszhat a környezeti, valamint a társadalmi problémák fokozatos egybeolvadása, ezáltal azok az ötletek, melyek mind a kettőre megoldást jelentenek, kiemelt figyelmet kapnak (Csigéné, 2008).

„A motivációk a valóságban természetesen keverednek, és mindenkor vállalat-, kontextus-, illetve adott esetben ország-, vagy ágazat-specifikusak.” (Kun, 2006. p. 47.)

Tehát megállapíthatjuk, hogy vállalkozások társadalmilag felelős tevékenységeinek főbb motivációs tényezőinek okai vállalkozásonként egyediek. A multinacionális cégek tekintetében a CSR tevékenységek számos esetben akár elterelés eszközeként is funkcionálhatnak, növelve ezzel népszerűségüket, esetleges negatív kritikájuk háttérbe szorításának reményében. Gondoljunk csak például a Nike ellenes 1990-es években zajló kampányra. Ehhez hasonló okként említhető meg, hogy a CSR gyakorlása a társadalmi tőke építés egyik eszköze, ilyen tevékenységek végzése által elkerülhetőek azok a vádak, hogy a vállalkozás társadalmilag felelőtlen. A CSR akár produktív faktorként is funkcionálhat, ezen megközelítés alapján a társadalmi felelősségvállalás gyakorlása hosszú távon profitfaktor lehet (Kun, 2006).

„A CSR-rel a vállalat építi a társadalmi tőkéjét is, illetve egyfajta „win-win” helyzetet teremthet azáltal, hogy ami jó lehet a társadalomnak (egyes CSR-akciók), az jó lehet a cégnek is: népszerűsége, sikere esetén profitot termelhet.” (Kun, 2006. p. 50.)

A társadalmilag felelős vállalkozások számára a CSR-aktivitásuk kiváló marketing eszközként is funkcionálhat, növelheti pozitív megítélésüket, emellett megkönnyítheti a piaci státuszuk erősítését is. A társadalmi felelősségvállalás gyakorlásával a vállalkozások előtt számos olyan piac is megnyílhat, amely eddig esetleg nem volt számukra megközelíthető (Kun, 2006).

1.2.11 A CSR és a fenntarthatóság kapcsolata

Fontos megemlíteni, hogy korunk legmeghatározóbb nehézségei, melyek egyre inkább súlyosbodnak, nem mások, mint a környezeti problémák, a kialakuló környezeti válság, mely globálisan érinti ökoszisztémánkat, társadalmunkat, gazdaságunkat és politikai rendszerünket is (Bacsó, 2020).

„A nem megújuló erőforrások rohamos fogyása, a globális felmelegedés, az ivóvízkészlet elszennyeződése, a keletkező hulladék növekedése és feldolgozatlansága pedig arra figyelmeztetnek, hogy a környezettel harmonikusabb szokásokat, környezetkímélőbb életvitelt és ennek megfelelő értékrendet kell kialakítanunk.” (Bacsó, 2020, p. 31.)

Az említett problémákra megoldást jelenthet egy olyan szemlélet, attitűd kialakítása, mely a gazdasági növekedés mellett szem előtt tartja környezetünk védelmének fontosságát is, hiszen legfontosabb feladataink közé tartozik az esetlegesen kialakuló ökológiai katasztrófa megakadályozása. A fenntarthatóságra való törekvés egy jó lehetőség lenne a problémák mértékének enyhítésére, azonban ennek gyakorlatban való alkalmazása teljes társadalmunkra kiterjesztve nehezebb lehet, mint gondolnánk. Maga a fogalom már az 1980-as években elterjedt volt nemzetközi szinten is számos neves ökoközigazdásznak köszönhetően. (Bacsó, 2020). Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottság jelentésében 1987-ben így fogalmazott:

„a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit, anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket”. (Bacsó, 2020, p. 33.)

A fenntarthatóság kapcsán megemlítendő, hogy a CSR eszközök sokrétűségének köszönhetően alkalmasak a vállalkozások ezek alkalmazása során akár környezetvédelmi célokat is véghez vinni. Ilyen vállalati működés során a vállalkozásnak csökkentenie kell nyersanyag, valamint energia felhasználását, illetve hulladéktermelését is minimalizálnia szükséges. A környezetvédelemre való pozitív hatás mellett pedig ezzel fokozza versenyképességét is, azonban ezek a sikerek csak akkor érhetőek el, ha a vállalkozás beépíti az eszközöket a vállalat összes szintjébe, ilyen például a stratégiai tervezés. Ezzel pedig egyben társadalmunkért is jelentős lépést tesznek, hiszen a fenntartható fejlődés napjaink egyik kulcskérdése (Bacsó, 2020).

1.2.12 Szakirodalmi összegzés

Szakirodalmi kutatásom kezdetekor fontosnak tartottam, hogy elsőként tisztázzam a dolgozatom készítése közben felmerült fogalmak jelentését, hiszen ezáltal a kutatási területem gyökereitől kezddhettem az információgyűjtést. Egyik legfontosabb definícióm a kkv volt. A kis-és közepes vállalkozások méretükből és működésükből adódó kritériumok alapján három jól elkülöníthető csoportba sorolhatók: mikro, kis, és közepes. A társadalmi felelősségvállalás kapcsán rengeteg szakirodalmat és kutatást találtam, viszont ahány szerző, annyi féle módon definiálták a CSR fogalmát, melyből többet ki is emeletem. Azon vállalkozások, melyek alkalmaznak CSR eszközöket jelentősen növelhetik versenyképességüket, így fontosnak tartottam kitérni arra is, hogy mit is jelent maga a versenyképesség. Ez a három terület szorosan összefügg, hiszen a vállalkozások CSR eszközök alkalmazása közben hatással vannak versenyképességükre, mely hatással van profitjukra, gazdasági növekedésükre is. A CSR-ral szorosan összefüggő ESG szintén egyik kutatási területemet képezte, hiszen magában foglalja a vállalkozások három legfontosabb teljesítményterületét: környezet, társadalom, irányítás. A CSR és az ESG tekintetében kitértem a történetükre, jogszabályi lehatároltságukra, valamint mérési lehetőségeikre is. A társadalmi felelősségvállalás kapcsán fontosnak tartottam megemlíteni a hazai, illetve nemzetközi szinten tapasztalható egyezőségeket, különbségeket. Természetesen a kulturális, jogi, gazdasági különbségek minden forrásban említésre kerültek, viszont ezen témakör kutatása során tapasztaltam először a kutatási terület kapcsán fellelhető dokumentumok, hiteles források szűkösségét. Véleményem szerint csekély az a fellelhető forrás, amely a magyarországi, valamint a határon túli vállalkozások helyzetét vizsgálja mind az ESG mind a CSR vonatkozásában. Ezt realizálva arra a következtetésre jutottam, hogy hiába irányítanak egyre több vállalkozást felelősen, meglátásom szerint fontos, hogy ezt tudományosan is elismerjék, kutassák, hiszen ezáltal még inkább beolvadnak ezen témák a köztudatba az olvasók által. Jelentős különbségeket tapasztalhatunk a nagyvállalatok, valamint a kkv-k CSR stratégiájának összevetése során, azonban ebben az esetben is érzékeltam a korábban említett forrásszűkösséget. Kutatásom során megállapítást nyert a versenyképesség, illetve a stakeholderek szempontjából a CSR eszközök alkalmazásának egyértelmű pozitív hatása. A fenntarthatóság kiemelését azért tartottam fontosnak, mivel a CSR-ral szorosan összefonódva együttesen hozzájárulnak a társadalmi jóléthez, környezetvédelmi erőfeszítésekhez, valamint a gazdasági fejlődéshez. A vállalatok CSR stratégiájuk alkalmazása közben aktívan részt vesznek a fenntarthatóság előre mozdításában is.

Hipotéziseim meghatározása során igyekeztem több szegmensét is érinteni az általam kutatott területeknek. Főként korábbi szakirodalmak elemzése során felmerült félig megválaszolt, vagy számomra megválaszolatlan kérdéseket vettem fel, majd cáfoltam, illetve bizonyítottam az általam kutatott vállalkozások tekintetében. Az interjúk készítése során fontos volt számomra, hogy amennyire lehetséges betekintést nyerjek az adott vállalkozás belső irányítási metódusába, a vezetők általam kutatott témákkal kapcsolatos gondolkodásába, hiszem ezáltal egy árnyaltabb képet kaptam a kutatás során keletkezett válaszaik háttéréről.

2 ALKALMAZOTT MÓDSZEREK/MEGKÖZELÍTÉSEK BEMUTATÁSA

Szakirodalmi kutatásom során arra a megállapításra jutottam, hogy mind az ESG, mind a CSR tekintetében egyelőre még nem beszélhetünk egy egységes keretrendszerről és jelentési formáról, amelyet felhasználva teljes mértékig azonos szempontrendszer alapján végezhetném kutatásom során a vállalkozások által nyilvánosságra bocsátott adatok és információk összehasonlítását. Ebből következik, hogy a minősítések vizsgálatát kellő körültekintéssel kellene végezni, hiszen például a CSR vagy ESG jelentéseket készítő cégek által létrehozott pontszámok önértékelésük módja miatt kialakult eltérőségükből adódóan kétes megbízhatóságúak. Az ESG, valamint a CSR jelentésekkel kapcsolatban egyaránt, hazánkban kevesebb kutatást találhatunk, mint a határon túli országokban. Ennek véleményem szerint többek között az is lehet az oka, hogy Magyarországon a fenntarthatóság, a környezetvédelem és a felelősségvállalás fogalma, fontossága, illetve gyakorlatban való alkalmazása eléggé újkeletű dolog, hiszen ahogy a CSR esetében korábban már kifejtettem, Európában csak évtizedekkel később, az 1980-as években, míg Amerikában már az 1950-es években foglalkoztak a társadalmi felelősségvállalás fontosságával. Kutatásomban néhány általam választott Magyarországon található vállalkozást fogok összehasonlítani kvalitatív kutatási módszer (interjú) segítségével az ESG, valamint CSR tevékenységeik alapján, valamint megpróbálom bizonyítani, hogy a fenntartható, illetve felelős vállalatvezetés pozitív hatást gyakorol a vállalkozások működésre. Azért is gondolom ezt fontosnak, hiszen ahogy a szakirodalmak alapján láthattuk ez a két témakör egyre jelentősebb a társadalom számára napjainkban, ezáltal elkerülhetetlen, hogy egyre több vállalkozás alkalmazza ezeket az eszközöket működése során és beépítse vállalati stratégiájába. A kiválasztott vállalkozások között egyaránt találhatóak külföldi anyavállalatok Magyarországon található leányvállalatai, illetve magyar tulajdonban lévő vállalkozások is. A kutatásomban résztvevő vállalkozásokat főként személyes kapcsolataim által tudtam megszólítani, úgy gondolom ennek köszönhetően meg inkább közlékenyek voltak az interjúalanyok, ezáltal jelentős mennyiségű információból tudom végezni kutatásom. Kutatásom lebonyolításában többek közt a vállalkozások ügyvezetői, HR menedzserei, valamint a pénzügyi vezetők voltak segítségemre.

A továbbiakban hipotéziseimet ismertetném:

H1: Hazánkban a CSR/ társadalmi felelősségvállalás fogalma csak a 2000-es éveket követően kezdett el terjedni a hazai vállalkozások körében.

Ahogy korábban már utaltam rá Magyarországon elég újkeletű a CSR, mint fogalom, ezért nem is igazán mondható elterjedtnek, így első hipotézisem által arra kerestem a választ, hogy az általam vizsgált vállalkozások vezető pozícióban lévő számomra interjút adó munkatársai vajon mennyire vannak tisztában a fogalom jelentésével, illetve mikor találkoztak vele először. Ugyanis úgy gondolom, hogy egy adott vállalkozás vezetősége kellő befolyást tud gyakorolni a vállalat ilyen területen történő cselekedeteire, ha elkötelezettek a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, és szorgalmazzák ezen eszközök alkalmazását.

H2: Elkülöníthetőek-e különböző csoportokba az általam vizsgált vállalkozások CSR teljesítményük alapján?

Korábbi kutatások tanulmányozása során azt a konzekvenciát sikerült levonnom, hogy a vállalkozások CSR teljesítményüket illetően több, jól elkülöníthető csoportba sorolhatók. Ezáltal felmerült bennem a kérdés, hogy az általam kiválasztott néhány vállalkozás esetében is hasonlóképp lesznek-e jelentős különbségek, vagy nagyjából azonos CSR szemlélettel és eszközrendszerrel rendelkeznek.

H3: A pozitív CSR teljesítmény pozitív hatást gyakorol a vállalkozások profitálására.

Úgy gondolom egy vállalkozás életében is jelen van az a bizonyos „win-win” szituáció, vagyis, ha valamilyen formában jót tesz az adott vállalat valamely területen, ő is számíthat ezt követően valamiféle pozitív hozadékra. Ezért is tartottam fontosnak, hogy rákérdezzek az interjúk során, hogy az általam vizsgált vállalkozások vezetői tapasztaltak-e bármiféle pozitív hatást a vállalkozás profitjának alakulása szempontjából a társadalmilag felelős eszközök alkalmazását követően.

H4: Az a vállalkozás, amely évek óta beépítette a stratégiájába a CSR-t, néhány évvel később az ESG-re is jelentős figyelmet fordít.

Dolgozatomban a CSR mellett egy még frissebb mutatóra is hangsúlyt fektettem ez pedig nem más, mint az ESG. Véleményem szerint, ha a vállalkozás és a vezetése tudatos CSR stratégiát folytat már hosszú ideje, akkor hajlandó, és igyekszik is más, hasonló, a környezetnek, a gazdaságnak, és a társadalomnak is hasznos tevékenységeket folytatni, eszközöket alkalmazni, kimutatásokat végezni.

H5: A CSR tevékenységeket végző vállalkozások ezeket az információkat nem közlik egyértelműen a honlapjukon.

Dolgozatom készítése során, amikor különböző vállalkozások honlapját böngésztem információ szerzés céljából azt tapasztaltam, hogy a vállalkozások jelentős része nem végez igazán aktív tevékenységet a social médiában, illetve az interneten a saját céges honlapjukat tekintve, ha egyáltalán kezelnek ilyen jellegű webes felületet. Ezért éreztem fontosnak, hogy kitérjek a kutatásom során erre a kérdésre is, ugyanis úgy gondolom, hogy akár egy befektető, akár egy későbbi munkavállaló, vagy bármely külső érdeklődő számára, aki nem lát bele részletesen a vállalkozás életébe, stratégiájába, ezen tevékenységek feltüntetése és ismertetése pozitívabb nézőpontba helyezheti az adott szervezetet.

Hipotéziseim bizonyítására vagy cáfolására első sorban a vállalkozásokkal készített interjúkon szerzett adatokat használtam fel. Emellett pedig hangsúlyt fektettem a vállalkozások honlapján megtalálható elsődleges információkra is, hogy egy még átfogóbb képet kaphassak tevékenységeikről, vállalati működésükről. Interjúim során a Rodek Nóra által kifejlesztett és validált CSR EMAT módszert alkalmazva igyekeztem a vállalkozások társadalmilag felelős tevékenységeit megismerni, majd ezután a kinyert adatok súlyozását követően rangsorba állítani a vállalkozásokat. A CSR EMAT-on túlmenően néhány kérdés erejéig kitértem a szakirodalmi kutatásom során is érintett ESG és a fenntarthatóság témakörére is, hogy megtudjam az általam választott vállalkozások ezeket milyen mértékben veszik figyelembe vállalkozásuk vezetése során, illetve mennyire fektetnek hangsúlyt ezekre a területekre. Az interjúk nagyjából fele-fele arányban történtek online, valamint jelenléti formában. Személyesen a lakóhelyemhez közelebb található vállalkozások vezetőivel volt módom interjút készíteni, ahol minden esetben készséggel bemutatták a gyártási folyamatokat is, valamint betekintést engedtek a cégek működésébe az értékelő szempontrendszer kitöltését, valamint a kérdéseim megválaszolását követően. A további vállalkozások interjúalanyait a székhelyük távolsága miatt csak online formában sikerült elérnem, azonban rugalmasságuknak és segítőkészségüknek köszönhetően szerencsére ez is zökkenőmentesen és mindenki számára kényelmesen megvalósulhatott. Az általam vizsgált vállalkozások a következők:

DBW Hungary Kft., Tapolca

RHODIUS Magyarország Kft., Tapolca

Rdealer Group Kft., Tapolca

Flextronics International Kft., Zalaegerszeg

WHC Kft., Zalaegerszeg

DINZL Finommegmunkálási Kft., Sümeg

Robert Bosch Kft., Budapest

Diageo Zrt., Budapest

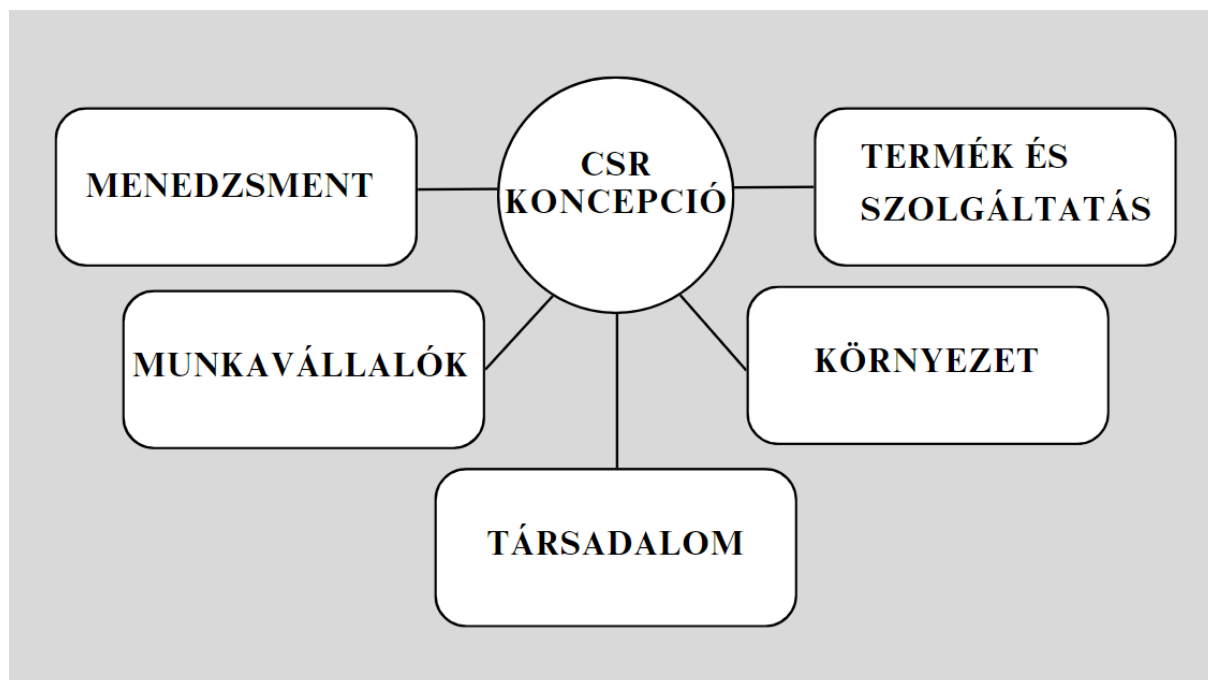
Kutatásom során a vállalkozások rövid bemutatását követően kitérek az interjúk alkalmával gyűjtött adatokra, majd ezt követően a rangsorolással zárom kutatásomat.

2.1 A CSR koncepció területei

Kutatásomat a CSR EMAT módszer bemutatásával folytatom, hiszen a szempontrendszer megismerése nélkülözhetetlen a beérkezett adatok megfelelő értékelésének kivitelezéséhez.

A CSR EMAT elengedhetetlen része a CSR koncepció területeinek és tartalmi elemeinek megállapítása.

4. ábra: A CSR koncepció területei



Forrás: saját szerkesztés (Berkesné, 2018. p. 82.) alapján

Ahogy a 4. ábrán is láthatjuk, a CSR koncepciót öt terület alkotja, melyek a menedzsment, a termék és szolgáltatás, a munkavállalók, a társadalom és a környezet. Utóbbi négy a vállalat

felelősségvállalásának színtere, míg a menedzsment terület a stratégiai szintű megvalósulása szempontjából jelentős (Berkesnő, 2018).

2.2 A kutatás módszertana: a CSR EMAT módszer

2.2.1 A CSR EMAT és az EFQM modell kapcsolata

A dolgozatom kutatási módszertanául szolgáló CSR EMAT menedzsment eszköz megalkotója Berkesnő Rodek Nóra volt, aki elsőként a szállodák CSR tevékenységének vizsgálatával kezdte kutatásait, majd a későbbiekben a többi vállalkozási formát is vizsgálni kezdte. Így született meg a CSR EMAT értékelő szempontrendszer, melyet 2018-ban doktori disszertációjában publikált. Kutatását a CSR fogalmának meghatározásával, valamint a CSR koncepció területeinek és tartalmi elemeinek definiálásával kezdte, majd ezt követően az EFQM modellt választotta ki módszertana keretrendszereként. Berkesnő (2018) a CSR EMAT és az EFQM modellek összehasonlítása során arra a következtetésre jutott, hogy a két modell között rengeteg hasonlóság van, valamint a CSR koncepció területei beleillenek az EFQM modellbe, ennek ellenére viszont a CSR EMAT megalkotása során a tartalmi elemeket tekintve az öt irányelvet emelte ki, a logikai szerkezet megőrzése mellett. A modellben kiemelkedő szerepet játszik a vezetés és a stratégia, valamint a munkavállalók, míg például a társadalom és a környezet kapcsán jóval alacsonyabb az irányelvek által meghatározott kritérium.

2. táblázat: A CSR EMAT modell 9 területe

CSR EMAT
Vezetés
Stratégia
Munkavállalók
Társadalom & Környezet
Termék & Szolgáltatás
Munkavállalói eredmények
Vevői eredmények
Társadalmi & Környezeti eredmények
Stratégiai eredmények

Forrás: saját szerkesztés (Berkesnő, 2018. p. 105.) alapján

Ahogy a 2. táblázatban is láthatjuk, a korábban említett 5 irányelv mellett fontos szerepet játszanak a CSR eszközök alkalmazása által elért eredmények. Ilyenek lehetnek a munkavállalói, vevői, stratégiai, valamint a társadalmi és környezeti eredmények.

2.2.2 A CSR EMAT modell ismertetése

A CSR EMAT modell egyfajta segítség a vállalkozások számára társadalmi felelősségvállalásukkal kapcsolatos önértékelésük lebonyolítására, ugyanis sokkal könnyebben alkalmazható, mint az általuk megszokott nemzetközi szabványok és módszerek. A CSR EMAT-ot négy jól elkülöníthető egység alkotja, melyek a CSR kiválóság alapelvei, maga a modell és a kritériumrendszer, az értékelő szempontrendszer, valamint a CSR menedzsment folyamatai és eszközei (Berkesné, 2018).

3. táblázat: CSR EMAT modell

CSR menedzsment			CSR eredmények	
Vezetés	Stratégia	Termék & Szolgáltatás	Munkavállalói eredmények	Stratégiai eredmények
	Munkavállalók		Vevői eredmények	
	Társadalom & Környezet		Társadalmi & környezeti eredmények	

Forrás: saját szerkesztés (Berkesné, 2018. p. 112.) alapján

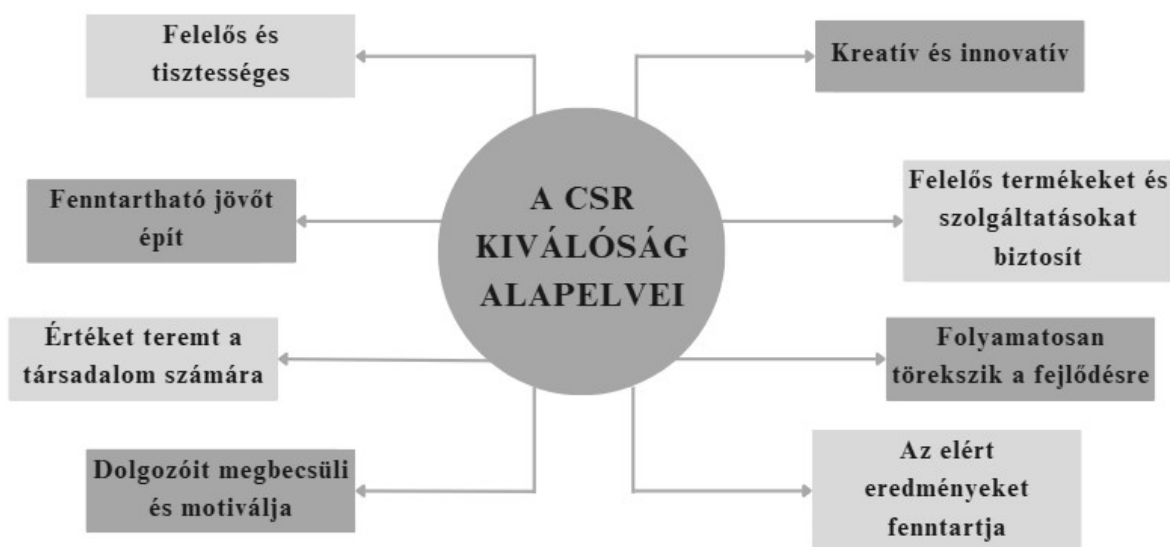
Ahogy a 3. táblázatban is láthatjuk a CSR EMAT modell keretrendszerét kilenc kritérium alkotja. Ezeket a kritériumokat további két csoportba sorolhatjuk, ezek a CSR menedzsment, illetve a CSR eredmények. A CSR menedzsment kritériumot alkotja a vezetés, a stratégia, a munkavállalók, a társadalom és környezet, valamint a termék és szolgáltatás. A CSR eredmények szempontjai közé pedig a munkavállalói, a stratégiai, a vevői, továbbá a társadalmi és környezeti eredmények tartoznak. Előbbi alatt azt értjük, amit a vállalat a CSR tevékenysége során véghez visz és amilyen módon ezt kivitelezi, utóbbi esetében pedig azt láthatjuk, amit a szervezet megvalósít, valamint a megvalósítás módját. A két fő kritérium (CSR menedzsment és CSR eredmények) összefüggésben áll egymással, ugyanis előbbiből

következnek az eredmények, míg ezen eredmények alapján fejleszthetőek a Menedzsment tevékenységei (Berkesné, 2018).

Berkesné (2018) a szempontrendszer kidolgozása során a kilenc kritérium mindegyikéhez rendelt egy-egy definíciót, mely a kritérium értelmezését hivatott segíteni, ezt követően pedig kritériumokhoz tartozó alkritériumokat állapított meg, melyeket egyesével részletesen ellátott számos tájékoztató ponttal annak függvényében, hogy ezeket az alkritériumokat a CSR kiváló szervezetek hogyan alkalmazzák, rájuk mi jellemző az alkritériumokat tekintve.

2.2.3 CSR kiválóság alapelvei

5. ábra: A CSR kiválóság alapelvei



Forrás: saját szerkesztés (Berkesné, 2018. p. 114.) alapján

Ahogy az 5. ábrán is láthatjuk egy CSR kiváló szervezet 8 alapelvnek kell, hogy megfeleljen.

Felelős és tisztességes:

A társadalmi felelősségvállalás szempontjából az egyik legfontosabb tényező a vezetés hozzáállása és elhivatottsága. Elengedhetetlen a felelős és tisztességes működés, amely közben a szükséges jogszabályok betartásán túlmenően törekszik a fenntarthatóságra, valamint az értékteremtésre is.

Fenntartható jövőt épít:

A CSR kiváló szervezetek pozitívan hatnak a környezetükre, ezáltal az ő fenntartható, hatékony működésük befolyásolja az őket körülvevő közeg fenntarthatóság szempontjából alakuló jövőjét.

Értéket teremt a társadalom számára, dolgozóit megbecsüli és motiválja:

A lakosság igényeinek, elvárásainak kielégítése által a társadalom számára történő értékteremtésen túlmenően pedig az is fontos, hogy saját dolgozóit megbecsülje, motiválja, hiszen ezáltal a dolgozók elégedettségüknek köszönhetően elősegítik a személyes, illetve a szervezeti célok zökkenőmentesebb megvalósulását.

Kreatív és innovatív:

A CSR kiváló szervezetek esetében további fontos tényező a kreativitás és az innovációs tevékenységek bevezetése a vállalati működésükbe.

Felelős termékeket és szolgáltatásokat biztosít:

Termékeik és szolgáltatásaik folyamatos fejlesztésére való törekvésük hozzájárul, hogy még inkább növelhessék az értékeket, melyeket érintettjeik, valamint ezen belül vevőik részére kínálnak.

Folyamatosan törekszik a fejlődésre:

A CSR kiváló szervezetek megállapítják, hogy kitűzött céljaik eléréséhez melyek azok a készségek, kompetenciák, valamint teljesítményszintek, amelyek a célok megvalósításához szükségesek, és igyekeznek realizálni őket, valamint folyamatos fejlesztésükre törekcsenek.

Az elért eredményeket fenntartja:

Az elért eredményeiket fenntartják, sok esetben törekszenek ezek túlteljesítésére is, ezekkel pedig érintettjeik rövid és hosszú távú igényeinek kielégítését érik el (Berkesné, 2018).

2.2.4 A CSR EMAT menedzsment eszköz kritériumrendszere

A CSR EMAT kritériumrendszere úgy lett kialakítva, hogy a 9 kritériumon, valamint a hozzájuk tartozó alkritériumokon túl tájékoztató pontok által segíti a vállalkozások vezetőit a még egyszerűbb tájékozódás érdekében a szempontrendszer kitöltése közben. A kritériumokhoz minden esetben elsőként egy definíció van rendelve, majd ezt követik az alkritériumok változó számú mennyiségben (4-6 db), valamint a tájékoztató pontok. Az utolsó

4 kritériumhoz (Munkavállalói eredmények, Vevői eredmények, Társadalmi és környezeti eredmények, Stratégiai eredmények) pedig eredménymutatók tartoznak (Berkesné, 2018).

2.2.5 CSR menedzsment/ eredmények összesítő táblázata

A vállalkozások CSR EMAT segítségével történő önértékelése során keletkezett válaszait CSR menedzsment, valamint CSR eredmények összesítő táblázata segítségével elemeztem. Az egyes kategóriákba (E-A) tartozó válaszok számát megszoroztam a hozzájuk tartozó faktorról (0-100), majd osztottam a kategóriába tartozó kérdések összesített számával. Ezt követően egy százalékos értéket kaptam 0 és 100 % között, mely az adott vállalkozás CSR EMAT által vizsgált eredményét mutatja az adott kategóriákban. Az alábbiakban a CSR menedzsment és a CSR eredmények összesítő táblázatát szemléltetem.

4. táblázat: CSR menedzsment összesítő táblázata

		E	D	C	B	A	
Vezetés	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/5= % Teljesítmény							
Stratégia	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/4= % Teljesítmény							
Munkavállalók	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/6= % Teljesítmény							
Társadalom & Környezet	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=

Total/5= % Teljesítmény							
Termék & Szolgáltatás	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/5= % Teljesítmény							

Forrás: saját szerkesztés (Berkesnő, 2018. pp.139-140.) alapján

5. táblázat: CSR eredmények összesítő táblázata

		E	D	C	B	A	
Munkavállalói eredmények	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/7= % Teljesítmény							
Vevői eredmények	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/5= % Teljesítmény							
Társadalmi & Környezeti eredmények	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/5= % Teljesítmény							
Stratégiai eredmények	Az egyes kategóriákra adott válaszok száma (a)						
	Faktor (b)	0	25	50	75	100	
	Érték (a x b)		+	+	+	+	Total=
Total/5= % Teljesítmény							

Forrás: saját szerkesztés (Berkesnő, 2018. p. 140.) alapján

2.2.6 A CSR EMAT értékelő szempontrendszer

A CSR EMAT szempontrendszer hozzájárul a teljes körű minőségirányításhoz (TQM), ugyanis ennek alapja az önértékelés. A vezetőség elkötelezettsége esetén a vállalkozás periodikus, rendszeres ellenőrzése által lehetőség van jobbító javaslatok előterjesztésére, amelyek hozzájárulhatnak a vállalkozás fejlődéséhez is. Fontos, hogy az önértékelés a menedzsment folyamat szerves részévé váljon, hiszen általa meghatározhatóak a szervezet erősségei, valamint gyengeségei, mely területeken a jövőben sürgős fejlesztéseket eszközölni, mely fejlesztések által még inkább képesek lesznek érintettjeik igényeinek maximálisan megfelelni. Fontos megemlíteni, hogy magának szempontrendszernek nem képezik szerves részét a tájékoztató pontok, hiszen azok csak egyfajta segítségként, kiegészítésként funkcionálnak a vállalkozás önértékeléséhez a szervezet vezetőinek részére (Berkesné, 2018). A kutatás végén a CSR menedzsment és CSR eredmények összesítő táblázatában keletkezett százalékokat az alábbi táblázatban látható pontozási rendszer szerint összegeztem, valamint vállalkozásonként külön-külön feltüntettem.

6. táblázat: A CSR EMAT pontozási rendszere

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 10%	2.Stratégia 10%	5.Termék & Szolgáltatás 10%	6.Munkavállalói eredmények 15%	9.Stratégiai eredmények 15%
	3.Munkavállalók 10%		7.Vevői eredmények 10%	
	4.Társadalom & Környezet 10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 10%	

Forrás: saját szerkesztés (Berkesné, 2018. p. 141.) alapján

Ahogy a táblázatban is láthatjuk a CSR EMAT pontozási rendszerében a kritériumok mindegyikéhez különböző súlyozási százalékok vannak rendelve, melyek majd az elemzés végén történő pontozás szempontjából lesznek fontosak. Fontos megjegyezni, hogy a kritériumokon belül mindegyik alkritérium azonos súllyal rendelkezik. Általánosságban elmondható, hogy a kritériumok 10%-os súlyozással rendelkeznek, azonban van két kivétel: a munkavállalói és a stratégiai eredmények. Ez az eltérés abból következik, hogy az említett két kritérium esetében lehet jellemzően társadalmilag felelős tevékenységekre bukkanni a

vállalkozások esetében, hiszen az eszközök tudatos alkalmazása esetén ez megmutatkozik stratégiai szinten is. A „Munkavállalói eredmények” pedig azért kapott szintén nagyobb hangsúlyt a pontozási rendszer kialakítása során, mert a munkavállalók megbecsülésük és motiváltságuk által hozzájárulnak a kreativitáshoz, valamint az innovációhoz a vállalat életében, továbbá hatással vannak a termékek szolgáltatások minőségére is (Berkesnő, 2018).

2.3 A kutatás eredményei

Dolgozatomban három fő témát érintettem, ezek a CSR, az ESG, valamint a fenntarthatóság, melyek úgy gondolom, bátran kijelenthetem, hogy a vállalkozások még inkább szerves részévé fognak válni néhány éven belül, éppen ezért is éreztem fontosnak, hogy felmérjem néhány Magyarországon található, számos eltérő területen tevékenykedő vállalkozás ezen témákkal kapcsolatos jelenlegi helyzetét, eredményeit. Kutatásom során úgy gondoltam a CSR EMAT módszer által a vállalkozásokat társadalmilag felelős működésük tekintetében teljes mértékben tudom elemezni, azonban a fenntarthatóság és az ESG kapcsán nem talákoztam ennyire összetett és alaposan kidolgozott szempontrendszerrel, így ezen a témákat illetően saját kérdéseimmel fordultam interjúalanyaimhoz. Kutatásom során a vállalkozások vezető beosztású munkatársai által rendelkezésemre bocsátott információkat feldolgoztam, a CSR EMAT által kapott eredményeket összesítettem, súlyoztam, valamint kiegészítő kérdéseimre kapott válaszokat is rendszereztem. Elsőként ezekre térek ki.

2.3.1 Kiegészítő kérdések: CSR, ESG, fenntarthatóság

Ahogy korábban említettem a fenntarthatóság és az ESG kérdéskörét nem egy korábban validált szempontrendszer segítségével kutattam, sokkal inkább saját érdeklődésem szerint formált kérdéseimmel.

Kutatásom során összesen 8 vállalkozást vizsgáltam. A vállalkozások tevékenységüket illetően több kategóriába sorolhatóak. 4 db autógyártásban tevékenykedő vállalkozást, 1 db konyhabútorok gyártásával foglalkozó vállalkozást, 1db munkaerő-kölcsönzéssel foglalkozó vállalkozást, 1 db műszaki, elektronikai cikkekkel foglalkozó vállalkozást, valamint 1db, a szeszesitalok világában jártas vállalkozást elemeztem. Elsőként a vállalkozások méretére voltam kíváncsi, hiszen ahogy már szakirodalmi kutatásom során említettem, számos korábbi kutatásban bebizonyosodott, hogy a nagyvállalatok előnyben vannak a társadalmilag felelős tevékenységeket illetően, hiszen velük szemben a kkv-k szűkösebb erőforrásokkal rendelkeznek, ezáltal a nagyvállalatoknak több lehetőség adott, amennyiben CSR eszközöket

szeretnének alkalmazni. Az általam vizsgált vállalkozások közül 1 a mikro, 1 a közepes, és 6 a nagyvállalatok kategóriájába tartozik. Fontos kiemelni, hogy a DBW Hungary Kft., valamint a RHODIUS Magyarország Kft. esetében az anyavállalatokkal összességében nézve soroltuk a vállalkozásokat a nagyvállalatok kategóriájába vezetőikkel, Magyarországon lévő telephelyeiket tekintve ők is a közepes vállalkozások közé sorolandók. Következő kérdésemben kitértem arra, hogy az adott vállalkozások vezetői hallottak-e már a CSR/társadalmi felelősségvállalás fogalmáról, és amennyiben igen, mikor hallották először. Ezeket a kérdéseket azért is éreztem fontosnak, hiszen, ahogy korábban kifejtettem a CSR, mint fogalom Amerikában már az 1950-es években felbukkant azonban Európában csak jóval később, az 1980-as évektől beszélhetünk a megjelenéséről, míg hazánkban jelentősebben a 2000-es évektől foglalkoztak a témával. Ennek függvényében éreztem úgy, hogy fontos tudnom, hogy interjúalanyaim mikor hallottak a fogalomról először, hiszen azt megelőzően feltehetőleg nem, vagy nem tudatosan alkalmaztak CSR eszközöket. A válaszadók közül 7-en hallottak már róla, míg 1 interjúalanyom nem. Azok a vezetők, akik hallottak már a CSR fogalmáról többségében úgy nyilatkoztak, hogy néhány évvel ezelőtt találták magukat szemben ezzel a fogalommal, többen 2020-as évekre datálták a pontos idejét, 1 válaszadó emelte ki, hogy már a 2000-es évek elején, mikor a jelenlegi vállalkozásnál kezdett dolgozni találkozott a CSR fogalmával, míg másik két válaszadóm minimum 15 éve hallott már a társadalmi felelősségvállalás fogalmáról. A tudatosan alkalmazott CSR eszközökkel kapcsolatban szintén több volt az igenlő válasz a vállalkozások részéről. Következő kérdésem a vállalkozások CSR eszközök alkalmazásából adódó profitnövekedésével kapcsolatban tettem fel. A válaszadók közül 3-an tapasztaltak ilyen jellegű növekedést, míg a többség nem, vagy nem végez ilyen jellegű belső kimutatásokat, mert nem a profitszerzés a fő céljuk a CSR-ral. Az egyik általam vizsgált vállalkozás pénzügyi vezetője példaként kiemelte, hogy a munkavállalók számára felépített motivációs rendszer, plusz pénzügyi juttatások által növekszik a teljesített gyártási darabszámuk, ezáltal ez pozitívan vetődik le az eladott darab számokra tekintve, így a vállalkozás profitjára is, persze vannak egyéb befolyásoló tényezők is. Ezt követően arra voltam kíváncsi, hogy azon vállalkozások vezetői, akik végeznek társadalmilag felelős tevékenységeket, ezeket vajon feltüntetik-e a vállalkozás honlapján, avagy sem. Nagy meglepődésemre több válaszadótól is azt a visszajelzést kaptam, hogy nem rendelkeznek céges/ vállalati honlappal. Elmondásuk szerint ez főként abból adódik, hogy ők csak egy nagyobb külföldi anyavállalat magyarországi leányvállalata, így az anyavállalat rendelkezik honlappal, míg ők nem. A további vállalkozások közül 5 rendelkezik honlappal, és az általa végzett CSR tevékenységeket fel is tünteti ezen az internetes platformon. Az egyik

vállalkozás vezetője azonban kifejtette, hogy ugyan honlappal nem rendelkeznek, viszont egy esetleges álláshirdetés esetén a jövőbeli munkavállalók számára feltüntetik a vállalkozás által a munkavállalók számára biztosított motiváló plusz juttatásokat. Ezt követően fontosnak tartottam, hogy kitérjek az ESG fogalmára is, hiszen dolgozatomban ezt a témát is érintettem, azonban mivel ez még elég újkeletű voltak olyan válaszadók, akik még nem találkoztak vele, így én ismertettem velük a lényegesebb információkat. 5 cég vezetősége pedig már hallott róla. Ezt követően pedig az ESG vállalati stratégiába történő bevezetésére tértem ki, melyre 5 vállalkozástól kaptam igenlő választ, míg 3 vállalkozás még nem tervezi bevezetni ezt a vállalati stratégiájába. Ezt követően a CSR kimutatásokra kérdeztem rá. 4 vállalkozás egyértelmű igennel válaszolt, míg egy vállalkozás vezetője kiemelte, hogy konkrétan CSR kimutatásokat ugyan nem végez, viszont, ha szükséges a könyvvizsgálónak tudnak ehhez hasonló adatokkal szolgálni, valamint néhány ilyen információ megtalálható a kiegészítő mellékletükben. Végül utolsó két kérdésemben érintettem a fenntarthatóság témakörét is. A fenntarthatóság a vállalkozás életében betöltött szerepén túlmenően fontosnak tartottam rákérdezni, hogy milyen fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeket végeznek az általam vizsgált vállalkozásoknál. A vállalkozások vezetőinek mindegyike fontosnak tartotta, hogy a fenntarthatóságot beépítse a vállalati stratégiájába. A fenntartható működésért tett intézkedések közül pedig kiemelnék néhányat. A fenntarthatóság, a környezetvédelem, valamint saját költségeik hosszútávú csökkentése érdekében több általam vizsgált vállalkozás törekszik az energiahatékonyságra, a villamos energia használatának jelentős csökkentésére. Ezt többféle módon teszik. Egyikük például erre irányuló beruházásokat hajtott végre néhány éve és tervez a jövőben is véghez vinni, ők a korábbi világításukat cserélték le energiatakarékosabb LED világításra. Az energiahatékonyság jegyében volt, aki napelemparkos beruházást, valamint épületszigetelés kivitelezést bonyolított le az elmúlt évek során. Igyekeznek továbbá törekedni a papírmენტességre is a folyamatos digitalizáció által. További környezetvédelmi intézkedés az egyik vállalkozás részéről, hogy az általuk, a gyártás során használt hidraulika olajat, valamint fémhulladékot az előírásoknak megfelelően az adott hulladékgyűjtőbe szállítják el. Fenntartható termékeket, ajándékokat adnak partnereiknek, igyekeznek környezettudatos eszközöket is használni, csökkenteni ökológiai lábnyomukat.

2.4 CSR EMAT értékelő szempontrendszer eredményei a vizsgált vállalkozások esetében

2.4.1 DBW Hungary Kft.

A DBW Hungary Kft. egy 100%-ban német tulajdonban lévő autóipari vállalat magyarországi leányvállalata. Központja Németországban, Bovenden-ben, míg magyarországi székhelye Tapolcán található.⁶ A DBW Advanced Fiber Technologies GmbH-t 1980-ban alapították, fő profilja az autóipar számára történő kipufogórendszer szigetelések gyártása, melyek kiváló hő-és hangszigetelő tulajdonsággal rendelkeznek.⁷ Termékeik olyan vezető autómárkákat is kiszolgálnak, mint például az Audi, vagy a Volkswagen.⁸

7. táblázat: A DBW Hungary Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 6,5%/10%	2.Stratégia 2,5%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 9,5%/10%	6.Munkavállalói eredmények 9,65%/15%	9.Stratégiai eredmények 1,5%/10%
	3.Munkavállalók 10%/10%		7.Vevői eredmények 6%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 9%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 4%/10%	
Összesen: 58,65%/100%				

Forrás: saját kutatás

Ahogy a 7. táblázatban láthatjuk a DBW Hungary Kft elért összesített eredménye 58,68%. A vállalkozások általam történő csoportosítása szerint így a haladó kategóriába tartozik, azonban megállapítható, hogy a „Stratégia”, valamint a „Stratégiai eredmények” területén jelentős javulásra és társadalmilag felelős eszközök bevezetésére lenne szükség az eredmények javítása érdekében.

⁶ Forrás: <https://www.ceginformacio.hu/cr9310036878> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

⁷ Forrás: <https://de.linkedin.com/company/dbw-advanced-fiber-technologies-gmbh> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

⁸ Forrás: <https://www.dbw.de/en/company> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

2.4.2 RHODIUS Magyarország Kft.

A RHODIUS Magyarország Kft. a RHODIUS GmbH i. Ins. Magyarországon, azon belül Tapolcán található leányvállalata. Fő központja Bajorországban, Weissenburgban található. Az anyavállalatot 1925-ben alapították, míg tapolcai telephelye 2006 óta üzemel. Fő profilja a légszűrő alkatrészek, valamint az övfeszítők gyártása az autóipar számára.⁹

8. táblázat: A RHODIUS Magyarország Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 9,5%/10%	2.Stratégia 6,25%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 10%/10%	6.Munkavállalói eredmények 8,57%/15%	9.Stratégiai eredmények 1,5%/15%
	3.Munkavállalók 10%/10%		7.Vevői eredmények 5%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 6,5%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 4,5%/10%	
Összesen: 61,82%/100%				

Forrás: saját kutatás

Az összesítő táblázat alapján a RHODIUS Magyarország Kft. CSR EMAT által megállapított eredménye 61,82%, így az általam végzett csoportosításban szintén a haladó kategóriát erősíti. Az eredmények alapján láthatjuk, hogy a „Munkavállalók”, valamint a „Termék & Szolgáltatás” kategóriában kimagasló eredményt ért el, azonban csak úgy, mint a DBW Hungary Kft. esetében a „Stratégiai eredmények” területén jelentős változtatások szükségesek a CSR szempontjából.

⁹ Forrás: <https://www.rhodium.com/en/news/development-of-rhodium-in-tapolca-hungary>
Letöltés dátuma: 2024.10.25.

2.4.3 Rdealer Group Kft.

A Rdealer Group Kft. tulajdonosai már több, mint 30 éves múlttra tekinthetnek vissza a vendéglátás területén. Fő tevékenységi körükbe tartozik a vendéglátóipari gépek forgalmazása. Ilyenek például a Pizzakemencék, mosogatógépek, hűtők, húsipari gépek. Fő profiljuk mellett saját szervizzel is rendelkeznek, telephelyük Tapolcán található.¹⁰

9. táblázat: A Rdealer Group Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 7%/10%	2.Stratégia 3,12%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 10%/10%	6.Munkavállalói eredmények 8%/15%	9.Stratégiai eredmények 5,25%/15%
	3.Munkavállalók 5%/10%		7.Vevői eredmények 7%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 4,5%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 5,5%/10%	
Összesen: 55,37%/100%				

Forrás: saját kutatás

A Rdealer Group Kft. CSR EMAT értékelő szempontrendszer szerinti eredményei azt mutatják, hogy az előző vállalkozásokhoz hasonlóan ő is a haladó kategóriába sorolandó eddig végzett társadalmilag felelős tevékenységei alapján. Míg a „Termék & Szolgáltatás” kategóriában jó eredményeket ért el, addig láthatjuk, hogy a „Stratégia” területén itt is jelentős módosítások, újítások szükségesek az eredmények javulása érdekében.

¹⁰ Forrás: <https://rdealer.hu/ceginformacio> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

2.4.4 Flextronics International Kft.

A Flextronics International Kft. egy több, mint 50 éve működő autóipari vállalat magyarországi leányvállalata. Az anyavállalatot 1969-ben alapították, központja az Egyesült Államokban, Texasban található, Magyarországon pedig 7 telephellyel rendelkezik (Budapest, Gyál, Sárvár, Tab, Zalaegerszeg, Üllő, Nyíregyháza).¹¹ Fő profilja az elektronikai fogyasztási cikkek gyártása, de jelen vannak az autóiparban is.¹²

10. táblázat: A Flextronics International Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 5,5%/10%	2.Stratégia 4,4%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 8%/10%	6.Munkavállalói eredmények 3,75%/15%	9.Stratégiai eredmények 5,25%/15%
	3.Munkavállalók 7,5%/10%		7.Vevői eredmények 4%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 6%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 5%/10%	
Összesen: 49,4%/100%				

Forrás: saját kutatás

A Flextronics International Kft. esetében láthatjuk, hogy a vizsgált 9 kritériumból 4 kritérium esetében is 5%-nál kevesebb, vagy azt elérő teljesítményt tudhat magáénak. Így az általam létrehozott csoportosításban egyedülként a kezdő kategóriába soroltam, viszont fontos megjegyezni, hogy minimálisan maradt le a haladó csoportot erősítő vállalkozásoktól, így bátran kijelenthetem, hogy néhány plusz társadalmilag felelős tevékenység alkalmazása által ezen az eredményen könnyen tudnak javítani a gyengébb százalékot elérő területeken.

¹¹ Forrás: <https://flex.com/careers/hungary> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

¹² Forrás: <https://flex.com/> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

2.4.5 WHC Kft.

A WHC Kft. egy 100%-ban magyar vállalat, melyet 1990-ben alapítottak, azóta pedig összesen 13 irodával rendelkezik Magyarországon (9) és határon túl (4). Fő profiljuk a munkaerő-kölcsönzés, a WHC Kft. Magyarország egyik vezető HR-szolgáltatója. Foglalkoznak többek között fizikai-, és szellemi munkaerő kölcsönzésével, továbbá diákmunkával, valamint nyugdíjas szövetkezettel is.¹³

11. táblázat: A WHC Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 10%/10%	2.Stratégia 9,4%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 10%/10%	6.Munkavállalói eredmények 13,9%/15%	9.Stratégiai eredmények 4,5%/15%
	3.Munkavállalók 10%/10%		7.Vevői eredmények 8%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 7%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 6,5%/10%	
Összesen: 69,3%/100%				

Forrás: saját kutatás

Ahogy a 11. táblázatban is láthatjuk, a WHC Kft. CSR EMAT szerinti eredményei viszonylag magasak, az összesített százalék alapján 69,3%-ot sikerült elérniük jelenlegi társadalmilag felelős teljesítményük alapján. Majdnem minden kritérium témakörében jól teljesítettek, viszont a „Stratégiai eredmények” -et illetően esetükben is szükséges még néhány CSR eszköz alkalmazása a jobb eredmény elérése érdekében. Csoportosítás szempontjából a WHC Kft. is a haladó kategóriába sorolandó.

¹³ Forrás: <https://whc.whc.hu/cegunkrol> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

2.4.6 DINZL Finommegmunkálási Kft.

A DINZL Finommegmunkálási Kft. a Dinzl Ordnungstechnik GmbH Vállalat magyarországi leányvállalata, telephelye Sümegen található. Központja Schillinsfürst-ben található. A vállalatot több, mint 170 éve alapították¹⁴, Sümegen 2008 óta található meg a vállalkozás. A DINZL Finommegmunkálási Kft. az autóipar számára gyárt termékeket, fő tevékenységük közúti járművek alkatrészeinek gyártása.¹⁵

12. táblázat: A DINZL Finommegmunkálási Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 4%/10%	2.Stratégia 8,1%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 9%/10%	6.Munkavállalói eredmények 4,82%/15%	9.Stratégiai eredmények 1,5%/10%
	3.Munkavállalók 10%/10%		7.Vevői eredmények 7,5%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 5,5%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 4,5%/10%	
Összesen: 54,92%/100%				

Forrás: saját kutatás

A DINZL Finommegmunkálási Kft. összesített CSR EMAT alapján született eredményei alapján a maximális 100% -ból 54,92-t ért el, ami azt jelenti, hogy a haladó kategóriába soroltam, azonban ezen vállalat esetében is fontos megjegyezni, hogy a „Vezetés”, „Társadalmi& Környezeti eredmények”, „Munkavállalói eredmények”, valamint legfőképpen a „Stratégiai eredmények” kritériumok esetében lenne szükség további társadalmilag felelős eszközök alkalmazására, hiszen ezáltal lényegesen jobb eredmények elérésére lennének képesek.

¹⁴ Forrás: <https://www.dinzl.de/> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

¹⁵ Forrás: <https://www.nemzeticegtar.hu/dinzl-kft-c0809017431.html> Letöltés dátuma:2024.10.25.

2.4.7 Robert Bosch Kft.

A Magyarországon, Budapesten található Robert Bosch Kft. a Robert Bosch GmbH cégcsoport magyarországi leányvállalata. Az anyavállalatot 1886-ban alapították, míg Magyarországon 1898 óta van jelen. Főbb tevékenységi területei a mobilitás, az ipari technika, a fogyasztási cikkek, valamint az energia- és épülettechnika.¹⁶

13. táblázat: A Robert Bosch Kft. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 10%/10%	2.Stratégia 5%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 9%/10%	6.Munkavállalói eredmények 12,3%/15%	9.Stratégiai eredmények 6%/ 15%
	3.Munkavállalók 9,58%/10%		7.Vevői eredmények 5,5%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 3%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 6,5%/ 10%	
Összesen: 60,88%				

Forrás: saját kutatás

A Robert Bosch Kft.-t kutatásomban elért eredményei alapján a haladó kategóriába soroltam, viszont fontos megjegyezni, hogy a 9 vizsgált kritériumból 4 esetben kimagasló eredményeket ért el, így ezen szisztéma mentén, ha a fennmaradó 5 gyengébb eredménnyel rendelkező kritérium esetében is további társadalmilag felelős eszközöket, tevékenységeket vezetnek be a vállalkozás mindennapjaiba, stratégiájába könnyedén javulást érhetnek el.

¹⁶ Forrás: <https://www.bosch.hu/vallalatunk/a-bosch-magyarorszagon/> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

2.4.8 Diageo Zrt.

A Diageo Zrt. egy 1997-ben alapított multinacionális vállalat (Diageo) Budapesten található leányvállalata, amely szeszes italok gyártásával, valamint forgalmazásával foglalkozik.¹⁷ Világviszonylatot tekintve is vezető szerepet töltenek be az alkoholos italok területén, illetve kiemelkedően magas márkagyűjteménnyel rendelkeznek mind az alkoholokat, mind pedig a söröket illetően. Több, mint 200 márkát forgalmaznak világszerte közel 180 országban.¹⁸

14. táblázat: A Diageo Zrt. CSR EMAT eredményei

CSR menedzsment			CSR eredmények	
1.Vezetés 10%/10%	2.Stratégia 10%/10%	5.Termék & Szolgáltatás 9,5%/10%	6.Munkavállalói eredmények 12,32%/15%	9.Stratégiai eredmények 14,25%/15%
	3.Munkavállalók 10%/10%		7.Vevői eredmények 9%/10%	
	4.Társadalom & Környezet 9%/10%		8.Társadalmi & környezeti eredmények 8,5%/10%	
Összesen: 92,57%/100%				

Forrás: saját kutatás

Az általam vizsgált 8 vállalkozás közül a Diageo Zrt. érte el összesítve a legmagasabb 92,57%-ot a maximális 100%-ból. A 9 kritériumból 3 esetében is maximális százalékkal rendelkezik, arányaiban a „munkavállalói eredmények”, illetve a „Társadalmi & Környezeti eredmények” kritériumok esetében szükséges picivel nagyobb javulás, viszont összességében elmondható, hogy minden vizsgált kritérium területén kimagasló eredményt tudhat magáénak.

Ahogy korábban is említettem, az általam vizsgált 8 vállalkozás társadalmi felelősségvállalására vonatkozó CSR EMAT értékelő szempontrendszer segítségével végzett kutatásom eredménye azt mutatja, hogy jelenleg az említett vállalkozások közül a legjobb CSR eredménnyel a Diageo Zrt. végzett 92,57%-kal. Ennek az is lehet az oka, hogy egy multinacionális vállalatról van szó, ahogy az interjú során megtudtam a cég rendelkezik több, profi, kizárólag CSR és ESG témákkal foglalkozó csapattal, és ahogy kutatásom alapján is látszik megérdemelten az élmezőnyt erősíti. A Diageo Zrt. után kissé lemaradva következik a

¹⁷ Forrás: <https://www.diageo.com/en/our-business/our-history> Letöltés dátuma: 2024.10.30.

¹⁸ Forrás: <https://www.diageo.com/en/our-business> Letöltés dátuma: 2024.10.30.

WHC Kft. 69,3%-kal, a 3. helyen az általam végzett kutatás alapján pedig a RHODIUS Magyarország Kft. áll 61,82%-kal. Őket követi a Robert Bosch Kft. (60,88%), a DBW Hungary Kft. (58,65%), Rdealer Group Kft. (55,37%), Dinzl Finommegmunkálási Kft. (54,92%), és végül a Flextronics International Kft. (49,4%).

A továbbiakban hipotéziseim vizsgálatát ismertetném, valamint arra térnék ki, hogy az általam vizsgált vállalkozások eredményei alapján hipotéziseimet megerősíteni, avagy cáfolni tudom.

H1: Hazánkban a CSR/ társadalmi felelősségvállalás fogalma csak a 2000-es éveket követően kezdett el terjedni a hazai vállalkozások körében.

Első hipotézisem bizonyítására kutatásomban két kiegészítő kérdést tettem fel a vállalkozások vezetői felé. Elsőként arra kérdeztem rá, hogy a vállalkozások nevében nekem nyilatkozó vezetők hallottak-e a CSR azaz a társadalmi felelősségvállalásról korábban, illetve amennyiben igen, ez körülbelül mikor történt meg. A válaszok vegyesnek tekinthetők az évszámokat illetően, 4-15 évig mozogtak, azonban az egyértelműen megállapítható, hogy hipotézisemet alá tudtam támasztani, ugyanis korábbi megállapításommal egyezően bebizonyosodott, hogy az általam vizsgált Magyarországi telephellyel rendelkező vállalkozások vezetői egyöntetűen a 2000-es évek után hallottak a CSR fogalmáról, így első hipotézisem megerősítésre került.

H2: Elkülöníthetőek-e különböző csoportokba az általam vizsgált vállalkozások CSR teljesítményük alapján?

Második hipotézisem véleményem szerint olyan tekintetben nyert bizonyítást, hogy az általam vizsgált vállalkozások eredményei alapján három különböző csoportot tudok megállapítani. A CSR kezdő (0-50%), CSR haladó (51%-75%), valamint a CSR tudatos (76%-100%) vállalkozások csoportját. Az első csoportba egy vizsgált vállalkozás tartozik, mégpedig a Flextronics International Kft. A soron következő csoportot 6 vállalkozás erősíti: Robert Bosch Kft., Dinzl Finommegmunkálási Kft., WHC Kft., Rdealer Group Kft., RHODIUS Magyarország Kft., valamint a DBW Hungary Kft. A CSR tudatos vállalkozások csoportjába pedig az elsőhöz hasonlóan egy vállalkozás tartozik a legmagasabb százalékaránnyal, mégpedig a Diageo Zrt.

H3: A pozitív CSR teljesítmény pozitív hatást gyakorol a vállalkozások profitálására.

Harmadik hipotézisemet az általam vizsgált vállalkozások alacsony számából adódóan sajnos nem tudom megerősíteni, ugyanis 8 vállalkozást vizsgáltam, melyből csupán csak 3

vállalkozás vezetője tudta azt biztosan állítani, hogy tapasztaltak pozitív profit növekedést az alkalmazott CSR eszközöknek köszönhetően. Így harmadik hipotézisem nem került bizonyításra jelenlegi kutatásom alapján, viszont a jövőben egy esetleges másik kutatás keretén belül a kutatásban résztvevő vállalkozások számának növelése által ez a hipotézisem is bizonyításra kerülhet.

H4: Az a vállalkozás, amely évek óta beépítette a stratégiájába a CSR-t, néhány évvel később az ESG-re is jelentős figyelmet fordít.

Negyedik hipotézisemre a válaszadó 8 vállalkozás közül 5 cég vezetője igenlő választ adott, így ez a hipotézisem is bizonyításra került, azonban természetesen 100%-ig ebben akkor lehetek biztos, amennyiben néhány év múlva szintén végeznék egy kutatást az érintett vállalkozások vezetőivel, hogy valóban beépítették-e az ESG-t vállalati stratégiájukba.

H5: A CSR tevékenységeket végző vállalkozások ezeket az információkat nem közlik egyértelműen a honlapjukon.

Ötödik hipotézisem kutatásom eredményei alapján egyértelműen cáfolásra került, ugyanis annak ellenére, hogy néhány vállalkozás bizonyos okokból kifolyólag nem rendelkezik honlappal, így azon fel sem tudja tüntetni az általa végzett társadalmilag felelős tevékenységeket, a válaszadók többsége, 8-ból 5 vállalkozás rendelkezik honlappal, amelyen fel is tünteti az általa végzett CSR tevékenységeket.

Összességében elmondhatom, hogy kutatásom sikeresen végződött. 5 hipotézisem közül csupán csak 2 került cáfolásra, míg 3 hipotézisemet bizonyítani tudtam kutatásom által, így elégedett vagyok az eredménnyel.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Kutatásom alatt a vállalkozásokkal folytatott interjúk során rengeteg plusz információhoz sikerült jutnom a vállalkozások irányítását, termékeit, gyártási folyamatait illetően. Több esetben tapasztaltam azt, hogy a vállalatok vezetőiben rengeteg ötlet van, viszont a gazdaság jelenlegi nehezebb helyzetében, tekintve például az autóipar romló tendenciáit, a társadalmilag felelős eszközök alkalmazása sajnos háttérbe szorul, hiszen kénytelenek a vállalat érdekeit nézni, megmaradt anyagi forrásaitak pedig a gyártási, valamint személyi jellegű költségekre fordítani. Kutatásom legelején bebizonyosodott, amit a korábbi irodalmak alapján feltételeztem, hogy a Magyarországon található vállalkozások a társadalmi felelősségvállalással csak a 2000-es éveket követően találkoztak. Véleményem szerint ezt azért volt fontos tisztázni, hiszen ebből az következik, hogy a hazai vállalkozások, valamint vezetőik esetében egy sokkal szűkebb időintervallum állt a rendelkezésükre napjainkig a CSR eszközök bevezetésére, mint egy külföldi vállalkozás esetében. Ezt azért is lényeges megemlíteni, hiszen így a kutatásokban való összehasonlításuk során a Magyarországon található vállalkozások alapvetően már hátrányban vannak egy több évtizede CSR-t alkalmazó külföldi vállalattal szemben. Ezen eltérés kiküszöbölése érdekében javasolnám például az időarányosított vizsgálatot két különböző országban lévő vállalkozás összehasonlítása esetén, hiszen ezáltal az alapján lehetne egybevetni a két szervezetet, majd konklúziókat levonni, hogy az adott társaságok az elmúlt például 5-10-15 évben milyen társadalmilag felelős eszközöket vezettek be a vállalati stratégiájukba. A CSR EMAT által kapott eredmények alapján a vizsgált vállalkozásokat három különböző csoportba soroltam a teljesítményszázalékaik szerint. Látható, hogy már ilyen alacsony vizsgált darabszám esetén is jelentős különbségek jelentkeztek a vállalkozások között. Véleményem szerint egy átfogó vállalkozáselemzés során, vagy vállalkozások összehasonlítása esetén az azonos teljesítménnyel rendelkező vállalkozások összevetése is érdekes lehet, olyan viszonylatban, hogy lehetőségeikhez mérten a vállalkozások mit tesznek a társadalmi felelősségvállalás érdekében, valamint egymástól is tudnak inspirálódni. Állami szinten úgy gondolom a kis-és közepes vállalkozásokat CSR-ra irányuló pályázatok segítségével anyagi erőforrások biztosítása által is lehetne motiválni a társadalmilag felelős tevékenységek végzésére, ugyanis kutatásom alapján is arra a következtetésre jutottam, hogy jelentős hátrányban vannak egy biztos anyagi háttérrel rendelkező multinacionális nagyvállalattal szemben, így jóval korlátozottabb anyagi keretből tudnak gazdálkodni, valamint több időbe telhet a CSR

eszközök bevezetése. Az említett eszközök alkalmazásának a kutatásomban résztvevő vállalkozások vezetőinek válaszai alapján pozitív hatása is lehet a szervezet profitjára. Ebből az következik, hogy a már korábban említett versenyképesség növelés mellett profitjuk növelése is ösztönző hatással lehet a vállalatokra, ha a társadalmilag felelős eszközök bevezetését tervezik. Az ilyen jellegű adatok közlése pedig a vállalkozások honlapjain fontos külső és belső érintettjeinek egyaránt, valamint fontos információkkal szolgálhat azon vállalkozások számára is, akik még nem alkalmaznak ilyen eszközöket, de tervezik. Viszont véleményem szerint abban az esetben, ha a szervezetek úgy döntenek, hogy ezeket az információkat nyilvánosságra hozzák, lényeges lehet, hogy esetleg egy egyszerűsített kimutatással vagy szöveges beszámolóval ezt kiegészítsék, hogy azok számára is egyértelmű és jól érthető legyen, akik esetleg nem gazdasági területen képzettek, csupán csak információt szeretnének gyűjteni az adott vállalkozás társadalmilag felelős tevékenységeiről. Emellett ebből a szempontból jelentős információval bírna, ha minden esetben feltűntetnék maga a CSR fogalmát és a jelentősebb információkat, amit tudni érdemes róla, hiszen aki először találkozik ezzel a témakörrel számára ezek az információk is fontosak lehetnek. Az ESG kapcsán a vizsgált vállalkozások nagy része azt nyilatkozta, hogy tervezi a bevezetését. Ebből arra a következtetésre jutottam, hogy a korábbi CSR-ral kapcsolatos pozitív tapasztalataik nagy szerepet játszottak ebben a döntésben, viszont az ESG újkeletűsége miatt fontosnak tartanám egy egységes és könnyen értelmezhető szabályozási és motivációs rendszer kialakítását a vállalkozások számára, hogy ilyen jellegű hajlandóságuk esetén könnyedén be tudják vezetni vállalati stratégiájukba.

ÖSSZEFOGLALÁS

Már szakirodalmi kutatásom kezdetén az volt a tapasztalatom, hogy ahogy a CSR, úgy az ESG esetében sincs egy egységes, mindenki számára jól érthető és értelmezhető meghatározás ezen indikátorokat illetően. Végül kutatásom végéhez érve is ezt a konklúziót kellett, hogy levonjam, hiszen a szakirodalmak elemzését követően a vállalkozások vezetőivel készített interjúim során is azt tapasztaltam, hogy például a CSR fogalmát illetően is mindenki másképp vélekedik, mást gondol társadalmilag felelős tevékenységnek. Éppen ezért döntöttem úgy, hogy kutatásomat minden vállalkozás esetében azonos szempontrendszer és kérdések mentén fogom végezni, hiszen így ténylegesen, egységes kritériumrendszer alapján tudtam összehasonlítani őket az általam vizsgált CSR, ESG, valamint fenntarthatóság témakörét érintve. Hosszas mérlegelés után a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban a CSR EMAT értékelő szempontrendszert választottam kutatásom módszertanául, mely a vállalkozások vezetőinek visszajelzései alapján is egy könnyen kezelhető, jól értelmezhető módszer a kutatás elvégzésére. Az ESG és a fenntarthatóság témakörét illetően azonban nehezebb dolgom volt, hiszem esetükben nem találtam ennyire alapos és átfogó értékelési eszközt, így saját kérdéseimre kapott válaszok által próbáltam rávilágítani a vállalkozások ezen témákat érintő hozzáállására. Kutatásom végéhez érve úgy gondolom az interjúk sikeresnek mondhatók, a szakirodalmi elemzésem kezdetekor a kutatásommal kapcsolatban kitűzött céljaimat sikerült elérnem, hipotéziseimre választ találnom. Véleményem szerint a kapott eredmények a vállalkozások vezetői számára is hasznosak voltak, hiszen általuk egyfajta visszajelzést kaptak a vállalkozásuk jelenlegi helyzetéről az általam vizsgált témákat illetően. Láthatták azt is, melyek azok a területek, amelyekre a jövőben esetleg nagyobb hangsúlyt kell, hogy fektessenek. Úgy gondolom az elkövetkezendő években még inkább előtérbe kerülnek ezen témák a vállalkozásokra nehezedő, szakirodalmi kutatásom során említett társadalmi, valamint állami nyomás által, így szükségszerű lesz, hogy a vállalatok folyamatos önellenőrzést végezzenek, hogy évről évre jobb eredményeket tudjanak elérni és érintettjeik felé kommunikálni. Ez a társadalom számára való hasznosságon túlmutatóan önmaguk érdekében is áll, ugyanis ezáltal pozitív benyomást kelthetnek a befektetőkben, valamint a fogyasztókban.

IRODALOMJEGYZÉK

Palócz É. (2016): A magyar közép-és nagyvállalatok nyomában. In *A magyar polgár* pp. 125-137. ISBN: 978-963-14-3407-1 Szerk: Morcsányi Géza–Tóth István György

Ackerman, R. W. & Bauer, R. A. (1976): *Corporate Social Responsiveness*; Reston, *Virginia, Reston Publishing*

DOI: <https://doi.org/10.4135/9781483381503.n266>

Bacsó B. (2020): A fenntartható fejlődés gazdasági összefüggéseinek nevelési elveihez elméleti megközelítésben. *A Selye János Egyetem 12. nemzetközi konferenciája, Közgazdasági szekció, Konferenciakötet, pp. 31-37.*

DOI: <https://doi.org/10.36007/3754.2020.31>

Berkesné R. N. (2018): CSR EMAT- A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának kiválósági menedzsment és értékelési eszköze, Doktori (Ph.D) értekezés, Pannon Egyetem

DOI: <https://doi.org/10.18136/PE.2018.683>

Bredgaard, T. (2004). Corporate social responsibility between public policy and enterprise policy. *European Review of Labour and Research*, 10. évf. 3. sz. pp. 372-392.

DOI: <https://doi.org/10.1177/102425890401000305>

Boros et al. (2022). A fenntarthatóság új szempontjai: a nem pénzügyi jelentések európai gyakorlatának elemzése. *Pénzügyi Szemle / Public Finance Quarterly - Journal of Public Finance*, 67. évf. 2. sz. pp. 186-200.

DOI: https://doi.org/10.35551/PSZ_2022_2_2

Carroll, A. B. (1991): The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34. évf. 4. sz., pp. 39–48.

DOI: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

Czakó E.& Chikán A. (2007): Gazdasági versenyképességünk vállalati nézőpontból – 2004–2006. *Vezetéstudomány*, 38. évf. 5. sz. pp. 2–8.

DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2007.05.01>

Csigéné N. N. (2007): A vállalatok társadalmi felelőssége (osztrák és magyar példákon): Corporate social responsibility (Austrian and Hungarian case studies). *Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei (Új sorozat 34. köt.). Tanulmányok a gazdaságtudomány köréből = Acta Oeconomica*. pp. 183-191. ISSN 1787-6559

Csigéné N. N. (2008): A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és kapcsolódása a fenntartóssághoz. Doktori (Ph.D) értekezés, pp 1-156.

Feketéné Cs. H. (2007): A magyar vállalatok társadalmi felelősségvállalásának sajátosságai. In: *Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei. Új sorozat 34. köt. Tanulmányok a gazdaságtudomány köréből= Acta Oeconomica*, pp. 169-182. ISSN 1787-6559

Frederick, W. C. (1998): „Moving to CSR4.” *Business & Society* 37. évf. (márc.): pp. 40 - 60.
DOI: <https://doi.org/10.1177/000765039803700103>

Füredi-Fülöp, J. & Várkonyiné J. M. (2022): Vállalati öko-mérleg, zöldülő pénzügyi kimutatások lehetőségei és korlátai, In: Veresné, Somosi Mariann; Lipták, Katalin; Harangozó, Zsolt (szerk.) *"Mérleg és Kihívások - Fenntarthatóság" XII. Nemzetközi Tudományos Konferencia: Konferenciakötet*, Miskolc-Egyetemváros, Magyarország: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar pp. 83-89.

Hajdu T., & Reizingerné D. A. (2023): ESG indikátorok a fenntarthatósági jelentésekben. *Budapesti Corvinus Egyetem Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet Számvitel Tanszék, VI. Bosnyák János Emlékkonferencia, VÁLSÁGBAN A VILÁG*, pp. 77-94.

Hugyi, M., & Takácsné Gy. K. (2011): A KKV szektor stratégiájának vizsgálata egy felmérés tükrében. In: *Acta Carolus Robertus*, 1. évf. 2.sz. pp. 57-68. ISSN 2062-8269

Kalmár V. (2008): A vállalatok társadalmi felelősségének alapvető kérdései. In: *Marketing & Menedzsment*, 42. évf. 1. sz. pp. 4-12.

Loew et al. (2004): Significance of the CSR debate for sustainability and the requirements for companies. *Münster/Berlin*. pp. 1-16.

Mayer, R. - Reizingerné D. A. (2022): ESG: Hitelesség a számok mögött- Az ESG-Minősítések megbízhatósága In: *Prosperitas* (2023) 10 évf. 2. sz. pp. 1-14.

DOI: https://dx.doi.org/10.31570/prosp_2022_0041

Málovics et al. (2008): A kis- és középvállalkozások felelősségvállalásának értelmezése a társadalmi tőke elméletének tükrében. In Szigeti C. (szerk.): *Konferenciakiadvány a vállalati felelősségvállalásról szóló konferencia előadásaiból*. Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Győr, pp. 112–137.

Orlitzky et al. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, 24. évf. 3. sz. pp. 403–441.

DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840603024003910>

Pál T. (2023) A hagyományos beszámolási modellek és az ESG. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar Pénzügyi és Számviteli Intézet pp. 1-8.

Pete V. F. (2023): Érdék vagy Érték a fenntarthatóság egy forgalomtechnikai KKV számára 2022-ben? (Szakdolgozat) pp. 1-60.

Popescu et al. (2021): Measuring the sustainability of investment funds: A critical review of methods and frameworks in sustainable finance. *Journal of Cleaner Production*, 314. kötet pp. 1-13.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128016>

Reisinger A. (2023): A CSR és versenyképesség kapcsolatának elemzési kihívásai a szakirodalom alapján. *HITELINTÉZETI SZEMLE/FINANCIAL AND ECONOMIC REVIEW*, 22. évf. 1. sz. pp. 105-126. ISSN 1588-6883 (nyomtatott); 2416-3201 (online)

Siew, R. Y. (2015). A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs). *Journal of environmental management*, 164. kötet, pp. 180–195.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.09.010>

Várkonyi D. M. (2023): Az új trend: ESG szabályozások–hogyan változtatják meg a mindennapokat. *Pénzügy-számvitel füzetek VII.* 2023. Miskolci Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Intézet ISBN 978-963-358-318-0 pp. 118-126.

Zsolnai L. et al. (2005): Vállalkozások társadalmi felelőssége az Európai Unióban és Magyarországon. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara

EGYÉB FORRÁSOK

2004. évi XXXIV. törvény Kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról

[ISO - ISO 26000 — Social responsibility](#) Letöltés dátuma: 2024.03.22.

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/> Letöltés dátuma: 2023.03.06.

<https://ec.europa.eu/info/files/210305-reportefrag-sustai> Letöltés dátuma: 2023.03.06.

[KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért – Egy lépéssel közelebb a fenntarthatósághoz. \(kovet.hu\)](#) Letöltés dátuma: 2024.03.23.

<https://bcsdh.hu/> Letöltés dátuma: 2024.03.23.

<https://www.ceginformacio.hu/cr9310036878> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://de.linkedin.com/company/dbw-advanced-fiber-technologies-gmbh>

Letöltés dátuma:2024.10.25.

<https://www.dbw.de/en/company> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://www.rhodium.com/en/news/development-of-rhodium-in-tapolca-hungary>

Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://rdealer.hu/ceginformacio> 2024.10.25.

<https://flex.com/careers/hungary> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://flex.com/> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://whc.whc.hu/cegunkrol> Letöltés dátuma: 2024.10.25

<https://www.dinzl.de/> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://www.nemzeticegtar.hu/dinzl-kft-c0809017431.html> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://www.bosch.hu/vallalatunk/a-bosch-magyarorszagon/> Letöltés dátuma: 2024.10.25.

<https://www.diageo.com/en/our-business/our-history> Letöltés dátuma: 2024.10.30.

<https://www.diageo.com/en/our-business> Letöltés dátuma: 2024.10.30.

Nagy, Z. (2020): ESG: a miérttől a hogyanig.

https://www.bet.hu/pfile/file?path=/site/Magyar/Dokumentumok/Rolunk/bet-campus/esg-szakmai-forum---07.16./MSCI_Nagy_Zoltan.pdf Letöltés dátuma: 2024.03.25.

Wong, C. (2018): Rate the Raters 2018: Ratings Revisited. The SustainAbility Institute.
https://www.sustainability.com/globalassets/sustainability.com/thinking/pdfs/sa-ratetheraters_ratings-revisited_march18.pdf Letöltés dátuma: 2024.03.25.