

OTDK-DOLGOZAT

**Készítette: Görög Georgina
MA**

2013

TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS PÉCSETT

Empirikus kutatás a pécsi szervezetek körében

SOCIAL RESPONSIBILITY IN PÉCS

Empirical research among the organizations in Pécs

Készítette: Görög Georgina

Kézirat lezárása: 2011. november 12.

„Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan...”

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	1
1.1. A TÉMA FELVEZETÉSE.....	1
1.2. PROBLÉMAFELVETÉS	2
1.3. A KUTATÁS CÉLJA- FŐ KUTATÁSI KÉRDÉS	4
1.4. A KUTATÁS JELENTŐSÉGE	5
2. A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS ELMÉLETE	7
2.1. RENDSZER SZEMLÉLET, FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS: „KIINDULÁS A KÁLYHÁTÓL”	7
2.2. ÖKOLÓGIAI (VAGY ALTERNATÍV) KÖZGAZDASÁGTAN- AZ ÚJ IRÁNYZAT	9
2.3. VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA	11
2.4. VÁLTOZÁS EGY SZERVEZET ÉLETÉBEN	16
3. A PÉCSI SZERVEZETEK KÖRÉBEN VÉGZETT EMPIRIKUS KUTATÁSI EREDMÉNYEIM	18
3.1. KUTATÁSI MÓDSZERTAN BEMUTATÁSA	18
3.2. AZON VÁLLALATOK EREDMÉNYEINEK A BEMUTATÁSA, AKIK MÉG NEM FOGLALKOZTAK CSR TEVÉKENYSÉGGEL.....	21
3.3. AZON VÁLLALATOK EREDMÉNYEINEK A BEMUTATÁSA, AKIK FOGLALKOZTAK CSR TEVÉKENYSÉGGEL.....	28
3.4. A VÁLLALATOK ÁLTAL KITÖLTÖTT KÉRDŐÍVEK EREDMÉNYEIBŐL LEVONT KÖVETKEZTETÉSEK	40
3.5. NON-PROFIT SZERVEZETEK EREDMÉNYEI, ILLETVE A KÖVETKEZTETÉSEIM...41	
3.6. SZEKUNDER INFORMÁCIÓK: ÖNKORMÁNYZAT.....	50
4. ÖSSZEFOGLALÁS	53
5. ZÁRÓ GONDOLATOK.....	55
IRODALOMJEGYZÉK.....	57
MELLÉKLETEK	61
1.MELLÉKLET: KÍSÉRŐLEVÉL A KÉRDŐÍVEKHEZ	II
2. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV CSR-RAL FOGLALKOZÓ VÁLLALATOKNAK.....	III
3. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV CSR-RAL NEM FOGLALKOZÓ VÁLLALATOKNAK.....	VI
4. MELLÉKLET: KÍSÉRŐLEVÉL A MÉLYINTERJÚHOZ	VIII
5. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV A PÉCSI CIVIL SZERVEZETEKÉRŐL.....	IX
6. MELLÉKLET: SZÉKESFEHÉRVÁR CSR ANYAGA.....	XI

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. Táblázat: A „Hallott-e a CSR-ról?” és „Mennyire ismertében van-e a fenntartható fejlődés és a CSR kapcsolatával?” kérdések válaszai (darab)	22
2. Táblázat: A "Hallott-e a CSR-ról?" és az "Elkövetkezőkben tervezi-a a CSR tevékenység alkalmazását?" című kérdések összevetése (darab)	23
3. Táblázat: A CSR tevékenység megvalósítási területe és a CSR tevékenységre a motiváció kapcsolata 1. táblázat (darab).....	29
4. Táblázat: CSR tevékenység megvalósítási területe és a CSR tevékenységre a motiváció kapcsolata 1. táblázat folytatása (darab)	30
5. Táblázat: "Mennyiben befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?" és "Az Ön cégének a CSR stratégiájához kapcsolódó médiavisszhang?" kérdések válaszainak összevetése (darab)	31
6. Táblázat: A "Mennyiben befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?" és a "Véleménye szerint az Ön vállalatának az érintettjei mennyire ismerik el, ha egy cég CSR tevékenységet folytat?" kérdések kapcsolódási pontjai (darab).....	32
7. Táblázat: A "Véleménye szerint a gazdasági válság hogyan befolyásolja a CSR tevékenységeket? és „Az Ön vállalatának az elmúlt két évben hogyan változott a CSR költségvetése" kérdések összevetés (darab).....	39
1. ábra: Ökonómia és fenntarthatóság - a világ eredeti rendje.....	8
2. ábra: Mit gondol, azok a vállalatok, amelyek nagyobb hangsúlyt fektetnek a társadalmi felelősségvállalásra, hosszabb távon jobb pénzügyi eredményeket érnek-e el, mint amelyek nem így cselekednek? (%).....	14
3. ábra: A társadalmi felelősségvállalás fontossága - a fogyasztók szerint (%)	15
4. ábra: Az Ön vállalatát mi motiválja (motiválná) leginkább a közhasznú tevékenység és/vagy a társadalmi felelősségvállalás területén? (darab).....	24
5. ábra: Megjelenik-e a vállalatánál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája? (darab).....	25
6. ábra: Ügyfél, illetve dolgozói elégedettség mérő rendszer van-e? (darab).....	26
7. ábra: Igényelné-e, hogy cége nagyobb tudatossággal vizsgálja kapcsolatát a különböző érintettjeivel? (darab).....	26

8. ábra: Ön szerint a magyarországi cégek szervezeti kultúrája általánosságban mennyire támogatja vállalatok társadalmi felelősségvállalását? (darab)	27
9. ábra: A CSR tevékenység megbecsültsége a magyar üzleti kultúrában a következő négy évben... (darab) (BAL OLDALI ÁBRA).....	27
10. ábra: A CSR tevékenység megbecsültsége a magyar fogyasztói kultúrában a következő négy évben... (darab) (JOBBI OLDALI ÁBRA).....	27
11. ábra: ön szerint/ az Önök vállalatánál hol helyezkedik el a CSR a vállalati struktúrában? (darab)	31
12. ábra: Hogyan jellemezné általában a CSR és a vállalati versenyképesség kapcsolatát? (darab)	33
13. ábra: Mennyire fontos vállalata számára a társadalmi felelősségvállalás? (darab)	34
14. ábra: Motiváló tényezők a CSR területén (darab).....	35
15. ábra: "Megjelenik-e a vállalatánál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája" illetve a " minőségügyi tevékenység kapcsolódik-e CSR területéhez? (darab).....	36
16. ábra: A CSR stratégiában hogyan rangsorolná az alábbi szempontokat, tevékenységeket? (darab).....	37
17. ábra: Ön szerint a hazai jogszabályi környezet mennyire támogatja a vállalatok társadalmi felelősségvállalását? (darab)	38
18. ábra: Az együttműködés felmérése a vállalatok, a non-profit szervezetek és az önkormányzat között (darab)	47
19. ábra: Ön szerint mennyire erős Pécsen a civil szervezetek érdekérvényesítő képessége? (darab)	48
20. ábra: A társadalmi felelősségvállalás ismertsége a non-profit szervezetek körében (darab)	48

*„A világ erőforrásai elegendőek, hogy
kielégítsék mindenki szükségleteit, de arra már nem, hogy kielégítsék mindenki
mohóságát.”*
Mahatma Gandhi

1. BEVEZETÉS

Kutatásom során a pécsi szervezetek társadalmi felelősségvállalását vizsgáltam. Azért tartom fontosnak e terület mélyebb és alaposabb feltérképezését, mert napjainkban a környezetvédelem, az etikus viselkedés, az altruista magatartás, a társadalmi felelősségvállalás mind- mind olyan témakörök, amikről nap, mint nap hallunk, azonban sok esetben kételyekkel fogadjuk a velük kapcsolatos híreket. Céлом volt egy empirikus kutatással felmérni, hogy Pécsen milyen szinten foglalkoznak a különböző szervezetek a társadalmi felelősségvállalással.

1.1. A TÉMA FELVEZETÉSE

2011. október 31-én Földünk lakossága elérte a hét milliárd főt. 1999-ben lettünk hat milliárdan. (Itt nézheti meg, hányadik lakos ön a Földön, 2011.) Csupán 12 év kellett ahhoz, hogy újabb egy milliárd ember jöjjön a világra, s használja ezt a szűkös erőforrásokkal rendelkező bolygót. Az ENSZ előrejelzései szerint a vízhiány problémája egyre égetőbbé válik, ugyanis 2030-ra a kereslet 40 százalékkal meghaladja a kínálatot. A káros anyag - kibocsátásunk folyamatosan nő, eddig még nem találtak megoldást az olajtól való függőségünk megszüntetésére. Ezért háborúznak országok, társadalmak. (Hétmilliárd! A vízhiány egyre égetőbbé válik, 2011.)

Kutatók már 1972-ben arról beszéltek, hogy tenni kell valamit, a világunk a jelenlegi formájában nem fenntartható. Azóta eltelt majdnem 40 év, de lényegi változást nem tapasztalhatunk. Csak az utóbbi években kezdtek ráeszmélni az emberek arra, hogy valamit tenni kell, mert lassan már nem lesz elég erőforrás, hogy mindenki szükségletét kielégítse.

2011. szeptember 27. volt az Ökológiai Túllövés Napja. Ez azt jelenti, hogy aznap élte fel az emberiség a teljes 2011-re rendelkezésre álló ökológiai erőforrások és szolgáltatások kereteit (2011- ben a Túllövés Napja: szeptember 27., 2011.) Azóta a 2012-es évre vonatkozó „adagunkat” fogyasztjuk.

A fentebb leírt elemek csak néhány azok közül, amikkel szembesülnünk kell, ahhoz, hogy komolyan elgondolkodjunk a folytatáson.

A legismertebb definíció szerint: „A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely biztosítani tudja a jelen szükségleteinek kielégítését anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk lehetőségeit saját szükségleteik kielégítésére.” A fogalom a fenntartható gazdasági, ökológiai és társadalmi fejlődést egységben értelmezi. (Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012, 2011.)

Ahhoz, hogy fenntarthatóan éljünk, először be kell látnunk, hogy az életforma, amit jelenleg folytat az emberiség, vagyis mi, azon változtatni kell. Első lépés a belátás, a második pedig a felelősségvállalás. A felelősség Angyal Ádám megfogalmazása szerint „oksági viszonyból eredő követelmény, amely elszámolási, beszámolási kötelezettséggel jár. A felelősség mások felé történő számadás és annak megítélése révén érvényesül”. (Angyal, 2005.) A felelősség etikai fogalom (Bowens, 1998.), azonban már a magatartás-tudományok is gyakran hivatkoznak rá. Emellett pedig az üzleti életben is kezd elterjedni.

Ez a kutatás egy korábban elkezdett munkám folytatása. Az első dolgozattal (amit országos szinten végeztem el) célom az volt, hogy felmérjem a felelősen gondolkodó, „vállalatok társadalmi felelősségvállalása” tevékenységet alkalmazó vállalatok eredményeit, majd ezt összevessem az olyan cégek válaszaival, akinél nem jelent meg ez a tevékenység. Ott hazánk két különböző területét (Budapest, illetve Belső-Somogy) kiemelve mutattam be a CSR¹-ral kapcsolatos eltéréseket (Görög, 2010.).

Tovább gondoltam a korábbi eredményeimet, s a releváns szakirodalmi ismeretek feltérképezése után jelen dolgozatomban a felelősségvállalás helyzetét mutatom be itt, ahol tanulok, és élünk: Pécsen.

1.2. PROBLÉMAFELVETÉS

Egyre több előadáson, konferencián sőt, már a médiában is hallhatunk arról, hogy valaki valami jót tett: támogatott valakit akár anyagilag, akár más módon. Bizonyos vállalat elismerte, hogy hibázott, visszahívta a termékét, ami selejtes volt. Egyének összefogtak egy közös, jó cél érdekében. Azonban legalább ennyi a rossz hírek száma is: eltussoltak egy sikkasztást, termékről olyan információkat nem adtak ki, ami veszélyeztetheti a fogyasztók egészségét. Nem megfelelően jártak el egy panaszos kérelmére. Anyagilag becsapta egyik fél a másikat. Nem megfelelően teljesítették kötelezettségeiket az állam felé a polgárok, a szervezetek (pl. adófizetés). Stb.

¹ CSR: corporate social responsibility, vállalatok társadalmi felelősségvállalása

A gyakorlatban számos negatív példát hallhatunk vállalatokról, akik tisztességtelen működést folytatnak. Példaként említenék egy személyes tapasztalatot. Egy olyan cégről van szó, ahol nyaranta több alkalommal is dolgoztam.

A vállalat egy külföldi cég magyarországi leányvállalata. A vállalatvezető adakozik, támogat bizonyos kezdeményezéseket, azonban a cégének a belső működése nem azt mutatja, hogy ő egy felelőssége tudatában lévő vállalatvezető.

Az ügyvezető igazgató minden évben támogat (nem anyagilag, hanem a cégnél előállított termékekkel) néhány környékbeli települést, amikor azok falunapot tartottak. Cserébe elvárja, hogy az adott falunapra díszvendégként meghívják, s ajándékokkal (pl. az ott elkészített ételekkel) felpakolva bocsássák haza. Emellett a tulajdonos utasítására a cégnél papír alapú dolgozói elégedettséget felmérő kérdőíveket osztott ki, amit mindenkinek kézzel kellett kitöltenie, de előtte hangsúlyozta, hogy a többség kézírását felismeri. Nem beszélve arról, hogy a dolgozók nem mehetnek táppénzre (ha betegek, szabadságot kell kivenniük), ugyanis ha ezt megteszik, elbocsátják őket, vagy ahány napot hiányzott, annyiszor az év végi jutalompénzükből x Ft-ot levonnak. Ha valakinek olyan műtétje lesz, aminek van lábadozási ideje, akkor azt udvariasan megkéri, hogy mondjon fel, de megígéri neki, hogy amint munkába tud állni, visszaveszi a céghez. Ennek oka, hogy ez a vállalatnak kevesebb költség, mintha megtartaná az alkalmazottat a felgyógyulási idő alatt is. Sajnos a gyakorlatban számos ilyen példával találkozhatunk.

A Nielsen piackutató intézet legfrissebb adatai szerint Magyarország fogyasztói bizalmi indexe a világon a legalacsonyabb (Magyarországon legalacsonyabb a fogyasztói bizalmi index, 2011.), amit okozhat a számos ellentmondásos hír, információ, a bizalmatlan gazdasági környezet, a hitelek körüli eljárások, s sok más egyéb tényező.

A számos negatív hír hallatán fogalmazódott meg bennem a gondolat, hogy ha tényleg sok minden ennyire rosszul működik, akkor ezt szeretném megvizsgálni, majd pedig javaslatokat tenni a fenntartható fejlődés érdekében, megmutatva egy apró lépést a változások irányába. Egy szűk körben, Pécsen vettem szemügyre- témám szempontjából- a jelenlegi helyzetet és a feltárandó lehetőségeket.

1.3. A KUTATÁS CÉLJA- FŐ KUTATÁSI KÉRDÉS

A kormány határozata alapján 2006-ban a Gazdasági és Szociális Tanács (GSZT)² felkérést kapott arra, hogy az Európai Unió prioritásainak megfelelően dolgozzon ki ajánlást a vállalatok társadalmi felelősségvállalását illetően. Felállítottak egy ad hoc Munkabizottságot, aki 2008-ban kiadta „A GSZT ajánlásai a társadalmi felelősségvállalásról” című anyagot.

A GSZT szerint „a vállalatok mellett az állam és az önkormányzatok is kiemelt szereplői a gazdaságnak, így – munkáltatóként, tulajdonosként, szabályozóként, véleményformálóként – fontos szerepük lehet abban, hogy a felelősségvállalás gyakorlata miképpen valósul meg a gazdaság egészében.(GSZT, 2008.)”

Ezért a Tanács ajánlásokat fogalmazott meg a piaci szféra, a civil szféra, az állam, az önkormányzatok és a média számára, hogy hogyan tehetik működésüket felelősebbé. Ez volt az alapja annak, hogy megvizsgáljam Pécsen a felelősségvállalás kérdéskörét. Kutatásomat a következő szervezetekre terjesztettem ki:

- Profit orientált vállalatok
- Civil szféra
- Önkormányzat

A vállalatok számára kérdőívet állítottam össze a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról. Arra voltam kíváncsi, hogy ismerik-e ezt a fogalmat, van-e CSR stratégiájuk? Mire terjed ki a felelősségvállalási tevékenységük? Tisztában vannak-e a CSR és a fenntarthatóság közötti összefüggéssel? Stb.

A civil szféra esetén is kérdőívet készítettem, azonban ott a három szektor közötti együttműködésre voltam kíváncsi. Mennyire valósul meg Pécsen a civilek érdekérvényesítő képessége? Milyen az együttműködés köztük és az önkormányzat, köztük és a pici szféra szereplői között? Emellett pedig egy mélyinterjút is készítettem a Baranya Megyei Önkéntes Centrum vezetőjével. Azért őt választottam interjúalanyomnak, mert ez a szervezet a legtöbb pécsi non-profit szervezettel

² A GSZT – hasonlóan az EU tagállamaiban és más fejlett országokban működő ilyen testületekhez – konzultatív fórum, azaz véleményeket, javaslatokat fogalmaz meg, és állásfoglalásokat fogad el. Ezek nem jogszabályi kényszer útján, hanem résztvevőinek személyes tekintélye és/vagy a mögöttük álló társadalmi érdekcsoportok jelentősége révén fejtik ki hatásukat. A GSZT a mindenkori kormánytól független és pártpolitizálástól mentes intézmény. Résztvevői a jelen kormányzati cikluson túlmutató négyéves időszakra kapnak felkérést. A résztvevők kiválasztása nem kormányzati döntéssel, hanem a kormánytól független „személytelen” mechanizmusok révén történik. (GSZT)

kapcsolatban van, gyakorlatilag összefogja őket. Így a vezetője átfogó képet tud adni a pécsi non-profit szektor helyzetéről.

Az önkormányzat oldalát szekunder információk segítségével vizsgáltam. Utánanéztem a Baranya Megyei Kereskedelmi és Iparkamara honlapján, hogy milyen információk vannak a társadalmi felelősségvállalásról, azonban olyan anyagokhoz nem jutottam, amik megerősítették, vagy cáfolták volna a dolgozatom szempontjából fontos kérdéseket.

1.4. A KUTATÁS JELENTŐSÉGE

A társadalmi felelősségvállalás manapság az egyik legfontosabb, és legtöbbet emlegetett fogalmak egyike. A 2008-ban bekövetkezett gazdasági, társadalmi és környezeti világválság változásokat követel. Bemutatta, hogy a világunk a jelenlegi formájában nem fenntartható. Hogy ne menjünk messzire, ha csak a 2010 őszen bekövetkezett kolontári vörös iszap katasztrófára gondolunk, az is egy jel volt, hogy változtatnunk kell. A vállalatok felelősségvállalása még fontosabbá és súlyosabbá vált. Felelősséget kell vállalniuk a tetteikért, és annak következményeiért.

Vállalati szempontból a téma aktualitását és jelentőségét Ligeti György „A vállalatok társadalmi felelősségvállalása” című könyvében leírt mondata határozza meg a legjobban:

„A társadalom – és környezettudatos, felelősségvállaló (röviden CSR) filozófia az elkövetkező évek új vállalatvezetési stratégiája. Azt állítjuk, hogy az üzleti sikered (szerényen: egyik) kulcsa a környezettel szemben tanúsított felelősségvállalás”(Ligeti, 2008.). Mint leendő közgazdász, ezért gondoltam én is arra, hogy felmérem, Pécsen hogyan viszonyulnak elsősorban a profit orientált vállalatok, illetve a non-profit szervezetek a felelősségvállalás kérdéséhez. A CSR- ral már három éve foglalkozom, de még mindig azt látom, hogy nagyon lassan indul be a folyamat. Budapesten nemhogy ismerik, már felelősségvállalási díjakra pályáznak, jelentéseket adnak ki, felelősségvállalási napokat tartanak, tanúsítványokkal igazolják, hogy ők társadalom és környezettudatos magatartást folytatnak. Szemben a vidéki kisvállalkozókkal, akik még nem is hallottak a CSR- ról. Ezért tartottam fontosnak, hogy Pécsen is utána járjak a társadalmi felelősségvállalásnak. Kutatásom során kvalitatív (mélyinterjú) és kvantitatív (kérdőív) módszereket is használtam. A minta, amit vizsgáltam, nem reprezentatív, azonban véleményem szerint bemutatja a valós helyzetet.

A dolgozatot a bevezetés után az első fejezettel, a felelősségvállalás szakirodalmi áttekintésével folytatom. Ott kitérek a rendszerszemléletű gondolkodásra, a fenntartható fejlődés fogalmára, az alternatív közgazdaságtanra, a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának különböző értelmezéseire. Majd azzal foglalkozom, ha egy vállalat elhatározza, hogy felelős magatartást kíván folytatni, azt hogyan lehet a leggyorsabban és leghatékonyabban véghezvinni. A második fő fejezetben az általam végzett empirikus kutatás eredményeit mutatom be. Munkám során primer és szekunder módszerekkel dolgoztam. A felmérést hipotéziseim felállítása után végeztem, amelyek a 2.1. fejezetben találhatóak. Először a vállalatok eredményeit elemzem, amit két különböző kérdőív segítségével, két eltérő szegmensben vizsgáltam. Majd a pécsi non-profit szervezetek működésének ismertetésével folytatom a dolgozatot. Esetükben is végeztem kérdőíves felmérést, illetve mélyinterjút is készítettem. Vizsgálatom harmadik része a pécsi önkormányzat volt. Ott szekunder információk segítségével tanulmányoztam az önkormányzat a forprofit, illetve a non-profit szféra kapcsolatát. A társadalmi felelősségvállalás megvalósulásához szükség van a különböző szférák közötti együttműködésre. Ezért tartottam fontosnak minden oldalról megvizsgálni az együttműködés jelenlegi helyzetét. A mélyinterjú volt a dolgozat elkészítésének legizgalmasabb része, ugyanis ott tudtam meg legtöbbet a társadalmi felelősségvállalás pécsi helyzetéről.

*„A gazdaság törvényei egyben a közösség törvényei is.
A közösség törvényei egyben az ökoszisztémák törvényei is.”*

Pauli, G. 2010

2. A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS ELMÉLETE

A fejezet során a társadalmi felelősségvállalás legfontosabb fogalmait, kialakulását és célját mutatom be. Először áttekintem a fenntartható fejlődés fontosságát, hogy miért kell egy vállalatnak felelősen viselkednie. Kitérek a rendszerszemléletben való gondolkodás fontosságára, ugyanis szükséges azt megérteni, hogy a fenntartható fejlődést csak úgy lehet értelmezni, ha a három elemet (társadalom, természeti környezet, gazdaság) egy egésznek tekintjük. (Kiss, 2011.) Majd áttérek a CSR fogalmaira, alkalmazási területeire. Az ökológiai közgazdaságtannal, mint fiatal közgazdaságtani iránnyal is foglalkozom. Végül pedig feltételezem azt az esetet, ha egy vállalat elhatározza, hogy társadalom és környezettudatosan akar működni, akkor mi a leghatékonyabb módja az új szemléletmód bevezetésének.

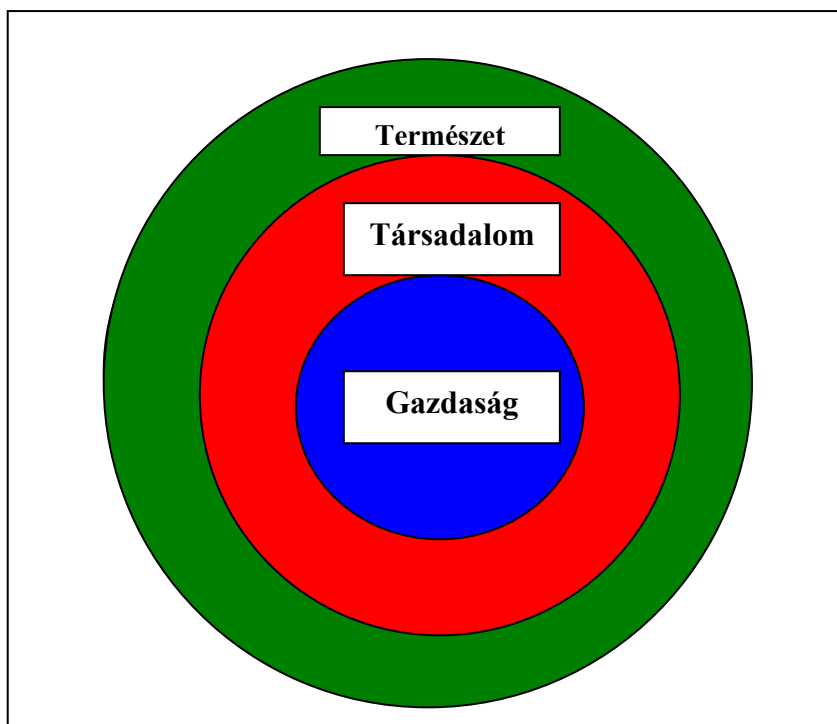
2.1. RENDSZER SZEMLÉLET, FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS: „KIINDULÁS A KÁLYHÁTÓL”

„A rendszer egymással kölcsönhatásban álló elemek komplexuma.” (Bertalanffy, 1976.) Ezt a meghatározást pontosítja Raffai Mária: „A rendszer egymással szemantikailag összefüggő, egymásra kölcsönösen ható elemek meghatározott struktúra alapján szerveződő, alrendszerekből, mint kisebb egységekből álló komplexuma” (Raffai, 1997.)

Tehát a rendszer egy komplex egység, aminek a részei egymással összefüggésben és kapcsolatban állnak, s előfordulhatnak benne alrendszerek is.

Ezt azért tartom lényegesnek kiemelni, mert a fenntartható fejlődés hármassága is egy egész, egy rendszert alkot. Három egymással kölcsönhatásban álló eleme van: a természeti környezet, a társadalom és a gazdaság, amelyek egymástól elválaszthatatlanok. Ezt szemlélteti az 1. ábra is.

A rendszerszemléletben gondolkodással foglalkozik „A kék gazdaság című könyv is”(Pauli, 2011.), ami Karunk számára különösen jelentős, mivel a Közgazdaságtudományi Kar gondozásában jelent meg magyarul ez a kiadvány.



1. ábra: Ökonómia és fenntarthatóság - a világ eredeti rendje

Forrás: Tóth, 2007. 68.p. alapján saját szerkesztés

Az ábrán látható viszonyt Polányi Károly, híres magyar közgazdász fogalmazta meg. A természet része (alrendszere) a társadalom, a társadalom alrendszere a gazdaság (Polányi, 1976.). Jelenleg azonban a fenntarthatatlanság rendje uralkodik, vagyis a gazdaság alárendeltje a társadalom, és a társadalom része a természet. „A jelenlegi társadalmi- gazdasági rendszer azért is tűnik fenntarthatatlannak, mert az egész emberiséget és minden társadalmat nyertesekre és vesztesekre osztja.”(Buday, 2006.) Ahelyett, hogy a „win- win” helyzet valósulna meg, tehát a mindenki „nyer” elv.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának a fenntartható fejlődés elősegítése érdekében kell történnie. Tehát a szervezeteknek úgy kell működniük, hogy ebben a rendszerszemléletben gondolkodjanak. Lássák be, hogy e három tényezőnek hatása van egymásra. Ha az egyikben valami radikális változás történik, az a másik kettőre is hatással lesz. Nem csak a vállalatoknak, hanem az egyéb szervezeteknek (non-profit szervezetek, önkormányzatok, államok stb.) is a fenntartható fejlődést kell(ene) szem előtt tartaniuk.

Vannak olyan vállalatok (például a Mol), ahol nem is úgy nevezik, hogy CSR, vagy vállalati felelősségvállalás, hanem például egy Fenntartható Fejlődés Bizottságot hoztak létre, s azon keretein belül próbálják meg a környezeti terhelésüket mérsékelni. (Fenntartható fejlődési keretrendszer, 2011.)

Kapusy Pál (Mol Fenntartható Fejlődés Bizottság vezetője) szerint külön értelmezni kell a fenntarthatóságot és a fejlődést. Szerinte a fenntartható fejlődés alapvetően makro, azaz össztársadalmi szinten jelenik meg problémaként, egy vállalat viszont a rendszer eleme csak. A vállalatok számára a minél több profit termelése, a piaci részesedés növelése, új vevői szegmens elérése jelentik a fejlődést. Míg a társadalom számára az, hogy minden tagja „jól-létben” éljen, úgy, hogy azzal a környezetet nem zsákmányolja ki. „Tehát a fenntartható fejlődés kulcskérdése, hogy magát a fejlődést hogyan lehet egy ökológiai értelemben (anyag szempontjából zárt, energia szempontjából nyitott rendszerben) fenntartani. Javuló társadalmi jólét gazdasági teljesítményen keresztül a környezeti korlátokat figyelembe véve. Azonban ha egy vállalat esetében beszélünk a fenntartható fejlődésről, ott az üzlet és iparág hosszú távú nyereségtermelő képességéről van szó.” (Kapusy, 2008.) Egy szervezetnek az adott természeti környezetben kell működnie. Azonban vannak olyan szervezetek, amelyek a természeti erőforrásokat használják el a profit teremtés célja miatt. Így tudnak fenntarthatatlanul fejlődni. Mert ha felélik az erőforrásokat, amik szűkösek, akkor rövid távon lehet, hogy sikeresek, azonban egy idő után elfogy a szükséges input, s hiába voltak rövid távon nyereségesek, a hosszú távú jövőjük veszélyben van. A probléma ebből adódik: ha a fenntartható fejlődés egy egész társadalmat érintő makro kategória (ami a természet és a társadalom védelmét is magában foglalja), a szervezetek pedig a rendszernek egy kis részei, aminek elsődleges célja a rövid távú profit (főleg a jelen gazdasági körülmények miatt), akkor a két érdek lehet, hogy ütközni fog.

„Egy vállalat, ha a saját fenntarthatóságára fókuszál, akkor azzal lehet, hogy a teljes rendszer fenntarthatóságát veszélyezteti. Hasonló ez, mint egy rákos sejt, mely saját maga fennmarad, sőt áttétekkel terjed is, de a teljes rendszer belepusztulhat.” (Kapusy, 2008.)

Azonban Kapusy szerint egy vállalat, amíg nem tudja közvetlen pénzügyi kockázatra lefordítani a klímaváltozás jelentette fenyegetettséget, nem fog reagálni a kihívásra.

2.2. ÖKOLÓGIAI (VAGY ALTERNATÍV³) KÖZGAZDASÁGTAN- AZ ÚJ IRÁNYZAT

A fenntartható fejlődés és a közgazdaságtan kapcsolatával az 1970-es évektől számos közgazdász kezdett el foglalkozni. Ekkor alkották meg az ökológiai közgazdaságtan fogalmát.

³ Buda- Sántha Attila: Környezetgazdálkodás, Dialóg- Campus Kiadó, Budapest- Pécs, 2006, 151. o.

„Az ökológiai közgazdaságtan egy olyan transzdiszciplináris megközelítés, melynek célja az ökológia és a gazdaság összefüggéseinek megértése a fenntartható fejlődés érdekében.” (Medvé, 2004.) Ennek az új közgazdaságtani irányzatnak a célja a természet és a gazdaság összhangjának megteremtése, visszaállítása. Alapelve, hogy az ember a természet része, egy rendszert alkotnak, és éppen ezért a természeti környezetünk védelme a célja. Ahhoz, hogy ezt elérje, összehangolt társadalmi cselekvésre van szükség (lakosság, civil szervezetek összefogása). Az ökológiai közgazdaságtan még kialakulóban lévő, de egyre nagyobb hangsúllyal bíró tudományág, legjelentősebb képviselői Ernst Schumacher, Eric From, Herman E. Daly.

„Tegyünk már valami KIS jót...”

Philipp Kotler- Nancy Lee

2.3. VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása napjainkban mind globálisan, mind pedig az Európai Unió szintjén egyre fontosabbá válik. A vállalati felelősség azt jelenti, hogy a szervezetek nagyobb felelősséget vállalnak a társadalomra és a környezetre gyakorolt hatásuk kezeléséért. De mit is jelent a vállalatok társadalmi felelősségvállalása?

CSR definíciók:

Az elkövetkezőkben néhány CSR definíciót hasonlítok össze, majd elemzem őket.

Az Európai Bizottság megfogalmazásában: „A CSR olyan fogalom, amelynek keretében a vállalkozások üzleti tevékenységükben és az érdekeltk köreivel (stakeholders) való kölcsönhatásban, együttműködésben, önkéntesen figyelemmel vannak szociális és környezeti szempontokra: a CSR az üzlet szerves része.” (European Commission, 2011.)

A Zöld Könyv szerint: „A vállalati társadalmi felelősség (CSR) fogalom jelentése, hogy a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat érvényesítenek üzleti tevékenységükben és a partnereikkel fenntartott kapcsolatokban. A Tanács kifejti, hogy „...a vállalati szociális felelősség (CSR) kulcsszerepet játszhat a fenntartható fejlődésben, miközben javítja Európa innovációs potenciálját és versenyképességét.” Az EU irányelvek szerint a vállalatok túllépnek a minimális jogi előírásokon, az érdekelt partnerekkel együttvéve. (EUR-Lex, 2011.)

Ligeti György szerint „Önkéntes elköteleződés a közjó fejlesztése mellett: az üzleti gyakorlaton keresztül, a cég erőforrásainak bevonásával. Ha a céged társadalom- és/vagy környezettudatos, olyan módon törekszik a jelenben a sikerre, hogy nem éli fel a jövő lehetőségeit: a szociális, a környezeti és az üzleti szempontokat egymástól elválaszthatatlannak tekinti. És ezen elvek mentén alakítja kapcsolatait a tevékenysége által érintett csoportokkal (vásárlók, alkalmazottak, beszállítók – stakeholderek). A CSR alapú vállalat jellegéből következően úgy viszonyul például a munkavállalókhoz, mint jogokkal rendelkező emberekhez és hasonlóan a környezet kincseinek megóvásához, a korrupcióhoz és az üzleti működés során felmerülő erkölcsi dilemmákhoz. Hosszú távon nyereség (fenntarthatóság) tekintetében sikeresebb a profitszerzés kizárólagos szempontjait érvényesítő vállalkozással szemben.” (Ligeti, 2007.)

A Partners Hungary Alapítvány megfogalmazásában: „A vállalatok társadalmi felelősségvállalása (CSR) egy olyan fogalom, mely szerint a vállalatok a társadalmi és környezeti megfontolásokat önkéntes alapon beépítik üzleti tevékenységükbe és a tevékenységükben érdekelttel fenntartott kapcsolataikba.” (Partners Hungary, 2011.) Gyakori kiegészítés, hogy mindez a fenntarthatóság érdekében valósul meg. Kiterjed az alkalmazottakra, azok családjára, a helyi közösségekre és tágabb értelemben a társadalomra. (Sjöberg, 2011.)

A *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) CSR definíciója: „Vállalatok társadalmi felelősségén azt értjük, ha egy üzleti vállalkozás folyamatosan elköteleződik az etikus viselkedés és a gazdasági fejlődéshez való hozzájárulás iránt, mialatt javítja munkavállalóinak és családjainak életminőségét, csakúgy, mint a helyi közösségét és általában a társadalomét.” (Tóth, 2007.)

2011. november 10-én új CSR definíciót fogalmazott meg az Európai Bizottság: „a CSR a vállalkozásoknak a társadalomra gyakorolt hatásaiért vállalt felelőssége”. A Bizottság véleménye szerint ahhoz, hogy a vállalkozások teljes mértékben vállalják társadalmi felelősségüket, folyamatszinten kell kezelniük a szociális, a környezetvédelmi, az etikai és az emberi jogi szempontok érvényesítését üzleti tevékenységükben és alapvető stratégiájukban, szoros együttműködésben érdekelt felekkel. A bizottság reményei szerint az új stratégia hozzájárul ahhoz, hogy megerősödjön az EU CSR terén betöltött globális vezető szerepe. (Csak elvileg fontos a felelősség, 2011.)

A definíciók legfontosabb elemei:

- Önkéntesség
- Közjó fejlesztése
- Társadalmi, környezeti és gazdasági szempontok együttes kezelése
- Érintettekkel való kapcsolat
- Etikus magatartás
- Elköteleződés a fenntartható fejlődés érdekében

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának számos fogalmával találkozhatunk. Most ötöt mutattam be, de látható, hogy nagyjából átfedések vannak a fogalmak között. Úgy értelmeztem, hogy attól is függ, hogy a CSR kialakulásának korábbi vagy későbbi szakaszában született a meghatározás (akkor még nem tették hozzá, hogy ennek a tevékenységnek a fenntartható fejlődés érdekében kell történnie).

A definíciók elméleti meghatározások, azonban ha az utca emberét kérdeznénk meg, (már akik hallottak a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról), általában a

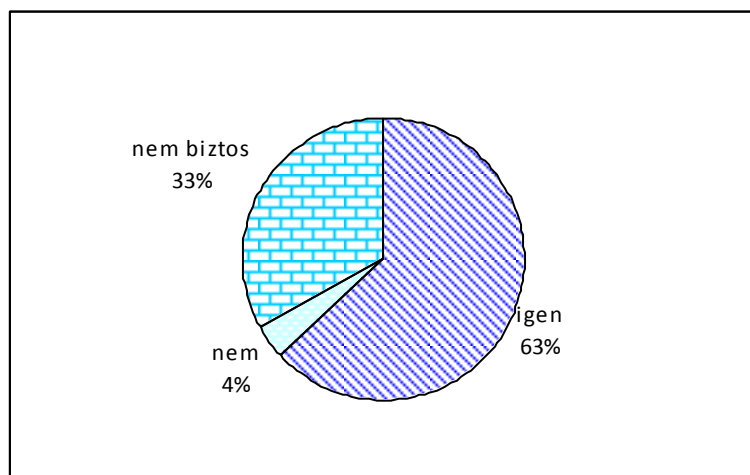
szponzoráció, adott szervezet/ csoport/ egyesület stb. támogatása jut erről eszébe. Ami természetesen pozitív dolog, azonban attól, hogy egy vállalat anyagilag támogat egy szervezetet, így önmagában nem tekinthetjük társadalom- és környezettudatosnak.

A CSR megítélése

Még ma is számos ellentmondás jelenik meg a társadalmi felelősségvállalás jelentését, értelmezését, használatát illetően. Azonban a legjelentősebb ellenzője a mozgalomnak Milton Friedman Nobel-díjas közgazdász volt, amely ellenvélemény az 1962-es „A Kapitalizmus és szabadság” könyvében jelent meg. Friedman elutasította, hogy a vállalat nem alapküldetésébe (profit növelése) tartozó dolgokkal foglalkozzon. Véleménye szerint a társadalmi felelősség elmélete egyenesen „romboló” hatású. (Friedman, 1962.) Friedman 1970-ben a New York Times Magazinban megjelent cikkében továbbra is kitartott álláspontja mellett, miszerint a vállalatok elsődleges célja a profit maximalizálása és minden más egyéb tevékenység csak háttérbe szorítja ezt a célt, vagyis a részvényesek legfontosabb szempontját. Azt mondta, hogy azok a vezetők, akik a társadalmi felelősséget is vállalják, nem tesznek mást, mint hogy a részvényeseik pénzén jótékonykodnak. Viszont, ha csak a profitérdek lebeg a vállalatvezetők szeme előtt, akkor is etikusnak kell lenniük, hiszen a nem etikus üzleti magatartás hosszú távon profitsökkenést idézhet elő. (Friedman, 1970.) Véleményével korántsem volt egyedül. John Ladd ugyanabban az évben megjelent cikkében erősen bírálta, hogy bárki erkölcsi jellegű elvárásokat támasszon vállalatokkal szemben, mivel azok alapvetően idegenek ettől. (Ladd, 1970.)

Azonban ma már kutatások azt mutatják, hogy a legnagyobb hazai cégek vezetőinek többsége felismerte a társadalmi felelősségvállalás fontosságát és hosszú távú üzleti hasznosságát (2. ábra).

A kitöltő cégek vezetői közel kétharmada biztos abban, hogy azok a vállalatok, amelyek nagyobb hangsúlyt helyeznek a társadalmi felelősségvállalásra, hosszabb távon jobb pénzügyi eredményeket érnek el, mint azok a vállalatok, amelyek nem így cselekednek. (GSZT, 2008.)



2. ábra: Mit gondol, azok a vállalatok, amelyek nagyobb hangsúlyt fektetnek a társadalmi felelősségvállalásra, hosszabb távon jobb pénzügyi eredményeket érnek-e el, mint amelyek nem így cselekednek? (%)

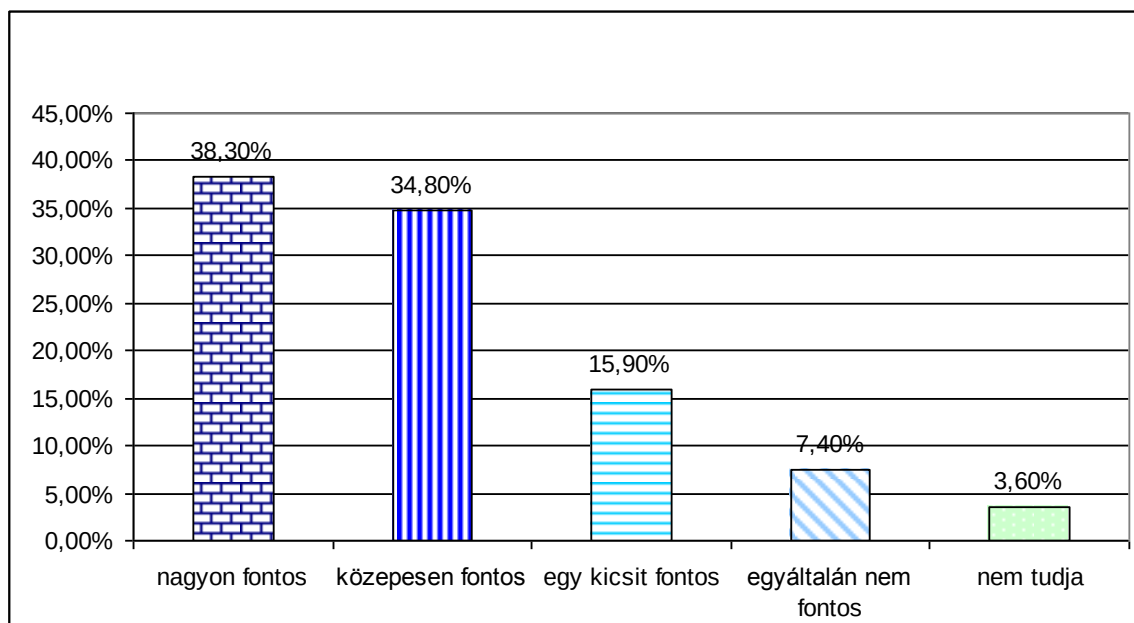
Forrás: Braun & Partners–GfK Hungária: CSR vezetői szemmel, cégvezetők a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról (2006) alapján saját szerkesztés

A Braun & Partners által végzett vizsgálat, azonban rámutat arra is, hogy nemcsak a vállalatoknak, hanem a fogyasztóknak is fontos a vállalatok társadalmi felelősségvállalása (3. ábra).

Piac és Profit gazdasági szaklap szerint „a felelős vállalatok vonzóbbak a fogyasztók és a döntéshozók szemében is. Ráadásul az effajta gondolkodás közvetlen versenyelőnyt is teremt.” (Zöldre át, 2011.)

Számos napjainkban zajló vita arról folyik, hogy „kifizetődő-e” a társadalmi felelősségvállalás. A dolgot három oldalról közelíthetjük meg:

- A legnépszerűbb álláspont szerint a társadalmilag felelősen gondolkodó vállalatok jövedelmezőbbek.
- A második gondolat szerint a vállalatok a jövedelmezőség miatt kezdenek el CSR eszközöket/ politikát alkalmazni.
- A harmadik gondolat szerint pedig a társadalmi felelősségvállalás és jövedelmezőség között kölcsönösen pozitív kapcsolat áll fent. (Szlávik, 2009.)



3. ábra: A társadalmi felelősségvállalás fontossága - a fogyasztók szerint (%)

Forrás: Braun & Partners–Medián Közvélemény és Piackutató Intézet: Közvélemény-kutatás a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról- reprezentatív felmérés arról, hogy mit tudnak, és mit nem tudnak az emberek a CSR- ről (2006) alapján saját szerkesztés

Porter és Kramer egy 2006-ban megjelent cikkükben azt fogalmazzák meg, hogy a stratégiai CSR egyértelmű versenyelőnyt jelent a vállalatok számára. Szerintük bármilyen vállalatról is legyen szó, a stratégiai CSR túllép az ún. „jó vállalati állampolgári magatartáson” és kisszámú, de annál nagyobb és különlegesebb társadalmi és üzleti előnyöket teremtő kezdeményezésekre épül. Tehát nem kell minden problémát az adott cégnek felkarolnia, hanem tudjon meghatározni olyan konkrét társadalmi problémakört, amelynek megoldására a legjobban fel van készítve, és amelyből a legnagyobb versenyelőnye származik. (Porter- Kramer, 2006.)

A vállalat a következő okok miatt foglalkozhat a fenntartható fejlődéssel, társadalmi felelősségvállalással:

- Társadalmi elvárás: ma már gyakorlatilag nem lehet nem foglalkozni vele.
- Befektetői elvárások (SRI⁴ befektetések, vagyis nem csak a pénzügyi és a hagyományos teljesítményt veszik figyelembe, hanem a fenntarthatóságért tett teljesítményüket is.)

⁴ SRI: Socially Responsible Investment, vagyis társadalmilag felelős befektetés. Lényege, hogy a befektetők ne csak a hozamok alapján válasszák ki megtakarítási formájukat, hanem a pénz felhasználása szerint is. A világ vezető tőzsdéin (a magyaron sajnos nem) működik fenntarthatósági index, azaz olyan cégek részvényeiből álló csomag, amelyek iparága fenntarthatóbb a többiekénél. (Tóth, 2007.)

- Reputáció, megítélés: Itt nem csak általában véve a társadalom felé, hanem hatóságok, befektetők felé is van ennek szerepe.
- A munkaerőpiacon nagy a verseny, és az értékes munkaerő olyan vállalatoknál kíván dolgozni, amelyek gondoskodnak alkalmazottaikról.
- Üzleti érdek, új lehetőségek: Manapság ez már kulcskérdés. Kezdetben lehet, hogy a versenytársak miatt adott vállalatnál fenyegetettséggént jelenik meg, de ha ők is alkalmazzák, akkor üzleti lehetőség is lehet.
- Kockázat kezelése: egyrészt hagyományos értelemben vett kockázat, úgy, mint munkahelyi biztonság, katasztrófák – például milyen társadalmi, környezeti és reputációs költsége van egy olajkiömlésnek. Ide kell érteni a vállalat érintettjeinek megfelelő módon történő „kezelését” is.
- Versenyelőny, megkülönböztetés: miben különbözik két ugyanazon terméket előállító vállalkozás? Ez lehet az egyik megkülönböztető előnye.

Néhány ok, hogy miért nem foglalkozik egy vállalat CSR-ral, vagy a fenntartható fejlődéssel:

- Egyrészt ez adódhat abból, hogy *nincs elegendő forrása* rá, (amely problémával a jelen gazdasági körülmények között a vállalkozások többsége küzd), de összeszedtem néhány olyan javaslatot, ami segítségével anyagi ráfordítás nélkül felelősen viselkedhet egy szervezet. Ez a... fejezetben található.
- Nehézségeket jelenthet számára az *időtáv* értelmezése. Vagyis, hogy hosszú távon, előre gondolkodjon (jelen befektetése a jövőben térül majd meg), vagy a rövid távú érdekeket tartsa szem előtt, amik azonban ütközhetnek.
- Nehéz a felelős viselkedést *üzleti előnnyé* átalakítani, illetve azt mérni.
- A vezető személyiségéből adódóan. Csak a profit elérése és halmozása a cél, az egyéb szempontokat nem veszi figyelembe.

2.4. VÁLTOZÁS EGY SZERVEZET ÉLETÉBEN

A vállalatoknak példaértékű, felelősségteljes magatartást kell folytatniuk, hiszen számos tényező mutatja, hogy a jövőben csak akkor tud piacon maradni, ha a fenntarthatóság felé mozdul el. A tudatos, hosszú távú vállalatvezetés lépése például, hogy a szervezetnek a fenntarthatóság elveinek megfelelően kell felhasználnia erőforrásait. Nyílt párbeszéd szükséges a különböző szférák között, ahhoz hogy együttműködve magasabb rendű célt érjenek el. Dolgozatomnak ezért is célja felmérni

Pécsett a felelősségvállalást, mert itt vannak profit orientált vállalatok, civil szervezetek, egyetem, önkormányzat, akik között ha a teljes együttműködés és párbeszéd megvalósulna, akkor a magasabb cél érdekében számos olyan programot megvalósíthatnának, ami példaértékű és jövőbe mutató lenne. A vállalatok, ha együttesen fenntartható, valódi igényt kielégítő termékeket és szolgáltatásokat kínálnának, akkor tanító szerepet tölthetnének be. Hiszen közvetíthetnék a vásárlók, a fogyasztók számára azt, hogy mire van szükségük igazán. Ezért is fontos lenne a felelősségvállalás, hiszen az egy olyan példamutató tevékenység, ami másokat is ösztönözhet hasonló cselekedetekre.

Azonban ha egy szervezet elhatározza, hogy a jelenlegi működését a fenntartható fejlődés érdekében átalakítja, vagy hozzá akar járulni valamilyen módon, vagy felelősségvállalási tevékenységet akar folytatni, az mindenképpen egy változást eredményez a szervezet életében.

„A fenntarthatóság elérése hatalmas méretű változásokat kíván a vállalatoktól.” (Farkas, 2005.) Ezért ha nagy formátumú változást akarnak elérni, akkor olyan szükséges lépések kellene, mint például a dolgozók bevonása. A változásmenedzselés egyik sikeres modellje a John Kotter - féle nyolc lépésből álló modell. Ha ezeket a lépéseket betartják a vállalatok, a legnagyobb ellenállók is maguk mellé állíthatják.

Ajánlott lépések:

1. lépés: A változás halaszthatatlansága és az irányítás
2. lépés: Irányító csapat létrehozása és az ellenállás leküzdése
3. lépés: Alkoss jövőképet, kommunikáld és cselekedj annak megfelelően
4. lépés: A változás jövőképe a kommunikálása
5. lépés: Az alkalmazottak hatalommal való felruházása a cselekvéshez
6. lépés: Készülj fel, és hozz létre rövid távú eredményeket.
7. lépés: Szilárdítsd meg az elért eredményeket és hozz létre további változásokat.
8. lépés: Segítsd a változások meggyökerezését a vállalati kultúrában. (Hadinger, 2007.)

„A levegő, az ivóvíz és a termőtalaj, gyermekeid jövője érdekében, azért, hogy az ember ne csak átmeneti vendég legyen a Földön, TE is sokat tehetsz!”

Ismeretlen eredet

3. A PÉCSI SZERVEZETEK KÖRÉBEN VÉGZETT EMPIRIKUS KUTATÁSI EREDMÉNYEIM

Ebben a fejezetben a gyakorlati munkámat ismertetem. Három területen vizsgáltam a társadalmi felelősségvállalást: forprofit vállalatok, non-profit szervezetek, önkormányzat. Primer és szekunder adatgyűjtést alkalmaztam, kvantitatív és kvalitatív módszereim: kérdőív, honlap-vizsgálat, mélyinterjú. A módszertan ismertetése után áttérek a kérdőívek eredményeinek bemutatására, majd értékelésére. Ez után a non-profit szervezetnél készített mélyinterjút elemzem, s végül az önkormányzat honlapjának vizsgálatát mutatom be a társadalmi felelősségvállalás meglétének szempontjából.

3.1. KUTATÁSI MÓDSZERTAN BEMUTATÁSA

Dolgozatom fő kérdése, hogy hogyan jellemezhető a felelősségvállalás Pécsen. Ennek megválaszolására primer és szekunder forrásokat is alkalmaztam. A primer kutatást kvalitatív és kvantitatív módszer segítségével végeztem. A kvalitatív (minőségi) módszer nem számszerű eredményekkel szolgál, hanem a célcsoport gondolkodásmódját és várható reakcióit, cselekedeteit segíti jobban megérteni. Előnye az, hogy mélyebb információkat szolgáltat, azonban nagy hátránya a szubjektivitás lehetősége, s alacsony az elérhető alanyok száma. Kvalitatív kutatási módszeremnek egy beavatkozó típusú módszert, a mélyinterjút választottam. Mélyinterjút készítettem a Baranya Megyei Önkéntes Centrum vezetőjével. Azért őt választottam, mert az Önkéntes Centrum gyakorlatilag az összes pécsi civil szervezettel kapcsolatban van, így lehetőségem volt általános képet kapni a pécsi non-profit szervezetekről.

A kvantitatív (mennyiségi) módszer lényege a mennyiségi mérés, az adatok számszerűsítése. Előnye, hogy viszonylag nagy mintára alkalmazható, hátránya, hogy figyelmen kívül hagy olyan tényezőket, amiket a kérdőív rögzíteni nem tud, viszont a téma szempontjából fontos lenne, s az eredmény torzulásához vezethet. Kvantitatív módszeremnek a kérdőívet választottam. A kérdőív formai szerkezetét tekintve tartalmaz nyílt és zárt kérdéseket is. A zárt kérdéstípusok: alternatív, szelektív és skála kérdések.

A nyitott kérdésekkel céloim a kérdőívezés hátrányának kiküszöbölése volt, vagyis, hogy a kapott információ nagy mértékben ne torzuljon, illetve a téma iránt érzett

mögöttes érzések valamennyire felismerhetőek legyenek. A kérdéseimre kapott válaszokat feldolgozom, összehasonlítom. Az interjú és a kérdéssor kérdéseit a Mellékletben helyeztem el.

A vállalatok számára két kérdőívet állítottam össze, az egyik azoknak a vállalatoknak, akik valamilyen formában már foglalkoznak CSR tevékenységgel („A” kérdőív), míg a másik azoknak a vállalatoknak szól, akik (még) nem foglalkoznak ilyesmivel („B” kérdőív). Az elkészített kérdéssor részben megegyezik a Nézőpont Intézet és a CSR Hungary Atlantis Press felmérésének kérdéseivel, ugyanakkor tartalmaz olyan kifejezhető kérdéseket, melyek kiértékelésével finomabban hangolható eredményeket vártam.

A civil szervezetek számára összeállított kérdéssor inkább alternatív válaszadási módokat tartalmazott.

Szekunder forrásként Pécs Önkormányzatának a honlapját választottam.

A legutolsó kutatás időtartama két hónap volt (2011. szeptember- október). Ez alatt sor került mind a primer, mind a szekunder adatok begyűjtésére.

A minta tulajdonságai:

- *Profit orientált vállalatok:*

A <http://www.cegkat.hu/pecsi/cegkatalogus> oldalon található pécsi vállalatokat kerestem fel. 197 vállalkozás volt felsorolva, abból 161 email címe volt elérhető. Ebből 32 cím nem élt már, így összesen 129 vállalkozásnak küldtem el a kérdéssort. A visszaküldési arány 24, 8 %-os volt, tehát 32 vállalat küldte vissza a válaszokat. A válaszadók között 10 olyan vállalat volt, aki valamilyen módon már foglalkozott CSR tevékenységgel és 22 olyan, aki még nem foglalkozott vele. A vizsgált minta alapján 14 termelő, 14 szolgáltató, 2 oktatással-, és 2 közszolgáltatással foglalkozó vállalat volt, aki válaszolt a kérdőívre. Közülük a legtöbben, 12-en tíz főnél kevesebbet foglalkoztató cégnél dolgoznak. Heten 10-20, heten 20-50, öten 50- 100 alkalmazottal rendelkező vállalatnál, és egy kitöltő volt, aki több, mint 150 főt foglalkoztató vállalatnál van alkalmazásban. Összességében a minta alapján az mondható el, hogy főként a termelő és a szolgáltató szektorban tevékenykedő kisvállalkozások küldték vissza a kitöltött kérdőívet.

- *Non-profit szféra:*

A non-profit szféra esetén egy szűkebb réteget vizsgáltam meg. A Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztései Kar szervezett egy önkéntes napot, ahol a civil szféra képviselte magát. Nyolc részt vevő szervezet volt, ők segítettek munkában információkkal, illetve egy előre meghatározott kérdéssor megválaszolásával. Emellett egy mélyinterjúra is sor került, azért hogy mélyebb eredményeket kapjak a pécsi felelősségvállalásról. A Baranya Megyei Önkéntes Centrum vezetője, Knyihár Éva nagyon segítőkész volt, s számos információt megtudtam tőle a vállalatok, szervezetek, egyének önkéntességi hajlandóságáról, segítőkészségéről, illetve a különböző szférák együttműködéséről. Ennek eredményeire a 2.5. Fejezetben térek ki.

- *Önkormányzat*

Pécs Megyei Jogú város Önkormányzati Hivataláról szekunder információk segítségével (honlap vizsgálattal) mértem fel e felelősségvállaláshoz való hozzáállást, az együttműködési hajlandóságot. Ezt különösen azért tartottam fontosnak bemutatni, mert van egy város, Székesfehérvár, aki a magyar városok közül élen jár a felelősségvállalás tekintetében, s van már hazai benchmarking (Camp, 1998.) a városok között is, ami mintaként szolgálhat. Eredményeket, következtetéseket a 2.6. fejezetben fejtettem ki részletesen.

Kutatásom előfeltevései (hipotézisek)

A Pécssett megvalósuló vagy nem megvalósuló felelősségvállalásról a következők a hipotéziseim:

- 1 Feltételeztem, hogy a szervezetek többsége nincs tisztában a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának a valódi jelentésével.
- 2 Előzetes hipotézisem, hogy a kitöltők között kevesebb olyan vállalat van, aki folytat CSR tevékenységet, mint aki nem folytat.
- 3 Korábbi kutatási eredményeim birtokában úgy gondolom, hogy a civil szféra, az önkormányzat és a profitorientált vállalatok között gyenge a kohézió.
- 4 Feltételeztem, hogy Pécssett a felelősségvállalás még gyerekcipőben jár.

Vizsgálataim segítségével igazolom vagy elvetem a fenti feltételezéseimet.

3.2. AZON VÁLLALATOK EREDMÉNYEINEK A BEMUTATÁSA, AKIK MÉG NEM FOGLALKOZTAK CSR TEVÉKENYSÉGGEL

Mivel a két kérdőív közül a „B” típusúra (Kérdőív azon vállalatok számára, akik (még) nem foglalkoznak CSR tevékenységgel) érkezett a legtöbb válasz, ezért először az itt kapott eredményeket értékelem. A mintába került 22 vállalatot úgy lenne célszerű vizsgálni, ha mindegyiket külön- külön értelmeznénk. Azonban ahhoz elég nagy a visszaérkezett válaszok száma, hogy ezt ilyen formában megtegyem, ezért úgy készítettem el az elemzést, hogy a logikailag egymással kapcsolatban lévő kérdésekből csoportokat hoztam létre, s azok segítségével következtettem a vállalatok mögöttes motivációira a felelősségvállalással kapcsolatban.

A CSR ismerete, alkalmazási hajlandósága

Első kérdésem ehhez a csoporthoz az volt, hogy hallottak-e a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról. 16 válaszadó már hallott róla, azonban 6-an azt jelölték be, hogy *nem ismerik*. A következő kérdés arra vonatkozott, hogy aki hallott a CSR-ról, szerinte mit jelent. Néhány válasz:

1. Figyelem a vállalati és környezeti problémákra.
2. A vállalatok figyelembe veszik a társadalom érdekeit.
3. *Az, hogy egy cég társadalmilag felelősséget vállal azt jelenti, hogy olyan dolgokra is figyelmet fordít, ami nem hoz közvetlenül hasznot a vállalkozás számára viszont segít annak a közösségnek, országnak, ahol működik.*
4. A vállalat figyelembe veszi a társadalom érdekeit, és tesz is érte.
5. Odafigyelni a természeti környezetre, az alkalmazottakra.
6. Környezetvédelem.
7. A termelés növelése a munkavállalók és a környezet érdekeinek figyelembevételével.
8. CSR (Corporate Social Responsibility)
9. A vállalatok üzleti tevékenységükbe önkéntesen beépítik a társadalmi, környezeti megfontolásokat.
10. Talán azt, hogy a vállalatok felelősséget vállalnak a tetteikért?!
11. Közhasznú tevékenység.

Az alábbi válaszokból azt a következtetést lehet levonni, hogy *aki hallott róla, ő sincs tisztában a CSR jelentésével.*

Érdekelt, hogy a vállalatok tisztában vannak-e a CSR és a fenntartható fejlődés kapcsolatával, vagyis hogy Tisztában van- e azzal, hogy a fenntartható fejlődésnek és a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának mi a kapcsolata? 12 válaszadó azt jelölte be, hogy tisztában van vele, azonban 10 kitöltő nem tudja, hogy mi a kapcsolat. Az első kérdésre adott válaszokat (Hallott-e a CSR-ról?) és az erre a kérdésre adott válaszokat összevetettem, az eredményeket az 1. táblázat tartalmazza.

1. Táblázat: A „Hallott-e a CSR-ról?” és a „Tisztában van-e a fenntartható fejlődés és a CSR kapcsolatával?” kérdések válaszai (darab)

Hallott-e a CSR-ról?	Tisztában van- e, hogy a fenntartható fejlődésnek és a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának mi a kapcsolata?		
	IGEN	NEM	
IGEN	12	4	16
NEM	0	6	6
	12	10	22

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

12 olyan kitöltő volt, aki megítélése szerint hallotta a CSR-ról, és tudja is, hogy annak mi a kapcsolata a fenntartható fejlődéssel. Azonban volt 4 olyan válaszadó, aki a CSR-ról hallott már, de nincs tisztában a kapcsolattal.

Ezt az összevetést azért tartom fontosnak bemutatni, mert ezzel is beigazolódik, hogy akik hallottak a CSR-ról, ők sem tudják, hogy mi is ez pontosan, hogy a társadalmi felelősségvállalás, vagyis a tudatos elköteleződés, hogy a társadalommal, a gazdasági élettel és a környezettel szemben tanúsított etikus magatartás mind- mind a fenntartható fejlődés megvalósításáért és megtartásáért kell, hogy megvalósuljon.

A 2. táblázatban azt vettem össze egymással, hogy a kitöltő hallott-e a vállalat a társadalmi felelősségvállalásról, és ha hallott róla, akkor tervezi-e annak alkalmazását a jövőben.

2. Táblázat: A "Hallott-e a CSR-ról?" és az "Elkövetkezőkben tervezi-e a CSR tevékenység alkalmazását?" című kérdések összevetése (darab)

Hallott-e a CSR-ról?	Az elkövetkezőkben tervezi-e a CSR tevékenység vállalati alkalmazását?		
	IGEN	NEM	
IGEN	7	9	16
NEM	0	6	6
	7	15	22

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

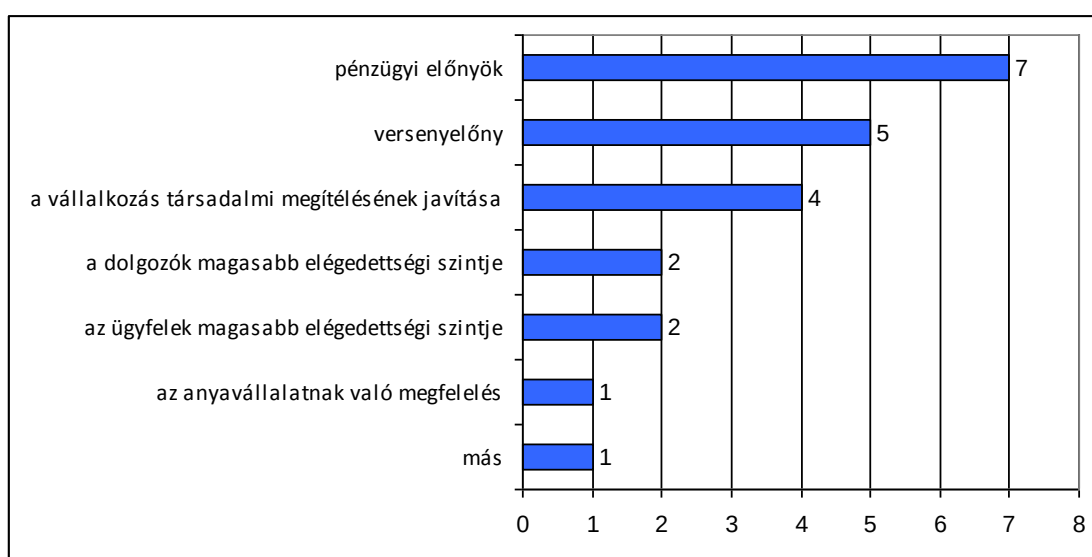
Itt is meglepő válaszok születtek. *Hét* kitöltő hallott róla és tervezi is annak alkalmazását, azonban *9* válaszadó hallott róla, viszont nem tervezi annak alkalmazását. Ennek az eredménynek több magyarázata lehetséges: egyrészt az, hogy nincsen elegendő információjuk arról, hogy mit is jelent a „valódi CSR”, csak hallottak a szóról. Másrészt lehet, hogy úgy gondolják, hogy a felelősségvállalás csak anyagi ráfordítással valósulhat meg, s vagy nincs forrásuk rá, vagy erre nem akarnak költeni. Harmadrészt lehet, hogy azt gondolják, ez a tevékenység egy újabb marketingfogás, az eladás ösztönzés érdekében. Az előző kutatásomban egy kitöltő erre a kérdésre a következő választ adta: *„Cégünk minden évben támogatja az általános iskolások ismeret anyagának bővítését a szelektív hulladékgyűjtés témájában, valamint zöld övezetek kialakításában nyújt segítséget. Iskoláknak besegítünk az őszi-tavaszi papírgyűjtés lebonyolításában. Anyagi támogatást nyújtunk a felsőoktatásnak. Erre gondolok és hasonló kezdeményezésekre, amik egyértelműen a pozitív szemléletváltást szolgálják. Jelenleg külön beosztott, vagy csoport nem működik erre a tevékenységre a cégünknel, de jelen van az életünkben a CSR!”*(Görög, 2010.)

S végül, de nem utolsó sorban lehet, hogy tudja mit jelent, azonban nem érdekli.

Lehetséges motivációk a CSR-ra

Kérdés volt, hogy adott vállalat végzett-e már valaha közhasznú tevékenységet. A kitöltők közül *12-en* már végeztek, *10-en* viszont még nem. Ezt az eredményt összevetettem a következő kérdéssel, vagyis, hogy „Az Ön vállalatát mi motiválja (motiválná) leginkább a közhasznú tevékenység és/ vagy a vállalati társadalmi felelősségvállalás területén?” (4. ábra)

A legtöbb válaszadót a pénzügyi előnyök motiválják a társadalmi felelősségvállalás/ közhasznú tevékenység elvégzésére. Akik már végeztek közhasznú tevékenységet, közülük a felét, tehát 6 kitöltőt a pénzügyi előnyök motiváltak (motiválnak). Tulajdonképpen nem is vádolhatjuk meg ezeket a vállalatokat, hogy elsődleges szempont számukra, hogy megtérüljön a befektetett tevékenységük. Ezeknek a szervezetnek is a profit szerzése az elsődleges. Természetesen nem mindegy, hogy ezt milyen körülmények között teszik: pl. adományoznak bevételük néhány ezred százalékát egy jó ügy érdekében, annak nagy sajtót csinálnak, s közben korrupt módon működnek. Ezt a belső motivációt és külső kommunikációt nagyon nehéz egy külső szemlélőnek megítélni. Igazán csak akkor lehetne ezt megvizsgálni, ha adott szervezetet belülről ismernénk.



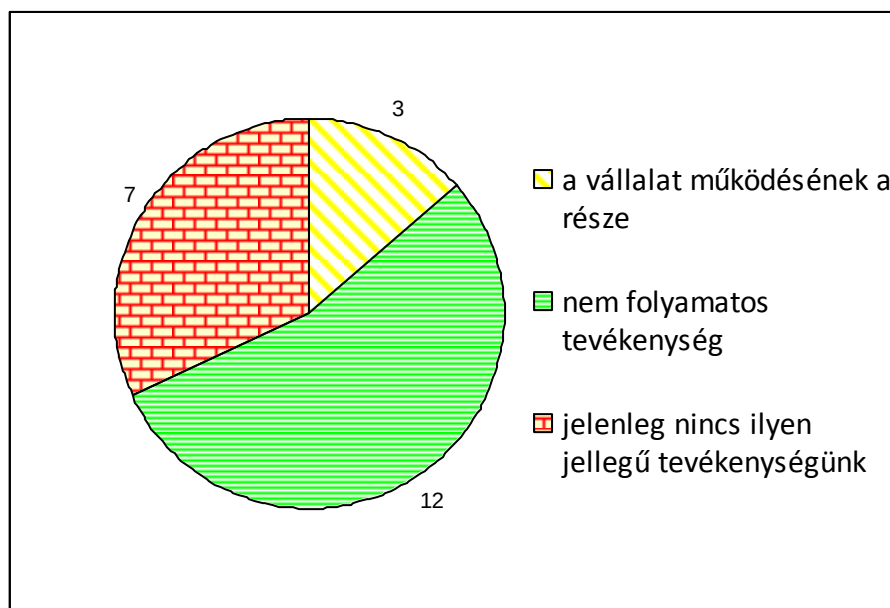
4. ábra: Az Ön vállalatát mi motiválja (motiválná) leginkább a közhasznú tevékenység és/ vagy a társadalmi felelősségvállalás területén? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

A minőségügyi gondolkodás feltérképezése

A minőségügyi gondolkodás feltérképezésére következő három kérdést együtt vizsgálom:

- Megjelenik-e a vállalatnál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája? (5. ábra)
- Van-e az Ön vállalatának ügyfél elégedettséget mérő rendszere? (6. ábra)
- Van-e az Ön vállalatának dolgozói elégedettséget mérő, rendszeresített felmérés? (6. ábra)



5. ábra: Megjelenik-e a vállalatánál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája? (darab)

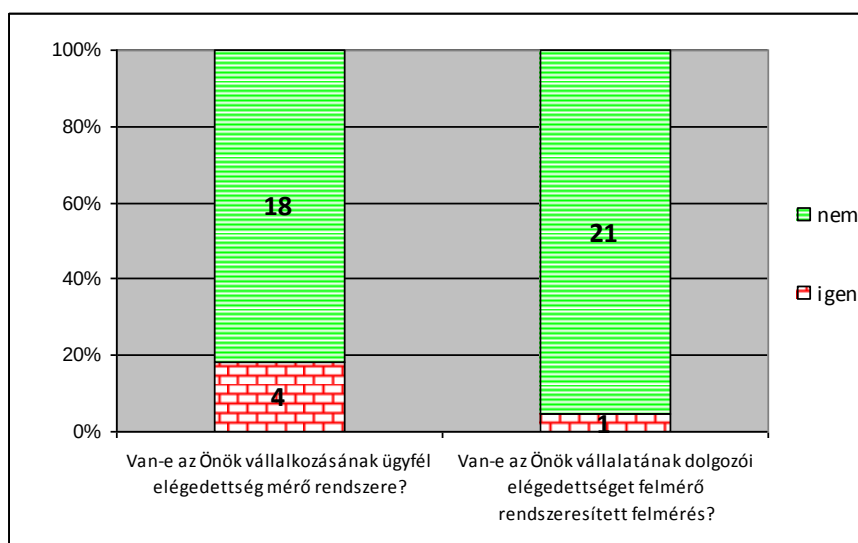
Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Az ábrákon látható, hogy e kitöltőknél a minőségügyi tevékenység (és az elégedettségi rendszer megléte) nem annyira fontos. Nagyon alacsony volt azon válaszok száma, amik a rendszeres minőség ellenőrzésre vonatkoztak. A kitöltők elsősorban mikro vagy kis vállalkozások. Náluk valószínűleg nincs anyagi keret szabványok alkalmazására, tanúsítványok megszerzésére. Például egy környezetvédelmi tanúsítvány megszerzése több millió forintba is kerülhet, amire a legtöbb kisvállalatnak sajnos nincsen anyagi forrása. Azonban ha a dolgozói elégedettséget nézzük, egy kérdőív kitöltetése, az is elégedettségi felmérés lehet, s még pénzbe sem kerül. Megismerhető lenne a dolgozók problémája, motivációja. Egy vállalatra nemcsak, mint profit termelő „gépezetre” kell gondolnunk, hiszen a profit az ott dolgozó emberek teljesítményének köszönhető. Ha egy munkavállaló annyira nem motivált vagy elégedett, nem hozza a szükséges teljesítményt, s azon keresztül a magasabb bevételt. Véleményem szerint a „boldog munkavállaló” elengedhetetlen része egy jól termelő szervezetnek.

CSR támogatottság, megítélés

A válaszadók nagyobb része (7. ábra) igényelné, hogy jobban oda figyeljenek a vállalat érintettjeire. Jobban vizsgálják meg azt, hogy a szervezet környezete hogy viszonyul a vállalathoz. Talán ők is érzik, hogy ez a működés egyik elengedhetetlen feltétele, hiszen egy forprofit vállalat számára egyik legfontosabbak a pénzt hozó

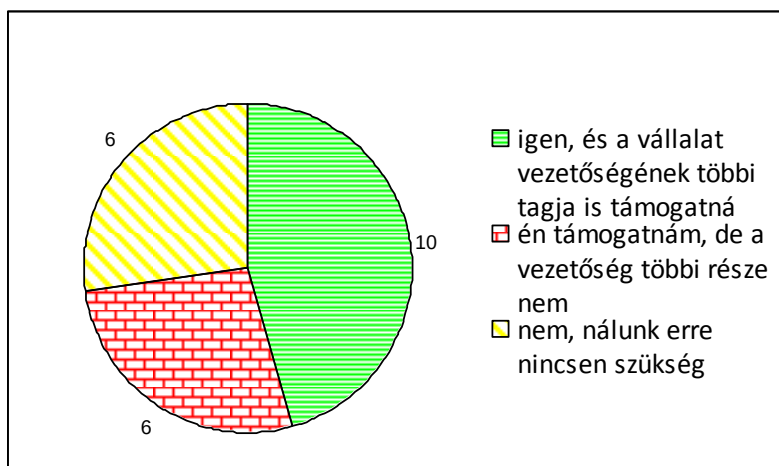
vásárlók, ez a minimális szint, amit általában (a bevételek miatt) teljesíteni szoktak, emellett természetesen a tulajdonosok, akik a jövedelmüket a működésből várják.



6. ábra: Ügyfél, illetve dolgozói elégedettség mérő rendszer van-e? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

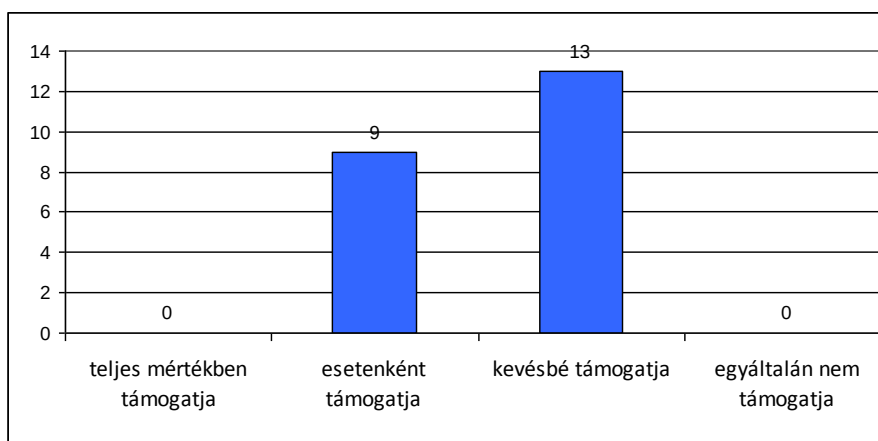
Azonban ha csak a szűkebb környezetre gondolunk, ott vannak az alkalmazottak, a beszállítók, a versenytársak, a civil szervezetek, az önkormányzatok stb., akikre szintén figyelni kell(ene). Pozitív eredmény, hogy már a kitöltők is érzik, hogy szükség van arra, hogy az érdekeltekre jobban oda figyeljen szervezetük.



7. ábra: Igényelné-e, hogy cége nagyobb tudatossággal vizsgálja kapcsolatát a különböző érintettjeivel? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

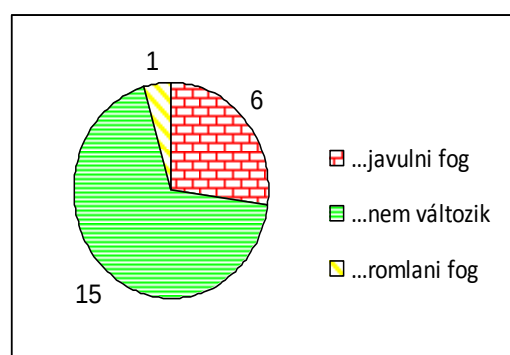
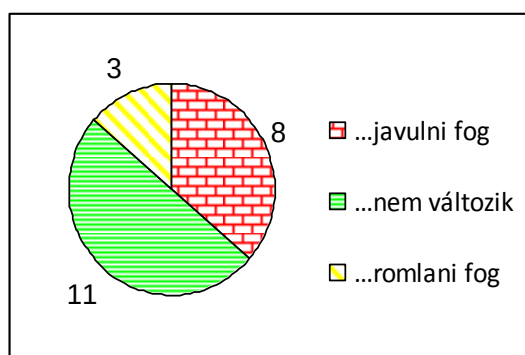
A kitöltők szerint a magyarországi cégek szervezeti kultúrája kevésbé támogatja a vállalatok társadalmi felelősségvállalását. (8. ábra) Ennek a válasznak oka lehet az, hogy akik még nem találkoztak a CSR fogalmával, vagy a gyakorlatával, ebből következtetett arra, hogy a többi vállalatnak sem fontos ez. Viszont akik találkoztak a társadalmi felelősségvállalással, ők a szervezeti kultúra pozitívabb hozzáállását jelölték meg (esetenként támogatja).



8. ábra: Ön szerint a magyarországi cégek szervezeti kultúrája általánosságban mennyire támogatja vállalatok társadalmi felelősségvállalását? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Az utolsó két kérdés arra vonatkozott, hogy mik a vállalatok előrejelzései a fogyasztók, illetve a többi vállalat CSR támogatottságával kapcsolatban. A 9. és a 10. ábrán láthatóak a válaszok.



9. ábra: A CSR tevékenység megbecsültsége a magyar üzleti kultúrában a következő négy évben... (darab) (BAL OLDALI ÁBRA)

10. ábra: A CSR tevékenység megbecsültsége a magyar fogyasztói kultúrában a következő négy évben... (darab) (JOBB OLDALI ÁBRA)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés (9. és 10. ábra)

Akik nem hallottak még a társadalmi felelősségvállalásról, ők a „semleges” választ jelölték meg mindkét kérdés esetében, tehát szerintük nem fog változni a megbecsültség. Akik hallottak róla, náluk megoszlottak a válaszok, de összességében inkább pozitívnak gondolták a változást, tehát, hogy a megbecsültség javulni fog. Összességében inkább azt gondolják, hogy az üzleti kultúrában javul inkább a CSR megítélése, mint a fogyasztói kultúrában. Ez azért lehet, mert a legtöbb fogyasztók ár érzékenyek, s nem befolyásolja az, hogy ha egyik termék előállítója például támogatott valakit, szemben a másik termék előállítójával, aki nem, de ő olcsóbban adja a terméket, amire a vásárlónak éppen szüksége van.

Következtetések levonása

Az eredmények alapján összefoglalásként azt lehet elmondani, hogy a CSR ezen kitöltők esetében még alacsony szinten valósul meg, ha megvalósul egyáltalán. Ugyanis, mint kiderült, van, aki nem is hallott a CSR-ról, van, aki hallott róla, de amint a többi kérdésekre adott válaszaiból kiderült, nem tudja, hogy mit jelent igazán. Az alacsony visszaküldési arány valószínűleg az miatt van, hogy nem nagyon ismerik a társadalmi felelősségvállalás fogalmát, gyakorlatát. Volt olyan válaszadó, aki a következő levelet küldte:

„Tisztelt Görög Georgina!

Megtiszteltetésnek tartom, hogy tudományos kutatása során cégünket is számításba vette, de töredelmesen be kell vallanom Önnek a CSR -ről még nem is hallottam.

Remélem a többi kiszemelttel több szerencséje lesz.

Üdvözlettel: X.Y.”

Az alábbi levél is bizonyítja, hogy kommunikálni kell a társadalmi felelősségvállalás fontosságát és jelentőségét a vállalatok felé, s meg kell mutatni, hogy felelősen pénz nélkül is lehet viselkedni!

3.3. AZON VÁLLALATOK EREDMÉNYEINEK A BEMUTATÁSA, AKIK FOGLALKOZTAK CSR TEVÉKENYSÉGGEL

Itt is, mint a „B” kérdőív esetén a mintába került 10 vállalatot úgy elemeztem, hogy az egyes válaszokat külön- külön vizsgáltam meg, s az alapján csoportosítottam a kérdéseket. Így jobban átlátható a CSR - hez való viszonyuk, a motivációjuk.

A CSR- hoz való hozzáállás

Első kérdésem ehhez a csoporthoz az volt, hogy létezik-e a vállalatnál CSR politika, vagy stratégia. Csupán két válaszadó kezeli stratégiai szinten a CSR - t. Azonban ahogy a bevezetőben is leírtam, Ligeti György szerint akkor lehet egy vállalkozás hosszú távon is sikeres és fenntartható, ha az stratégiájába beépíti a felelősségvállalást. Az egyik vállalat egy több mint 150 főt foglalkoztató szolgáltató szervezet. A másik pedig egy 50- 100 főt foglalkoztató, szintén szolgáltató vállalat. Az országos gyakorlat azt mutatja, hogy inkább a nagyvállalatokra jellemző a CSR stratégiai szinten történő kezelése. (Görög, 2010.) Ennek oka lehet az, hogy ők jobban „szem előtt” vannak, felelősebbnek kell látszaniuk. Ez a gyakorlat az eredmény alapján, Pécssett is így van.

A kutatásban megkérdezésre került, hogy mivel már végeztek CSR tevékenységet, ez mely területekre terjedt ki, s mely tényezők voltak azok, amik motiválták a vállalkozást az első CSR lépés vagy stratégia kialakításakor (3.-4. táblázat).

3. Táblázat: A CSR tevékenység megvalósítási területe és a CSR tevékenységre a motiváció kapcsolata 1. táblázat (darab)

Kérem, adja meg, mely területekre terjed ki a CSR tevékenységük!	Kérem, adja meg, mely tényezők motiválták a vállalkozást az első CSR tevékenység (vagy stratégia) kialakításakor!
Tevékenységünk teljes folyamatában törekszünk a felelős, fenntartható működésre.	Tulajdonosok belső motivációja
Oktatás	Szakmai elhivatottság
Dolgozók és környezetük	- vezetői mentalitás - céges image emelés - kapcsolatépítés indirekt alrendszeren keresztül
- szponzoráció - támogatás - közérdekű- és fogyasztó orientált kommunikáció - önálló, non-profit egyesület alapítása, fenntartása, működtetése a pénzügyi kultúra növelése és a gyerekek oktatásán keresztül	Mivel monopolhelyzetben lévő szolgáltató cégről beszélünk a mi esetünkben, ezért elkerülhetetlen a társadalmilag elfogadott döntések meghozatala.

Forrás: sajátkutatás alapján saját szerkesztés

4. Táblázat: CSR tevékenység megvalósítási területe és a CSR tevékenységre a motiváció kapcsolata 1. táblázat folytatása (darab)

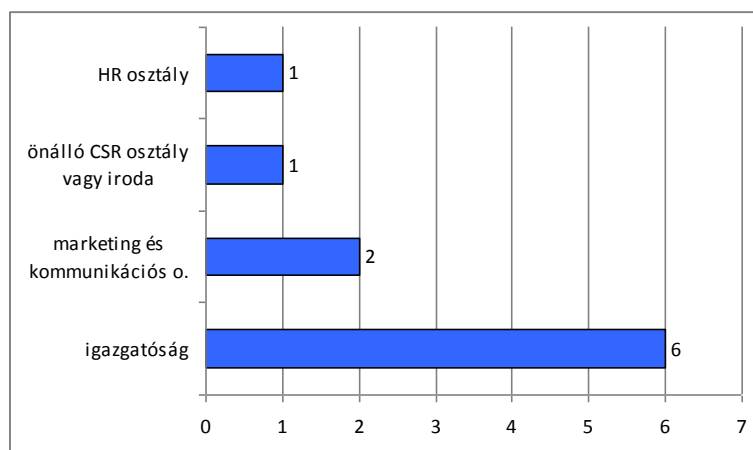
környezetvédelem	Társadalmi felelősségvállalás
Adományozás iskoláknak	Ifjabb generációk támogatása
Helyi iskola támogatása anyagilag, tanszerekkel, ismeretterjesztő előadásokkal.	Tulajdonosi szemlélet
Alapítvány támogatása.	Kölcsönös együttműködés
Természetvédelem. A munkavállalók tudatos környezeti oktatása.	Felelősségvállalás, ismeretek átadása.

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Az táblázatban is látható, és a kérdésre adott válaszokból is az derült ki, hogy inkább a társadalmi oldalt tartják hangsúlyosabbnak CSR tevékenység végzése esetén.

A felelősségvállalás helye, kommunikációja és megítélése

Arra, hogy a CSR a szervezetben hol helyezkedjen el, a kitöltők többsége szerint az igazgatósághoz kell, hogy tartozzon. (11. ábra). Ezek szerint a válaszok azt bizonyítják, hogy ennek egy felülről lefelé (top- down) kezdeményezésnek kell lennie. Véleményem szerint is így kellene, hogy működjön a felelősségvállalás. Ugyanis tételezzük fel, ha például egy 30 főt foglalkoztató vállalkozást nézünk, és egyik alkalmazott kezdeményezi, hogy ezentúl viselkedjenek felelősen, vállalati szinten vállalják fel valamilyen társadalmi probléma orvoslását, megoldását, s esetleg a munkatársait is maga mellé tudja állítani, azonban a tulajdonos ezt elutasítja, akkor az alkalmazottak egyedül nem tudnak a vállalat nevében cselekedni. Viszont fordított esetben, ha a tulajdonos vagy az igazgató „kötelezi” vállalati szinten felelősségvállalásra alkalmazottait, ott már jobb eredmények érhetőek el.



11. ábra: ön szerint/ az Önök vállalatánál hol helyezkedik el a CSR a vállalati struktúrában? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Ezt a kérdést (11. ábra) összevetettem azzal a két kommunikációra vonatkozó kérdéssel, hogy „Mennyiben befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?”, illetve a „Az Ön cégének a CSR- startágijához kapcsolódó médiavisszhang...” (5. táblázat)

5. Táblázat: "Mennyiben befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?" és "Az Ön cégének a CSR stratégiájához kapcsolódó médiavisszhang?" kérdések válaszainak összevetése (darab)

CSR stratégiához kapcsolódó médiavisszhang...	Mennyire befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?			SUM=
	jelentős mértékben	ugyanolyan	egyáltalán nem	
...cél.		2		2
...eszköz.	2			2
...járulékos haszon.	2		3	5
...a CSR stratégia kialakításának fontos eszköze.		1		1
SUM =	4	3	3	10

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Ezek a kérdések egymásnak az ellenőrző kérdései is lehetnek. Érdekes, hogy *egy* kitöltő volt, akinek a médiavisszhang a CSR stratégia kialakításának fontos eszköze, ennek ellenére nem azt jelölte meg, hogy jelentős mértékben befolyásoló a

kommunikációs érték, hanem ugyanolyan fontos neki a CSR kommunikáció, mint az egyéb szempontok. Ebből arra lehet következtetni, ha ő pozitív visszajelzést kap felelősségvállalási tevékenységéről, akkor akár CSR stratégiát is kialakíthat, azonban nem csak a programok kommunikációs értéke miatt viselkedik felelősen. A *két* válaszadó, aki rendelkezik CSR stratégiával, náluk jelentős a felelősségvállalási tevékenységek kommunikációs értéke (és annak eredménye), ezért náluk eszközként jelenik meg a kommunikáció. A *két* vállalat, aki szerint a marketing osztályhoz kell tartoznia a CSR tevékenységek tervezésének, koordinálásának, ők egyértelműen azt jelölték meg, hogy náluk elsődleges a programok kommunikációs értéke, s a médiavisszhang csak járulékos haszon a CSR stratégia kialakításának. Ebből arra következtettek, hogy ők ad- hoc módon szoktak felelősségvállalási tevékenységeket végrehajtani, azonban ezt a stratégiájukba nem akarják bele építeni.

A következő összevetésem a felelősségvállalási tevékenységek kommunikációjára, és arra vonatkozott, hogy az érintettek mennyire ismerik el, ha a vállalat CSR tevékenységet folytat. (6. táblázat)

6. Táblázat: A "Mennyiben befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?" és a "Véleménye szerint az Ön vállalatának az érintettjei mennyire ismerik el, ha egy cég CSR tevékenységet folytat?" kérdések kapcsolódási pontjai (darab)

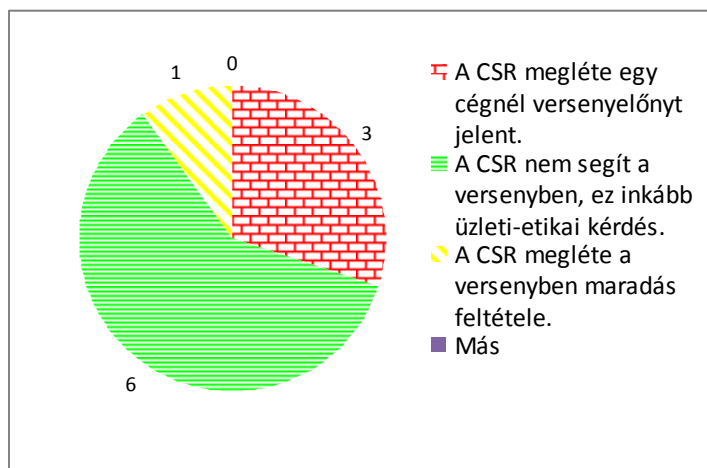
A vállalat érintettjei mennyire ismerik el, ha egy cég CSR tevékenységet folytat?	Mennyire befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?			
	jelentős mértékben	ugyanolyan	egyáltalán nem	SUM=
informálisan elismerik, de üzletileg nem	2	1	2	5
sem informálisan, sem üzletileg nem	2	2	1	5
informálisan és üzletileg is igen				
SUM =	4	3	3	10

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

A 6. táblázatból leolvasható, hogy *egyik válaszadó sem* gondolta úgy, hogy az érintettek (megrendelők, vevők, ügyfelek stb.) informálisan is, és üzletileg is elismernék,

ha egy cég CSR tevékenységet folytat. Megoszlott *fele-fele arányban*, hogy az *érintettek* milyen szinten ismerik el, van, aki szerint informálisan igen, de üzletileg nem, azonban van, aki szerint semmilyen szinten nem ismerik el a felelősségvállalási tevékenységet. Ezen kellene véleményem szerint változtatni. Két kitöltő szerint jelentős mértékben befolyásoló tényező számára a programok kommunikációs értéke, ennek ellenére úgy gondolja, hogy semmilyen szinten nem ismerik el az érintettek a CSR-t. Ebből arra következtetek, hogy a jelenlegi helyzetben úgy gondolja, hogy nem ismerik el, ennek ellenére viszont kommunikálja, mert reménykedik benne, hogy ez változni fog. Éppen ezt mutatja be, hogy arra, hogy mi a véleményük arról, hogy a magyar üzleti kultúrában a CSR megbecsültsége hogyan változik, arra is inkább azt válaszolták, hogy nem változik (5 válaszadó), illetve, hogy javulni fog (5 kitöltő).

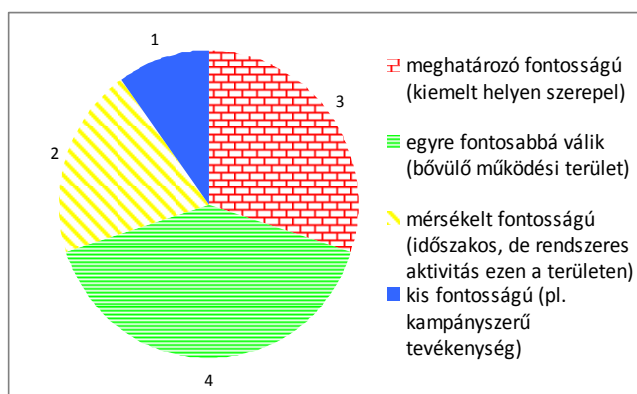
Ehhez a kérdéscsoporthoz a versenyképesség is kapcsolódik, ugyanis, annak ellenére, hogy a kitöltők fontosnak tartják a kommunikációt, véleményük szerint a piaci versenyben ez a tevékenység nem segít (12. ábra). Ez a válasz az általános felfogással ellenkezik, ugyanis a korábbi kutatásaim, amiket országos szinten végeztem el (s főleg Budapesten), azok azt mutatták ki, hogy a jövőben a CSR a versenyben maradás feltételévé válik. Pécsen viszont elfogadható ez a hozzáállás, ugyanis itt (mint ahogy az ország többi részén is) van, aki még nem is hallott a CSR-ról. Aki meg hallott róla, ő úgy gondolja, hogy ide még nem jutott el a budapestihez való hozzáállás.



12. ábra: Hogyan jellemezné általában a CSR és a vállalati versenyképesség kapcsolatát? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

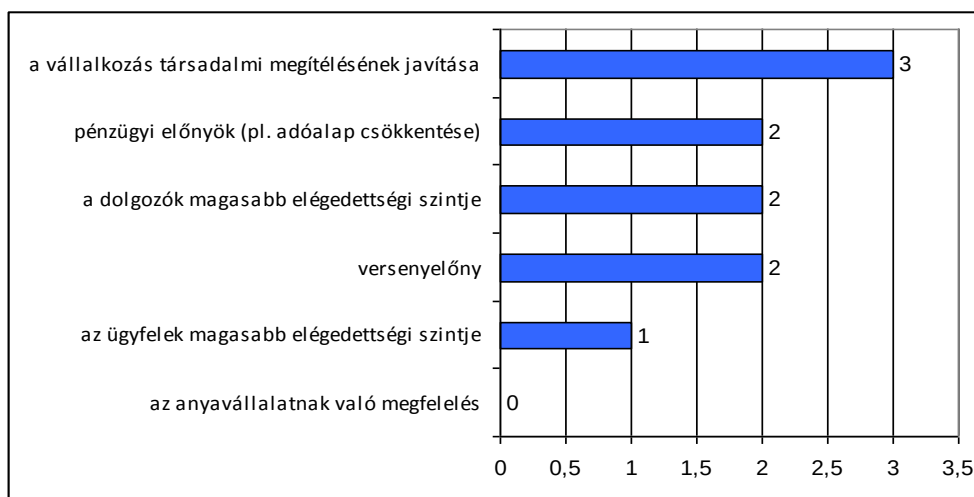
A kitöltők többsége szerint a CSR egyre fontosabbá válik (bővülő működési terület).(13. ábra) *Három* válaszadónak pedig meghatározó fontosságú (kiemelt helyen szerepel a vállalati működésben). Valószínűleg azok a kitöltők, akik tisztában vannak a CSR jelentésével, fontosságával, azok úgy gondolják, hogy a jövőben a működés egyik alapfeltétele legyen, hogy egy vállalat társadalmilag felelőst működést folytasson.



13. ábra: Mennyire fontos vállalata számára a társadalmi felelősségvállalás? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Kérdésként szerepelt, hogy a kitöltő vállalatokat mi motiválja leginkább a vállalatok társadalmi felelősségvállalása területén (14. ábra). Akiknél a CSR meghatározó fontosságú, vagy egyre fontosabbá válik, őket leginkább a vállalkozásuk társadalmi megítélésének javítása, a versenyelőny, illetve a pénzügyi előnyök motiválják leginkább. Akik a dolgozói elégedettség, vagy az ügyfelek magasabb elégedettségi szintje miatt motiváltak, náluk mérsékelt (időszakos, de rendszeres aktivitás ezen a területen), vagy kis fontosságú (kampányszerű tevékenység) a CSR tevékenység alkalmazása.

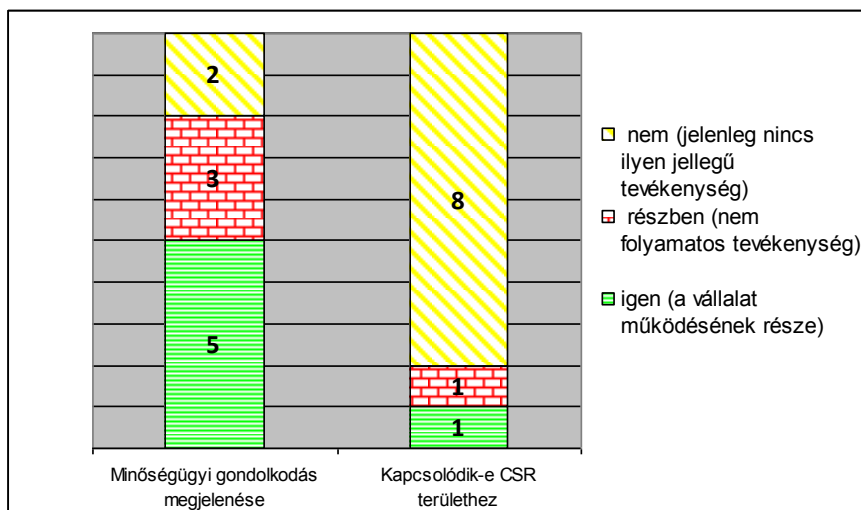


14. ábra: Motiváló tényezők a CSR területén (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

A minőségügyi gondolkodás és a CSR kapcsolata

A kitöltők több, mint a felénél a minőségügyi gondolkodás jelen van a mindennapi működés során, sőt van, akinél a felelősségvállalás része is ennek a területnek. (15. ábra) Az nem derült ki a válaszokból, hogy szabvány alapú-e a minőségirányítási rendszerük, vagy egyéni meghatározás alapú. Általában a kkv-k a beszállítók miatt tanúsíttatják magukat, s sok esetben nincs is a tanúsítvány mögött a valódi érték, jelentés. A kitöltők közül még senki nem készített felelősségvállalási vagy fenntarthatósági jelentést. Természetesen ez nem azt jelenti, hogy ők nem viselkednének társadalom és környezettudatosan, azonban vagy anyagi okok miatt nem tanúsították a működésüket, vagy mert feleslegesnek tartják. A CSR- és fenntarthatósági bizonyítványokkal az a nagy probléma, hogy rengeteg féle van belőle. A vállalat dönthet úgy, ha egyiknél nem sikerült neki igazolást szereznie, átmegy a másikhoz, ahol esetleg alacsonyabb, vagy más a követelmény rendszer, vagy ingyen van, hiszen ott is kaphat papírt róla, hogy ő igazán felelősségteljes vállalati magatartást folytat. A tanúsítványokat, igazolásokat egységesíteni kellene, mert így egy idő után már hitelét veszti, mert annyi féle- fajta van belőle.



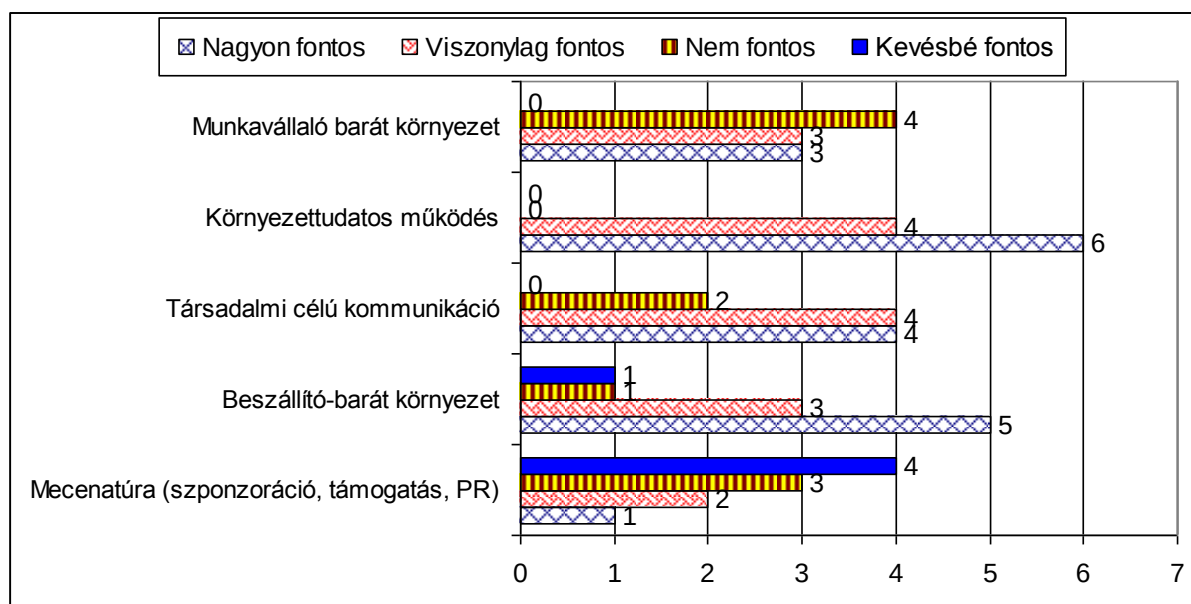
15. ábra: "Megjelenik-e a vállalatánál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája" illetve a " minőségügyi tevékenység kapcsolódik-e CSR területhez? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

A különböző felelősségvállalás tevékenységek megítélése

Azoknál a vállalatoknál, akiknél a CSR tevékenység valamilyen formában megjelenik, megkérdezésre került, hogy az egyes felelősségvállalási tettek közül melyiket hogy ítélik meg. (16. ábra) Mint a 3. Táblázatból kiderült, a társadalmi oldal hangsúlyosabban tartják a kitöltők. Ennél a kérdésnél fontossági szempontból kellett értékelniük az egyes tevékenységeket. A nagyon fontos és a viszonylag fontos kategóriákat lehet egyben kezelni, vagyis a fontos jelzővel ellátni. Míg a kevésbé fontos és a nem fontos kategóriák a nem fontos csoportba tartozhatnak. Tehát a környezettudatos működést, a társadalmi célú kommunikációt és a beszállító barát környezetet fontosnak ítélték meg. Míg a mecenatúrát és a munkavállaló barát környezetet inkább nem fontosnak. A fentebb leírt eredményekből (14. ábra) is az derült ki, hogy a vállalatok nem fektetnek nagy hangsúlyt a dolgozóik elégedettségére, ez a hozzáállásuk itt is megnyilvánult. Pedig az elégedett munkavállaló nagyobb nyereség a vállalat számára, hiszen különösen egy szolgáltató vállalatnál a szolgáltatást emberek nyújtják, s ha ők nem érzik jól magukat az adott munkahelyen, a szolgáltatásuk sem lesz megfelelő minőségű. A mecenatúrát azért ítélték meg nem fontosnak, mert ma már inkább az jellemző, hogy nem anyagi támogatással segítenek egy- egy társadalmi ügyet, hanem emberrel, tevékenységgel (az anyagi támogatást felhasználva). Például egy iskola kifestése esetén a vállalat nem a pénzt adja az iskolának, hanem a festéket, az ecsetet és az embereit, akik

megcsinálják. Ezáltal nagyobb segítséget tudnak nyújtani, mintha x Ft-tal támogatnák az akciót.



16. ábra: A CSR stratégiában hogyan rangsorolná az alábbi szempontokat, tevékenységeket? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

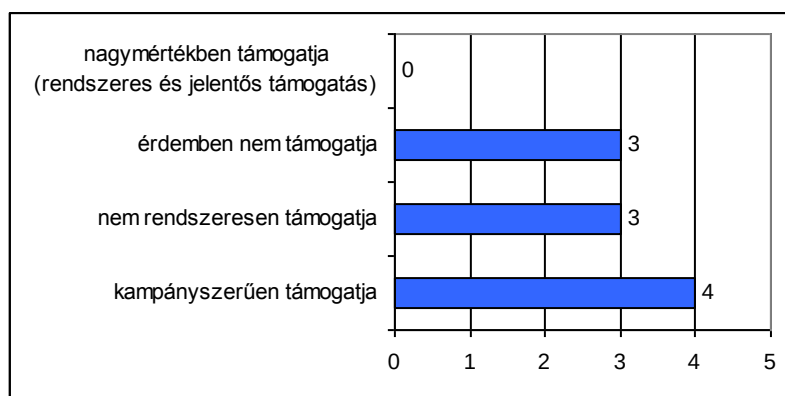
A hazai jogszabályi környezet CSR támogatása

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának egyik meghatározó eleme az önkéntesség. Önkéntesen, magamtól felvállalom valamilyen társadalmi ügy támogatását, azért, hogy segítsek az érintetteknek. A társadalmi ügy fogalma tág, ugyanis érthetjük alatta a helyi környezet védelmét, de akár a rászorulókat támogatását, segítségét is. A Gazdasági és Szociális Tanács az állam számára is fogalmazott meg ajánlásokat, hogy a felelősségvállalási tevékenységeket elősegítse. Ezek az ajánlások többek között:

- A megfelelő jogi, gazdaságpolitikai háttér kialakításához hozzon létre egy paritásos alapon működő bizottságot, amely a vállalati társadalmi felelősségvállalás és a felelős verseny szempontjait szem előtt tartva átvizsgálja a hazai jogi környezetet, és javaslatokat tesz a meglévő jogi keretek felelősségvállalási szempontú átalakítására, továbbfejlesztésére, bővítésére.

- Indítson kommunikációs kampányt a köztudatossággal, a társadalmi felelősséggel kapcsolatos állampolgári hozzáállás megváltoztatására, az ezzel kapcsolatos szemléletmód pozitív irányú befolyásolására.

A kitöltők véleménye szerint ez a kezdeményezés (17. ábra) nem, vagy csak alig valósul meg. Ezek az ajánlások csak javaslatok, nem kényszerítő tevékenységeket javasolnak, s arra kéri a mindenkori Kormányt, hogy a jogszabályi környezetbe olyan elemeket is tegyen be, ami elősegíti a köztudatos tevékenységeket. Sajnos azonban itt meg kell említeni, hogy ezek az ajánlások nemcsak, hogy nem valósultak meg, a GSZT-t meg is szüntették.⁵



17. ábra: Ön szerint a hazai jogszabályi környezet mennyire támogatja a vállalatok társadalmi felelősségvállalását? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

A CSR három fő részből áll: társadalmi és gazdasági felelősségvállalás, illetve felelősségvállalás a természeti környezetért. Ez utóbbi értelmezése eltérő, éppen ezért kérdés volt, hogy a kitöltők mit értenek a „gazdasági felelősségvállalás” alatt. Öten a tisztességes bérezést, adófizetést, a törvények betartását értik alatta. Öten pedig a törvényben előírtakon is túlmenő felelősségvállalást. Véleményem szerint ezt mindenki egyénileg értékeli. Mindenesetre a minimum a törvények betartása, s azon felül lehet magasabb elhatározásokat is tenni. A gazdasági felelősségvállaláshoz tartozhat az is, ha egy vállalat valamilyen szériahibás terméket ad ki, majd ez kiderül, s ő elismeri, hogy

⁵ Angyal Ádám, a Corvinus Egyetem professzora is tagja volt a GSZT által létrehozott Munkabizottságnak, aki az ajánlásokat dolgozta ki. A honlapon nem találtam információt a Bizottság jelenlegi működéséről, eredményeiről, ezért megkérdeztem a professzor urat, hogy van-e változás a 2008-as kiadványuk óta. Angyal Ádám nagyon segítőkész volt, és többek között megválaszolta ezt a kérdést is, vagyis, hogy a Bizottság megszűnt...

hibázott és visszahívja azt a sorozatot, és kijavítja a hibáit, nem pedig elismerés nélkül elhallgatja a felelőtlenségét.

A gazdasági válság hatása a CSR tevékenységekre

A 2008-ban bekövetkezett válság még inkább felhívta a figyelmet arra, hogy a jelenlegi pazarló életmódunk a továbbiakban nem fenntartható. Véleményem szerint a felelősségvállalásnak még inkább fontosnak kell lennie, oda kell figyelni a természeti és társadalmi környezetünkre egyaránt. A 7. táblázatban látható, hogy a kitöltő vállalatok nagyobb része szerint is a válság erősíti a CSR tevékenységeket, vagyis ez is egy megkülönböztetési lehetőség lesz. Volt egy válaszadó, aki szerint „Attól függ, hogy milyen területen tevékenykedik a vállalat, el kell különítenünk közszolgáltatókat és versenypiaci szereplőket. Az előbbi esetben véleményem szerint nem változik, utóbbi esetben viszont visszaesésre lehet számítani a költségcsökkentések miatt.” S ezzel kapcsolatban rákérdeztem arra, hogy a CSR-re való költségük az elmúlt két évben hogyan változott meg.

7. Táblázat: A "Véleménye szerint a gazdasági válság hogyan befolyásolja a CSR tevékenységeket? és „Az Ön vállalatának az elmúlt két évben hogyan változott a CSR költségvetése” kérdések összevetés (darab)

Az Ön vállalatának az elmúlt két évben hogyan változott a CSR költségvetése? Véleménye szerint a gazdasági válság hogyan befolyásolja a CSR tevékenységeket?						
	erősíti	nem változtatja	kissé visszaesik	nagymértékben csökken	egyéb	SUM
csökkent	1	1	2	1		5
Nem változott	2	1			1	4
kis mértékben nőtt	1					1
nagymértékben nőtt						
SUM	4	2	2	1	1	10

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Egy válaszadó volt, aki szerint a gazdasági válság következtében nagymértékben csökken a CSR tevékenységek száma, jelentősége, ezért nála a tevékenységekre való költség is csökkent. *Négy válaszadó* véleménye szerint erősíti a válság a felelősségvállalási tevékenységeket, vagyis egyre fontosabb lesz, azonban csak egy volt, akinél kis mértékben nőtt a CSR- ra való költség. Én úgy gondolom, hogy nem csak anyagi ráfordítással lehet felelősséget vállalni, s a válság még inkább felhívta a figyelmet, hogy a körülöttünk lévő és élő környezetet is figyelembe kell venni. Amelyik két cégnél van CSR stratégia, egyikükénél sem változott az elmúlt két évben a CSR- ra való költség, egyik szerint pedig erősíti a válság a felelősségvállalási tevékenységek meglétét.

Következtetések levonása

Az „A” típusú kérdőív kitöltői már foglalkoztak a társadalmi felelősségvállalással. Ennek ellenére csak két válaszadó kezeli stratégiai szinten a CSR- t, a többiek inkább ad-hoc módon foglalkoznak a felelősségvállalással. Fontosnak tartják a CSR kommunikációját, azonban azt gondolják, hogy informálisan ismerik el az érintettek a felelősségvállalási tevékenységeket, üzletileg viszont lényegtelennek tartják. Ennek ellenére a többség a társadalmi megítélés javulása miatt szeretne felelősséget vállalni, mert remélik, hogy az érintettek a jövőben nagyobb bizalmat adnak a CSR tevékenységeket végző cégnek, s majd ez a vállalat pénzügyi mutatóin is látszani fog. A kitöltők szerint a hazai jogszabályi környezet kampányszerűen támogatja csak a vállalatok ösztönzését a felelősségvállalásra, (amit az is bizonyít, hogy a Gazdaság és Szociális Társaság CSR Bizottsága megszűnt).

A kitöltők előretekintései azonban pozitívak, tehát szerintük a felelős vállalatok a jövőben nagyobb reputációval fognak rendelkezni, ha felelősen viselkednek.

3.4. A VÁLLALATOK ÁLTAL KITÖLTÖTT KÉRDŐÍVEK EREDMÉNYEIBŐL LEVONT KÖVETKEZTETÉSEK

Az eredményekből az állapítható meg, hogy a pécsi vállalatok körében a CSR jelentése, stratégiai szinten történő kezelése még nagyon alacsony szinten áll. Vannak kezdeményezések, megmozdulások, azonban ez még messze van attól, hogy elmondhassuk, hogy általánosságban a pécsi cégek tisztában vannak a CSR jelentésével és gyakorlatával. A GSZT a vállalatok számára is fogalmazott meg ajánlásokat, amelyeket érdemes lenne ismertetni, majd megfogadni. Ezek a következők:

- A vállalkozások módszeresen, átlátható módon folytassanak párbeszédet érintettjeikkel, és az így szerzett tapasztalatokat építsék be a vállalati stratégiába.
- Legyenek olyan független igazgatósági és felügyelő bizottsági tagok vállalati irányítási rendszerükben, akik a tulajdonosoktól, a menedzsmenttől függetlenül képviselik az üzleti és társadalmi fenntarthatóság értékeit a stratégiai döntéshozatal során.
- A vállalat méretein alapuló igényeknek és lehetőségeknek megfelelően alakítsák ki az üzleti etika intézményeit (etikai kódex, etikai bizottság stb.) és azok használatát az érintettek számára tegyék hozzáférhetővé.
- Dolgozzanak ki olyan elveket és kódexeket, melyet a beszállítói körre is alkalmaznak, illetve tőlük is elvárnak.
- Készítsenek (lehetőleg nemzetközileg is összehasonlítható) fenntarthatósági jelentést, és azt az érintettek számára tegyék hozzáférhetővé, majd hitelesíttessék független szervezetekkel.

3.5. NON-PROFIT SZERVEZETEK EREDMÉNYEI, ILLETVE A KÖVETKEZTETÉSEIM

A non-profit gyűjtőfogalmat nem definiálja a magyar jog, ezért a szó szerinti jelentéséből szoktak kiindulni, vagyis, hogy ezek a szervezetek nem nyereségorientált módon működnek, tehát elsődlegesen nem vállalkozási tevékenység végzésére jönnek létre. Ez nem azt jelenti, hogy nem kaphatnak pénzt a tevékenységükért, azonban nem szabad ennek lennie az elsődleges tevékenységüknek, illetve ha bevételhez jutnak, azt nem oszthatják fel, hanem a szervezetük működésébe vissza kell forgatniuk. Többféle kategorizálásuk létezik, például szervezeti megközelítésben non-profit szervezetek az alapítványok, egyesületek, közhasznú társaságok, közalapítványok és a köztestületek. Funkcionális szempontból egyes jól meghatározott funkcióban a non-profit szektor átfedésben működik az állammal (humán szolgáltatás, újraelosztás stb.), bizonyos szolgáltatásokat pedig önállóan lát el (érdekképviselő, érdekvédelem) stb.

Összességében az mondható el, hogy a non-profit szervezeteknek hagyományosan két fő funkciójuk volt és van: egyrészt a szolgáltatásnyújtás, másrészt pedig az érdekképviselő. Vannak olyan szervezetek, amelyek nagyobb hangsúlyt tudnak helyezni az érdekképviselőre, míg mások inkább szolgáltatásnyújtással foglalkoznak. (Schmuck, 2007.)

A pécsi non-profit szférát egyrészt kérdőíves megkérdezéssel, másrészt pedig egy mélyinterjúval jártam körbe.

A mélyinterjú és annak értékelése

Az interjú során a Baranya Megyei Önkéntes Centrum szakmai vezetőjével, Knyihár Évával beszélgettem az önkéntességről, a szervezetükről, a társadalmi felelősségvállalásról, példákról, civil és non-profit szervezetekről.

Az Önkéntes Centrumok az ország minden megyéjében megtalálhatóak. Központjuk az Önkéntes Központ Alapítvány, szakmailag ő koordinálja az egész országban az Önkéntes centrum és Önkéntes Központok Hálózatait. A Centrumok folyamatosan tájékoztatják a helyi és az adott megyében élő önkénteseket és az őket fogadó szervezeteket valamint a társadalmi környezetet az önkéntességről és az ahhoz kapcsolódó témákról, eseményekről. Közvetít az önkéntesek és az őket fogadó szervezetek között, azok összekapcsolásával adatbázis használatán keresztül. Esetenként kutatásokat végez, vállalati önkéntes programokat népszerűsít és közvetít valamint az önkéntesek és szervezeteik érdekeit érvényesíti és képviseli.

A vállalati önkéntes program a cégek társadalmi felelősségvállalásának egyik módja, mely lehetőséget biztosít a cégek számára, hogy önkéntes programokban részt vegyenek, és ezzel segítsenek egy jó ügyet, egy helyi közösséget vagy akár egy az egész társadalmat érintő cél eléréséhez járuljanak hozzá. Az Önkéntes Centrum szerint ezeknek a közösségi önkéntes tevékenységeknek a vállalat részéről elsősorban a helyi közösség segítése kell, hogy célja legyen. Ott érdemes a cég alkalmazottainak önkéntesként segíteni ahol a cég jelen van a mindennapi tevékenységei révén. Így tudja a reputációját erősíteni. Az Önkéntes Centrum közvetítő, szervező szerepet tölt be, ugyanis nagy kapcsolati hálóval rendelkezik a megyei civilszervezetek, intézmények tekintetében,- ismeri a megyei önkéntesek bevonására alkalmas ügyeket, olyan szakemberekkel dolgozik együtt, akik az önkéntesség szervezését, népszerűsítését, közvetítését magas szinten űzik.

A Baranya Megyei Önkéntes Centrumot, ahogy a Civil Közösségek Házát is a Nevelők Háza Egyesület működteti. Az Önkéntes Centrum a Nevelők Házának egy projektje, ami 2011 januárjában indult, és azóta van a Civil Közösségek Házában irodája.

Az Önkéntes Centrum elsősorban projektfinanszírozással működik (bevételeinek döntő többségét ez adja), s forrásainak csak kis részét képezi az önkormányzati támogatás. Mivel speciális helyzetben van (több civil szervezet van egy épületben), ezért a Nevelők Háza kötötte a közművelődési megállapodást az önkormányzattal, ami az egész épület és a működési költségek finanszírozását tartalmazza.

Elsősorban pályázatok útján jut pénzhez, hazai, nemzetközi, illetve EU-s pályázati forrásai vannak. Itt Éva megemlítette, hogy vállalatok is írnak ki pályázatokat a non-profit szervezetek számára. Adott cég kiír egy pályázatot a non-profitoknak, azért, hogy ez által egy bizonyos társadalmi ügyet támogasson, s a benyújtott pályázatokat a vállalat képviselői elbírálják. Ez egy kölcsönös és hasznos együttműködést eredményez, mert a vállalat támogatott egy társadalmilag hasznos ügyet, a non-profit szervezet pedig segíteni tudott, ezáltal pedig ő is forráshoz jutott.

Éva elmondta, hogy a centrumnak van egy vállalati kulcsszakértője, aki segít a vállalatok számára kínált szolgáltató csomagok összeállításában. Ez a szolgáltató csomag teljesen vállalat specifikus. Ha egy cég megkeresi őket, hogy szeretne valami társadalmilag hasznos tevékenységet végezni, akkor megegyeznek egy ilyen csomagban, ami minden pontot tartalmaz. Például elmesélt egy esetet, amikor egy multinacionális nagyvállalat pécsi telephelye megkereste, hogy szeretne egy óvodát kifesteni, s megkérte a Centrumot, hogy ezt a programot dolgozzák ki. Éva hangsúlyozta, hogy az emberek fejében él egy sztereotípiá, hogy az önkéntesség ingyenes. Azonban ez nem így van. Ennek az oka az, hogy a szervezetet fent kell tartani, a működési költséget ki kell fizetni, az alkalmazottak bérére forrást kell találni. Tehát teljesen érthető, hogy a szolgáltatás csomagnak is van egy minimális ára. Jelen példa esetében olyan csomagot dolgoztak ki a vállalatnak, amiben mindent a Centrum intézett el (tehát a festéket is ő vette meg), s a vállalat ezt költségként egyben el tudta számolni, nem kellett a könyvelésbe bele írnia, hogy festékre költött, hanem ezt a csomagot „leírta”. A meghatározott napon a vállalat dolgozói (munkaidőben) kimentek az adott óvodához, és kifestették. Cserébe a gyerekek készítettek számukra szendvicseket, beszélgettek egymással stb. Tehát az ügy mindkét fél számára hasznos volt. Hiábavaló lenne azt gondolni, hogy ezt teljesen altruista módon tette a cég. Ezzel véleményem szerint addig nincs is baj, amíg társadalmilag tényleg valami hasznos dologra költ. Az, hogy ez által neki közvetett módon bevétele is van (marketing), az egy hozadéka lehet az ügynek. (De természetesen ez a fajta hozzáállás vállalat specifikus, s az igazi motiváció –hogy a profit –e az elsődleges, vagy a társadalmi ügy felkarolása- azt csak alapos, mély vizsgálat útján lehetne kideríteni.)

Egy olyan lehetőségről is hallhattam az interjú során, amikor a vállalatok és a civil szervezetek számára rendeznek egy Market Place rendezvényt, ahol a szervezetek néhány percben bemutatkoznak egymásnak, s a vállalatok eldönthetik, hogy melyik civil szervezet érdekli őket, kivel szeretnének a jövőben együtt dolgozni, tehát hogyan tudnak közös pontot találni a kölcsönös együttműködés reményében.

Egy másik példa, amikor egy pécsi egyesület, aki biokertészetet tart fent, olyan együttműködést kötött egy barkács áruházzal, hogy az egyesület bio zöldség és gyümölcs csomagokat állított össze, ezt az áruház területén árusította nagyon kedvező áron, s a befolyt összegből alacsony áron az egyesület szerszámokat kapott az áruháztól. Ezt minden érdekelt fél (vásárlók, egyesület, áruház) win-win típusú eseménynek értékelte: a vevők olcsón hozzá jutottak az amúgy drága bio élelmiszerekhez, az egyesületnek volt reklámja, s kedvező áron szerszámokhoz jutott, míg az áruháznak ez szintén reklám volt, illetve egy mögöttes jó érzés, hogy segített.

Az akciónak az volt a célja, s az ehhez hasonló társadalmi felelősségvállalásnak is az lenne a célja, hogy felhívja a figyelmet bizonyos társadalmi problémákra, amik mellett esetleg a mindennapokban elsiklunk, s lehet, hogy nem is tudunk róla. Ezeknek az akcióknak úgy kell(ene) működni, hogy egyrészt legyen üzenete az akciónak, azt tegyék elérhetővé, s ez által segítse a szemléletformálást.

Következő vállalati eset egy magyar tulajdonú, független pénzügyi szolgáltató cégcsoport pécsi vállalatának esete. A cég több CSR akcióban is részt vett, köszönhetően a pécsi csoport társadalmi ügyek iránt elkötelezett vezetőjének. Például ők voltak az a csoport, aki a „graffiti kommandó” csapatukkal teljesen önszántukból, egy szombati napon (nem munkanapon) letisztították a Pécsi Nemzeti Színház falait a festéktől. Vagy ők voltak, akik a Kálvária dombon az „Ültess egy fát” mozgalom keretében viszonylag nagy összegért facsemetéket vásároltak és elmentek elültetni. (Úgy, hogy annak nem volt sajtó visszhangja, nem voltak kint újságírók, tudósítók.) Ők rájöttek arra, hogy azon túl, hogy segítenek egy ügyön, remek csapat építő program, illetve elősegíti a szemléletformálást. Erről a szervezetről azonban tudni kell, hogy ők nem csak pénzügyi tanácsadással foglalkoznak, hanem egyénre szabott tanácsadással is, tehát, hogy az egyéni ügyfelek személyes boldogulását is segítik.

Végül, de nem utolsó sorban egy olyan esetet mutatok be, aminek a megvalósulása most van folyamatban. Három építészhallgató fiú (családjaiknak építőipari vállalkozásuk van) felkereste az Önkéntes Centrumot, hogy ők szeretnének valami olyan ügyön segíteni, ahol a szaktudásukat is kamatoztatni tudják (gyakorlatot szereznek), azáltal, hogy egy társadalmi ügyért tesznek. Kérték Évát, hogy segítsen nekik ilyen lehetőséget találni. Végül abban egyeztek meg, hogy egy hajléktalan szállót fognak felújítani, amihez ők minden engedélyt beszereznek (ami most van folyamatban), s a szüleinek a vállalkozása segítségével felújítják a szállót. Ezáltal nekik gyakorlatuk lesz, az építőipar

jelenlegi „pangó” helyzete miatt lesz munkájuk, emellett pedig társadalmilag is hasznos tevékenységet folytatnak.

A felsorolt példákból látható, hogy milyen széles a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának palettája, nincs egy jó gyakorlat, amit mindenki tud alkalmazni, hanem elkötelezettnek kell lenni és felvenni a kapcsolatot például az Önkéntes Centrummal, aki segít a „jó ügy” megtalálásában, a koordinálásban, ezáltal pedig a szektorok közötti együttműködést lehetővé teszi.

A Baranya Megyei Önkéntes centrum kiterjedt kapcsolat rendszerrel rendelkezik, segíteni tud a támogatandó ügy megtalálásában, illetve annak minden részletét lefedő lebonyolításában is. Olyan ügyet kell keresni, amivel a vállalat azonosulni tud, úgy tud segíteni, hogy át is érzi annak jelentőségét.

Természetesen olyan esetek is vannak, amikor elkezdődik egy kezdeményezés, felveszik a kapcsolatot a Centrummal, s a végén vagy pénzügyi, vagy egyéb okokból visszamondják a már elkezdett projektet.

Be kell látni, hogy ilyen nagy formátumú társadalmi ügyeket csak anyagi forrásból lehet finanszírozni. Itt nem elég az altruista, önzetlen hozzájárulás, hanem pénzre is szükség van. Jelen gazdasági helyzetben azonban nem sok vállalat engedheti meg magának, hogy félretesz a CSR tevékenységének finanszírozására. Ezért a teljesség igénye nélkül néhány példát soroltam fel arra, hogy mit tehet a vállalat, ha anyagilag nem tud támogatni egy társadalmilag hasznos ügyet:

- *Társadalmi környezet:* Beszélgetni az alkalmazottal, például egy kedves kérdés: Hogy van ma? Fontos a lojalitás kialakítása a dolgozóban (ennek anyagi előnyei is vannak: Négyszer annyiba kerül egy új munkavállaló, mint a régit megtartani. Megértés, támogatás kinyilvánítása a beosztottak felé. Felvenni a kapcsolatot helyi civil szervezettel, aki esetleg tanácsadóként segíthet. Méltányos munkakörülmények biztosítása.

- *Természeti környezet:* elhatározások, például: szelektív hulladékgyűjtés, s annak megfelelő kezelése. Ha van lehetőség: gyaloglás, bicikli, tömegközlekedés autó helyett. Ha a papír egyik oldala fel volt használva, de már nem kell, összegyűjteni és kiválós „firkapapír”. Utána nézni olyan (be) szállítóknak, akik lehet, hogy helyben vannak, vagy közelebb. (Ez megtakarítás lehet a szállítási költségeken.) A villany, a számítógép kikapcsolása, ha huzamosabb ideig nem használjuk.

- *Gazdasági környezet:* etikus üzleti magatartás. Törvények, ajánlások betartása. (Önkormányzat esetében pl. ajánlások vonatkoznak a közbeszerzésekre.) Pénzszerzés fő forrásának felülvizsgálata (Milyen iparágban működik a vállalat? Ha társadalom, vagy környezetterhelő, hogyan tudja a tevékenységét ellensúlyozni?) Tisztességes verseny szabályainak betartása. Stb.

A felsorolt ajánlások, lehet, hogy sablonosnak tűnnek, viszont ha betartja őket az adott szervezet, akár még anyagi megtakarításai is lehetnek.

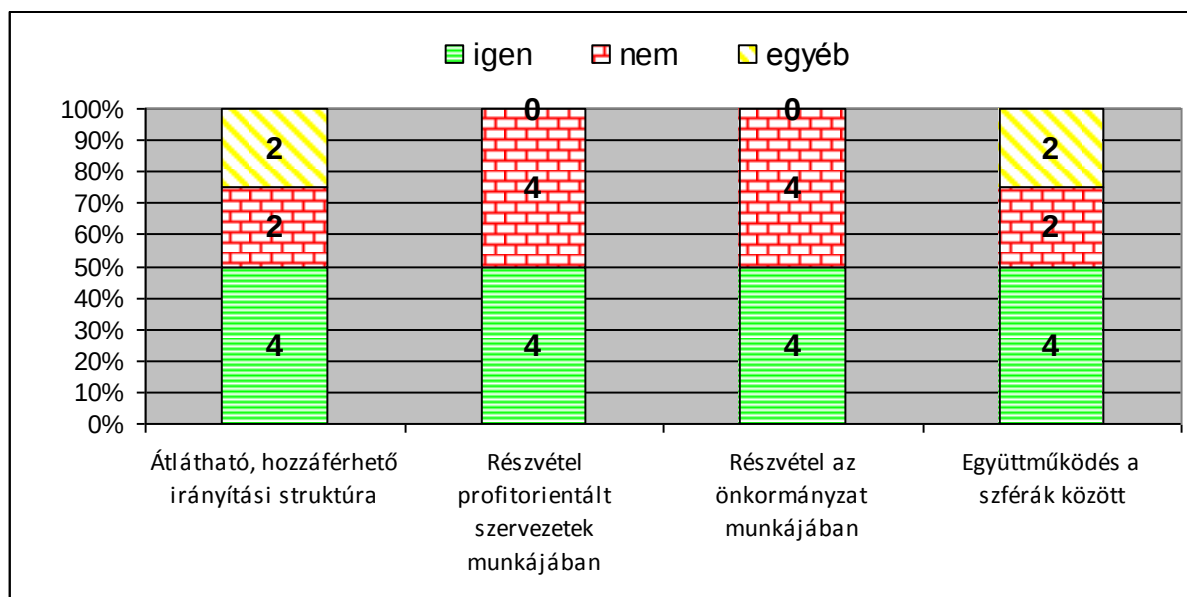
Az Önkéntes Centrum szerencsés helyzetben van, ugyanis jó kapcsolatban van az önkormányzattal. Amennyire tudja, annyira él az érdekérvényesítő képességével, azonban ez nem mindig lehetséges. Ennek oka a magyar gyakorlat, vagyis hogy anyagilag függenek az önkormányzattól. A közművelődési megállapodásban megfogalmazott feltételeket mindkét félnek maximálisan be kell tartani. Többek között az önkormányzat finanszírozza a közüzemi számláit a szervezetnek, s ha ennek kifizetése csúszik, akkor hiába van pályázati forrásuk, abból nem finanszírozhatják a számlákat. (A projekt pénzeket meghatározott célokra lehet fordítani, ilyesmire nem költhet belőle.)

Összességében nagyon hasznos volt az interjú, számos példát hallottam, hogy valójában hogyan is működik a társadalmi felelősségvállalás a gyakorlatban. Milyen egy non-profit szervezet működése, neki mi a szerepe a „jó ügyek” elérésében, megvalósításában, és hogy hogyan valósul meg az együttműködés a szektorok között.

Megköszönöm Knyihár Éva segítségét, nagyban hozzá járult kutatásom mélyebb, valódibb eredményeihez.

Non-profit szervezetek által kitöltött kérdőívek

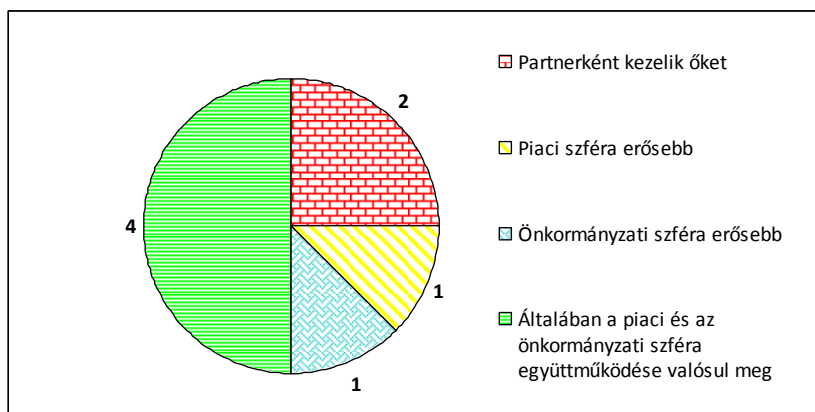
A Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Kar civil közösségi szervező évfolyama 2011. november 7-én önkéntes napot szervezett. Ezen a napon a helyi, pécsi civil szervezetek mutatkozhattak be, toborozhattak önkénteseket. Az eseményen nyolc helyi non-profit szervezet standolt. Összeállítottam a szervezeteknek egy kérdéssort, amire főleg igen – nem válaszok érkeztek. Ez természetesen nem teljes körű, átfogó felmérés, azonban egy kis szeletét bemutatja a szervezetek közötti együttműködésnek, illetve lehetőséget ad további vizsgálatokra. A kérdőív a Mellékletben szerepel.



18. ábra: Az együttműködés felmérése a vállalatok, a non-profit szervezetek és az önkormányzat között (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

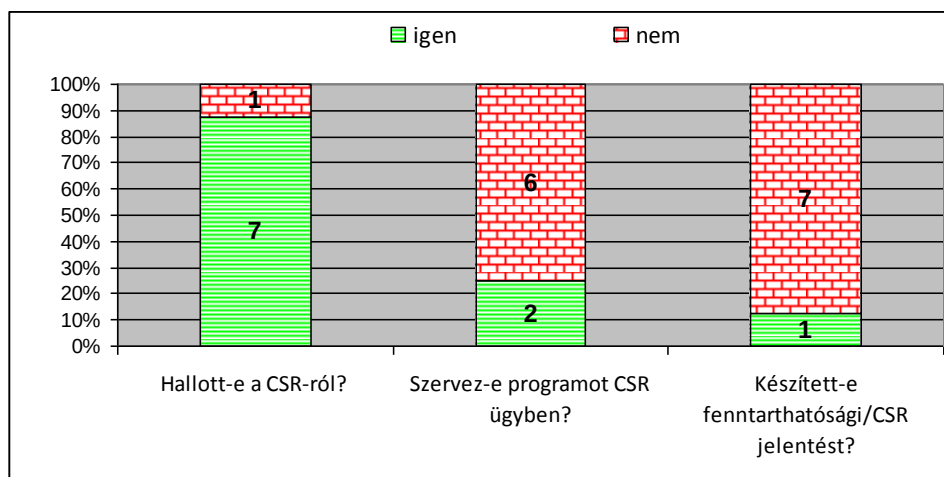
Az 18. ábráról leolvasható, hogy a kitöltők fele (4 *darab*) úgy ítélte meg, hogy van együttműködés a különböző szférák (önkormányzat, vállalatok, non-profitok) között, ugyanis részt vesznek segítőként a másik szférák munkájában. Egy kitöltő azt válaszolta, hogy nincs rálátása a három szféra együttműködésére, mert nem kényszerülnek rá. Ezen a helyzeten mindenképpen változtatni kell. Ahhoz, hogy a vállalatok, civilek, önkormányzat együtt működjenek, tudniuk kell egymásról. A válaszokból az derült ki, hogy van, aki részben elérhetővé teszi irányítási struktúráját, van, aki pedig törekszik rá. Ez az együttműködésre is hatással lehet, ugyanis ha egyik látja, hogy mit és hogy csinál a másik, esetleg jó gyakorlatnak is minősülhet, de segítséget is kérhet tőle, hogy ő is jobban tudjon működni. Az együttműködésre azért tartottam fontosnak rákérdezni, mert egyrészt a GSZT ajánlásai a különböző szférákra vonatkoznak (hogy hatékonyabbak legyenek, ha együttműködnek), illetve hogy a szervezetek az érintettjeikkel kommunikáljanak, tudják meg, hogy mit akar a másik, legyen érdekegyeztetés, majd megegyezés. Ezáltal segíthetik egymás munkáját. Ezért rákérdeztem arra is, hogy maguk a kitöltők szerint mennyire erős Pécsen a civil szervezetek érdekérvényesítő képessége. Az eredményeket a 19. ábra tartalmazza.



19. ábra: Ön szerint mennyire erős Pécssett a civil szervezetek érdekérvényesítő képessége? (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

Látható, hogy a legtöbbször az önkormányzat és a piaci szféra együttműködése erősebb, a civil szervezetek érdekeivel szemben. Ketten választották, hogy partnerként kezelik őket. Az elérendő cél az lenne, ha partnerség valósulna meg, úgy, hogy a fő problémákban, kérdésekben a három fő szféra megegyezésre jutna, egy mindenki nyer, vagyis „win-win” üzlet jönne létre.



20. ábra: A társadalmi felelősségvállalás ismertsége a non-profit szervezetek körében (darab)

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés

A 20. ábrán látható, hogy csak egy kitöltő nem hallott a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról, én úgy gondolom, hogy valószínűleg ez a tevékenységi köréből adódhat. A többi 7 válaszadó már hallott is róla, s van, aki szervezett is programot CSR ügyben. A non-profit szervezeteknek a feladata az érdekérvényesítés, illetve a

szolgáltatásnyújtás. A mélyinterjúban is olvasható, hogy vannak olyan non-profitok is, akik önkéntes programokat szerveznek a vállalatok számára. Ők valószínűleg jobban tisztában vannak a CSR fogalmával és a gyakorlatával. A civil szervezetekkel az a „probléma”, hogy sokan azt gondolják róluk, hogy a tevékenységükkel csak plusz forráshoz (pl. adományokhoz) akarnak jutni. Vagyis azért hoznak létre civil szervezetet, hogy pénzeket tegyenek (viszonylag) el törvényes keretek között. Mondják, nem elég tisztességesnek lenni, annak is kell látszani. (Ligeti, 2007.) Vagy éppen fordítva: nem elég tisztességesnek látszani, annak is kell lenni. A kérdéssorban azért is kérdeztem rá, hogy a szervezetek bárki számára elérhetővé teszik-e folyamataikat (18. ábra), irányítási struktúrájukat. Ugyanis az átláthatóság bizalmat sugároz. *Egy kitöltő* készített már fenntarthatósági jelentést. Ő egy olyan szervezet, amely egy világ szinten jelen lévő non-profit szervezet hálózat egyik pécsi tagja. Mivel ők világszinten is jelen vannak, nekik jobban meg kell felelni a külső környezet elvárásainak.

Van, aki azért válaszolta, hogy nem készített még fenntarthatósági vagy CSR jelentést, mert nem volt rá szüksége. Természetesen a non-profit szervezetek felé a jelentéskészítés nem olyan elvárási szinten jelentkezik, mint a profitorientált vállalatok felé. Véleményem szerint ezért ilyen alacsony a jelentéskészítési arány. (A pécsi vállalatok jelentéskészítése is gyerekcipőben van. Valószínűleg itt még ez nem akkora elvárás az érintettek részéről.)

Összességében itt is azt a következtetést vontam le, hogy szükségszerű lenne a Gazdasági és Szociális Tanács ajánlásait megfogadni a közös együttműködés hiányosságai és a közös felelősségvállalás érdekében.

Ajánlások a non-profit szervezetek számára:

- Kezdeményezzenek a forprofit szervezetekkel olyan együttműködéseket, közös akciókat, amelyek eredményeként a non-profit szféra ellenőrző és hitelesítő funkciója a vállalati működés érintettjei számára is hatékonyan érvényesülhet.
- Honlapjukon, vagy egyéb módon tegyék közzé a gazdasági élet szereplőivel kapcsolatukat szabályozó együttműködési elveiket és értékeiket.
- Független szakértőként vállaljanak szerepet a vállalati döntéshozatalban, a stratégiai döntések előkészítésében.
- Tegyék átláthatóvá, bárki számára hozzáférhetővé irányítási struktúrájukat és folyamataikat.

- Képviseljék és terjesszék a vállalati társadalmi felelősségvállalás nemzetközi szabványait, elveit és ajánlásait.
- Tartsanak képzést a piaci szféra képviselői számára a vállalati társadalmi felelősségvállalásról.
- Készítsenek nyilvános jelentéseket, mely bemutatja felelős működési gyakorlatukat, azt tegyék hozzáférhetővé az érintettek számára.
- Vegyenek részt aktívan a gazdasági szereplők társadalmi felelősségvállalásának megvalósításában, hitelesítésében. (GSZT, 2008.)

3.6. SZEKUNDER INFORMÁCIÓK: ÖNKORMÁNYZAT

A CSR Piac 2009 rendezvényre Székesfehérvár Polgármesteri Hivatala is pályázott, hogy ő részt vesz a társadalmi felelősségvállalásban, s a szférák közötti együttműködésre törekszik a fenntartható fejlődés jegyében. (CSR Piac, 2009.)

A Polgármesteri Kabinet 2008-ban „Felelősen a közösségért! Felelősen Fehérvárért! Fogjunk össze a közösségért, Fehérvárért!” tevékenységsorozatot kezdeményezett. (Az esettanulmány a Mellékletben található.) Ez az egyedülálló kezdeményezés három fő területre összpontosít: környezetvédelem, fenntarthatóság; egészségmegőrzés, prevenció; közbiztonság. A céljai elérése érdekében párbeszédet kezdeményezett és valósított meg a különböző szektorok között. A program népszerűsítésére és ismertté tételére megszületette egy honlap is (www.fehervarert.hu)

Miután ezt a kezdeményezést olvastam, az fogalmazódott meg bennem, hogy Pécsen is van-e a székesfehérvárihoz hasonló kezdeményezés. Az információk begyűjtéséhez az internetet használtam, elsősorban Pécs város honlapját (www.varoslako.pecs.hu).

A honlapon van egy 'Zöld Pont' opció, ahol ajánlásokat találhatunk a környezettudatos életmódról (ez nagyon szegényes volt, és nem adott életmód tanácsokat, ami szerintem szükséges lenne a felvilágosításhoz), a hulladékkezelésről, a környezettudatos életmódról. Megnézhetjük a légszennyezettség adatokat, tájékozódhatunk a helyi környezetvédelmi szervekről stb.

Egy másik opció a 'Civilek, kisebbségek' fül volt. Ott a civil szervezetek számára kiírt pályázatok olvashatóak, illetve Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata Civil Konceptiója is megtalálható. Ez egy helyzetjelentés a pécsi civil szervezetek és az önkormányzat közötti kapcsolatról.

„Általában elmondható, hogy idáig az önkormányzat és a civil szervezetek kapcsolatai döntően lobbierészek mentén, vagy az önkormányzat feladat-ellátási kapacitásának hiányosságai miatt, legtöbbször kényszerből jöttek létre. A korábbi tapasztalatok alapján talán máig nem szűnt meg a gyanakvás sem egymás irányába, s ez is gátolhatja a partnerség kialakulását. De hasonló okai vannak a civilek széttagozottságának is. Sajnos az is jellemzi, hogy egymásban a vetélytársat, és nem az együttműködés lehetőségét látják a felek.

Összefoglalásképpen elmondható, hogy mind a politika, mind a civil szféra kereste/keresi társadalmi legitimitásának pontos paramétereit. Ebben a folyamatban az alábbiakban rögzített elvek segítségünkre lehetnek, talán nem túlzás azt mondani, hogy iránytőként vezethetnek minket az átlátható, társadalmilag hasznos célok érdekében történő, partnerségen alapuló együttműködések felé.” (Pécs Megyei Jogú Város Civil Koncepciója)

Ezt a jelentést 2011 márciusában fogadták el. 1996-ban egy civil referens pozíciót hoztak létre. Feladata minden az önkormányzathoz forduló civil szervezetek ügyeinek intézése a hivatalon belül, valamint előkészíti, illetve egyeztet a döntéshozatalhoz kapcsolódó előterjesztéseiket. 2011 januárjában a korábbi főosztály helyett létrehoztak egy Természeti és Emberi Erőforrás Referatúrát. Ez a referatúra látja el a civilek pályázataival, szerződéseivel kapcsolatos ügyeket gondoskodik a civil szervezetek illetve ügyeik bevonásáról a döntéshozatalba. Véleményem szerint (s ezt Knyihár Éva is említette) ez egy szép kezdeményezés az együttműködés elősegítésére.

A honlapon található 'Gazdaság' fül alatt a forprofit és az önkormányzat együttműködéséről nem sok információ volt közzéve, ami hiányosságokra utal.

Összességében az mondható el, hogy Pécsen az együttműködés a szférák között az önkormányzat oldaláról is még fejletlen. Szép kezdeményezések vannak a civilekkel való együttműködésre, főleg az olyan feladatok ellátásában, amiket felosztanak egymás között. A GSZT ajánlásai az önkormányzatok számára:

- Legyenek aktív részese a piaci szereplők érintetti párbeszédének, maga is valósítson meg ilyen érintetti bevonást, saját gazdasági működése során, valamint az egyes döntések, ügyek kapcsán a lehető legtöbb érintetti csoportot szólítasson meg.
- Teremtse meg a saját működésére, a költségvetésére és teljesítménye hatásainak vizsgálatára vonatkozóan az átláthatóságot és elszámoltathatóságot.

- A közbeszerzési folyamataikban –az Európai Unió szabályozásának megfelelően– támogassa a felelős vállalati magatartást, vegye figyelembe és részesítse előnyben a felelős termékeket és a felelős vállalatok szolgáltatásait.
- Indítson kommunikációs kampányt a köztudatossággal, a társadalmi felelősséggel kapcsolatos állampolgári hozzáállás megváltoztatására, s az ezzel kapcsolatos szemléletmód pozitív irányú befolyásolására.

4. ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatomban a felelősségvállalás kérdéskörét vizsgáltam Pécsen. A szakirodalmi áttekintésben először a rendszerszemléletű gondolkodásról, majd a fenntartható fejlődésről írtam. Kitértem a viszonylag új közgazdaságtani irányzatra, az ökológiai (vagy alternatív (Buday, 2006.)) közgazdaságtanra. Majd a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának különböző értelmezéseiről írtam. Érveket fogalmaztam meg, hogy miért foglalkozik egy vállalat CSR-ral, vagy éppen miért nem foglalkozik vele. Sok vállalat és laikus úgy gondolja, hogy felelősen csak anyagi ráfordítással lehet viselkedni. A nagyobb társadalmi kezdeményezések esetén természetesen szükséges a pénzügyi támogatás, de dolgozatomban olyan ajánlásokat is megfogalmaztam, amik nemhogy nem kerülnek kiadásokba, hosszú távon még spórolni is lehet vele. Foglalkoztam azzal a lehetőséggel is, ha egy szervezet újonnan kezd el felelősen viselkedni, az milyen változásokat okozhat a működésében, és ezeket a változásokat hogyan tudja jól kezelni.

A szakirodalom feldolgozása után tértem át a gyakorlati munkára. Hipotéziseket állítottam fel a pécsi felelősségvállalással kapcsolatban, majd célom volt azt a gyakorlati munka eredményeivel igazolni. Kutatásom során a forprofit szektort, a non-profit szektort és az önkormányzatot is megvizsgáltam. A minta, amit vizsgáltam nem tekinthető reprezentatívnak, azonban véleményem szerint az általános gyakorlat hasonló az itt megfogalmazott következtetéseimmel. Illetve az eredmények lehetőséget adnak további kutatások folytatására. A vállalatokat és a non-profitokat az általam összeállított kérdőívekkel kerestem meg, illetve a non-profit szervezeteknél egy mélyinterjút is elkészítettem a terület alaposabb, mélyebb megismerésének céljából. Majd az önkormányzatot vizsgáltam Pécs város honlapján feltüntetett információk segítségével.

Az előzetes hipotéziseim vagy teljesen, vagy részben beigazolódtak. Az első az volt, hogy a pécsi vállalatok többsége nincsen tisztában a CSR valódi jelentésével. Voltak ugyan olyan kitöltők, akik hallottak már a CSR-ról, azonban nem tudták pontosan, hogy az mit jelent. Voltak, akik hallottak róla, némi információjuk is volt róla, de az nem volt elég alapos (például sok másik cég „rossz” marketingje miatt azt gondolják, hogy a CSR egy újabb marketing tevékenység, és a célja az eladásösztönzés). Azonban volt olyan válaszadó is, aki hallott is róla és tudta is, hogy mit jelent, mi a célja. Végül, de nem utolsósorban olyan is volt, aki még nem is hallott a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról.

A második hipotézisem az volt, hogy kevesebb vállalat folytat CSR tevékenységet, mint aki nem folytat. Az eredményekből is látható volt, hogy 10 kitöltő választotta azt, hogy ő már valamilyen szinten foglalkozott ilyen jellegű tevékenységgel, szemben a 22 másik kitöltővel, akik még nem foglalkoztak vele. Azonban a 10 vállalat közül csak kettő kezeli stratégiai szinten a vállalatok társadalmi felelősségvállalását. Itt azt is meg kell említeni, hogy véleményem szerint, aki ismeri a CSR –t, ő inkább hajlandó kitölteni a kérdőívet, mint aki nem ismeri.

A harmadik feltételezésem az volt, hogy Pécssett a vállalatok, a non-profit szervezetek és az önkormányzat között gyenge a kohézió. Ez részben igazolódott be. 2011- től az önkormányzat külön referatúrát hozott létre, hogy kapcsolatát erősítse a civil szervezetekkel. Ez részben azért is van, mert bizonyos feladatköröket felosztva látnak el a városban. Ez egy pozitív kezdeményezés véleményem szerint. A non-profit szervezetek kitöltői szerint azonban a gyakorlatban a piaci szféra és az önkormányzat érdekérvényesítő képessége valósul meg a non-profit szférával szemben. Ez miatt, tehát következtetésként le lehet vonni, hogy egyelőre a kohézió nem erős, de törekszenek arra, hogy ezen a helyzeten változtassanak.

Az utolsó feltevés az volt, hogy Pécssett a társadalmi felelősségvállalás még kezdetleges stádiumban van. A felmérés eredményeit és következtetéseimet tekintve ez az állításom beigazolódott.

Befejezésként az a következtetés vonható le, hogy Pécssett a felelősségvállalás mindenképpen egy fejlesztendő terület, hiszen a cél az összefogás, egymás segítése, s ezek következményeként a közös fejlődés elérése a fenntarthatóság koncepciója mentén. Az általam hozott példában (Székesfehérvár), már az első lépéseket megtették a közös együttműködés érdekében. Véleményem szerint Pécssett is megvalósulhatna hasonló kezdeményezés.

5. ZÁRÓ GONDOLATOK

„A jelenkori társadalmi, gazdasági és környezeti válságra sokan, sokféleképpen keressük a válaszokat. Ez nagyon biztató, mivel világunk annyira sokszínű, hogy mindenhol más és más megoldásokra van szükség. Egyben viszont azonosak a megoldások: változtatnunk kell. A változás mindenre és mindenkire érvényes: a társadalmi és gazdasági rendszerek lényeges változása mellett életünk teljességére is kiterjed, mindennapi életformánkra, gondolkodásunkra és értékrendünkre.

Nyilvánvalóvá válik az a gondolat, amelyet Einsteinnek tulajdonítanak: „ez problémát nem lehet megoldani azzal a gondolkodásmóddal, amely magát a problémát létrehozta.” (Hajnal, 2010.)

A 2008-ban bekövetkezett válság nagyon mély és mindenre kiterjed: a társadalmi gazdasági és környezeti problémák egy nagyon bonyolult összefüggő rendszere jött létre, ami még mindig tart, s ha így folytatjuk tovább, akkor még nagyobb katasztrófák következhetnek majd be.

Ezt a dolgozatomat inkább figyelemfelkeltőnek szántam, vagyis rávilágítani helyi szinten egy olyan területre, ami mindenképpen fejlesztésre szorul.

Igaz, hogy mindkét szférában kicsi a vizsgálati mintám, azonban nagyon nehéz megszólaltatni az egyes szervezeteket. A vállalatokat azért, mert nem biztos, hogy idejük, kedvük van kérdőívet kitölteni, lehet, hogy nem is hallottak a CSR-ról, vagy éppen hallottak róla, csak éppen nem szeretnének róla nyilatkozni, mert lehet, hogy ők nem a példamutató piaci élet szereplői. A non-profit szervezeteknél a kérdőívezés mellett volt lehetőségem a mélyinterjúra, ami nagyon sok segítséget adott a pécsi felelősségvállalás helyzetében, illetve megértésében. Sajnos ez a felelősségvállalás, a fenntartható fejlődés érdekében történő együttműködés még gyerekcipőben jár a városban, azonban ennek mindenképpen hangot kellene adni. Fejlődés csak az együttműködés megteremtésével valósulhat meg, s azért minden félnek tenni kell.

Ahogy a dolgozatból kiderült, minden szférában vannak best practice- k, vagyis olyan jól bevált, követendő esetek, amiknek érdemes utána nézni, s esetleg segítséget kérni tőlük, azért, hogy itt is, helyi szinten is elinduljon az érdekérvényesítés, aminek végső célja a fenntartható fejlődésért való törekvés legyen. Ahogy A kék gazdaság című könyvben is olvasható, a helyi, lokális erőforrásokat használjuk fel, abból merítsünk közös céljaink elérése érdekében. A dolgozatban az Egyetem szerepét nem vizsgáltam,

hogy mit tehet a felelősségvállalás és együttműködés érdekében, azonban azt gondolom, hogy az ő szerepét is pozicionálni kell, hiszen a legjobb ötletekhez, innovációkhoz onnan lehet hozzá jutni. A következő vizsgálatomba már szeretném kiszélesíteni a kört, amit feltérképezek. Azonban- mint írtam is- nehéz úgy információt szerezni, ha valaki még nem is hallott a felelősségvállalásról.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Angyal Ádám (2003): Nézetek az erkölcsről, Aula Kiadó, Budapest, pp. 36.
- Angyal Ádám (2009): Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás (Corporate Social Responsibility), Kossuth Kiadó, Budapest, pp. 15- 30.
- Bertalanffy Ludwig von (1976).: General System theory: Foundations, Development, Applications. New York: George Braziller, revised edition, pp. 46.
- Bowens, M. (1998): The quest for responsibility , Cambridge University Press, pp. 41-52.
- Buday- Sántha Attila (2006): Környezetgazdálkodás, Dialóg Campus Kiadó, pp. 67-78.
- Camp, Robert C.(1998): Üzleti folyamat- benchmarking Műszaki Könyvkiadó, Budapest, pp. 135-141.
- Schmuck Roland (et al) (szerk.) (2007): Komplex Dél- Dunántúli Regionális Versenyképességi Kutatás Konferenciakötet, Környezetünkért Közalapítvány, Pécs, pp. 56-80.
- Schmuck Roland (szerk.) (2007): Komplex Dél- Dunántúli Regionális Versenyképességi Kutatás, Versenyképesség, Környezetünkért Közalapítvány, Pécs, pp. 78-92.
- Farkas Ferenc (2005): Változásmenedzsment, Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 89-90.
- Friedman, M.(1962): Capitalism and Freedom. University of Chicago Press, Chicago, pp. 156-160.
- Friedman, M.(1970): The social responsibility of business is to increase its profits” The New York Times Magazine (1970. szeptember 13.) pp. 41-43.
- Gazdasági és Szociális Tanács (2008): A GSZT ajánlásai a társadalmi felelősségvállalásról, Budapest, pp. 67.
- Görög Georgina (2010): A CSR és a magyar valóság. Szakdolgozat. (SZTE MK) Szeged, pp. 85.
- Green Paper (2001): Promoting a European framework for corporate social responsibility, European Commission, Unit EMPL/D.1, 2001, pp. 135-137.
- Hadinger Britta et al (szerk.) (2007): Mesterszintű esettanulmányok a menedzsment témaköréből, PTE KTK, Pécs, pp. 34-36.
- Hajnal Klára (2010): Itt és most, Helyi megoldások a globális válságra, Zöld Völgyért Egyesület, Pécs, pp. 87.

- Kerekes Sándor (2009): A környezet-gazdaságtan alapjai Aula Kiadó, Budapest, pp. 147.
- Kotler, P. – Lee, N. (2007): Vállalatok társadalmi felelősségvállalása, HVG Könyvek, Budapest, pp. 256.
- Ladd, J. (1970): Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations, The Monist, pp. 87.
- Ligeti György (2007): CSR Vállalati felelősségvállalás, Kurt Lewin Alapítvány, Budapest, pp. 15- 204.
- Medvéne Szabad Katalin et al. (szerk.) (2004): A környezet-gazdaságtan alapjai, Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság, Budapest, pp. 321.
- Pauli Gunter (2010): A kék gazdaság, 10 év 100 innováció 100 millió munkahely. PTE KTK Kiadó, Pécs, pp. 148.
- Polányi Károly (1976): Az archaikus társadalmak és a gazdasági szemlélet. Gondolat Kiadó, Budapest, pp. 89.
- Porter, M.- Kramer, R. (2006): The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, December. Magyarul: Stratégia és társadalom – A versenylőny és a vállalatok társadalmi felelőssége. Harvard Business Manager, 2007. február, pp. 218.
- Raffai Mária (1997): Az informatika fél évszázada. Springer Hungarica Kft., Budapest, pp. 67.
- Szlávik János (2009) (szerk), A vállalatok társadalmi felelősségvállalása, CompLex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest, pp. 178- 199.
- Tóth Gergely (2007): A valóban felelős vállalat, KÖVET- INEM Hungária Egyesület, Budapest, pp. 104.

Egyéb dokumentumok

CSR Piac katalógus 2009 (2009) Követ Egyesület

ENSZ „Közös jövőnk c. kiadvány (1978) „Brundtland Bizottság” jelentése

Kapusy Pál (2008): „A vállalatok szerepe a környezetük fenntartható fejlődésében” című előadása. A MOL Fenntartható Fejlődés Bizottságának a vezetője I. Ökológia, Regionalitás, Vidékfejlesztés Nemzetközi Nyári Egyetem és Workshop Százhalombatta, 2008. augusztus 11-14.

Kiss Tibor: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása, mint szervezeti stratégia című kurzus 2011/2012 tanév, I. félév

Ulbert József: Kék jövő? Gondolatok a kék gazdaságról, PTE Nyitott Egyetem előadássorozata, 2011. 09. 13.

Watts, P., Holme, L. (1998): Meeting Changing Expectations - Corporate social responsibility. WBCSD Report, Geneva.

Internetes források:

A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak és az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak a növekedési és munkahely-teremtési partnerség megvalósítása: Európa, mint kiválósági központ a vállalatok társadalmi felelősségvállalása terén (2010. 08.25. 12:13)

[http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0136:HU:NOT)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0136:HU:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0136:HU:NOT)

A CSR fogalma (2010. 09. 12.)

<http://csrblog.blogspot.com/2005/09/csr-fogalma.html>

Csak elvileg fontos a felelősség (2011. 11. 12. 13:48)

http://www.piacessprofit.hu/klimablog/csak_elvileg_fontos_a_felelosseg.html

Hétmilliárd! A vízhiány egyre égetőbbé válik (2011. 11. 02. 17:45)

<http://www.168ora.hu/globusz/hetmilliard-85061.html>

Itt nézheti meg, hányadik lakos ön a Földön (2011. 10. 28. 14:34)

<http://www.origo.hu/tudomany/20111026-kozel-hetmilliard-a-fold-nepessege-nezze-meg-hanyadikkent-szuletett-a.html>

Kapusy Pál, A vállalatok szerepe környezetük fenntartható fejlődésében 2008.

(letöltés. 2011. 05.15. 15:18)

<http://ecopolis.battanet.hu/eloadasok2.php?ssz=13>

Magyarországon legalacsonyabb a fogyasztói bizalmi index (2011.11.05. 22:10)

http://www.hrportal.hu/c/magyarorszagon-legalacsonyabb-a-fogyasztói-bizalmi-index-20111105.html?utm_source=twitterfeed&utm_medium=facebook

Önkéntes Központok Magyarországon (2011. 11. 07. 18:46)

<http://www.onkentescentrumok.hu/cikkek/oenkent-es-koezpontok-magyarorszagon>

Pécs M.J. Város Önkormányzata Civil Koncepciója (2011. 10. 13. 20:43)

http://varoslako.pecs.hu/res/doc/1143/pmjv_civil_koncepci_-_j.pdf

Sustainable and responsible business - Corporate Social Responsibility (CSR) (2010. 09.12. 17: 28)

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm

Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012 6. p.(2011. 10. 15. 16:43)

http://www.un.org/wcm/webdav/site/climatechange/shared/gsp/docs/GSP1-6_Background%20on%20Sustainable%20Devt.pdf

A társadalmi felelősségvállalás előnyei (CSR – Corporate Social Responsibility) (2011. 10. 23. 12:14)

<http://www.partnershungary.hu/csr-lairas.html>

2011- ben a Túllövés Napja: szeptember 27. (2011. 10. 05. 17:56)

<http://www.kovet.hu/view/main/183-1760.html>

MELLÉKLETEK



1.MELLÉKLET: KÍSÉRŐLEVÉL A KÉRDŐÍVEKHEZ

Tisztelt Szakmai tanácsadóm!

Görög Georgina vagyok, **kéréssel fordulok Önhöz, hogy tudományos kutatásom előrehaladását néhány – kizárólag publikus – információval támogassa!**

Kutatási területem témájaként a vállalatok társadalmi felelősségvállalását (CSR) választottam. Szeretném felmérni, hogy a különböző méretű és tevékenységet folytató Dél- dunántúli telephellyel rendelkező vállalkozások életében mennyire ismert és elterjedt a CSR.

A felmérés elsődleges célja valós képet kapni a társadalmilag felelős vállalati gondolkodásról, az egyre változó külső elvárásokról, a felmerülő nehézségekről és e területre vonatkozó trendekről.

Kérem, hogy amennyiben ideje engedi és segíteni kívánja ezt a felmérést, töltsse ki a mellékelt kérdőív egyikét, vagy továbbítsa a megfelelő kontaktszemélynek (pl. minőségirányítás, humán erőforrás) kitöltésre.

Ha vállalatánál valamilyen formában már megjelent a CSR tevékenység, az alábbi elérhetőségen tudja kitölteni a kérdőívet:

<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?hl=hu&pli=1&formkey=dGlsQXl4a2tOYktNdldiZ2JLaUwzZXc6MQ#gid=0>

Ha még nem jelent meg akkor ezen a linken tudja elérni a kérdőívet:

<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?hl=hu&formkey=dGNYV2ctX0w0RHB4SWhFNVCb2Z5QkE6MQ#gid=0>

Válaszainak és véleményének akkor is van jelentősége, ha nem ismeri, vagy eddig nem foglalkozott a CSR területtel!

A kérdőív elektronikus kitöltése kb. 10 percet vesz igénybe.

A kitöltött kérdőívet a könnyebb feldolgozás érdekében elektronikus formában, **legkésőbb október 26-ig** kérem visszaküldeni.

Bízom abban, hogy válaszaival segíti a munkám! A kutatással kapcsolatban felmerülő kérdései esetén kérem keressen engem, vagy egyetemi témavezetőmet!

Segítségét előre is köszönöm!

Tisztelettel,

Görög Georgina

(hallgató)

2. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV CSR-RAL FOGLALKOZÓ VÁLLALATOKNAK

Kérdőív azon vállalatok számára, akik foglalkoznak CSR tevékenységgel
(„A” típusú kérdőív)

1. Mi az Ön cégének fő tevékenységi köre?

☐ termelés

☐ szolgáltatás

☐ közszolgáltatás

☐ oktatás

☐ egyéb

2. Mekkora a vállalat mérete (foglalkoztatottjainak létszáma)?

☐ 10 főnél kevesebb

☐ 50- 100 főt foglalkoztat

☐ 10-20 főt foglalkoztat

☐ 100- 150 főt foglalkoztat

☐ 20- 50 főt foglalkoztat

☐ 150 főnél többet foglalkoztat

3. Az Ön vállalatánál létezik-e CSR politika vagy stratégia?

☐ igen

☐ nem

4. Az Ön véleménye szerint/ az Önök vállalatánál hol helyezkedik el a CSR a vállalati struktúrában?

☐ Önálló CSR osztály, vagy iroda

☐ Marketing és kommunikációs osztályhoz kapcsolódik

☐ Közvetlenül az igazgatósághoz kapcsolódik

☐ egyéb

5. Kérem, adja meg, mely területekre terjed ki CSR tevékenységük!

6. Kérem, adja meg, mely tényezők motiválták a vállalkozást az első CSR stratégia kialakításakor!

7. Mennyiben befolyásolta döntésüket az egyes programok kommunikációs értéke?

☐ Jelentős mértékben befolyásol (elsődleges a kommunikációs érték)

☐ Ugyanolyan fontos a kommunikációs értéke, mint az egyéb szempontok

☐ Egyáltalán nem befolyásoló tényező, nem azért végzünk ilyen jellegű tevékenységet

8. Vállalatát mi motiválja leginkább a társadalmi felelősségvállalás területén?

☐ Pénzügyi előnyök (pl. adóalap csökkentés)

☐ A dolgozók magasabb elégedettségi szintje

☐ Versenvelőny

☐ A vállalkozás társadalmi megítélésének javítása

☐ Az ügyfelek magasabb elégedettségi szintje

☐ Az anyavállalatnak való megfelelés

☐ egyéb

9. Mennyire fontos vállalata számára a társadalmi felelősségvállalás?

- ☐ Meghatározó fontosságú (kiemelt helyen szerepel)
- ☐ Egyre fontosabbá válik (bővülő működési terület)
- ☐ Mérsékelt fontosságú (időszakos, de rendszeres aktivitás ezen a területen)
- ☐ Kis fontosságú (pl. kampányszerű tevékenység)

10.a. Megjelenik-e a vállalatnál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája? (pl. szabvány alapú minőségirányítási rendszer, rendszeres önértékelés, lean menedzsment, kiegyensúlyozott mutatószámok használata, stb.)

- ☐ Igen (a vállalat működésének része)
- ☐ Részben (nem folyamatos tevékenység)
- ☐ Nem (jelenleg nincs ilyen jellegű tevékenység)

10.b. Az előző kérdésre adott „Igen” vagy „Részben” válaszok esetén a minőségügyi tevékenység kapcsolódik-e a CSR területhez?

- ☐ Igen (a vállalat működésének része)
- ☐ Részben (nem folyamatos tevékenység)
- ☐ Nem (nincs közvetlen kapcsolat a két terület között)

11. Készített-e felelősségvállalási jelentést? (GRI / CSR)

- ☐ Igen több alkalommal
- ☐ Igen, egyszer már készült jelentés
- ☐ Nem, egvelőre még nem készült ilyen jelentés

12. CSR stratégiájukban a természeti környezeti vagy a társadalmi oldalt tartják hangsúlyosabbnak?

- ☐ A természeti környezeti oldalt.
- ☐ A társadalmi oldalt.
- ☐ Egyforma hangsúlyt kap a két terület

13. Hogyan jellemezné általában a CSR és a vállalati versenyképesség kapcsolatát?

- ☐ A CSR megléte egy cégnél versenyelőnyt jelent
- ☐ A CSR megléte a versenyben maradás feltétele
- ☐ A CSR nem segít a versenyben, ez inkább üzleti-etikai kérdés

14. Ön a CSR-en belüli „gazdasági felelősségvállalás” alatt mit ért?

- ☐ A tisztességes bérezés és adófizetés, a törvények betartása
- ☐ A törvényben előírtakon is túlmenő felelősségvállalás
- ☐ egyéb

15. Az Ön cégének CSR-stratégiájához kapcsolódó médiavisszhang...

- ☐ ...cél ☐ ...járulékos haszon
- ☐ ...eszköz ☐ ...a CSR stratégia kialakításának fontos
- ☐ egyéb

16. A CSR stratégiában hogyan rangsorolná az alábbi szempontokat, tevékenységeket?

[😊😊 Nagyon fontos], [😊 Viszonylag fontos], [😐 Kevésbé fontos], [😞 Nem fontos]

	😊😊	😊	😐	😞
Mecenatúra	☐	☐	☐	☐
Munkavállaló-barát környezet	☐	☐	☐	☐
Beszállító-barát környezet	☐	☐	☐	☐
Társadalmi célú kommunikáció	☐	☐	☐	☐
Környezettudatos működés	☐	☐	☐	☐

17. Véleménye szerint az Ön vállalatának megrendelői, ügyfelei, vevői mennyire ismerik el, ha egy cég CSR tevékenységet folytat?

- ☐ Informálisan és üzletileg is elismerik
- ☐ Informálisan elismerik, de üzletileg lényegtelennek tartják
- ☐ Sem informálisan, sem üzletileg nem tartják fontosnak

18. Ön szerint a hazai jogszabályi környezet mennyire támogatja a vállalatok társadalmi felelősségvállalását?

- ☐ Nagymértékben támogatja (rendszeres és jelentős támogatás)
- ☐ Nem rendszeresen támogatja
- ☐ Kampányszerűen támogatja
- ☐ Érdemben nem támogatja

19. Ön szerint a CSR-tevékenység megbecsültsége a magyar üzleti kultúrában, a következő években...

- ☐ ...javulni fog
- ☐ ...nem változik
- ☐ ...romlani fog

20. Véleménye szerint a gazdasági válság hogyan befolyásolja a CSR tevékenységeket?

- ☐ Erősíti (ez is egy megkülönböztetési lehetőség)
- ☐ Nem változtatja (érdemben nem változik a CSR tevékenység)
- ☐ Kissé visszaesik (a lehetőségekhez képest folytatják a CSR munkát a
- ☐ Nagymértékben csökken (ezen a területen is költséget kell csökkenteni)
- ☐ Egyéb

21. Az Ön vállalatának az elmúlt két évben hogyan változott a CSR költségvetése?

- ☐ Csökkent
- ☐ Nem változott
- ☐ Kis mértékben nőtt
- ☐ Nagy mértékben nőtt

Köszönöm, hogy válaszaival segítette munkámat!

3. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV CSR-RAL NEM FOGLALKOZÓ VÁLLALATOKNAK

Kérdőív azon vállalatok számára, akik nem foglalkoznak CSR tevékenységgel

1. Mi az Ön cégének fő tevékenységi köre?

☐ termelés

☐ szolgáltatás

☐ közszolgáltatás

☐ oktatás

☐ egyéb

2. Mekkora a vállalat mérete (foglalkoztatottjainak létszáma)?

☐ 10 főnél kevesebb

☐ 50- 100 főt foglalkoztat

☐ 10-20 főt foglalkoztat

☐ 100- 150 főt foglalkoztat

☐ 20- 50 főt foglalkoztat

☐ 150 főnél többet foglalkoztat

3. Hallott-e a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról (CSR)?

☐ igen

☐ nem

4. Ön szerint mit jelent a vállalatok társadalmi felelősségvállalása (CSR) kifejezés?

5. Tisztában van-e azzal, hogy a fenntartható fejlődésnek és a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának mi a kapcsolata?

☐ igen

☐ nem

6. Az elkövetkezőkben tervezik-e a CSR- tevékenység vállalati alkalmazását?

☐ igen

☐ nem

7. Végzett-e a vállalatuk valamilyen közhasznú tevékenységet?

☐ igen

☐ nem

8. Az Ön vállalatát mi motiválja (motiválná) leginkább a közhasznú tevékenység/ társadalmi felelősségvállalás területén?

☐ Pénzügyi előnyök (pl. adóalap csökkentés)

☐ A dolgozók magasabb elégedettségi szintje

☐ Versenyelőny

☐ A vállalkozás társadalmi megítélésének javítása

☐ Az ügyfelek magasabb elégedettségi szintje

☐ Az anyavállalatnak való megfelelés

☐ egyéb

9. Megjelenik-e a vállalatnál a minőségügyi gondolkodás valamilyen formája? (pl. szabvány alapú minőségirányítási rendszer, rendszeres önértékelés, lean menedzsment, kiegyensúlyozott mutatószámok használata, stb.)

- ☐ Igen (a vállalat működésének része)
☐ Részben (nem folyamatos tevékenység)
☐ Nem (jelenleg nincs ilyen jellegű tevékenység)

10. Van-e az ön vállalatának ügyfél-elégedettségmérő rendszere?

- ☐ igen ☐ nem

11. Van-e az Ön cégénél dolgozói elégedettséget mérő, rendszeresített felmérés?

- ☐ igen ☐ nem

12. Igényelné-e, hogy cége nagyobb tudatossággal vizsgálja kapcsolatát különböző érintettjeivel (vezetők, dolgozók, beszállítók, versenytársak, tulajdonosok, civilek, hatóságok, kormány, fogyasztók, ügyfelek stb.)?

- ☐ igen, és a vállalat vezetőségének többi tagja is támogatná
☐ én támogatnám, de a vezetőség többi része nem
☐ nem, nálunk erre nincsen szükség

13. Ön szerint a magyarországi cégek szervezeti kultúrája általánosságban mennyire támogatja a vállalatok társadalmi felelősségvállalását?

- ☐ teljes mértékben támogatja
☐ esetenként támogatja
☐ kevésbé támogatja
☐ egyáltalán nem támogatja

14. Ön szerint a CSR-tevékenység megbecsültsége a magyar üzleti kultúrában, a következő négy évben...

- ☐ ...javulni fog
☐ ...nem változik
☐ ...romlani fog

15. Ön szerint a CSR-tevékenység megbecsültsége a magyar fogyasztói kultúrában, a következő négy évben...

- ☐ ...javulni fog
☐ ...nem változik
☐ ...romlani fog

Köszönöm, hogy válaszaival segítette munkámat!

4. MELLÉKLET: KÍSÉRŐLEVÉL A MÉLYINTERJÚHOZ

Knyihár Éva

Szakmai vezető

Baranya Megyei Önkéntes Centrum

Tárgy: Mélyinterjú

Tisztelt Knyihár Éva!

Kéréssel fordulok Önhöz, hogy kérem tudományos kutatásom előrehaladását néhány – kizárólag publikus – információval támogassa!

Tudományos munkát írok a (vállalatok) társadalmi felelősségvállalás(á)ról, s ehhez szeretném kérni az Ön segítségét. Kutatásom célja a pécsi szervezetek (profit orientált szervezetek, civil szervezetek, önkormányzat) körében felmérni, hogy ismerik-e, hallottak-e a társadalmi felelősségvállalásról.

- Az Önöknél ismert-e a társadalmi felelősségvállalás / vállalatok társadalmi felelősségvállalása (CSR) fogalom? Mit értenek alatta?
- Jellemző-e, hogy Önök részt vesznek a profitorientált szervezetek munkájában?
- Vállalatok mennyire gyakran veszik igénybe az Önkéntes Centrum szolgáltatásait?
- Milyen típusú szolgáltatásokat tudnak Önök nyújtani a vállalatoknak?
- Mennyire kiterjedt kapcsolatrendszerrel rendelkeznek?
- Önök hogyan teremtik elő a működésükhöz szükséges forrásokat?
- Mennyire függnék az önkormányzattól?
- Ön szerint mennyire erős Pécsen a civil szervezetek érdekérvényesítő képessége?
- Megjelenik-e az önkormányzatnál a nonprofit- és profitorientált szervezetek, illetve az önkormányzati szféra együttműködése? (Milyen alkalmakkor?)
- Jellemző-e, hogy Önök részt vesznek az önkormányzat munkájában?
- Meg tudná-e mondani, hogy aki igénybe veszi, az azért veszi igénybe, hogy a társadalom szemében „zöldnek” tűnjön, vagy tényleg azért, mert segíteni akar?

2011. november 10.

Köszönöm szépen a segítségét!

5. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV A PÉCSI CIVIL SZERVEZETEKRŐL

Kérdőív a pécsi civil szervezetekről

Tisztelt Szakmai Tanácsadóm!

Görög Georgina vagyok. Tudományos munkát írok a társadalmi felelősségvállalásról, s ehhez szeretném kérni az Ön segítségét. Kutatásom célja a pécsi szervezetek (profit orientált szervezetek, civil szervezetek, önkormányzat) körében felmérni, hogy ismerik-e, hallottak-e a társadalmi felelősségvállalásról. A kérdőív kérdései a pécsi civil szervezetekre vonatkoznak. Segítségét nagyon köszönöm!

Ön szerint mennyire erős Pécsen a civil szervezetek érdekérvényesítő képessége?

- ☐ Partnerként kezelik őket.
- ☐ Piaci szféra erősebb.
- ☐ Önkormányzati szféra erősebb.
- ☐ Általában a piaci és az önkormányzati szféra együttműködése valósul meg a civilekkel szemben.
- ☐ Egyéb

Az Önök szervezete átláthatóvá, nyilvánosan hozzáférhetővé teszi irányítási struktúráját, folyamataikat? *Ha hosszabban kíván válaszolni, kérem az 'Egyéb' választ jelölje meg.

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Egyéb

Jellemző-e, hogy részt vesznek a profitorientált szervezetek munkájában? *Például tanácsadóként vagy külső szakértőként? (Ha hosszabban kíván válaszolni, kérem az 'Egyéb' választ jelölje meg.)

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Egyéb

Jellemző-e, hogy részt vesznek az önkormányzat munkájában?*Például tanácsadóként vagy külső szakértőként? (Ha hosszabban kíván válaszolni, kérem az 'Egyéb' választ jelölje meg.)

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Egyéb

Ön szerint megjelenik-e az önkormányzatnál a nonprofit- és profitorientált szervezetek, illetve az önkormányzati szféra együttműködése?*Formálisan természetesen megjelenik (választások, tanácsok, képviselők stb.) , de a "valóságban" is?

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Egyéb

Hallottak-e már a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról (CSR)?

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Egyéb

Önök szerveztek-e képzést/ programot/ tájékoztatót CSR ügyben? Ha igen, kérem fejtse ki, hogy pontosan milyen szerveztek.

Önök készítettek-e már fenntarthatósági / vagy CSR jelentést?

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Egyéb

Köszönöm szépen a válaszait!

6. MELLÉKLET: SZÉKESFEHÉRVÁR CSR ANYAGA

SZÉKESFEHÉRVÁR MEGYEI JOGÚ VÁROS POLGÁRMESTERI HIVATAL, PÁLYÁZATI ANYAGÁNAK KIVONATA A CSR PIAC 2009 RENDEZVÉNYRE.

PROBLÉMA:

Székesfehérváron az elmúlt évtizedben újabb és újabb vállalatok települtek le fekvésének és a város infrastrukturális adottságainak köszönhetően. Ennek eredményeként megnövekedett a forgalomban részt vevő gépjárművek száma, mintegy 30.000 főre emelkedett a vidékről munkába járók száma. A város levegője szennyezettebbé vált, az utcákon, közterületeken fokozottabban jelenik meg az eldobott illegális hulladék, veszélyesebb lett a közlekedés kerékpárral és gyalogosan, a vagyon elleni bűncselekmények elkövetői megjelentek a közlekedési csomópontokban, közterületeken.

MEGOLDÁS:

Az egyedülálló kezdeményezés három fő területre összpontosít:

- környezetvédelem, fenntarthatóság
- egészségmegőrzés, prevenció
- közbiztonság.

A programhoz kapcsolódóan megszületett egy internetes portál is, mely a www.fehervarert.hu címen érhető el. A program újszerűsége abban ismerhető fel, Magyarországon elsőként Székesfehérvár önkormányzata kezdeményez egy széles társadalmi összefogáson alapuló, ugyanakkor a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) elvein és eszközszerén nyugvó, hosszú távú projektet a lakóhelyhez kötődés, az egyéni felelősségvállalás erősítése érdekében.

A felelősségi program életének első éve meglehetősen mozgalmasnak és sikeresnek mondható, köszönhetően a város életében meghatározó vállalatok, civil szervezetek, oktatási intézmények és szakmai szervezetek kezdeményező készségének és összefogásának.

A teljesség igénye nélkül különösen sikeres program: Székesfehérvár Felelősségi Napja, amely a parkosításról, karbantartásról, szemétszedésről szólt; elektronikus hulladékgyűjtés; az Európai Bizottság és az Európai Ifjúsági Parlament által is támogatott középiskolai interaktív beszélgetéssorozat; régiós szintű családi nap (www.regioscsaladinap.hu), amely 50 szervezet közreműködésével hozta játékos formába

közel a gyerekekhez és szüleikhez a környezetvédelem, az egészségmegőrzés és a közbiztonság témáit. Nyugdíjasok számítógépes és elsősegélynyújtó képzése, szektorok közötti együttműködést elősegítő szakmai fórum, nemzetközi fenntarthatósági szakmai konferencia, társadalmi munka a Fehérvár FC focistáival és szurkolóival. Jó Hír Napja, környezetvédelmi mesekönyv és foglalkoztató füzetek elkészítése; védőnői továbbképzés az Alba Család-orvosi Egyesület, a Fejér Megyei Szent György Kórház és Rendőrség bűnmegelőzési alosztályával közösen. Egészséges reggeli osztás a hivatalban, önkormányzati képviselők közös takarító akciója, játszótér és szökőkút építés, vállalati önkéntes munkák; mobilitás hete rendezvénysorozat, ingyen szakorvosi és audiológiai hallásvizsgálat, visszaváltható karácsonyfa akció, új térfigyelő kamerarendszer 24 órás diszpécser központtal.

NEHÉZSÉGEK:

A legnagyobb kihívás a különböző szektorok közötti párbeszéd kialakítása. A partnerek sokszor azért nem tudnak egymással együttműködni, mert nem hallják meg egymás mondanivalóját. Fontos, hogy legyen az érintettek számára egy világos és áttekinthető, érthető elképzelés, amelyből láthatóvá válik a teendőjük. Ehhez nyújt keretet Fehérvár felelősségi programja.

ELÉRT ELŐNYÖK:

A program keretében a vállalatok munkatársai, civil szervezetek tagjai, nyugdíjasok, diákok elültettek több, mint 2000 db kis virágot, 300 fát, felszámoltak 6 illegális hulladéklerakót, és több, mint 50 helyen végeztek önkéntes munkát. Összegyűlt több, mint 100 m³ elektronikus hulladék, 25 új térfigyelő kamera került kihelyezésre. A városrészekben elvégzett feladatok a város lakosságának mintegy 25%-át közvetlenül érintette. Elindult a párbeszéd.