

Tartalom

Vezetői összefoglaló	4
I. A Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának és a társadalmi vállalkozások működését szabályozó szakmapolitikai környezet vizsgálata	8
II. A Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának jelenlegi helyzete Magyarországon	12
1. A társadalmi vállalkozások szerepe a Vállalati Társadalmi Felelősségvállalás alakításában Magyarországon	12
2. Nagyvállalati szektor VTF-ben való részvételének jellemzői	15
3. Kis- és középvállalkozások VTF aktivitása	22
4. A VTF megjelenése a közszférában, állami megrendelések során	23
III. A CSR keretében megvalósuló, társadalmi vállalkozások és a forprofit szektor közötti együttműködések nemzetközi példáinak, jó gyakorlatainak összehasonlító vizsgálata	29
1. CSR együttműködéssel érintett nemzetközi jó gyakorlatok szektorok szerinti bemutatása	29
2. Hazai CSR együttműködések jó gyakorlatainak bemutatása	41
3. Állami és vállalati támogatásból megvalósult CSR projektek és azok fenntarthatóságának vizsgálata	51
IV. A társadalmi vállalkozások és a forprofit vállalkozások közötti együttműködések vizsgálata	58
V. Beszállítói rendszer kialakításának lehetséges módozatai	109
Táblázatjegyzék	116
Ábrajegyzék	117
Irodalom jegyzék	120
I. számú melléklet	123

Vezetői összefoglaló

A GINOP-5.1.2-15-2016-00001 "PiacTárs - Kiemelt projekt a társadalmi vállalkozások ösztönzése a fenntartható és versenyképes szociális gazdaság érdekében" című kiemelt projekt vállalása, hogy felméri a CSR keretében történő, a társadalmi vállalkozások és a forprofit szektor közötti együttműködési lehetőségeket.

Jelen kutatás kiemelt célja, hogy országos helyzetképet adjon a Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának jelenlegi helyzetéről Magyarországon, valamint arról, hogy az egyes szervezetekben milyen már működő gyakorlatok valósulnak meg a társadalmi felelősségvállalás terén, illetve hogyan lehetne ezt kiegészíteni a felelősség jegyében kötött üzleti kapcsolatokkal. A tanulmány emellett kitér a CSR keretében megvalósuló, társadalmi vállalkozások és a forprofit szektor közötti együttműködések nemzetközi példáinak, jó gyakorlatainak ismertetésére is, valamint utolsó két fejezetében javaslatokat fogalmaz meg a nemzeti minősítési rendszer alkalmazási területeire – a társadalmi vállalkozásokkal szemben megfogalmazható sztenderdizálási követelmények ismertetésére, illetve különböző beszállítói rendszerek kialakításának lehetséges módozataira vonatkozóan fogalmaz meg észrevételeket.

A kutatás szekunder kutatási módszerek használatán túl primer kutatáson is alapul, megállapításai a fókuszcsoportos- és személyes interjúk valamint kérdőíves vizsgálat eredményeire is támaszkodnak. A primer kutatásba közel 230 vállalkozás került bevonásra. A betekintő és illusztráló kérdőívesítés segítségével a hazai jellemző folyamatok feltárása volt a cél, azonban mivel a kérdőíves felmérés csak részben reprezentatív és a visszaérkezett válaszok száma viszonylag alacsony, az eredmények illusztratívnak tekinthetők. A kérdőíves felmérés eredményeinek követésére mély interjúkkal került sor, erősítve a kérdőívesítésből levont következtetések megbízhatóságát.

A vizsgálat közvetlen célcsoportját alkotják a társadalmi vállalkozások, valamint a CSR tevékenységben részt vállaló forprofit vállalkozások képviselői, a Magyarországon működő KKV-k csoportja. Szerepük kulcsfontosságú mind a felelős foglalkoztatásban (pl.: hátrányos helyzetű és munkaerőpiacról kiszorult csoportok újrafoglalkoztatásában, illetve a diszkriminációmentes munkahely kialakításában) mind a gazdaság fejlesztésében, hiszen a mindenkori GDP jelentős részét a hazai KKV-k termelik ki. Kutatásunk során feltártuk egyrészt a KKV-k azon csoportját, amelyek működésük során tudatos társadalmi felelősségvállalási tevékenységet folytatnak, itt vizsgálat alá került, mely területeken igényelnének szakmai támogatást, másrészt pedig azon vállalkozások körét, akik érintettsége növelhető a VTF fókuszú működéssel.

A vizsgálat kiterjedt azon társadalmi vállalkozásokra és civil szervezetekre, amelyek olyan társadalmi problémákra nyújtanak megoldást, melyekre a kormánynak nincs kellő erőforrása, különös tekintettel a foglalkoztatás bővítésére, a szociális ellátások minőségének javítására, a fenntarthatóságra és a környezetvédelemre. Szerepük szerint elemzésre került, hogy milyen területeken és milyen módon fejlesztik a CSR-t önállóan, a kormányzattal és az üzleti szféra szereplőivel együttműködve beszállítóként vagy partnerként, illetve hogy irányító vagy támogató szerepet töltenek-e be a vállalat társadalmi felelősségvállalása érdekében.

Kutatásunk a nagyvállalatok azon körére is irányult, ahol jellemzően már van működő, akár hosszú távon fenntartható CSR stratégia (stratégiájuk vizsgálata jó gyakorlatokkal szolgálhat a CSR cselekvési tervben meghatározott célkitűzésekhez), illetve a CSR gondolkodás minél szélesebb körű bevezetése érdekében fel kívántuk mérni azon nagyvállalatok attitűdjét is, amelyek jelenleg nem folytatnak hasonló tevékenységet. A vizsgálat elősegítheti azt a folyamatot, hogy a nagyvállalati értékrendeket a KKV-k megismerjék, adaptálják maguknak és ezzel beszállítóivá váljanak, összekapcsolódhassanak a fenntartható fejlődés koncepciójával. Kutatásunkban vizsgáltuk a vállalatok felelősségét azon piaci, társadalmi szereplőkkel szemben, akikkel nem állnak szerződéses viszonyban. Feltérképeztük kapcsolatrendszerüket, a kialakult együttműködés érintettekre hatással bíró előnyeit, hátrányait. Ezen vizsgálat eredménye SWOT- analízis keretében, a teljesség igénye nélkül mutat rá a jelenleg leginkább jellemző szereplői tulajdonságokra, és láthatóvá teszi azokat a területeket, ahol cselekedni, változtatni, motiválni kell a résztvevőket.

Jó gyakorlatokból nincs hiány. Azonban ennyi sikeres program és tevékenység után is jelentkeznek a területre jellemző, tipikus problémák: esetlegesen a partneri együttműködések, ritkán találnak olyan partnert, akikkel hosszú távon tudnak összefogni, és közös célért dolgozni. Ahol sikeresek a partneri kapcsolatok, ott éves szinten minden esetben magasabb és elkülönített összegekkel gazdálkodik az adott vállalat, ez a cégek 50- 54 százalékára jellemző. A CSR tevékenységre fordított éves keret általában stagnáló egy-egy cég költségvetésében, de előfordulhat, hogy csökkenő tendenciát mutat, mely ismét a hosszú távú programok tervezését akadályozhatja. A vállalatok az elkülönített összegeket belső és külső célokra egyaránt fordítják, és elmondható, hogy a belső célokra sokkal magasabb – több mint háromszoros- összeget költenek éves szinten, mint a külsőkre.

Különbségek figyelhetőek meg a magyar és a külföldi vállalati kultúra között abban is, hogy milyen mértékben hoznak nyilvánosságra működési információkat, vagy például hogyan hirdetik a környezetvédelem fontosságát. A hatékony belső kommunikáció minden esetben a nagyobb cégek esetében gyakoribb, a nyilvánosság felé viszont nem mindig megfelelő. A média szerepe pont e problémák miatt lett hangsúlyosabb, ellentétben Nyugat-Európával, ahol nem „divat” a médiának ekkora

jelentőséget tulajdonítani.¹ Jellemző, hogy azoknak a csoportoknak gyenge az érdekérvényesítő erejük, akik a leginkább érdekeltek bizonyos ügyekben, és ez a tendencia fordítva is igaz.²

További problémát jelent a megfelelő szakemberek hiánya is: a legtöbb vállalatnál nem találunk külön CSR részleget, vagy osztályt, hanem a kommunikációért, a marketingért, esetleg HR, vagy PR-ért felelős szakemberek foglalkoznak a cég társadalmi felelősségvállalás stratégiájával és a hozzá kapcsolódó ügyek intézésével.³

A fentebb felsorolt problémás pontokat jól tükrözik a kérdőíves kutatás eredményei is, mely alapján a hazai vállalatokról összességében megállapítható, hogy:

- a CSR fogalmáról, tartalmáról még mindig kevés cégnek van mélyebb ismerete,
- akik ismerik a CSR tartalmát, a legtöbb esetben ad hoc jelleggel alkalmazzák működésük során,
- elsősorban a belső vállalati érdekek dominálnak, és nagyon kis arányban, vagy nem jelennek meg a külső érdekek,
- partneri együttműködések esetleges, következtelen, vagy teljes hiánya,
- a cégek nem, vagy kis arányban rendelkeznek elkülönített, CSR-tevékenységre fordítható összegekkel,
- nem jellemző cégeken belül a CSR- tevékenységekért felelős munkatársa, esetleg önálló osztály,
- a megszondázott vállalkozások nagy része (közel háromnegyede) igénybe venne CSR tevékenységek megvalósítására vonatkozó tanácsadást, de jelentős részük a szolgáltatásért fizetni nem lenne hajlandó,
- kutatásban részt vevő szervezetek többségét a munkaidő szervezés, a munkavállalói/vállalati önkéntesség, valamint a családbarát

¹ Deák Kinga—Győri Gábor—Báron Péter—Ágoston László (2006): *Több, mint üzlet: vállalati társadalmi felelősségvállalás. Társadalmi és üzleti szempontok integrációja az üzleti működésbe. Demos Alapítvány, Budapest.*

Ligeti György—Michal Kissa—Edőcs Kristóf—Doinita Arion—Alina Nuta—Florian Nuta (2007): *CSR közép- kelet európai összehasonlításban. In.: Novák Tamás—Szilágyi Judit (szerk.): Kelet-Európa Tanulmányok. Csatlakozási hatások. Társadalmi felelősségvállalás. MTA- Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest.*

² *Stratégiai javaslat a Magyar Köztársaság Kormánya számára a vállalati társadalmi felelősségvállalásának ösztönzésére (2008).*

³ *Civil Support Nonprofit Kft. (2014): CSR helyzetkép összefoglaló 2014.*

Professional Publishing Hungary Kft. (2009): CSR profil. A Kreatív CSR tevékenységeket bemutató kiadványa.

munkahelyek kialakításával kapcsolatos CSR rendezvényekkel lehet megszólítani,

- a megkérdezettek kis százaléka fizetni is hajlandó lenne egy napos, CSR-rel kapcsolatos képzésen való részvételért, illetve több, mint kétharmaduk szívesen venne részt CSR tevékenységekkel foglalkozó tájékoztató napokon,
- a vállalkozások legnagyobb része (74,6%) érdekelt olyan CSR projektleírások elérésben, amelyek adaptálhatóak lennének szervezetére,
- a megkérdezett forprofit vállalkozások közel 40 %-a igénybe venne díjmentes, nonprofit szervezetekkel történő CSR együttműködések kialakítására vonatkozó szolgáltatást, míg a válaszadó társadalmi vállalkozások 37%-a venné igénybe a forprofit cégekkel való CSR partnerségi kooperáció lehetőségét,
- a vállalkozások kétharmada érdeklődik CSR bevezetésére vonatkozó pályázati lehetőségek iránt.

A kapott válaszokat összegezve röviden megállapíthatjuk, hogy leginkább környezeti, és kisebb arányban társadalmi célú tevékenységek jellemzőek az aktív CSR politikát folytató cégeknél: környezetvédelmi szempontok, hulladékhasznosítás, egészségmegőrzés, képzések, ifjú tehetségek támogatása, stb. Dominánsan jelen vannak belső CSR célok is, melyeknél a dolgozók kerülnek fókuszba, ezért népszerű például a rugalmas munkahelyek kialakítása és gyakorlati megvalósítása, közérzetjavító megoldások a hosszú távú eredményesség, teljesítőképeség növelése érdekében. A kérdőíves kutatás eredményeinek ismertetésénél látható, hogy jelenleg is a belső CSR célok a „népszerűbbek” a cégek körében.

A társadalmi problémák egyre több figyelmet kapnak, mivel hosszú távon beláthatatlan folyamatokat generálhatnak, ezekre pedig reagálnia kell a szereplőknek. A társadalomnak és a piacnak egyértelműen szüksége van a társadalmi felelősségvállalással érintett csoportok együttműködésére, és - a terület jelenlegi gyengesége és lemaradása, valamint inaktivitása, nehezen működő partneri viszonyai miatt- a beavatkozására is.

I. A Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának és a társadalmi vállalkozások működését szabályozó szakmapolitikai környezet vizsgálata

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és a társadalmi vállalkozások fogalma

A fejezetet a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának és a társadalmi vállalkozások fogalmának tisztázásával kezdjük.

A vállalatokkal szembeni elvárások köre napjainkban egyre inkább bővül. A gazdasági teljesítmény és a munkahelyteremtés, mint „alapfeladatok” mellett egyre inkább megjelenik az egyéb társadalmi elvárásoknak való megfelelés is. Ezen belül a fenntartható fejlődés figyelembevétele. A fejlődés fogalmát ugyanakkor nem lehet leszűkíteni a gazdasági szférára, hanem rendszerszemléletű megközelítéssel egységes egészként kell kezelni a gazdaság, a társadalom és a környezet állapotát befolyásoló tényezőket. A fenntartható fejlődésnek három dimenziója van⁴, így a vállalatoknak is mindháromat együttesen, kölcsönhatásaik figyelembevételével kell mérlegelniük a különböző fejlesztési stratégiáikban, illetve a konkrét intézkedéseikben, cselekvéseikben.⁵

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (VTF), angolul a Corporate Social Responsibility (CSR) többféle értelmezése él párhuzamosan. A CSR kapcsán szokás említeni az üzleti szféra társadalmi elkötelezettségét, a vállalatok szociális beállítódását, vagy éppen a szociálisan felelős vállalati magatartásmintát. Nehéz pontos definíciót adni, de a leginkább elfogadott az Európai Unió zöld könyve szerinti, amely azt mondja: „a CSR egy olyan megközelítés, amely szerint a vállalatok önkéntes alapon környezeti és társadalmi szempontokat építenek be üzleti tevékenységükbe és az érdekelt felekkel való kapcsolatukba.” (Európai Bizottság, 2001, 8. p.).⁶

Az Európai Unió 2011-es stratégiájában a Bizottság az alábbi új meghatározást javasolja a vállalati társadalmi felelősségvállalásra: „a vállalkozásoknak a társadalomra gyakorolt hatásuk iránti felelőssége”. E kötelezettségvállalás teljesítésének előfeltétele az alkalmazandó jogszabályok betartása, illetve a szociális partnerek között létrejött kollektív megállapodások tiszteletben tartása. Ahhoz, hogy a vállalkozások teljes mértékben eleget tudjanak tenni társadalmi felelősségvállalásuknak, az érintett területeket képviselő érdekelt felek szoros bevonása mellett ki kell alakítaniuk a társadalmi, környezeti, etikai, emberi jogi és

⁴ Szlávik János *Fenntartható Gazdálkodás 2013 Complex Kiadó Budapest*

⁵ Lester R. Brown (1981): *Building a Sustainable Society, A Worldwatch Institute Book, W.W. Norton, New York* 433 pp.

⁶ Európai Bizottság (2001): *Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper, COM (2001) p. 366.*

fogyasztói kérdések üzleti tevékenységükbe és alapstratégiájukba való beépítését szolgáló folyamatot a következő céllal:

- a tulajdonosaik/résztvényeseik és a többi érdekelt fél, valamint tágabb értelemben véve a társadalom számára a lehető legtöbb közös érték előállítása,
- a tevékenységük révén felmerülő lehetséges negatív hatások felismerése, megelőzése és enyhítése. „

Tehát ki kell hangsúlyozni, hogy ezen definíció szerint objektív felelősség van, és nem önkéntes!⁷

Fontos kiemelni még az 1983-ban napvilágot látott Freeman stakeholder-elméletét, mely megközelítés szerint a szervezeteknek, vállalatoknak olyan környezetben kell tevékenykedniük, amelyben sok eltérő értékrendszerrel rendelkező egyén, társadalmi csoport és szervezet elvárásainak kell megfelelniük. Freeman meghatározása szerint a stakeholder – magyarul: érintett – az a személy vagy csoport, aki/amely hat a vállalat működésére, illetve akire/amelyre hat a vállalat működése.⁸

Az érintetti kör igen széles, hiszen a munkavállalóktól a beszállítókon át a környezetig, a jövő generációk jogaiig terjed. Egy szervezet nem is képes valamennyi érintettjével érdemi párbeszédet folytatni, megfelelő szintű kapcsolatot tartani, de a koncepció azt üzeni: hogy egy szervezet nem működhet úgy, hogy közben senkire (kivéve a tulajdonosokat) és semmire sincs tekintettel.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása nem önmagában álló fogalom. A CSR végső célja az, hogy javuljanak az emberiség és a bolygó túlélési esélyei. A fenntarthatóságnak három pillére van: társadalmi, környezeti és gazdasági. Amikor például a vállalat nem diszkriminál a munkaerő felvételekor, méltányosan bánik a dolgozóival, tiszteletben tartja a jogaikat, normálisan megfizeti őket, akkor ezzel nemcsak saját szervezeti fennmaradásához járul hozzá, hanem sokat tesz egy egészséges társadalom megteremtéséért és fenntartásához is. Ha a tevékenységének végzése közben, legyen az termelés, vagy szolgáltatás, figyel a káros környezeti hatások mértékére is, törekszik azokat csökkenteni, akkor a globális környezeti fenntarthatóság érdekében is cselekszik. Ha pedig betartja az üzleti élet, a gazdaság játékszabályait, tisztességesen vesz részt a piaci versenyben, akkor egy egészséges gazdaság működtetéséhez járul hozzá. Ha a gazdaság szereplői mind így cselekednének, a mikro cégektől a nagy multikig, akkor a sok kis helyi szintű fenntarthatóságból kialakul a szélesebb körű, majd a globális fenntarthatóság, amely

⁷ Európai Bizottság (2001): *Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper, COM (2001) p. 366.*

⁸ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>

hozzájárul ahhoz, hogy a jövő generációi egészséges társadalmakban, élhető természeti környezetben és jól működő gazdasági rendszerekben éljenek.

Ugyancsak a CSR szempontjából előtérbe került a környezeti és társadalmi externáliák kérdése is, hiszen a megnövekedett környezeti és társadalmi terhelés egyre nagyobb veszélyt jelent magára a bolygóra, az emberiségre. Ez úgy fogalmazható meg: ki fizeti meg a termelés miatt keletkezett társadalmi és környezeti károkat. a társadalom, azaz az adófizetők, vagy esetleg maga a termelő vállalat is hozzájárul a kiadásokhoz.

A társadalmi vállalkozás több definíciója közül a NESsT fogalma a legelterjedtebb: „A társadalmi vállalkozás olyan tudatosan tervezett vállalkozói tevékenység, mely társadalmi problémák innovatív megoldására jött létre.” Az ilyen vállalkozások valahol az állami és a magánszektor között helyet foglaló szervezetek. Habár kereskedelmi alapon működnek, az elsődleges céljuk, hogy valamilyen módon a közösségüket szolgálják. A gazdasági és társadalmi célok összehangolását, egyensúlyban tartását célozzák meg. „A társadalmi vállalkozások alapvető ismérve a valódi értékteremtés: a fenntarthatóság érdekében fontos, hogy a társadalmi cél (például megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása) mellett valós piaci igények kiszolgálására jöjjenek létre, és minőségi, versenyképes termékeket és szolgáltatásokat kínálnak. A társadalmi vállalkozások tehát működésük során a társadalmi és a pénzügyi cél együttes megvalósítására, és ezzel egyidejűleg azok egyensúlyban tartására törekcsenek.” A társadalmi vállalkozások lehetnek nonprofit szervezetek (ennek jogi meghatározására később visszatérünk), illetve lehetnek üzleti vállalkozások is. Társadalmi vállalkozást működtethet egy nonprofit szervezet, ekkor a társadalmi cél kap prioritást és a pénzügyi cél szorul háttérbe, míg egy üzleti szektorban működő társadalmi vállalkozás esetében gyakoribb, hogy a profitorientáltság kap prioritást. „De egy valódi társadalmi vállalkozásban, eltérő eseti prioritások ellenére is, folytonos a célok egyensúlyára való törekvés: végső soron minden esetben a vállalkozás révén elért társadalmi hatás a mérce.”⁹

⁹ Tóth Laura – Varga Éva – Varga Péter (2011): *A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon, NESsT EUROPE Nonprofit Kft., Budapest, 5-10 pp.*

1. ábra A társadalmi vállalkozások helye az üzleti szektor és a nonprofit szektor metszetében



Forrás: Tóth Laura – Varga Éva – Varga Péter (2011): A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon, NESST EUROPE Nonprofit Kft., Budapest, 6. p. http://www.eukn.eu/fileadmin/Lib/files/HU/2012/08_NESST.pdf

II. A Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának jelenlegi helyzete Magyarországon

1. A társadalmi vállalkozások szerepe a Vállalati Társadalmi Felelősségvállalás alakításában Magyarországon

A civil szervezetek és a szakmai szervezetek funkciói

A Magyarországon működő civil szervezeteknek fontos szerep jut a társadalmi tőke alakításában, a különböző szükségletek kielégítésében, és a társadalmi értékek megjelenítésében. Jelentőségük kiemelt az oktatás, a foglalkoztatás, a kultúra, a különböző szociális ellátások és a környezetvédelem területén. Működésük azonban nem feltétlenül problémamentes: sok tevékeny, elkötelezett szervezetről elmondható, hogy finanszírozási gondokkal küzdenek, pályázati pénzekre várnak, nem rendelkeznek hosszú távú tartalékokkal, így feladataikat nem minden esetben tudják teljes körűen ellátni.

E problémák miatt is fontos lehet a vállalatokkal való folyamatos együttműködés: a civilek a vállalatok aktív társai lehetnek a társadalmi felelősségvállalás alakításában, a programok kidolgozásában és végrehajtásában, emellett pedig a civil szervezetek olyan tevékenységekért, célokért dolgozhatnak, amelyek miatt eredetileg megalakultak, és amelyeket képviselnek. Segíthetik növelni a cég munkatársainak lojalitását, a vállalati stratégiai célok megvalósítását, új piacokat nyithatnak, átláthatóbb működést generálhatnak, e tevékenységeikkel pedig hatnak a szervezeti kultúrára is.¹⁰ Ez az elmélet. A gyakorlat azonban sokkal bonyolultabb működést mutat.

A civil szektor tagjai mellett különböző szakmai szervezetek is működnek a CSR keretein belül. Számos dokumentumban megtalálható a rájuk való utalás, és bár az alapvető felépítésük, a társadalomban betöltött szerepük eltérő a civilekétől, a vállalati társadalmi felelősségvállalás kérdéskörében sok tekintetben összemosódik a szerepvállalásuk. A szakmai szervezeteknek, mint a konzultatív fórumoknak a munkája is erősödni látszik: számos kiadványt jelentetnek meg, melyek szakemberek bevonásával készülnek, konferenciákat, vitafórumokat rendeznek, tehát létezik egy szakmai kör, akik fontosnak tartják a partneri kapcsolatot más szférák képviselőivel is azért, hogy közösen tegyenek a hazai társadalmi felelősségvállalás ügyéért.

A lehetőség minden vállalat és szervezet számára adott, kérdés, mennyire tudnak együttműködni, célokat megnevezni, majd közös erővel elérni őket, hiszen a társadalomnak szüksége van mind a három — piaci, állami és civil — szempontból megvilágított problémák feltárására és megoldására. Jelen együttműködéseknek

¹⁰ Ligeti György (2007): *CSR. Vállalati felelősségvállalás. Kurt Lewin Alapítvány, Budapest.*

hosszú távon van igazán jelentősége, ezt támasztják alá a nyugat- európai és az amerikai példák is. Hazánkban azonban más jellegű társadalmi és politikai folyamatok zajlottak, melyek befolyással voltak a harmadik szektor megerősödésére.

A civilek és a különböző szakmai szervezetek is domináns szereplőit alkotják CSR partnerségének, de figyelembe kell venni az egyedi szempontjaikat, szükségleteiket, céljaikat is. Kulcsfontosságú egy olyan párbeszéd kialakulásának lehetősége a partnerek között, amely teret enged az érdekek, értékek megjelenítésének, a közös normák, célok megfogalmazásához, majd megvalósításához, emiatt szükségesek a folyamatos egyeztetések, fórumok.

Az egyik legnagyobb problémát az okozza, hogy nem futnak egy szálon az események, kevés, vagy egyáltalán nem jellemző a szférák közös célok mentén való tevékenykedése. Elindultak kezdeményezések arra való tekintettel, hogy a civilek elsősorban a vállalatokkal közösen tegyenek a társadalmilag felelős működésért, viszont a példák azt mutatják, hogy az esetek nagy részében csak az „erős” civileket kéri fel együttműködésre a vállalatok. Nem lenne probléma, ha a vállalatok valóban nyitottak lennének a velük való együttműködésre, de a szakemberek tapasztalatai azt mutatják, hogy még napjainkban is kevés a valós kooperáció. A civilek tehát némileg eltérő álláspontot képviselnek a CSR hazai területén, mint a másik két szektor szereplői.

A vállalatok törekednek az önkéntesség megtartására és csak részben működnek együtt a harmadik szektor tagjaival, önkéntes alapon. Szakemberek szerint e folyamatok döntően meghatározták az elmúlt években a civilek reakcióit, mivel ők nem értenek egyet a teljes vállalati önkéntességgel: ha ez megvalósul, akkor várhatóan továbbra is abban a kilátástalan helyzetben maradnak, hogy nem vehetik ki részüket olyan mértékben a társadalmi felelősségvállalásból, ahogy arra lehetőségük lenne, mert a vállalatok csak egy szűk réteggel hajlandóak együtt dolgozni. Így kiállnak a szabályalkotás mellett, akár állami, akár uniós szintekről van szó, mivel konkrét és nagyobb volumenű feladatokat kívánnak elvégezni.

A civil szervezetek érdeke, hogy minél stabilabb szerepük és erejük legyen, emiatt érezhető a nyomásgyakorlási szándék, és a valódi tenni akarás. Konkrét elképzelésekkel rendelkeznek, és hatni próbálnak a vállalati, az állami és a civil szférára egyaránt, társadalmi párbeszédet kezdeményeznek. Érthetően azért is teszik ezt és képviselik a nemzetközi gyakorlatokat, mert az államnak még napjainkban is negatív az álláspontja a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, a vállalatok pedig a legtöbb esetben az önkéntesség elve mellett „voksolnak”.

Magyarországon kisebb arányban, de egyre több szervezet tartozik a társadalmi vállalkozások körébe, annak ellenére is, hogy kezdetben a nonprofit szektor szereplői kevés üzleti tapasztalattal rendelkeznek. Elkötelezettséggel, megfelelő

támogatással rövid időn belül sikeres vállalkozásokat menedzselhetnek, de a pozitívumok mellett természetesen tipikus problémákkal is küzdenek: hiányosak az üzleti és pénzügyi ismeretek, nehézséget okoz a megfelelő kompetenciákkal rendelkező, hosszútávon megfizethető munkaerő felkutatása és későbbiekben a megtartása. A vállalkozások indításakor nem, vagy minimális kezdőtőkével rendelkeznek a szervezetek, amely szintén egy problémafaktort jelent. A magyar piacon jelenleg nehezen elérhetőek a megfelelő pályázati és alternatív finanszírozási eszközök, szereplők (befektetők, hitelek), amelyek a kezdetektől segítséget nyújthatnának a társadalmi vállalkozásoknak. További problémaként merül fel a közbeszerzési eljárásokban való részvételük, mivel a kiíró szervek érvényesíthetnek szociális szempontokat, de csak kétféle módon:

1. a kiíró szerv saját döntése alapján bizonyos eljárásokat fenntarthat védett munkahelyeknek és szociális foglalkoztatóknak.
2. a kiíró szerv nem él az ajánlattevők körének egyoldalú korlátozásával, ezért a szerződésben szereplő szolgáltatás végrehajtására nézve előírhatja a szociális feltételek teljesítését, így bármely szervezet részt vehet az adott eljárásban, amely az előírt szociális szempontokat érvényesíti.¹¹

A nonprofit szervezeteknek van lehetőségük arra, hogy kiegészítő jelleggel gazdasági tevékenységet folytassanak, ugyanakkor adózási szempontok nehezíthetik a működésüket. Amennyiben cél szerinti tevékenységbe sorolható a vállalkozási tevékenységük, abban az esetben a nonprofit formában működő társadalmi vállalkozásoknak nem kell társasági adót fizetnie, de kedvezményekre sem jogosult. A nonprofit gazdasági társaságok - melyek a legtöbb esetben a korábbi közhasznú társaságok jogutódjai- száma emelkedik, amellet, hogy kizárólag kiegészítő jelleggel folytathatnak üzletszerű gazdasági tevékenységet. A magyar társadalmi vállalkozások minősítéssel sem rendelkeznek, ami hátráltatja őket abban, hogy befektetők bizalmát, továbbá uniós támogatási pénzeket nyerjenek el.¹²

A némileg nehezített működési környezet ellenére mégis nagy szükség van e szervezetek aktív jelenlétére és tevékenységeire. Az utóbbi években beigazolódni látszott az a tény, hogy a projektekből finanszírozott és néhány évig működtetett, társadalmi problémákra reagáló intézkedések nem jelentenek hosszú távon megoldást, viszont vállalkozási formában ez működhethet. Ez a szektor még mindig éretlen és kis méretű, éppen ezért még nem rendelkezik átfogó stratégiával, de a cél az, hogy olyan pillérek kerüljenek kidolgozásra, melyek kiszámíthatóságot, finanszírozhatóságot, tudatosságot biztosítanak hosszú távon ezeknek a szervezeteknek:

¹¹ Varga Éva, NESsT: *A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok.* Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.

¹² Varga Éva, NESsT: *A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok.* Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.

- folyamatos képzés és tanácsadás biztosítása a kapacitás és készségfejlesztés érdekében,
- állami forrásokból történő finanszírozás, egyéb finanszírozási formák bevezetése,
- gazdasági és jogi környezet megalapozása,
- a közbeszerzések során a társadalmi vállalkozások részvételi lehetőségeinek bővítése.

A finanszírozás kulcskérdés, mivel a speciális státuszuk miatt hitelt felvenni nagyon nehezen lehet, pedig a társadalmi vállalkozások indulásánál és növekedésénél is esetenként szükség lenne rá, továbbá nem áll rendelkezésükre semmiféle alap, vagy támogatásokra pénzügyi sem, pedig igény megvan.

Kutatások bizonyítják, hogy a társadalmi vállalkozásoknak több területről is támogatásra van szükségük a készségfejlesztés, innováció, kutatás- fejlesztés, stb. miatt. Ez más országokban általában magánalapítványokon keresztül valósul meg, de hazánkban nem jellemző ez a fajta támogatási kultúra. Emiatt lenne fontos, hogy a nagyvállalatok, akik rendelkeznek tőkével, társadalmi felelősségvállalási stratégiájukba beépítsék a társadalmi vállalkozások támogatását, a továbbiakban pedig szoros partneri kapcsolatban is maradjanak.¹³

Ezekből a kapcsolatokból minden résztvevő profitálhat, és elsősorban nem az anyagi nyereségre kell gondolni. A társadalmi vállalkozások, mivel kifejezetten a társadalmi problémákra fókuszálnak, és szervezetileg is jobban belesimulnak egy adott közösségbe, hatékonyabban tudják felmérni a segítségnyújtáshoz szükséges beavatkozási pontokat. Van lehetőségük arra, hogy a projekteket hosszú távon valósítsák meg, folyamatos után követéssel, hiszen a fenntarthatóság is az egyik kulcsa a társadalmi problémák megoldására, mindehhez csak a tőke hiányzik, amelyet adott esetben a nagyvállalat tud nyújtani a saját CSR- stratégiáján belül. Egy hatékony és újító kezdeményezés a későbbiekben akár jó gyakorlatként is szolgálhat más társadalmi vállalkozásnak és nagyvállalatnak, valamint az államnak is. A jó gyakorlatok átadására pedig workshopok, konferenciák, szakmai napok keretében is sor kerülhet.

2. Nagyvállalati szektor VTF-ben való részvételének jellemzői

A nagyvállalatok funkciói

A nagyvállalatok, mint a társadalmi felelősségvállalás következő szereplői, három fő pontra fókuszálnak a CSR területén belül:

- a társadalmi felelősségvállalást finanszírozó tőke megteremtésére,

¹³ Varga Éva, *NESST: A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok.* Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.

- a működés egész területén felelős magatartás betartására, továbbá
- az általuk felállított célok megvalósítására.

A tőke kérdése kulcsfontosságú attól függetlenül, hogy milyen támogatási formát, milyen társadalmi kezdeményezést választ az adott cég. A készpénzes támogatás, a természetbeni hozzájárulás, az ügyszökhöz kapcsolt marketing, de még az önkéntesség formái is pénzügyi háttérrel igényelnek, több forma együttes alkalmazásakor pedig a költségek arányosan növekednek. Szükség van tehát egy elkülönített alapra, melyet kizárólag a társadalmi felelősségvállalás finanszírozására fordítanak.

Ágazattól függően e tevékenységek mellett ajánlott olyan lépéseket is tenni, melyek környezetbarátok és kímélik a költségvetést is, akár irodai munkáról, akár termelésről, szállításról, vagy reklámcélokról legyen szó, például kevesebb nyomtató használatával, takarékos energiafelhasználással, újrahasznosítással, stb.

A hazai vállalatoknak azonban nem minden esetben könnyű a felelős magatartás normái szerinti működés. Számos bürokratikus problémával küzdenek, próbálják elkerülni a veszteségeket, nem tudnak mélyebben tájékozódni a felelősségvállalás kérdéséről, nem tudják pontosan felmérni az igényeket, továbbá azt, hogy ők pontosan milyen szerepet tölthetnek be a folyamatokban. Ezek a problémák magyarázhatóak a „gyökértelenséggel” is, mivel egy aránylag fiatal területről beszélhetünk. Tény, sok magyar vállalatnak a nagy, külföldi cégekkel is fel kell venniük a versenyt, melyek esetlegesen több leányvállalattal, nagyobb haszonnal működnek, magasabb profittal dolgoznak és nem utolsósorban több éves tapasztalatuk van a CSR terén.

Figyelembe kell venni azt is, hogyan vélekednek a stakeholderek az adott vállalatról, annak tevékenységeiről. Magyarországon döntően még mindig a PR-ral és a reklámmal kapcsolják össze a vállalati felelősségvállalást, nem tudják pontosan, mit takar. Jellemző, hogy sok esetben egy személy döntése, ötletei valósulnak meg, melyek mögött nincs érdekegyeztetés, tényleges felmérés. Nem foglalkoznak mélyebben sem a szociális, sem környezetvédelmi kérdésekkel, és még mindig kevesebben vannak azok a vállalkozások, amelyeknél arra is lehetősége van az alkalmazottaknak, hogy érdeklődési körüket önkéntességgel, társadalmi munkával szélesítsék.

A tudatos, biztos alapokon álló CSR – politika elsajátításához szükség van az önkéntes magatartásmódra. Az Európai Bizottság definíciója szerint: *„...a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat érvényesítenek üzleti tevékenységükben és a partnereikkel fenntartott kapcsolatokban.”*¹⁴ A CSR eredeti funkcióját tekintve az önkéntesség elvén alapul: a vállalat betartja a működésével

¹⁴ EC (2006): 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 felelőssége terén. COM (2006), Brüsszel.

kapcsolatos jogszabályokat, előírásokat és csak ezután építi be működési stratégiájába a CSR- t, amely hosszú távon a vállalatvezetésre is hatással van, emellett tudatosan törekszik az általa lefektetett célok fokozatos megvalósítására minden téren. Bizonyos idő eltelte után akár vállalatvezetési attitűd is lehet a társadalmi felelősségvállalás, de kizárólag csak akkor, ha az adott vállalat egésze képviseli a szemléletmódot: a vezetők, a dolgozók, a partnerek. Éppen ezért már egyéni szinten is szükség van a felelős gondolkodásmódra: elsősorban állampolgárként kell felelősen gondolkodni és cselekedni, és csak ezután egy vállalat dolgozójaként, vezetőjeként.

Az uniós definíció feltételezi az önkéntességet. Ahogy azt a fentiekben is látni lehetett, a magyar vállalati kultúra nem mindenben felel meg a nyugati országokban meghonosodott társadalmi felelősségvállalásnak. Problémák adódhatnak az önkéntesség fogalmának „félreértelmezéséből”: Magyarországon ma sok vállalat reklámként állítja be a felelősségvállalást, sőt, még több kételyt ébresztenek azok a vállalatok, melyek környezetszennyező termékeket gyártanak, és kiadják a CSR-jelentésüket, gondoljunk csak a dohánygyárakra; vagy olyan pénzügyi ajánlatokat tesznek, melyek eleve kizárják a felelős működést. A vállalatok többsége a felmerülő problémák ellenére is ragaszkodik az önkéntesség megtartásához és a piacra hagyná a társadalmi felelősségvállalás alakulását. Ennek a magyarázata egyszerűen az, hogy minden vállalat mást termel, más földrajzi területen működik, ezért nehéz lenne szigorúan összehangolt rendszert kidolgozni és működtetni.¹⁵

15 Kun Attila (2004): *A vállalati szociális elkötelezettség tematizálásának alapvonalai az Európai Unióban. Jogelméleti Szemle, 2004/1. szám.*

A magyar vállalati jelentések

A jelentések alapvetően azon indexeket, mutatókat használják fel, melyek a tevékenységükkel összekapcsolhatóak és az adott területen kötelező jelleggel előírtak, legyen szó nemzetközi, vagy uniós mutatókról. Más indexszel találkozunk egy gyógyszergyár, egy autógyár, és egy pénzintézet esetében, összehasonlítni, általános következtetéseket levonni azonban e mutatókból nem lehet.

E problémák kiküszöbölése miatt készült egy, az ENSZ által életre hívott index, mely a legtöbb hazai jelentésben szerepel, és a világ bármely vállalata alkalmazhatja használatát. A Globális Jelentéstételi Kezdeményezés — Global Reporting Initiative — GRI egy hálózatot takar, melynek tagjai a világ minden pontján megtalálhatóak és független intézményként működnek. A GRI célkitűzése az volt, hogy a vállalatok ne csak a pénzügyi, hanem a társadalmi, környezeti, gazdasági teljesítményüket is bemutassák, és nemzetközileg is alkalmazható fenntarthatósági jelentéseket készítsenek. A GRI épít a vállalatok és az érintettek között kialakult bizalom erősítésére, összekapcsolja a különböző funkciókat, értékeli a fenntarthatósági törekvéseket az üzleti stratégiában.

A jelentések iparág specifikusak és különböző technikai segédleteket is tartalmaznak, többféle lehetőséget nyújtva ezzel a vállalatoknak. Legfontosabb irányvonalai között szerepel az átláthatóság, az érdekeltek bevonása, az ellenőrizhetőség, az alkalmazhatóság, a fenntarthatóság, a semlegesség, az összehasonlíthatóság, és az időbeni változások bemutatásának lehetősége. Társadalmi, szociális, környezetvédelmi és gazdasági indikátorokkal rendelkezik,¹⁶ melyek közül a társadalmi, szociális indikátorok beépítése rendkívül fontos, mert a legtöbb iparág specifikus mutató nem tartalmaz ilyen elemeket. Jelentős lépés, hogy a hazai nagyvállalatok magas aránya alkalmazza ezt a mutatót.

A Magyarországon működő vállalatok nemzetközi és uniós CSR előírásoknak is eleget tesznek. Ha nemzetközileg elfogadott paraméterek alapján építik fel a vállalati társadalmi felelősségvállalási stratégiájukat, akkor eleve magasabb bizalmi indexszel indulnak a versenytársak előtt és a partnerek is szívesebben dolgoznak együtt olyan vállalatokkal, melyek megfelelnek az alapvető mércéknek.

A vállalatok tevékenységük értékelésére környezeti, társadalmi és fenntarthatósági jelentéseket is kiadnak, melyekben bemutatásra kerülnek a fejlesztési célok, a jövőbeli kihívások, a benne szereplő információk pedig tájékoztatják az érdekelt feleket a vállalat tevékenységeiről. Egy stratégia elkészítése, kiadása minden esetben befektetés, de hosszú távon az elkészítésére fordított idő megtérül. A jelentések

¹⁶ Urbán Katalin (2004): *A GRI és útmutató a fenntarthatósági jelentésekhez*. KÖVET—INEM Hungária. GRI Stakeholder Council. Zölden és Nyereségesen, 20. szám.

kiadása önkéntes alapon működik, a dokumentumok pedig nyilvánosak, bárki számára elérhetőek. Hazánkban is jellemző a vállalatok e téren mutatott aktivitása.¹⁷

Az ISO 26000 nem egy minősítést, hanem egy önszabályzást segítő keretrendszert jelöl, az első CSR- ral foglalkozó irányelv, mely hét témakört érint: környezet, emberi jogok, tisztességes működés, munkaügyi gyakorlatok, közösségfejlesztés, fogyasztóvédelmi kérdések.

Az SA800 szabvány a világ egyik első auditálható szabványrendszere, melynek alapját az ILO, az ENSZ, és más nemzetközi törvény biztosítja, alkalmazása pedig minden ipari szektorban előfordul. Amennyiben adott cégénél bevezetésre kerül a szabvány, követhető és bizonyítható lesz, hogy a vállalat megfelelő munkakörülményeket biztosít munkavállalói számára.¹⁸

Szükséges megemlíteni a cégek társadalmi felelősségvállalási jelentéseinek problémáit is, melyek közül a leggyakoribbak a következők:

- Eltérőek a külföldi és a magyar vállalatok felelősségvállalási stratégiái, mivel a külföldi vállalatok anyavállalatai a legtöbb esetben már eleve rendelkeznek CSR- stratégiával, ezt pedig a leányvállalatoknál is megpróbálják érvényesíteni, ami azzal járhat, hogy nem mindig készülnek felmérések a tényleges szükségletekről, így a valódi igények sem kerülnek felszínre.
- A Gazdasági és Szociális Tanács Ajánlása szerint jelenleg Magyarországon nagyon kevés sikeres CSR- stratégiával és tudatos hozzáállással bíró magyar vállalat hozza nyilvánosságra az éves jelentését¹⁹, amelyek pedig a nyilvánosság elé kerülnek, azok nem részletesek, nem tükrözik a valódi elkötelezettséget és tenni akarást.
- Szinte egyáltalán nem, vagy nagyon kis mértékben jellemző hazánkban az amerikaiak és a nyugat-európaiak által bevett szokás, hogy a jelentésekben feltüntetik a partnerségi viszonyokat is. Ebből az is látszik, hogy a vállalatok nem mindig vannak azzal tisztában, hogy mi az a határ, amely mentén nekik kell cselekedniük. A társadalmi problémákat nem nekik kell egyedül megoldaniuk, összefoghatnak, összefoghatnának más szervezetekkel, vagy akár az állammal is, hogy együtt találjanak megoldásokat.
- Előfordulnak olyan vállalati jelentések, melyek nem tükrözik az adott cég motivációját, ellenben fontosabbnak ítélik meg az üzleti érdekeket és a szűken értelmezett szponzorációt.
- A stratégiát kialakító magyar vállalatok három alapvető csoportra fókuszálnak: a fogyasztókra, az alkalmazottakra és a részvényesekre. E csoportok a legfontosabbak egy vállalat életében, ezért rájuk nagyobb

¹⁷ www.kovet.hu/adatbazisok/jelentesek-adatbazis

¹⁸ www.denkstatt.hu

¹⁹ A Gazdasági és Szociális Tanács Ajánlása a társadalmi felelősségvállalásról. 2007. október 18. <http://www.manager.org.hu/downloads/news/2007okt18.pdf>.

hangsúlyt helyeznek a felméréseknél, ha vannak. Sajnálatos módon a civil szervezetekre nem minden esetben fordítanak kiemelt figyelmet, pedig igény van, lenne rá, a szervezetek együttműködnének, legfőképpen a foglalkoztatás és a környezetvédelem területén.²⁰

- További problémaként merül fel, hogy a vállalatok nem gondolkodnak előre, és ritkán tűznek ki hosszú távú célokat maguk elé.²¹

A vállalati érdekek

A jelentésekből, stratégiákból jól kiolvashatóak a vállalatok érdekei is. A társadalmi felelősségvállalásban gondolkodás egyértelműen azt jelzi, hogy az adott vállalat hosszú távon remél hasznot (üzletit is!), és kiegyensúlyozott működést, így ez a legelső és legfontosabb érdek. Feltételezzük, hogy a társadalmi felelősség mentén működő vállalatok nem a reklám és a „divat” miatt teszik ezt, hanem mert valóban tudatosak és elkötelezettek. Éppen ezért egy vállalatnak az is az érdekei közé tartozik, hogy a dolgozói, a tulajdonosai is jól teljesítsenek, ne érje őket diszkrimináció, megbecsüljék a munkájukat. A vállalat működése hatással van a közvetlen környezetre, a társadalomra, és nem utolsó sorban a versenytársakra. Egy civil szervezettel való együttműködés, vagy alapítvány létrehozása a CSR érdekében azt is mutathatja, hogy fontos nekik a szakmaiság, a célorientáltság, és inkább kiszervezik a feladatokat. Számos példa van erre Magyarországon is, de főként a nemzetközi cégeknél gyakoribb ennek a fajta együttműködésnek a formája.

Az Európai Unió biztosítja azokat a kereteket, melyek mentén megvalósíthatják a vállalatok a társadalmilag felelős működést, de nem állít fel szigorú szankciókat sem. A vállalatok szerint a legfontosabb a társadalmi felelősségvállalás kérdéskörében az önkéntesség megtartása, tehát nem lehet olyan közös elveket alkalmazni, amelyeket minden vállalat be tudna tartani, ezzel eltűnne a vállalati kreativitás, elvesztené a CSR a valódi jelentőségét. Ez az egyik lehetséges út és válaszreakció a vállalatok részéről.

A vállalati nyomásgyakorlás

Kire, kikre gyakorolnak elsődlegesen nyomást a vállalatok? Az a fajta nyomásgyakorlás, ami megjelenik a civileknél, nem látható sem a vállalatoknál, sem az államnál. A vállalatok elsődlegesen önkéntes alapon vállalják a társadalmi felelősséget és ezt a tulajdonságot meg is szeretnék tartani. A piaci működést preferálják és nem jó, ha megjelenik egy olyan eszköz, mely beszabályozza őket, akár az állam, akár az Unió részéről.

20 Ligeti György—Michal Kissa—Edőcs Kristóf—Doinita Arion—Alina Nuta—Florian Nuta (2007): CSR közép- kelet európai összehasonlításban. In.: Novák Tamás—Szilágyi Judit (szerk.): Kelet- Európa Tanulmányok. Csatlakozási hatások. Társadalmi felelősségvállalás. MTA- Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest.

21 Deák Kinga—Győri Gábor—Báron Péter—Ágoston László (2006): Több mint üzlet: vállalati társadalmi felelősségvállalás. Társadalmi és üzleti szempontok integrációja az üzleti működésbe. Demos Alapítvány, Budapest.

Azokra a szereplőkre kívánnak hatni, akik akadályoznák őket a szabad működésben, tehát az államra és az Európai Unióra. A civilek, mint szereplők itt nem igazán lennének kulcsfontosságúak a vállalatok szempontjából akkor, ha ugyan azt az álláspontot képviselnék, mint a vállalatok. Az esetek döntő többségében ez nem így van. A civilek és a szakszervezetek nem nézik jó szemmel a pusztán piaci működést, és standardok kidolgozását tartják szükségesnek.²² Mondhatni, a vállalatok egyedül szeretnék azt elérni, hogy ők szabályozzák, belsőleg ezt a területet. A CSR tőlük indult, de az elmúlt évtizedekben mind a gazdaság, mind az állam területén végbement változások nem feltétlenül teszik lehetővé, hogy egy teljesen zárt piac jöjjön létre. Sok embert foglalkoztatnak, sok akut, szociális, társadalmi probléma van jelenleg Európában és hazánkban is, emiatt nem lehet szigorú határvonalakat szabni az egyes szférák között. Hazánknak is állást kell foglalnia ebben a kérdésben, mert jelentős a vállalatok száma, magas az állami tulajdonban lévő vállalatok foglalkoztatottainak aránya is, vagyis sok ember érintett lehet.

22 Kun Attila (2004): *A vállalati szociális elkötelezettség tematizálásának alapvonalai az Európai Unióban. Jogelméleti Szemle, 2004/1. szám.*

3. Kis- és középvállalkozások VTF aktivitása

Az előző, nagyvállalati szektorra vonatkozó fejezetben vázolt funkciók, érdekek természetesen bizonyos mértékben a kis- és középvállalkozásokra is vonatkoznak. Magyarországon különösen fontosak a KKV-k, mivel nagy számban vannak jelen a piacon, ezt jól tükrözik a Központi Statisztikai Hivatal 2013-as adatai is:

1. táblázat *A működő vállalkozások száma létszám-kategóriák szerint, 2013*

VÁLLALKOZÁSOK LÉTSZÁM- KATEGÓRIÁK SZERINT	VÁLLALKOZÁSOK SZÁMA
1-4 fős vállalkozás	511 757
5-9 fős vállalkozás	36 870
10-19 fős vállalkozás	16 727
20- 49 fős vállalkozás	8 839
50-249 fős vállalkozás	4 515
250 fő és felette	871
Összesen	579 579

Forrás: Ksh adatok alapján saját szerkesztés

A 2015-ös év adatai szerint a vállalkozások struktúrája nem hozott drasztikus változásokat az előző évekhez képest: a legmagasabb arányban- 99,9%-ban- kis- és középvállalkozások működnek, melyeknek 97,9 százaléka mikro vállalkozás volt. A legalább 250 főt alkalmazó nagyvállalatok aránya ezzel szemben csak 0,05 százalékot mutatott.²³

Mivel hazánkban is a KKV-k foglalkoztatják a legtöbb munkavállalót, és az Európai Unió is kiemelten kezeli az öreg kontinens kis- és középvállalkozásait, Magyarországon is ösztönözni kell őket arra, hogy a nagyvállalatokéhoz hasonló lépéseket tegyenek a társadalmi felelősségvállalás területén.²⁴

Az alapvető probléma még jelenleg is az, hogy e vállalkozások nagy aránya nem tette magáévá ezt az attitűdöt, és sok befolyásoló tényező (például a gazdasági válság) „alapozta” meg azt a kifogást, hogy jelenleg még nincs lehetőség a társadalmilag felelős működésre. Számos probléma kiküszöbölhető lett volna, ha korábban

²³ <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo/mo2015.pdf>

²⁴ Marján Attila (2007): *Európa sorsa. Az öreg hölgy és a bika*. HVG Kiadó Zrt., Budapest.

felismerik a társadalmi felelősségvállalásban rejlő lehetőségeket. Számos kis- és középvállalkozásnál nem lehet megvalósítani a társadalmilag felelős működést, mert szervezetileg nem alkalmasak rá a következő főbb indokok miatt:

- kevés a dolgozó,
- nem áll rendelkezésre megfelelő struktúra,
- időhiány miatt nincs rá lehetőség,
- inkább ösztönösen, mint intézményi keretekben gondolkodnak,
- bizalmatlanok a megtérülést illetően, továbbá
- nem rendelkeznek a cégek olyan elkülöníthető összeggel, amelyből lenne lehetőségük finanszírozni a CSR- hoz kötött tevékenységeket.

Egyértelmű, hogy egy nagyvállalatnál még több probléma jelentkezhethet, és nehezebb kompromisszumra jutni a dolgozókkal, a szakszervezetekkel, pláne, ha ez a cég az állam tulajdonában van, és nem kap elegendő forrást. A pozitív tendenciákról pedig példát lehet venni, és átalakítva, megformálva alkalmazni, akár nagy, közép- vagy kisvállalkozásról beszélünk, hiszen egy kisebb cég nagyon sokat tehet a társadalomért, a közvetlen környezetéért. Éppen ezért szükség lenne még több olyan kutatásra, felmérésre is, amelyek egyértelműen megfogalmazzák a terület hiányosságait, erősségeit.

Pozitív példaként azonban ki kell emelni, hogy hazánkban sok olyan kis- és középvállalkozás tevékenykedik, amelyek működése teljes mértékben megfelel a vállalati társadalmi felelősségvállalás definícióinak, de nem is tudják az ott dolgozók, és sok esetben a vezetők sem, hogy mit jelent a CSR. Ezekből a kiemelkedő példák közül lenne szükség még többre, jó gyakorlatként kellene őket beállítani a többi KKV és nagyvállalat elé.

Hosszú távon a tudatosabb működéssel javulhat az adott cég piaci versenyhelyezete, több bizalmasabb szakmai kapcsolat kialakítására lenne lehetőség, ezáltal a lokális környezetben is erősödne a vállalkozás, mindezek pedig hatással lennének az innovációra is.

4. A VTF megjelenése a közzsférában, állami megrendelések során

Az állam funkciói

A társadalmi felelősségvállalásról szóló szakirodalmakban, tanulmányokban kevés szó esik az állam szerepéről, és különböző nézetekkel találkozhatunk az állami relevanciát illetően. Egyes elméletek szerint a vállalatok felelősségvállalása kizárólag piaci alapon, önkéntes módon működik, és az állami beavatkozásra nincs szükség, mivel nem tudna lépést tartani a gazdasági versennyel, a folyamatos fejlődéssel, míg mások szerint maga a CSR egy „trend”, kevés valós és új tartalommal. Kiemelik, hogy valójában a mai felfogásban vett társadalmi felelősségvállalás már létezett korábban is, és a jóléti államok hívták életre. Nézeteik szerint nincs a vállalatoknak legitimitása

és kompetenciája, hogy a közről, közfeladatokról döntsenek: ez egyedül az államot illeti meg.²⁵ Azonban a vállalatok nem működhetnek állami kontroll nélkül és nem létezhet az állam vállalatok nélkül sem. Az állami szférának ugyan úgy alkalmazkodnia kell az új kihívásokhoz.

Vannak alapfeltételek, melyeknek együttesen kell megvalósulniuk, és működniük ahhoz, hogy az állami és az üzleti szféra között egyensúly legyen a társadalmi felelősségvállalás kérdésében:

- a programok legyenek hosszú távon profitorientáltak is,
- legyen civil társadalmi háttér, biztos alapokon,
- érezzék az ügy fontosságát a társadalom tagjai is,
- legyen állami támogatás, közpolitikai nyomás a vállalatok társadalmi felelősségvállalása felé.²⁶

A fenti pontokban minden szereplő felsorolásra került, aki érdekelt lehet egy vállalati felelősségvállalásában: a vállalat, a civilek, az állam és természetesen a társadalom tagjai. Arról is drasztikusan megoszlanak a vélemények, hogy mely tendencia jelent meg előbb: a jóléti államok a válságok miatt megpróbálták a vállalati részlegre „bízni” bizonyos funkciókat, hogy enyhítsék problémáikat; más felfogás szerint azonban a vállalati szféra volt az, amely bizonyos jóléti funkciókat el akart venni az államtól, hogy privatizálja őket, segítsen a válságba jutott jóléti államok terhein.²⁷ Nem tudható, hogy valójában melyik volt az ok és az okozat.

A társadalmi felelősségvállalási politika folytatásához a jogi előírások betartásán felül sok lehetőség nyitott a vállalatok előtt. Elsődleges az, hogy minden kötelező jogi normát, jogszabályi előírást be kell tartani. Ha mégis fennállna annak a gyanúja, hogy pusztán „színházként” működik a VTF- politika, akkor azt a lehető leggyorsabban meg kell állítani, fel kell kutatni az anomáliákat. Milyen indíttatásból foglalkozik, kell foglalkoznia az államnak a társadalmi felelősségvállalással: jogszabályok alkotása, betartása miatt, kényszerből, vagy tudatos háritásból, esetleg őszinte küldetéstudatból? E variációk közül mindegyik más- más arányban érvényesül.

Készült egy jelentés a kormányok társadalmi felelősségvállalásához való kapcsolatáról, melyet öt kihívással azonosítanak:

25 Kun Attila (2008): *Az állam szerepe a CSR területén.*

http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

26 Kun Attila (2008): *Az állam szerepe a CSR területén.*

http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

27 Kun Attila (2008): *Az állam szerepe a CSR területén.*

http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

- Az első a globalizáció, mely egyértelműen új kihívások elé állítja mind a vállalatokat, mind az államokat, köztük Magyarországot is.
- A következő a jóléti állam válásával kapcsolható össze, mely miatt újfajta szabályokat kell alkotni és bevezetni.
- Felértékelődött a nemzeti versenyképesség szerepe is és a nemzetek által kitűzött célok.
- Elengedhetetlen a fenntartható fejlődés céljainak való megfelelés.
- Végül a partnerség az, amely elengedhetetlen a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának és az állam kapcsolatának új megközelítéseiből.²⁸

A globalizáció kihagyhatatlan „elem”, mivel gyorsan „terjed”, az élet sok területén jelen van és hatásai elkerülhetetlenek. Jelen van a gazdaságban, a politikában, a kultúrában, a jogalkotásban, stb. Pont a kisámíthatatlansága miatt tűnhetnek veszélyesnek azok a következmények, melyeket a globalizáció idéz elő.

A nemzetek közötti versenyképességnek a jelentősége is kiemelendő, mivel vannak ténylegesen nemzetek közötti, és kontinensek közötti versenyek is. Európa, ha kell, összefog, de alapvetően nagy a tagállamok közötti verseny, minden állam védi a saját tradícióit, elsőbbségeit.

A témával foglalkozó magyar szakemberek szerint a társadalmi felelősségvállalás önkéntessége miatt az államnak ösztönzőket kell felállítania ahhoz, hogy a vállalatokat rákényszerítse erre a működésmódra. Nincs könnyű helyzetben ez a terület sem Magyarországon, mivel az egyik legnagyobb probléma, hogy nem lehet elvonatkoztatni a politikától. A nagyobb állami kézben lévő vállalatok még nehezebb helyzetben vannak, hiszen abból a keretből kell finanszírozniuk a társadalmi felelősségvállaláshoz kapcsolódó tevékenységeiket, amit az állam ad. Megfigyelhető, hogy ezeknél a vállalatoknál számos olyan szolgáltatást működtetnek napjainkban is, amelyek már csak azért vannak, mert a dolgozók igénylik, elvárják. Ha nem állami kézben lennének ezek a cégek, már szűkíthették, költségkímélőbbé tehetnék volna a kört, így viszont jól mutat az éves jelentésben, hogy milyen széleskörű támogatási, tevékenységi rendszert működtetnek.

A vállalati felelősségvállalás megjelenésével szükség lett a törvényi háttér kidolgozására, megalapozására is. Erre elsőként 2004-ben került sor, amikor a 2003/51/EK irányelvet beültették a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény, vonatkozó paragrafusainak módosításai közé. Ezt a 2004. évi XCIX. módosító törvényt 2004-ben el is fogadták. A törvény 95.§-nak legfontosabb rendelkezései között találjuk a vállalatok jelentési kötelezettségeit, melyet évente egy

28 Kun Attila (2008): *Az állam szerepe a CSR területén.*

http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

összefoglalóban kell megtenniük. E jelentéseknek tartalmaznia kell adatokat, fejlődési lépéseket, teljesítményi mutatókat, esetleges bizonytalanságokat a vállalattal kapcsolatban.²⁹

A társadalmi felelősségvállalás területén belül a konkrét állami szerepvállalás 2006-tól ismét erősödött- más vélemények szerint ekkor jelent meg igazán-, mivel ebben az évben került először kinevezésre egy, a területért felelős minisztériumi igazgató. A társadalmi problémák és a politikai nyomás hatása miatt szükség volt erre a lépésre, de még így is lemaradásban volt az ország, mivel az Európai Unió a kilencvenes évek eleje óta foglalkozik mélyebben a témával.

A késői kezdésért és a ma is jellemző helyzetért a legtöbb esetben a politika a felelős. A jó kezdeményezéseket általában elutasítják, nincs összhang a szférák, de még a különböző Minisztériumok munkája között sem. Ilyen helyzetben lehetetlen több ciklusban gondolkodni és előre tervezni, pedig ez a terület pont arról szól, hogy hosszútávon milyen hatásai lesznek a különböző lépéseknek az egész társadalomra nézve.

További probléma, hogy az önkormányzatok, a média sem ismerte fel a társadalmi felelősségvállalás előnyeit. Ahhoz, hogy beépüljön a köztudatba és társadalmilag is elfogadott legyen a vállalati társadalmi felelősségvállalás, minden szinten szükség van az alkalmazására.

Mi is az állam feladata? Szakemberek egy csoportja szerint az első években, amíg kialakulnak a keretek, markáns állami szerepvállalásra van szükség a társadalmi felelősségvállalás területén, majd vissza kell vonulnia és hagyni, hogy önkéntes formában, jogszabályok nélkül tevékenykedjenek a vállalatok a társadalmi felelősségvállalásért. Azok a vállalatok, melyek önként sajátítják el a társadalmi felelősségvállalást, jutalmat, támogatást érdemelnek.

Ettől eltérő vélemények szerint ösztönzőket kell az államnak biztosítania. A kezdetekkor azért, hogy elinduljanak ezen a vonalon, a későbbiekben pedig azért, hogy továbbra is társadalmilag felelős vállalatként működjenek.

Az állami érdekek

A fentiekben vázolt folyamatok is jelzik: keskeny az a határvonal, mely mentén az állami szerepvállalás jelen van jelenleg Magyarországon a társadalmi felelősségvállalás kérdéskörében. Adott egy önkéntes alapokon nyugvó, piachoz

29 Az Európai Parlament és a Tanács 2003/51/EK irányelve (2003. június 18.) a meghatározott jogi formájú társaságok, a bankok, és más pénzügyi intézmények, illetve biztosítóintézetek éves és összevont (konszolidált) éves beszámolójáról szóló 78/660/EGK, 83/349/EGK, 86/635/EGK, és 91/674/EGK irányelvek módosításáról.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006L0046:HU:HTML>.

2004. évi XCIX. törvény a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény módosításáról.
<http://www.complex.hu/kzldat/t0400099.htm/t0400099.htm>.

kötött feladat és adott a mai magyar környezet, melyben érvényesülnie, kibontakoznia kell. Az állam és működése példát is statuál a társadalom tagjainak és a benne működő szervezeteknek, hatással van minden szervezetre. Ha diszfunkciókkal működik, rossz példát mutathat.

Ketté kell választani az állami érdekek kérdéskörét. Egyrészt tulajdonosként, foglalkoztatóként jelen van az állam is a társadalmi felelősségvállalás „piacán”, mivel számos állami nagyvállalat van, melyeknél már tudatosnak mondható a társadalmilag felelős működésmód, ebből a szempontból tehát ugyan azok a feltételek vonatkoznak rájuk, mint a többi vállalatra. Az ő érdekük is, hogy hosszútávon hasznot hozzon a felelős működés, munkát tudjanak adni az állampolgároknak, és pozitív hatással legyenek a környezetre, a társadalomra.

Másrészt jelen van eredeti funkcióját tekintve, állami szervként, és amennyiben az állami szerepvállalást vizsgáljuk, nem lehet kihagyni a politikai és pártérdekeket sem. Nem szabadna, hogy ez a terület behódoljon a politikának, és érdeke legyen a politikumnak való megfelelés, de ez a folyamat már elindult és halad is. Ahhoz, hogy állami szinten megvalósulhassanak domináns lépések ez ügyben, kihagyhatatlan a politika. Érdekében áll az államnak a vállalatokkal való együttműködés is: munkahelyeket teremtenek, adott esetben infrastruktúrát, intézményeket, és nem utolsósorban adót is fizetnek. A civil szervezetek kompenzálhatnak, kiegészíthetnek bizonyos állami feladatokat, így érdekében áll az államnak a velük való együttműködés is.

Az Európai Unió által előírt célok alkalmazása egyrészt hivatalból, másrészt szakmai egyetértésből fakad: az Unió mélyebb vizsgálatokkal és tanulmányokkal rendelkezik e területen, itthon erre még nemigen van példa, bár az utóbbi évek változásai némi javuló tendenciát mutatnak.

Az állami nyomásgyakorlás

Az állam elsősorban a vállalatokra kíván nyomást gyakorolni, kisebb mértékben a civilekre. Több érdek fűzi őket a piaci szférához és emiatt nyomásgyakorlásra is szükség van részükről. Az állam stratégiája a társadalmi felelősségvállalás területén szinte összemosódik az unió céljaival, mondhatni nem rendelkezik önálló elképzelésekkel, egyelőre.

Jól tükrözi a vállalati szférára történő nyomásgyakorlást a tavalyi évben, 2015-ben megjelent A vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos prioritásokról és Cselekvési Tervről szóló Kormányhatározat is. A Cselekvési Tervben prioritási területek kerültek megjelölésre konkrét intézkedésekkel annak érdekében, hogy a hazánkban működő vállalkozások CSR tevékenységeiket összehangolják a kormány által kijelölt prioritásokkal.

A vertikális prioritási területeknél a gazdaságfejlesztés, a munka- és esélyegyenlőség, a környezetvédelem, míg a horizontális területeknél a fiatalok foglalkoztatásának elősegítése, a mikro-, kis- és középvállalkozások szerepvállalásának erősítése, diszkriminációmentes foglalkoztatás, valamint családbarát munkahelyek kialakítása a cél.

A Cselekvési Terv kiemelt intézkedéseket is kapcsolt a vertikális prioritási területekhez:

- gazdaságfejlesztés: helyi gazdaságfejlesztés támogatása,
- munkaügy és esélyegyenlőség: hátrányos helyzetű és a munkaerőpiacról kiszoruló csoportok foglalkoztatásának elősegítése, környezetvédelem: gazdaság zöldítésének elősegítése, állami példamutatás.³⁰

30 A Kormány 1201/2015.() Korm. határozata a vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos prioritásokról és Cselekvési Tervről.
<http://www.kormany.hu/download/8/ed/40000/Hat%C3%A1rozat%20%C3%A9s%20Cselekv%C3%A9si%20Terv.pdf#!DocumentBrowse>

III. A CSR keretében megvalósuló, társadalmi vállalkozások és a forprofit szektor közötti együttműködések nemzetközi példáinak, jó gyakorlatainak összehasonlító vizsgálata

1. CSR együttműködéssel érintett nemzetközi jó gyakorlatok szektorok szerinti bemutatása

Európai Unió tagállamai és 2014-ben tagjelölt országok jógyakorlatai

A társadalmi problémák jellemzően olyan témakörök, melyekről nem lehet eleget beszélni, és nem lehet eleget tenni ellenük, ezért minden közvetlen vagy közvetett kezdeményezés egyaránt értékes, mely egy egészséges és felelős társadalom kialakításához járul hozzá.

A társadalmi felelősségvállalás egy vállalat életében több formában is megvalósulhat, a cég saját munkavállalóival történő bánásmódjától kezdve egészen egy komplex társadalmi probléma megoldásáig terjedhet. Megnyilvánulhat cégen belül a munkakörülményeknek az alkalmazottak igényeihez leginkább illeszkedő rugalmas kialakításában, az alkalmazottak esélyegyenlőségének biztosításában, működése során a hulladék anyagok minimalizálásában és környezettudatos működésében. A cégen kívüli CSR tevékenység megnyilvánulhat a vállalat főprofiljához ugyan nem szorosan illeszkedő, de a különböző társadalmi problémákat felkaroló egyesületek, alapítványok anyagi támogatásában, vagy együttműködés keretében közös figyelemfelhívó akciókban, önkéntes munkában illetve hosszabb távú programokban egyaránt. Ezek az együttműködések eredhetnek a tulajdonos etikai meggyőződéséből épp úgy, mint a helyi közösséggel való kölcsönös támogatás vágyából³¹, eredményeképp pedig jelentősen hozzájárul a vállalat imázsának növekedéséhez a lakosság körében. Szintén gyakori, hogy egy cég a főtevékenységéhez szorosan kötődő CSR programot vállal, így tevékenységi körének kiszélesítésével, vagy innovatív, a társadalmi felelősségvállalásban is fontos szerepet játszó termékeivel a segítségnyújtáson túl lehetősége van a vállalat és korábbi termékei megítélését is jelentősen javítani. A társadalmi problémák megoldásában talán a legnagyobb jelentősége a társadalmi vállalkozásoknak van, ahol már nem csupán egy új termék, hanem a cég átfogó tevékenysége szolgálja a társadalom egy-egy problémájának megoldását, hiszen direkt azok megoldására hozták létre és működtetik azokat.³² Jelen tanulmányban az Unióban leggyakrabban előforduló vállalaton kívüli CSR tevékenységeket és jógyakorlatokat illetve társadalmi vállalkozások tevékenységeit z alábbi társadalmi kérdések köré csoportosítottuk:

³¹ Szlávik János, Füle Miklós: A társadalomért felelős vállalat *Periodica Oeconomica*, III. évf., 2010. november (7-21. o.)

³² Varga Éva, NESsT: A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok. Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.

környezetvédelem, oktatás, társadalmi különbségek, kultúra, sport és egészségügy. Külön fejezetben tárgyaljuk a vállalaton belüli CSR tevékenységeket, melyek legfőbb célja egy partnerségen alapuló, motivált, lojális munkaközösség kialakítása. Tekintettel arra, hogy a társadalmi felelősségvállalás mértéke és formája nagymértékben függ az országok gazdasági körülményeitől és ezáltal a társadalmi igényektől, a jógyakorlatok összegyűjtése során szempont volt azok könnyed magyarországi adaptálhatósága is, ezért jellemzően vagy környező országokból, vagy kevésbé országspecifikus jógyakorlatokból válogattunk.

VÁLLALATON KÍVÜLI CSR PROGRAMOK

KÖRNYEZETVÉDELEM

Napjainkban az egyre fokozódó környezeti problémák megkövetelik, hogy mindenki, legyen akár magánszemély, akár egy multinacionális cég, felelősen gondolkodva, saját lehetőségeihez mérten mindent megtegyen egy egészségesebb, közös jövő érdekében. A lakosság körében fokozatosan növekszik azon fogyasztók száma, akik ezt a felelősséget maguknak érezve igyekeznek úgy kialakítani életmódjukat, hogy abban a lehető legnagyobb szerepet kapja a környezetbarát háztartási eszközök és anyagok alkalmazása, a megújuló energiák használata, illetve lehetőségeikhez mérten a tágabb környezetük építése, megszerkesztése is. Ebből következik azon cégek (és annak termékei, szolgáltatásai) egyre pozitívabb megítélése is, melyek hosszú távon is elköteleződtek a környezetvédelem iránt. A környezetbarát működés, civil szervezetek támogatása, figyelemfelhívó akciók szervezése és a lakosság tájékoztatása így minden vállalatnak kifizetődő. A környezetvédelem témakörében találtunk jópéldákat a természeti szépségek megóvása, szükség esetén helyreállítása, a megújuló energiaforrások használata és minél szélesebb körben történő terjesztése, a gyártás során keletkező melléktermékek minimalizálása, lehetséges újrahasznosítása és az egészséges életkörülmények kialakítása kapcsán egyaránt.

Leginkább a környezetvédelem területén egyre gyarapodik azon társadalmi vállalkozások száma, melyek munkásságuk egészét egy-egy társadalmi probléma megoldására alapozzák. Ilyen például a macedón Adora³³, ami országszerte ökotthonok építésével és kialakításával foglalkozik. Munkája során csupán természetes anyagok felhasználásával dolgozik, házai szinte tökéletes hő- és hangszigeteléssel bírnak az energiaszükséglet minimalizálása mellett. Az így kialakított passzívházak nem csupán a lakók megélhetési költségeit csökkentik, hanem nagymértékben hozzájárulnak a környezetszennyezés csökkentéséhez is. Épületei körül nagy figyelmet fordít a fák ültetésére/pótlására is, így munkássága nem csupán csökkenti, hanem egyenesen javítja a környezetszennyezés kárait.

A forprofit szektor felelősségvállalása a környezetvédelemért azonban jellemzően inkább az ezzel foglalkozó civil szervezetek és egyesületek, alapítványok anyagi támogatásával jár. Ez lehet havi rendszerességgel, a nonprofit szektor alapvető működéséhez történő hozzájárulás, vagy egy-egy kiemelt program anyagi támogatásával egyaránt. Az együttműködésnek azonban vannak sokkal közvetlenebb formái is, melyeket az alábbiakban ismertetjük.

Önkéntes munka: Egy vállalat az anyagi támogatáson túl dolgozói munkaerejét is felajánlhatja bizonyos időközönként társadalmi vállalkozások munkájának megkönnyítéseképp. Becsatlakozhatnak egy karitatív nap alkalmával a civil szervezetek munkájába, pl. ételosztás, szemétszedés, kerítésfestés, vagy akár

³³ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

szabadidős programok, mint például közös kirándulás, színházi látogatás szervezése hátrányos helyzetű fiatalok vagy idősök részére. A közösen végzett segítői munka kiszakítja a hétköznapiakból a munkavállalókat, feloldódhatnak azok a hierarchikus felépítések, melyek a közvetlen kommunikációt akadályozhatják, ezért az ilyen programok amellet, hogy segítséget nyújtanak, a munkavállalók közötti közösségi szellemet is erősíti. A horvátországi INA olajtársaság³⁴ azonban sokkal inkább hagyatkozik munkavállalói egyéni megítélésére, és a központosított önkéntesség helyett évi plusz 1 fizetett szabadsággal járul hozzá segítő kedvű munkavállalói önkéntes munkájához.

Figyelemfelhívó akciók: Azok a nagyvállalatok, mely nevét, termékeit a társadalom széles körében ismerik, könnyen tudnak tömegeket állítani figyelemfelhívó programjaik mögé. Az iskolák bevonása kedvelt ötlet, hiszen a fiatalok még sokkal lelkesebben állnak egy-egy kezdeményezés mögé aktív résztvevőként, így idővel akár teljes generációk gondolkodását lehet egy felelősségteljesebb, környezettudatosabb irányba mozdítani. Az iskolákon keresztül azok a gyerekek is könnyebben elérhetőek és bevonhatók a közös gondolkodásba, akiknek körülményei esetleg nem teszik lehetővé, hogy családi napokon aktívan, tevékenyen vehessenek részt. A tematikus projektnapokon és az újrahasznosítás érdekében tartott hulladékgyűjtéseken túl jellemzőek a különböző tematikus versenyek is: bizonyos cégek fényképeket, videókat, verseket, rövidebb írásokat, vagy éppen innovatív ötleteket várnak konkrét környezetvédelmi kérdésekben. A beérkezett pályaművekkel nem csak azt tudják felmérni, hogy egy adott témakörben milyen a gyerekek általános attitűdje, hanem a problémákra megoldási javaslatok is szülehetnek, melyek akár további újító ötleteket nyújthatnak a cégek részére is.

Az iskolákon túl bőven találhatóunk egész kerületeket, városokat, de akár a teljes lakosságot megmozgató figyelemfelhívó akciókra is példákat. Egy ilyen nagyszabású programsorozatot rendezett például a Coca Cola horvátországi kirendeltsége „Our Beautiful Sava” címmel³⁵, mely a Száva és környezetének védelmén túl felhívta a figyelmet a folyó szociális, környezeti és gazdasági fontosságára, Horvátország vízkészleteire, a környezetvédelem értékeire és a helyi turizmusra és szolgáltatókra egyaránt. A Száva folyó mentén több nagyvárosban rendeztek színes programokat és kézműves vásárokat helyi termelők áruiból, elérhetőségeiket összegyűjtve egy közös adatbázisba. A Száva Napján nemzetközi ifjúsági konferencián hívták föl a figyelmet a víz és a nemzetközi kapcsolatok fontosságára. A környezeti szépségek bemutatására biciklitúrát szerveztek a folyó mentén. A programsorozatról kisfilm készült, melyet később felhasználtak a belföldi turizmus fellendítésére is, így amellet, hogy a

³⁴ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

³⁵ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

környezetvédelem és a helyi turizmus egyaránt a figyelem középpontjába került, a Coca Cola is jelentősen növelte cége imázsát a Száva mentén.

Újrahasznosítás: A hulladékanyagok minimalizálása és az újrahasznosítás szintén hangsúlyos terület a környezetvédelem kapcsán. Egy portugál hulladékkezelő vállalat, a ValorSul³⁶ például CSR tevékenységén belül figyelemfelhívó munkájával igyekszik a vállalatokat a fenntartható fejlődésre és hulladékaik minimalizálására, illetve lehetséges újrahasznosítására ösztönözni, munkáján túlmutatva pedig kölcsönös együttműködést alakított ki a lakossággal. A lakosság körében leginkább a szelektív hulladékgyűjtés ösztönzése a cél, illetve egy olyan kölcsönösség kiépítése, ahol a lakosok tudatosabb életmódjával segíthetik a vállalatot abban, hogy az minél többet tehessen értük munkájával. A cég eddig két közösségi parkot alakított ki a lakosság részére:

- Portugália első szemétkerakó helyét a vállalat bezárta, megtisztította, és helyén egy városi parkot létesített. Az „Urbanparque” jelenleg városi parkként és képzési helyként is működik, ahol a környezettudatos magatartásra hívják fel a figyelmet.
- Egy másik közösségi tér, az „Ecoparque” különlegessége, hogy a zöld gyept a hulladékégetőből származó hamu-komposzt elegye táplálja, az ott található játékok pedig mind újrahasznosított műanyagból készültek.

OKTATÁS

Az oktatás területén a társadalmi felelősségvállalás a vállalatok szempontjából általában két okból indokolt és kifizetődő: az egyik a munkahelyi elvárásoknak megfelelő gyakorlatiasabb oktatás elősegítése, a másik pedig tevékenységük megismertetése az ifjúsággal a pályaválasztás megkönnyítése érdekében. Ezen célok elérésére számos lehetőség és jógyakorlat áll az érdeklődő vállalatok rendelkezésére.

Gyakorlatiasabb oktatás: Az állami képzéseket, legyen az szakközépiskolai vagy felsőfokú képzés, gyakran éri az a kritika, hogy az általuk biztosított elméleti tudás nem, vagy csak korlátozottan használható a gyakorlati tudást megkövetelő munkahelyeken. Hogy a képzési intézményeknek szélesebb lehetősége legyen oktatását az elvárásokhoz igazítani, a vállalatok részéről jellemző az iskolák anyagi támogatása, az adott cég néhány munkavállalójának aktív bevonása a képzésbe (pl. vendéglőadók), illetve annak érdekében, hogy minél változatosabb eszközpark álljon az oktatók rendelkezésére, a cégek gyakran saját termékeikből is juttatnak a képző intézmények részére.

Pályaválasztás: A tudatos pályaválasztás érdekében fontos, hogy a diákok minél több ágazatot, munkaadót megismerhessenek, ezért a szerteágazóbb tájékoztatást célzó

³⁶ forrás: http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016. 05.30.

intézménylátogatások különböző vállalatoknál inkább az általános iskolákban jellemzők, míg a közép- és felsőoktatás keretében már célirányosan a tanult szakmához kapcsolódó cégek látogatása történik. Több cég iskolákkal kötött partnerség keretében akár oktatófilmek, akár intézménylátogatások alkalmával ismerteti meg a jövő generációit munkájuk társadalomra, vagy környezetre tett hatásával. Az ötletet továbbfejlesztve a spanyolországi áramszolgáltató cég, az Endesa indított egy programot The Coach Project címmel³⁷ olyan fiatalok számára, akik a szegénység és társadalmi kirekesztés miatt korlátozott lehetőségekkel rendelkeznek a munkavállalást illetően. A cég önkéntesei egy rövid mentorálási és coaching képzést követően fölvtették a kapcsolatot a programban részt vevő fiatalokkal, majd közösen kidolgoztak és megvalósítottak egy rövidtávú projektet. A vállalat együttműködő partnere, az Exit Foundation alaptevékenysége, hogy küzdjön a társadalmi kirekesztés ellen. Jelen összefogás aktívan segítette a kiválasztott fiatalok elhelyezkedési lehetőségeit, az önkénteseknek pedig új készségek elsajátítását tette lehetővé, de jelentősen hozzájárult a cég pozitív megítélésének megerősödéséhez is.

Hasonló alapokon nyugszik, de sokkal nagyobb volumenű a törökországi Koc Holding befektetési és vagyonkezelő vállalat szakképzési gyakorlata³⁸, melyet egy alapítvány és a Török Oktatásügyi Minisztérium együttműködésével valósít meg. 2006 és 2014 között összesen 264 szakközépiskolát társítottak a szakképzési iránynak megfelelő 20 vállalat egyikével, ahonnan összesen 579 önkéntes jelentkezett mentornak. A mentorok egy speciális képzést követően váltak alkalmassá arra, hogy a diákok készségeit és képességeit tovább tudják fejleszteni 12 témakörben, többek között érintve az időmenedzsmentet, csapatmunkát, probléma-megoldási készséget és az önmenedzsmentet is. A mentorok így átmenetet tudtak biztosítani az iskola és a munkahely között. A programot hátrányos helyzetű fiatalok felzárkóztatására dolgozták ki, ennek értelmében a fiatalok a mentor szerepében egy követendő példaképre találhattak, alaposan beleláthattak a munka világába amellett, hogy egyéni készségeik fejlesztése is fontos szerepet kapott. A program megálmodói külön figyelmet fordítottak a pénzügyi problémák miatti lemorzsolódásra, mely orvoslásaként ösztöndíjat biztosítottak az eredményes tanulóknak. Az utólagos felmérések kimutatták, hogy a programban részt vett fiatalok több, mint 80%-a döntött a továbbtanulás mellett, közülük pedig szinte mindenki a Koc Holding-nál szeretne majd elhelyezkedni az iskola elvégzését követően.

TÁRSADALOM, KULTÚRA, SPORT

A társadalmi egyenlőtlenségek kiegyenlítése, a társadalom perifériájára szorultak segítése, a tartósan betegek és megváltozott munkaképességűek támogatása, az egyenjogúság, az akadálymentesítés mind-mind olyan fontos kérdések, melyek sok

³⁷ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

³⁸ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

esetben meghaladják az állam lehetőségeit, így a felmerülő nehézségek megoldását a társadalom különböző mértékben, de átvállalja. A társadalom perifériájára szorult emberek életkörülményeit, lehetőségeit illetően már azzal jelentős javulás érhető el, ha a lakosság szélesebb körben megismeri jellegzetességeiket, nehézségeiket, így a toleráns viselkedés és a segítő szándék könnyebben utat találhat magának. A reintegrációt jellemzően kampányszerű figyelemfelhívásokkal, tájékoztató akciókkal (programsorozatok, brosúrák, interaktív kiállítások, stb.), vagy pályázatokkal (pl. rajzpályázat, írói pályázat) igyekeznek csökkenteni.

A spanyolországi Telefonica³⁹ távközlési vállalat például a nehezen megközelíthető vidéki lakosság elszigeteltségének csökkentését tűzte ki célul, mikor négy kategóriában (gazdaság, oktatás, elektromos hálózat, egészség) hirdetett meg pályázatot azon magánemberek, civil szervezetek és vállalatok között, melyek a legnagyobb eredményt érték el a vidéki közösségek szociális és gazdasági fejlődésében az IKT eszközök minél szélesebb körű használatával. Szintén a cég tevékenységével összefüggésben igyekezett a társadalmi korlátokat lebontani a horvát AutoSL91⁴⁰ cég, mely a fizikai mozgásban korlátozott, hátrányos helyzetű embereknek is meg kívánta adni a vezetés szabadságát. Ennek érdekében az országban és a régióban egyaránt elsőként alakított ki olyan autókat, melyen a legtöbb testi fogyatékossgal rendelkező ember meg tud tanulni vezetni, így tevékenységi körét szélesítve egy hiánypótló szolgáltatást tud nyújtani, ezzel hozzájárulva az fogyatékkal élők esélyegyenlőségéhez.

A németországi InnoDämm Vertriebsgesellschaft für innovative Dämmstoffe mbH⁴¹ környezetbarát termékei iránt egyre nagyobb a kereslet, ezért a megnövekedett munkaerőigényét kielégítendő a cég lehetőséget ad olyan társadalmi csoportoknak, amelyek nagyobb kihívásokkal néznek szembe a munkaerőpiacon:

- alkalmazottai egyharmadát teszik ki az 50 év feletti munkavállalók, akik gazdag élettapasztalatuk ellenére gyakran szorulnak ki a munkaerőpiacról
- alkalmazottai közel fele rendelkezik bevándorló háttérrel, akik jellemzően nehezen tudják elnyerni egy-egy munkaadó bizalmát, ám kreativitásukat, az előre nem látható problémák találékony kezelését örömmel üdvözik az InnoDämm-nál, így a társadalmi integrációhoz vezető úton is nagyobb sikerrel indulhatnak.
- a diplomát nem szerzett fiatalok szintén könnyedén kerülhetnek a társadalom perifériájára a perspektíva hiánya miatt. Az ő részükre a cég olyan két hónapos továbbképzést biztosít, mely elvégzése sikerélményhez és biztos álláshoz egyaránt juttatja őket.

³⁹ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

⁴⁰ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

⁴¹ forrás: http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016.

Az *aktív kulturális élet és az egészséges, sportban gazdag életmód* egyaránt jellemzője egy egészséges társadalomnak. A társadalmi felelősségvállalás keretében ezek jellemzően anyagi támogatások és közösségi programok, táborok szervezésében mutatkoznak meg. A macedón Feni Industries⁴² a cég által szponzorált kosárlabda csapat bevonásával például a kiskorú bűnözés megelőzéseként szervezett nyári tábort veszélyeztetett hátrányos helyzetű gyermekek részére. A tábor számos programján részt vett a kosárlabda csapat is, így a többeknek példaképpül szolgáló játékosokkal testközelből is megismerkedhettek. A kialakult közvetlen légkörben a szociális készségek elsajátításán túl igyekeztek a gyerekek önbizalmát és társas kapcsolataikat egyaránt megalapozni, mely által később könnyebben tudják megtalálni helyüket, szerepüket a társadalomban. A program azonban nem ér véget a táborral, a gyerekek később is tudják tartani a kapcsolatot a sportolókkal, hiszen tiszteletjeggyel látogathatják a kosárcsapat meccseit, eredményül pedig nem csupán egy egészségesebb társadalmat várnak, hanem pályaválasztási alternatívaként is szeretnék szolgálni.

EGÉSZSÉGÜGY

Az *egészségügy* a prevenciótól kezdve a társadalom minden tagját megillető minőségi egészségügyi szolgáltatások biztosításán keresztül a szükséges gyógyszerek, rekreációs eszközök és a ritkább betegségek kezelési feltételeinek biztosításáig terjedő olyan társadalmi kérdés, melyre a szükséges fedezetet az országok kormányai a legkritikább esetben tudják teljes körűen biztosítani. A forprofit szektor különböző anyagi és infrastrukturális támogatásai, az általános egészségmegőrzésre és a speciálisabb betegségek szűrésére ösztönző figyelemfelkeltő közösségi rendezvények, az egyéni segítségnek teret engedő programok, pl. véradások szervezése mind olyan kezdeményezések, melyekkel az egészségügyi szolgáltatások jelentősen javíthatóak. Jellemző, hogy a cégek egy-egy konkrét problémát (pl. cukorbetegség, mellrák, stb.) karolnak fel, melyet minden lehetséges módon támogatnak (pl. bevételük adott százalékát a betegek kezelésére adományozzák, eszközöket biztosítanak, szűrőprogramokat szerveznek, stb.).

A horvátországi Ericsson az innovációt állította a CSR szolgálatába⁴³, mikor több egyesülettel és civil szervezettel, a Zágrábi Egyetem és más oktatási intézmények számos tanulóval együtt közösen igyekeznek a lehető legtöbb segítséget megadni a nehezen megközelíthető településeken élő idős, krónikus beteg vagy házi gondozásra szoruló emberek számára. Az Ericsson által kifejlesztett új egészségügyi állapotjelző eszközt a betegek otthonukban is könnyedén tudják használni, mely a mérési eredményeket azonnal továbbítja a szakképzett segítők részére, így

⁴² forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

⁴³ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

állapotukat folyamatosan figyelemmel tudják kísérni az idő- és energiaigényes, állapotukat akár veszélyeztető fölösleges utazásokat kiküszöbölve.

A szintén horvátországi Ilirija d.d.⁴⁴, idegenforgalmi cég az eszközadományozás alapötletére alapozva álmodta meg nagyszabású tervét, mikor az egész régió idegenforgalmának felpozícióját tűzte ki célul együttműködve a kormánnyal, önkormányzattal és más egészségügyi intézményekkel. A vállalat felismerte, hogy a rövid nyári szezont meg tudná hosszabbítani nem csak a hotelek, vendéglátó egységek, de más egészségügyi ellátók részére is, ha a településen található, az ország egyik legismertebb ortopéd kórházának szolgáltatási minőségén jelentősen javítanának, így megalapozva az egészségturizmust a térségben. Célja elérése érdekében számos orvosi eszközt adományozott a kórház részére és együttműködő partnereit is hasonlóra, illetve az egészségturizmus közös felfuttatására buzdítja a régióban.

⁴⁴ forrás: *Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.*

BELSŐ CSR PROGRAMOK

Szinte az összes, a jelen tanulmányban vizsgált cég, mely rendelkezik vállalaton kívüli CSR programmal, kiemelt hangsúlyt fektet azok vállalaton belüli érvényesülésére is, némely, jellemzően német tulajdonban álló cég azonban megfordítja ezt a gondolkodást és saját munkavállalói igényeinek kielégítése a fő célja, a külső tevékenységek csak másodlagos szerephez jutnak felelősségvállalásában. Széles körben vállalt a „környezetbarát papír” használata és a cégen belüli szelektív hulladékgyűjtés ösztönzése, a hulladék anyagok minimalizálása. Jellemző még a minél alacsonyabb energiafelhasználás érdekében a géppark legmodernebb eszközökkel való felszerelése, mely hosszú távon nem csak az energiaköltséget csökkenti, hanem a környezeti ártalmakat is. Azok a vállalatok, melyeknek lehetőségük van irodaházukat saját igényeik szerint építtetni, általában az épület kialakításával és a betervezett megújuló energiák használatával még tovább tudják csökkenteni környezeti hatásukat.

A vállalaton belüli társadalmi felelősségvállalás azonban a fentiekén túlmenően az alkalmazott-orientált munkahelyi kultúra kialakítását is magába foglalja. Ez a szemlélet számos előnyhöz juttatja a munkaadókat, hiszen a munkakörülményeivel elégedett munkavállaló sokszorosan hálálja meg azt a cég felé lojalitásával, motiváltságával, újító ötleteivel, rugalmasságával, naprakész szaktudásával és a kollégák közötti konfliktusok csökkenésével. Az így kiegyensúlyozottan jó eredményt elérő cég hírneve is kedvezőbbé válik, ami vonzóbbá teszi az új munkaerő, a befektetők és együttműködő partnerek számára is, vagyis a vállalaton belüli társadalmi felelősségvállalás hosszútávon kibővíti a piaci lehetőségeket is. Minél inkább szeretne egy vállalat ez irányban változni, annál elengedhetetlenebb a munkaadó hozzáállását illetően a dolgozóiba vetett bizalom és a kölcsönös tisztelet, ami egyfajta partnerséget feltételez.

Unió-szerte a legszélesebb körben alkalmazott, munkavállalóknak biztosított lehetőségek a karrier és család összehangolására alkalmas rugalmas munkaidő-modellek, pl. a részmunkaidő és a távmunka lehetősége. Azokon a helyeken, ahol a feladat jellege miatt a távmunka nem megoldható, gyakran törzsidőt alkalmaznak, így biztosítva a lehetőségekhez mért legnagyobb rugalmasságot. Az alkalmazottak szakmai tudásának folyamatos szinten tartása és javítása érdekében rendszeresen belső képzéseket vagy továbbképzési lehetőségeket biztosítanak, a kiemelkedő teljesítmény elismeréseképpen pedig teljesítményfüggő bónusz egészíti ki havi fizetésüket. Az esélyegyenlőség biztosítása gyakran kiterjed a munkavállalók egyenjogúságára és a keresetkülönbségek minimalizálására, a nők vezetői pozíciókban történő térnyerésére és a fogyatékkal élők alkalmazására is.

Az egészségvédelem és a társas kapcsolatok kiépítése szintén kiemelt jelentőséggel bír azoknak a vállalatoknak az életében, melyek igyekeznek személyesebbé tenni a munkahelyi légkört. Ennek értelmében gyakori a sportversenyeken történő közös részvétel, különböző egészségügyi programok szervezése és a nagyobb ünnepek

közös megtartása (pl. családi Mikulás ünnepség), ahol a családok között kialakuló barátságok is segítenek a munkahelyi közvetlenebb hangulat kialakításában.

Egyre több vállalat ismeri fel annak az erejét, ha munkavállalóit bevonja a döntésekbe, meghallgatja és épít véleményükre, tapasztalataikra, javaslataikra. A németországi Hanning & Kahl⁴⁵, mely fémrendszerek gyártásával, illetve a vasúti közlekedés és a szélenergia rendszerek terén ért el nemzetközi szakmai sikereket, belső CSR programját a fenti ötleteket ötvözve és kibővítvé alakította ki szinte tökéletes vállalati kultúráját. Elsősorban saját munkatársaival szemben törekszik a minél kedvezőbb körülmények kialakítására, melyhez a személyzetfejlesztés, a munkavállalói motiváció és az innováció-menedzsment területén egyaránt átfogó programokat dolgoztak ki a japán kaizen irányítási koncepció alapján, mely lényege a jobbítás vágya és a közös részvétel, mindenki elkötelezettsége. A német cég ezeket a gyakorlatba az alábbiak szerint ültette át:

Innováció-menedzsment a Hanning & Kahl-nál: ahhoz, hogy a közel 300 főt alkalmazó cég teljes munkaközössége egy csapatként tudjon dolgozni, a problémáik, nehézségeik megoldásában maguk is aktív szerepet kapnak. A hibák felismerése egyenesen kívánatos, hiszen míg a nyugati világban egy hibát általában az azért felelős személyek megbüntetése követ, addig a japán elv szerint a hibák egyenesen kívánatosak, hiszen ebben a javítás, további fejlesztés lehetőségét látják. A rendszeresen tartott workshopok, melyeknek célja épp a korábbi hibák feltárása és a fejlesztési lehetőségek összegyűjtése, nagymértékben járulnak hozzá a termékfejlesztéshez, az összehangoltabb csapatmunkához és a munkafeltételek folyamatos javulásához is. Az ily módon született újítások sokszor jelentős megtakarítást eredményeznek, mely nagy részét a német cég prémiumként fizeti ki innovatív munkavállalóinak.

Személyzetfejlesztés a Hanning & Kahl-nál: mivel munkavállalóinak ötleteire és naprakész szaktudására egyaránt jelentősen alapoz a cég, ezért igyekszik őket magasan megbecsülni, így ennek feltételeit különféle szolgáltatásokkal biztosítják: félévente szakmai továbbképzésre ösztönzik őket és munkaidőben elérhető adóügyi tanácsadást biztosít részükre.

Munkavállalói motiváció a Hanning & Kahl-nál: az alkalmazottak testi és lelki jólléte egyaránt kifizetődő a vállalat részére, hiszen a kiegyensúlyozott emberek teljesítménye is kiegyensúlyozott és előre mutató. Munkaidőben ezért lehetőséget kínálnak jogára és háttornára, illetve hogy a karrier és a munka összeegyeztetésében is segítséget nyújtsanak, a vállalat egy saját futárszolgálatot biztosít a magánjellegű ügyek elintézéséhez és bevásárláshoz. A közösségi szellemet és a közvetlen légkört a munkakultúrán túl azok az egész céget megmozgató kezdeményezések is

⁴⁵ forrás: http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016.05.30.

összetartják, mint például a rendszeresen megtartott „HA-KA-Rad-Tag”, azaz a Hanning & Kahl kerékpáros nap.

2. Hazai CSR együttműködések jó gyakorlatainak bemutatása

A rendszerváltás óta eltelt években megfigyelhetőek alapvető változások a három szereplő- a vállalatok, az állam, valamint a civil szervezetek - felelősségvállalási funkcióját tekintve. Egyre több vállalat települt hazánkba, egyre több lett a foglalkoztatott, tehát ma már több embert is érint egy vállalatokról szóló döntés, szorosabb együttműködésre van szükség. Megfigyelhető a civil szervezetek erősödése is, valamint az egyre több, különféle tanácsadói, gazdasági szervezet létrejötte, amelyek hallatják a hangjukat, együttműködnek a vállalatokkal és próbálnak hatni a mindenkori kormányokra. Adott tehát a kérdés, hogy e három szereplő hazánkban milyen szerepeket testesít meg, milyen érdekek mentén tevékenykedik.

A szereplőkhöz kapcsolt érdekek köre rendszerint megválaszolatlan kérdéseket hordoz magával: nem tudhatjuk valójában, kit, kiket milyen érdekek vezérelnek. Az államnak is megvannak az érdekei, például minél több adót szeretne beszedni a betelepülő nagyvállalatoktól, de az is fontos szempont, hogy munkahelyek jöjjenek létre, növekedjen a foglalkoztatás. A vállalat ezzel szemben kevés adót akar fizetni, és nem feltétlenül szereti hallani a bejárata előtt tüntető civileket, akik a vállalat esetleges környezetszennyezői tevékenysége miatt tüntetnek. A civilek érdekei szintén sokfelé ágaznak, vegyük akár a munka világát, akár a környezetvédelmi szempontokat. A CSR ettől is izgalmas terület, mivel keskeny a közös halmaz, amelyet mindhárom szereplő maximálisan elfogad, pontosan a háttérben meghúzódó érdekek alakulása miatt.

VÁLLALATON KÍVÜLI CSR PROGRAMOK

KÖRNYEZETVÉDELEM

A magyarországi forprofit szektor résztvevőinek társadalmi felelősségvállalását vizsgálva talán a legszembetűnőbb, hogy függetlenül attól, hogy a társadalmi problémákba milyen mélységig és aktivitással merül is el, a működésüket illetően környezetvédelemmel kapcsolatos vállalások szinte mindenkinél szerepelnek. Széles körben elterjedt gyakorlat az energiaforrások és a vízbázis takarékos felhasználása, illetve a helyi termelőktől történő alapanyag-felvásárlás, mellyel a szállítás költségeit és környezeti hatásait egyaránt megspórolják. Azok a nagy múltra visszatekintő, jelentős tőkével rendelkező vállalatok, melyek megengedhetik maguknak, igyekeznek működésük és termékeik előállításánál egyaránt a legkorszerűbb technikákat és eszközöket, berendezéseket használni környezetre való hatásuk minimalizálása érdekében. A keletkezett szennyvizet több esetben biológiai szennyvízkezelőben vagy eleveniszapos biológiai szennyvíztisztítóban tisztítják, esetenként összekötve azt a lakossági szennyvíztisztítással⁴⁶ is, így járulva hozzá a város köztisztaságához is. Fontos szempont még a természeti erőforrások védelme, melyet az innovatív kutatások során is folyamatosan figyelembe vesznek.

Az innováció mindig is termékeny talajt biztosított a környezetvédelem felé történő elmozdulásban. Ha csak végigtekintünk az elmúlt évek innovációin, láthatjuk, hogy legnagyobb vállalataink az országos szintet is meghaladó mérvű újításokat vezetnek be és alkalmaznak nap mint nap. Példának okáért a Szentkirályi Ásványvíz Kft.⁴⁷ vékonyabb palackok és rövidebb kupakok használatával éves 300 tonnával csökkentette kibocsátott hulladék mennyiségét, a MOL Magyarország a gumiabroncs-hulladékot és bitument újragondolva jobb minőségű aszfalt utak építésére alkalmas gumibitumennel dolgozik, az E.ON Hungária a legelső szélerőművek megépítését követően most a megújuló energiafajták közül a biomasza hasznosítását igyekszik nagyüzemi szinten kidolgozni, stb.. Ezek ugyan nem a társadalmi vállalkozások és a forprofit szektor közötti együttműködések, de jelentőségük a környezetvédelem terén mindenképpen említésre méltóak.

Azok a figyelemfelhívó akciók, mint például a Soproni Kukafesztivál, vagy a Szentkirályi által indított kezdeményezés, miszerint mindennapi működésükhöz hibrid autókat használnak, szintén szemléletváltó hatással lehetnek a lakosságra is, így kölcsönösen egyre többet téve közösen a környezetért. A Coca Cola Magyarország⁴⁸ több alapítvány és civil szervezet közreműködésével igyekszik a lakosságért és a környezetért egyaránt aktívan tenni, ennek érdekében pl. a

⁴⁶ forrás: https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/itthon_helyben.aspx utolsó letöltés: 2016.05.30.

⁴⁷ forrás: <http://www.szentkiralyi.hu/hu/tamogatas> utolsó letöltés: 2016.05.30.

⁴⁸ forrás: https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/itthon_helyben.aspx utolsó letöltés: 2016.05.30.

városrészt az áthaladó kamionforgalomtól tehermentesítő elkerülő út építését finanszírozta Tüskeszentpéter mellett, szennyvíztisztítója átvállalja a helyi lakossági szennyvíz tisztítását is, illetve a NaturAqua forrásból feltörő víz hőfokával hozzájárulnak a városi termálfürdő fűtéséhez. Mindezek a kezdeményezések jelentősen hozzájárulnak a vállalat és a márka pozitív megítéléséhez egyaránt, így vonzó perspektívát nyújt az álláskeresőknek is.

OKTATÁS

Uniós viszonylatban megfigyelhettük, hogy a vállalatok társadalmi felelősségvállalása az oktatás területén jellemzően két célt szolgál: a gyakorlatiasabb oktatás elősegítését és saját tevékenységük szélesebb körben történő megismertetését a pályaválasztás megkönnyítése érdekében, és ez Magyarországon sincs másként.

Gyakorlatiasabb oktatás, pályaválasztás: A Siemens Zrt.⁴⁹ és az Audi⁵⁰ egyaránt támogatja a Budapesti Műszaki Egyetemet a diákok német nyelvtanulásának ösztönzésével és saját termékei adományozásával: az Audi egy autót bocsátott egy szakközépiskola részére, illetve számítógépeket több szociális és oktatási intézménynek, a Siemens számos további műszaki berendezéssel járul hozzá a színvonalasabb szakképzéshez. A tárgyi adományokon túl gyakori még, hogy a vállalatok szakemberei az iskolák tanáraival közösen dolgozzák ki a tananyagot, és akár gyakornokokként, később pedig saját munkavállalóikként is szívesen alkalmazzák a fiatalokat. Sokszor azonban a pályaválasztást már egy gyerekkori élmény, hobbi is meghatározza. A Siemens Zrt. ezt felismerve több bölcsőde és óvoda részére is juttatott abból a kutatási készletből és módszertani segítségből, melyet a vállalat dolgozói a legifjabbak érdeklődésének felkeltésére dolgoztak ki. Mikor saját termékekről beszélünk, nem szabad a szellemi termékeket sem elfelejtenünk, hiszen sok cég igyekszik elméleti munkáját is minél kézzelfoghatóbbá és közérthetőbbé tenni a tudatos állampolgárrá nevelés érdekében, legyen szó jogról (pl. fiatakorúak jogai és kötelezettségei, büntetőjog alapjai), adózásról, vagy akár környezetvédelemről. Az E.ON Hungária például nem csak iskolai tájékoztatásokat tart, hanem hogy minél szélesebb körben megismerjék az energiatudatosság alapjait, az Oktatási Minisztérium szakértőivel egy honlapot fejlesztettek ki fiatalok részére az óvodásoktól az érettségizőkig a korosztályi sajátosságok figyelembevételével (Energiakaland és Energiakuckó)⁵¹. A program olyan kreatív oktatási anyagokat tartalmaz, melyek segítségével a tanárok egyszerűen tudják megismertetni tanulóikat az energiabiztonság és energiatakarékosság alapjaival.

⁴⁹ forrás: <http://w5.siemens.com/web/hu/hu/cegunkrol/fenntarthatosag/csr/pages/csr.aspx> utolsó letöltés 2016.05.30.

⁵⁰ forrás: <https://audi.hu/hu/tarsadalmi-felelossegvallalas/> utolsó letöltés 2016.05.30.

⁵¹ <http://www.energiakaland.hu/>

Díjak: Gyakran találkozunk a cégek által felajánlott, éves rendszerességgel átadott díjakkal, melyek közül az egyik legrangosabb tagadhatatlanul a Vállalkozók Országos Szövetsége támogatásával alapított Prima Primissima díj, amit tíz kategória legkiemelkedőbb magánszemélyei, társaságai, társadalmi szervezetei és alkotóközösségei vehetnek át tevékenységük elismeréséül félig szakmai-, félig közönségzavazás eredményeképp. Ezen tíz kategória egyike ugyan az oktatás, ám általánosságban elmondhatjuk, hogy a világ jellemzően inkább az eredményeket díjazza, semmint az oda vezető utat vagy a sikerhez kísérő személyt. Ezt az irányt szeretné megváltoztatni a Richter Gedeon Nyrt. is, mikor két másik vállalattal közösen életre hívták az Alapítvány a Magyar Természettudományos Oktatásért nevű szervezetet, mely a magas színvonalú reálképzést támogatja kiemelten a középiskolákban. Munkásságuk megkoronázásaként évente két-két fizika-, matematika-, kémia és biológiatanár nyerheti el a közoktatás egyik legrangosabb díját, a Rátz Tanár Úr Életműdíjat⁵², mely a tehetséggondozásban és tantárgyak népszerűsítésében legkiemelkedőbb tanárok szakmai elismerése annak érdekében, „Hogy ne csak a világhírű tudósok, hanem tanáraik nevét is ismerjük...”, áll az Életműdíj mottójában.

TÁRSADALOM, KULTÚRA, SPORT

Magyarországon a *társadalmi problémák* igen szerteágazóak: a mindenhol általános esélyegyenlőségi törekvések a nők, a megváltozott munkaképességűek, a tartós betegséggel élők jogaiért nálunk jelentős mértékben bővülnek olyan égető kérdésekkel, mint például az elszegényedés, mélyszegénység és tartós munkanélküliség. A vállalatok ezen súlyos kérdések enyhítésére jellemzően anyagi vagy tárgyi segítséget nyújtanak: bevételük adott százalékát, vagy egy-egy jótékonyági megmozdulás teljes bevételét ajánlják föl pénzben, illetve gyűjtéseket rendeznek (tartós ételmiszer, ruhák, játékok, stb.), melyeket jellemzően karácsony előtt adnak át vagy juttatnak el karitatív szervezeteken keresztül a rászoruló családoknak.

Szerencsére azonban vannak olyan kezdeményezések is az országban, melyek nem csupán a túlélést biztosítják hosszabb-rövidebb időre, hanem távlati célokat, kiutat is mutatnak a mélyszegénységből. Ilyen példa a Bódvalenkén megvalósított Freskófalú Projekt⁵³: Pásztor Eszter kezdeményezésére a Magyar Református Szeretetszolgálat Közhasznú Alapítvány és számos más segítő, például a CIB Alapítvány⁵⁴ közreműködésével illetve a lakosság bevonásával, szemléletük megváltoztatásával közösen megvalósítottak egy olyan álmot, ami a mélyszegénységben élő falut lassan turisztikai célponttá változtatta. A program keretében az Európa Műhely Kulturális és Közművelődési Társaság felkérésére roma művészek díszítették föl a falu

⁵² forrás: <https://www.richter.hu/hu-HU/felelossegvallalas/programjaink/Lapok/Ratz-Tanar-Ur-Eletmudij.aspx> utolsó letöltés 2016.05.30.

⁵³ <http://www.bodvalenke.eu/?id1=freskofaluprojekt> utolsó letöltés 2016.05.30.

⁵⁴ http://www.cib.hu/cib_csoport/tarsadalmi_felelossegvallalas/alapitvany/index utolsó letöltés 2016.05.30.

kiválasztott falait különböző festményekkel. A világon egyedülálló látványosság készítésével párhuzamosan a falu infrastruktúráját is felfejlesztették, és számos programlehetőséget készítettek elő a turisztikai célponttá fejlesztett faluban, így a sajátos hangulatú freskóvárost ma már nem csupán szemlélni lehet, de megtapasztalni is: gasztronómiája, kulturális programjai, helyi vezetővel tett kirándulási lehetőségei, fesztiválja során minden elégedett látogató egy-egy lépcsővel feljebb juttatja a vendégszerető házigazdákat korábbi reménytelen helyzetükből. Az ilyen volumenű fejlesztésben közreműködő cégek a magánemberek és más cégek elismerését is kivívják, hírük terjedésével piacuknak is új lehetőségek nyílnak meg a terjedésre.

A munkanélküliség elleni harcban jó példával jár elől a Heineken Hungária Sörgyárak Zrt.⁵⁵, mely a jótékonyági gyűjtés során befolyt összegből a Magyar Ökumenikus Segélyszervezettel és a Profession.hu-val közösen országos álláskereső napokat szervezett, ahol előadásokkal, tanácsadásokkal, állásinterjúkkal várták az érdeklődőket, illetve tovább fejlesztették az állandó tanácsadó pontokat, az Ygen Központokat és az álláskeresőben segítséget nyújtó kékszám szolgáltatásukat is. A sörgyárnak ezzel a kezdeményezésével sikerült azt a csoportot megszólítani, amelyik munkáját elvesztve, vagy tartós munkanélkülisége miatt a pohárhoz nyúlna, hiszen így az üvegeken is hirdetett lehetőséget kihasználva esélye van az alkoholból csupán bátorságot meríteni az újrakezdéshez, nem pedig vigaszt.

A megváltozott munkaképességűekre szintén kevesebb figyelem jut, mint amennyi szükséges lenne, hiszen sok vállalat nem engedheti meg magának, hogy kivárja balesetet szenvedett kollégája rehabilitációját, ezért inkább megválnak tőle, azonban ilyen állapotban új munkahelyen elhelyezkedni szinte lehetetlen. A Grundfos gyakorlata azonban áthidalta ezt a problémát, mivel a cégen belül egy ún. rehabilitációs részlegen az egészségkárosodottakhoz igazított munkakörülményekkel tudják biztosítani továbbfoglalkoztatásukat, felépülésüket követően pedig más termelési területen ajánlanak munkát dolgozóiknak, így munkavállalói megtartásával a vállalatnak sem kell az új alkalmazottak betanítására időt és anyagiakat áldoznia.

Az országban közel 60 000 különböző mértékben gyengénlátó ember él, akik akadálymentes életének biztosítására egyre több társadalmi kezdeményezés és elektronikai alkalmazás születik, mégis rengeteg hétköznapiak tűnő dolog továbbra is megoldhatatlan számukra, gondoljunk például csak egy bolti bevásárlásra. Ezt az igényt ismerte föl a Praktiker Magyarország Kft.⁵⁶, mikor piacát igyekezett a nem látó emberek előtt is megnyitni nem csupán weblapjuk beszélő szoftverrel történő ellátásával, hanem a Magyar Vakok és Gyengénlátók Országos Szövetségével együttműködve egy segítő szolgálat indításával is. A program lényege, hogy a

⁵⁵ <http://www.soproni.hu/jolesosegitseg/program> utolsó letöltés 2016.05.30.

⁵⁶ forrás: http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016.05.30.

Praktiker minden áruházában biztosítja egy segítő jelenlétét, aki a megbeszélte időpontban a bejáratnál várja a gyengénlátó vásárlót, végigkíséri az üzletben és megkönnyíti vásárlásukat, segítséget nyújt a kiválasztott áruk megtalálásában és a fizetésben egyaránt, majd a megvásárolt termékeket házhozszállítással kézbesítik részükre.

A társadalmi problémákban szerepet vállalni kívánó cégek részére további ötleteket adhat a fejlesztésre, javításra, ha a lakosság, iskolák, vagy kerületek szintjén hirdet meg rajz- vagy novellapályázatot az iránt érdeklődve, hogy szerintük közvetlen környezetükben mik a legaggasztóbb társadalmi problémák, és azokat hogyan, milyen módon lehetne megoldani. Amennyiben például a pályázat beadásának feltételéül megszabják, hogy az csak egy-egy termékcsomagolás beküldésével együtt érvényes, úgy a fogyasztást is ösztönözhetik, széleskörű reklámkampánnyal több emberhez eljut a felhívás, és a beérkezett pályaművekben olyan nem várt megoldások is születhetnek, amik a cégnek is további távlatokat nyithat.

Sokszor a pénzügyi segítségnyújtás helyett egy kisebb, de látványos akció is nagy segítség lehet egy vállalat megítélésében, például különböző közösségi programok szervezése, játszóterek, parkok rekonstrukciója, szemétszedés, közterek virágosítása, faültetés, stb., melyek emlékét akár egy a helyszínen elhelyezett emléktábla is sokáig megőrzi.

Kultúra és sport területén a vállalatok társadalmi felelősségvállalása leginkább anyagi támogatás formájában valósul meg, legyen szó művészeti tevékenységről, intézmények munkásságáról, eseményekről, fesztiválokról, kulturális programokról, sporteseményekről vagy sportcsapatok fenntartásáról, a színházak, múzeumok, zenekarok művészi színvonalának megőrzésére egyaránt jelentős összegeket kapnak különböző cégektől. Közösségi sportesemények közül kiemelkednek a jótékonyági futások, illetve a Coca Cola Testébredő Futás. A Coca Cola márka megítélését illetően a mai napig az emberek első reakciója az, hogy egészségtelen, ezt igyekeznek a cég Testébredő Programjának alapelve⁵⁷ lerombolni, mely szerint önmagában nincsen egészségtelen étel vagy ital, ami káros, az a helytelenül összeállított étrend és a mozgásszegény életmód, melyek kiküszöbölésével sokat tehetnek saját egészségükért és jó közérzetükért egyaránt. Az eseménysorozat olyan további népszerű programokat is támogat, mint a Balaton-átúszás, Balaton Maraton, Mozdulj Magyarország!, stb.

EGÉSZSÉGÜGY

Megfigyelhettük, hogy az Unióban legjellemzőbb az egészségügy, illetve különböző, az egészségügy területén tevékenykedő alapítványok és civil szervezetek anyagi és infrastrukturális támogatása, az általános egészségmegőrzésre és a speciálisabb

⁵⁷ forrás: https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/coca_cola_testebreszto.aspx utolsó letöltés: 2016.05.30.

betegségek szűrésére ösztönző figyelemfelkeltő közösségi rendezvények, és az egyéni segítségnek teret engedő programok, pl. véradások szervezése. Ez az irány Magyarországon sincsen másként, számos országos figyelemfelkeltő kampány, lakossági és iskolai állapotfelmérés hasonló támogatások által vált megvalósíthatóvá. A vállalatok jellemzően egy-egy betegség mögé sorakoznak föl és támogatják gyógyíttatásukat, ellátásukat a lehető legtöbb módon (pl. éves bevételük, vagy egy adott program bevételének adott százalékát a betegek kezelésére adományozzák, orvostechikai eszközöket biztosítanak a kórházak, orvosi rendelők részére, szűrőprogramokat szerveznek, stb.).

Hiánypótló jelentőséggel bír a Ronald McDonald Gyermeksegély Alapítvány⁵⁸ munkássága, mely az amerikai kezdeményezés meghonosításaként a világ számos pontján, többek között Magyarország három városában biztosít térítésmentes szállást az elhúzódó, otthonától távol eső orvosi kezelésre szoruló gyermekek szülei részére. Az Alapítvány által fenntartott apartmanok működési költségét a McDonald's éttermekben elhelyezett perselyekben összegyűlt adományok és a különböző jótékonyági megmozdulásokból befolyó összeg együttesen fedezi.

⁵⁸ <http://www.ronaldhaz.hu/>

BELSŐ CSR PROGRAMOK

A külföldi jógyakorlatok vizsgálata során egyértelműen kiderült, hogy egy adott cég minél több belső CSR tevékenységet folytat, vagyis minél inkább megbecsüli alkalmazottait, azok annál motiváltabbak, együttműködőbbek és proaktívabbak lesznek munkájuk során.

A nemzetközi jógyakorlatok vizsgálata során megállapíthattuk, hogy a vállalaton belüli CSR sokszor nem anyagi jellegű, hiszen már apró gesztusok is növelik a munkavállalók motivációját, kreativitását, lojalitását. Ennek ellenére a magyar gyakorlatban még sokkal inkább a munkavállalók pótolhatósága és a nyereség maximalizálása az uralkodó hozzáállás. Szerencsére a nemzetközi jógyakorlatok az elmúlt években fokozatosan kezdenek teret nyerni a hazai vállalatok mindennapi életében is, ezt ösztönözte többek között az EMMI által 2011-ben ismét meghirdetett Családbarát Munkahely Pályázat⁵⁹ is. A pályázat azokat a kis, közép- és nagyvállalatokat, illetve költségvetési szerveket támogatta, melyek célul tűzték ki a nők, ill. nagycsaládosok foglalkoztatását, nyitottak az atipikus foglalkoztatási lehetőségekre, illetve szeretnék munkavállalóik megbecsülését minél inkább kimutatni.

A fenti célok elérése érdekében a magyarországi vállalatok jógyakorlatait megvizsgálva legjellemzőbb a rugalmas munkaidő-modellek, pl. a részmunkaidő és a távmunka alkalmazása, illetve azokban a munkakörökben, ahol lehetséges, általában nyitottak a további rugalmasítás irányába is, pl. törzsidő, munkaidőkeret megvalósítása. A Dorsum Informatikai Fejlesztő és Szolgáltató Zrt.-nél például a távmunka bevezetésére olyan komplex programot dolgoztak ki⁶⁰, mely keretében csoportos és egyéni felkészítés is zajlik, illetve a felmerülő problémák elhárítása érdekében egy coach is folyamatosan a távmunkát végző kollégák szolgálatára áll és segíti át őket a technikai, információs vagy esetleg mentális nehézségeken.

A belső képzések nem csupán a helyben dolgozó alkalmazottak naprakész tudását alapozzák meg, hanem segítséget nyújtanak a GYES-en, GYED-en lévő kolléganőknek is szinten tartani tudásukat, ráadásul ha ezt nem távoktatásos formában, hanem személyesen kapják, úgy a kapcsolatok erősítésében is segítségükre lehet. A képzések azonban nem csupán szakmai jellegűek lehetnek. Azoknál a munkahelyeknél, ahol a családbarát hozzáállás dominál, igyekeznek az élet más területein is fontos készségeket erősíteni a munkavállalókban, legyen szó akár

⁵⁹ Fail Ágnes – Gyarmati Andrea – Haraszti Adrienn – Lisznyai Beáta – Papházi Tibor: Családbarát Munkahely Pályázatok elemzése (2012-2014). Kapocs, 2015/1, 61-80.p.

⁶⁰ Fail Ágnes – Gyarmati Andrea – Haraszti Adrienn – Lisznyai Beáta – Papházi Tibor: Családbarát Munkahely Pályázatok elemzése (2012-2014). Kapocs, 2015/1, 61-80.p.

időgazdálkodásról, stressz kezelésről, vagy egészséges életmódról⁶¹. Ezek az alkalmak nem csak erősítik a közösségi szellemet a munkavállalók között, de lehetőséget biztosítanak a távol dolgozó kollégák részére a kapcsolatok kialakítására is. Amennyiben a meghívottak listáját a munkavállalók családjával is bővítik, még több szállal tudják magukhoz vonzani az alkalmazottakat.

A gyermekvállalás mindenki életében egy nagyon fontos döntés, mely főleg a nők munkavállalói lehetőségeit korlátozza. A Nemzeti Munkaügyi Hivatal minden gyermek születésekor egyszeri pénzügyi támogatást biztosít az újdonsült szülők részére, havi 3 óra munkaidő kedvezményt ad, illetve kedves gesztusként egy hétig „babaszóló” tűznek az épületre⁶². A GFK Hungária Piackutató Kft. gyermekeként egy évet aktív munkaviszonyként ír jóvá belső nyilvántartásában, mely a jubileumi számításoknál előnyt jelent. További nehézség a kisgyermekes családokban a gyermek elhelyezése például iskolai szünetben. Ennek a problémának áthidalásaként több munkahely alakított ki gyermekmegőrző sarkot, ahol szakember, vagy lelkes önkéntes munkavállaló vigyáz a gyerekekre, nagyobbaknál pedig a tanulószobákban van lehetősége a gyerekeknek megírni a házi feladatot szüleik munkaideje alatt. Arra is van példa, hogy a vállalatok bölcsődét és/vagy óvodát működtetnek, illetve állami vagy magánintézményeket támogatnak anyagilag, hogy a cég munkavállalóinak gyermekei megfelelő körülmények között, a közelben tölthessék el a napot.

Több cég nem csupán aktív munkavállalóinak igyekszik a kedvében járni, hanem korábbi alkalmazottainak is igyekszik megköszönni munkáját különböző kedvezményekkel, például egészségmegőrző programokkal, fürdő belépő biztosításával, vagy lehetőséget adnak tapasztalataik átadására olyan programokon, ahol tudásukat megoszthatják aktív státuszú kollégáikkal.

Általánosságban kijelenthetjük, hogy a munkavállalóknak biztosított kedvezményeket általában nem a cégkultúra, hanem sokkal inkább az alkalmazottak pótolhatósága befolyásolja. Azoknál a vállalatoknál, ahol a szakképzett munkavállalók pótlása nagyon nehéz, viszont anyagi lehetőségük megengedi, ott az uniós legjobb gyakorlatok alkalmazása is bevált gyakorlat. Gyermekvállalás vagy iskolakezdés esetén pénzbeli vagy egyéb juttatások, a munkavállalók, illetve családtagjaik részére biztosított utalványok (kultúra, sport), eszközök biztosítása bizonyos mértékig akár magán célra is (céges autó, telefon, stb.) vagy a vállalat együttműködői partnerhálózatától függően bizonyos százalékos kedvezmények biztosítása különböző szolgáltatások után (pl. kedvezmények kávézóknak, különböző sportlétesítményekben). Az olyan közösségi szellem erősítését szolgáló közös programok, melyek nagyobb anyagi befektetés nélkül is megvalósíthatóak, gyakoriak

⁶¹ Fail Ágnes – Gyarmati Andrea – Haraszti Adrienn – Lisznyai Beáta – Papházi Tibor: *Családbarát Munkahely Pályázatok elemzése (2012-2014)*. Kapocs, 2015/1, 61-80.p.

⁶² forrás: <http://kerdezztervezzpalyazz.hu/inspiraciok-es-gyakorlati-peldak-csaladbarat-munkahely-palyazathoz/> utolsó letöltés: 2016.05.30.

a kisebb vállalatoknál is. A céges karácsonyi és Mikulás-ünnepség, sportnapok, rendszeres csapatépítő tréningek mindig népszerűek, akár csupán munkavállalók részére rendezik, akár családtagok is csatlakoznak, és egyre több cég csatlakozik olyan mozgalmakhoz is, mint például a biciklizés népszerűsítését szolgáló Bringázz a Munkába!⁶³.

⁶³ <http://kereparosklub.hu/BAM>

3. Állami és vállalati támogatásból megvalósult CSR projektek és azok fenntarthatóságának vizsgálata

A jó kormányzás

A 2010. évi CXXXI. törvény a jogszabályok előkészítésében való társadalmi részvételről annak előmozdítása érdekében, hogy a jó kormányzás keretében a társadalom legszélesebb rétegei kapcsolódhassanak be a jogszabályok előkészítésébe, elősegítve ezzel a közjó érdekében a jogi szabályozás sokoldalú megalapozását, ezzel pedig a jogszabályok minőségének és végrehajthatóságának javítását, amelyek együtt a jó állam elengedhetetlen feltételei, a jogalkotásról szóló törvénnyel összhangban. Ezen törvény hatálya nem más, mint a társadalmi egyeztetés. Itt külön szól a törvény 2. § (1)-ben a hátrányos helyzetűek bevonásáról: a társadalmi egyeztetés során biztosítani kell, hogy a véleményezési folyamatban a véleményeknek - különös tekintettel a hátrányos helyzetű, társadalmi-gazdasági szempontból marginalizált csoportok véleményére - a lehető legszélesebb köre jelenjen meg.

Az állam feladatának, sőt kötelezettségének tekinti a társadalmi felelősségvállalást, melyet jól alátámaszt a Civil Törvény is, 2011. évi CLXXV. törvény Az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról,⁶⁴ melynek X. fejezete szól a Nemzeti Együttműködési Alapról (NEA). A NEA az Áht. szerinti - a civil önszerveződések működését, a nemzeti összetartozást, valamint a közjó kiteljesedését, illetve a civil szervezetek szakmai tevékenységét támogató - központi költségvetési előirányzat. Az Alap feletti rendelkezési jogot - ágazati stratégiai döntéseivel összhangban - a társadalmi és civil kapcsolatok fejlesztéséért felelős miniszter gyakorolja, és felel annak felhasználásáért. A NEA rendelkezésére álló források közül a leglényegesebb az 58. § (1) bekezdés d) pontja, az éves költségvetési törvényben meghatározott, a NEA támogatására elkülönített összeg. A források legnagyobb hányadát ez adja.

A NEA szervezetrendszerében 5 kollégium működik:

- Közösségi Környezet Kollégium
- Mobilitás és Alkalmazkodás Kollégium
- Nemzeti Összetartozás Kollégium
- Társadalmi Felelősségvállalás Kollégium
- Új Nemzedék Jövőjéért Kollégium

A következőkben a társadalmi felelősségvállalás kollégiumáról szólunk, amely a nonprofit szervezeteknek, ernyőszervezeteknek nyújtott szolgáltatások, szakmai és érdekképviselő, adományosztás, szociális tevékenység, családsegítés, időskorúak gondozása, rehabilitációs foglalkoztatás, hátrányos helyzetű rétegek segítése, egyéb

⁶⁴ http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1100175.TV

nonprofit tevékenységek területén működő civil szervezeteknek nyújt támogatást. A kollégium az alábbi támogatásokról jogosult dönteni:

- a) civil szervezetek által gyűjtött és elektronikusan bevallott adományok után járó öt százalékos normatív kiegészítés, amelyet a civil szervezet működési költségeinek fedezésére fordít legfeljebb az Alap rendelkezésére álló tárgyévi támogatási forrás tíz százalékáig;
- b) civil szervezet működésének támogatása;
- c) civil szervezeteket érintő évfordulók, fesztiválok, hazai és határon túli rendezvények támogatása (magyarországi és határon túli civil szervezet számára együttesen is nyújtható);
- d) nemzetközi civil kapcsolatokban a magyarországi civil szervezetek jelenlétének biztosítása, hazai és határon túli rendezvényeken, fesztiválokon történő részvétel támogatása, nemzetközi tagdíjakhoz támogatás biztosítása, európai integrációt elősegítő programok támogatása;
- e) civil szférával kapcsolatos tudományos kutatások, monitoringtevékenység és nyilvántartási feladatok támogatása;
- f) civil szférával kapcsolatos szolgáltató, tanácsadó, oktatási, fejlesztő, segítő, illetve esélyegyenlőséget és akadálymentességet elősegítő tevékenység és intézmények támogatása;
- g) civil szférát bemutató kiadványok, elektronikus és írott szakmai sajtó támogatása;
- h) civil szervezetek pályázati önrészeinek támogatása;
- i) adományozó szervezeteknek szóló juttatás a Nemzeti Együttműködési Alap Tanácsa, illetve a kollégiumok egységes elvek mentén meghatározott, forrásautomatizmus biztosításáról szóló döntései alapján;
- j) civil érdek-képviselési tevékenység támogatása.

A NEA Társadalmi felelősségvállalás kollégium 2015.december 15-én írta ki a pályázatát civil szervezetek szakmai programjának támogatása 2016 címmel (NEA-TF-16-SZ). Az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő nyílt pályázatot hirdetett civil szervezetek szakmai programjának támogatására. A pályázat célja a korábban felsorolt területeken működő civil szervezetek szakmai programjának támogatása. A támogatható tevékenységek: a civil szférával kapcsolatos szolgáltató, tanácsadó, oktatási, fejlesztő, segítő, illetve esélyegyenlőséget és akadálymentességet elősegítő tevékenység és intézmények támogatása. Az Alap elsősorban a Kárpát-medencében kifejtett civil társadalmi aktivitás megszervezésére, fejlesztésére és megvalósítására nyújt támogatást. A 2016. évben 4 077 db jóváhagyott támogatási döntés értelmében 3 435 198 858 Ft támogatási összeg segíti a civil szervezeteket működésük finanszírozásában és szakmai programjaik eredményes megvalósításában.

Mint látjuk, az állam nemcsak valóban jó kormányzó akar lenni, hanem erősíteni akarja a civil szféra támogatásán keresztül is a társadalmi felelősségvállalás

erősítését is, hiszen erre forrás különít el. Ezen pályázatoknál nincs fenntartási követelmény, viszont van önrész! 10% önrésszel kell rendelkezni a projektek megvalósításához, ami lehet készpénz, vagy akár térítésmentes hozzájárulás. Ennek 3 típusa van: a közérdekű önkéntes munka, az egyéb tárgyi (dologi) feltételek biztosítása, illetve az egyéb szolgáltatások biztosítása. Ez a 10%-os hozzájárulás gyakran gondot okoz a pályázóknak. Bár minden évben meghirdetésekre kerülnek ezen források, így elősegítve a tevékenységek pénzügyi fenntarthatóságát, ugyanakkor sajnos azt tapasztaljuk, hogy a folyamatos pályázatok nem minden esetben biztosítják a civil szervezetek társadalmi felelősségvállalási tevékenységeinek pénzügyi fenntarthatóságát, hiszen nem biztos, hogy nyertesek lesznek. Ilyenkor persze a civil szervezetek többsége arra törekszik, hogy fenntartsa a célcsoportja számára nyújtott tevékenységet és további forrás elnyeréséig gyakran önkéntesekkel végzi azokat.

A hazai állami forrás után mindenképpen meg kell említeni az EU-s pályázatokat.

A CSR-hoz kapcsolódóan a legfontosabb EU-s pályázatok közül ki kell emelni a különböző munkaerő-piaci programokat, mint az alternatív munkaerő-piaci programokat, a közösségi feladatokhoz kapcsolódó munkaerő-piaci programokat, az innovatív, kísérleti foglalkoztatási programokat, illetve ki kell emelni a nonprofit szervezetek foglalkoztatási kapacitásának erősítését célzó EU-s forrásokat is. Ezek mindegyike tartalmaz olyan CSR tevékenységet, amely a felelős foglalkoztatáshoz, a jó kormányzáshoz kapcsolódik. Ezen EU-s források 100%-os intenzitásúak, azaz nem kell a projekt megvalósításához önrész, ugyanakkor a folyamatos likviditás biztosításához szüksége van a szervezeteknek pénzre. Ez gyakran gond. Gond a fenntartást illetően az is, hogy a szervezeteknek 3-5 éves szervezeti, pénzügyi és tevékenységi fenntartás lehet előírva. De ha csak az adminisztrációs fenntartási kötelezettséget nézzük, miszerint a projektről évente fenntartási jelentést kell beadni, már ez nagy terhet ró több szervezetre.

A TÁMOP-1.4.1-07/1 Alternatív munkaerő-piaci programok támogatása című pályázati kiírásra a foglalkoztatási célú non-profit szervezet pályázhatnak, akik az általuk felvállalt célcsoport igényeire, a helyi szükségletekre és helyi lehetőségek figyelembe vételével reagálnak a munkaerő-piaci egyenlőtlenségekre, szolgálják a társadalmi befogadást. Azokat a hátrányos helyzetűeket kívánja a pályázat támogatni, akiről korábban már mint hátrányos helyzetű munkavállaló szoltunk, úgymint alacsony iskolai végzettségűek, elavult vagy nem piacképes szakképzettséggel rendelkező munkanélküliek, munkanélküliek, tartósan munkanélküli, inaktív emberek, megváltozott munkaképességű, illetve fogyatékos emberek.

Konkrét foglalkoztatáspolitikai modellt támogatott a kiírás, ennek megfelelően a pályázó a konstrukcióban felkínált szolgáltatási kosárból állítja össze a célok

megvalósítását szolgáló egyedi szakmai szolgáltatási csomagját. Ezzel a szakmai megközelítéssel kívánt a támogató az összes foglalkoztatási célú non-profit szervezetnek esélyt biztosítani a pályázásra.

Mint már korábban a hátrányos helyzetű munkavállalói csoportokról írtuk, a fiatalok és a pályakezdők vannak hazánkban a legrosszabb munkaerő-piaci pozícióba, így fontos, hogy számukra valamilyen elhelyezkedési lehetőséget, támogatást biztosítson a kormányzat. Ahhoz, hogy a nonprofit szervezetek is képesek legyenek a foglalkoztatásra, szükséges a foglalkoztatási kapacitásuk erősítése. E kettő célt egyesíti a következő pályázat: TÁMOP-1.4.1-12/1 Hátrányos helyzetű célcsoportok foglalkoztatásának támogatása a nonprofit szervezetek foglalkoztatási kapacitásának erősítésével.

A munkanélküliek elhelyezkedése, különösen ha több hátránnyal is rendelkezik (korábban a hátrányos helyzetűek kapcsán már szóltunk róla) szinte lehetetlen a nyílt munkaerőpiacon, ennek támogatását hivatott pályázat a TÁMOP-1.4.1-11/1 Közösségi feladatokhoz kapcsolódó munkaerő-piaci programok támogatása – Konvergencia Régiókban. A program célcsoportjába az a munkanélküliek tartoztak.

A TÁMOP-1.4.1-11/1 pályázatot megvalósító kedvezményezettek oldaláról nézve a pályázatot, problémaként merült fel a célcsoport projektbe történő bevonása kapcsán, hogy a pályázati felhívásokkal egy időben jelentek meg az önkormányzatok által meghirdetett közmunkaprogramok, melyek ugyanazon célcsoportra koncentráltak, ami a bevonást megnehezítette. Ez azt jelenti, hogy a szakpolitika nincs minden esetben összhangban a pályázati kiírásokkal. További gondot okozott nemcsak ebben a pályázatban, a felnőttképzési törvény változása a képzések lebonyolítása során, illetve fontos hangsúlyozni a minimálbér változását is, hiszen az ilyen típusú pályázatok esetében kötelező, jelen esetben 6 hónapos foglalkoztatási szakasz van.

A pályázati kiírások és útmutatók fenntartási kritériumait a kedvezményezetti kör adottságainak és lehetőségeinek nagyobb figyelembe vétele mellett kellene megállapítani az egyes pályázati kiírásokban. A megvalósítási időszak zárása előtt kedvezményezetti tájékoztatókat illetve képzéseket kellene tartani a fenntartási időszakra vonatkozóan, amelyeken egyértelművé válnának a kedvezményezettek, a projektgazdák számára az elvárások és a projektfenntartási beszámolókkal kapcsolatos követelmények. A fenntarthatóság szempontjából az is egy fontos elvárás a pályázók részéről, hogy az egyes projektek fenntartási időszaka kapcsolódjon további új kiírásokban megjelenő pályázati projektekhez, hiszen a folytatólagosság elvének megfelelően nagyon sok szervezet a fenntartást további pályázattal tudja csak biztosítani. A fenntartás ellenőrzését és dokumentálását, valamint az ebből született nyilvános adatokat mindenki számára elérhetővé kellene tenni.

A TÁMOP-1.4.2-07/1 Mozgáskorlátozott emberek foglalkoztatását, önálló életvitelét segítő eszközfejlesztő műhely és szolgáltatási hálózat című pályázat is a CSR-ral érintettjei részére nyújtott szolgáltatásokat:

A konstrukció kiemelt felhívásként történő megvalósítását indokolta, hogy a jelenleg hatályos magyar jogszabályok értelmében a MEREK az egyetlen olyan országos hatáskörű költségvetési szerv, amely szociális szolgáltatást nyújt az aktív korú mozgássérült emberek számára. A fejlesztés országos jelentőségű volt.

A TÁMOP 1.4.3 Konstrukció keretében új típusú, innovatív foglalkoztatási kezdeményezések támogatása, új szolgáltatások kifejlesztése, gyakorlati kipróbálása és értékelése, kísérleti programok keretében, illetve a bevált gyakorlatok elterjesztése, a tapasztalatok átadása valósult meg, amelyben kiemelten az a) komponens érintett CSR csoportokat:

A 2008-ban meghirdetésre kerülő pályázati körben az alábbi három téma valamelyikéhez kapcsolódóan lehet kísérleti kezdeményezést benyújtani:

1. téma: Az ország leghátrányosabb helyzetű kistérségeiben munkanélküli és inaktív személyek munkaerő-piaci integrációját segítő programok adaptációja és megvalósítása, beleértve az ÚMFT keretében megvalósuló infrastrukturális beruházásokhoz kapcsolódó foglalkoztatási projekteket is,
2. téma: A nyílt munkaerő-piaci integrációt, illetve a munkahely megtartását segítő innovatív támogatások a megváltozott munkaképességű személyek foglalkoztatása érdekében,
3. téma: Fenntartható szolgáltatási és foglalkoztatási modellek a szociálisgazdaságban.

A b) komponens az EQUAL Program vagy a HEFOP keretében már kipróbált és bevált módszerek elterjesztését, intézményesítését támogatta.

A TÁMOP-1.4.3-08/1-1F Innovatív, kísérleti foglalkoztatási programok című pályázati felhívásban megjelölt valamennyi téma szorosan kapcsolódott a társadalmi felelősségvállalással érintett csoportokhoz, sőt, egyik altémája kifejezetten a szociális gazdaság fejlesztését szolgálta:

1. téma: munkanélküli és inaktív személyek munkaerő-piaci integrációját segítő innovatív elemeket, módszereket tartalmazó projektek megvalósítása
 - Új, innovatív foglalkoztatási kezdeményezések támogatása, újszerű kísérleti foglalkoztatási projektek kidolgozása és megvalósítása, vagy más térségekben illetve más tagállamokban eredményesnek bizonyult foglalkoztatási programok adaptálása és kísérleti megvalósítása.
2. téma: A nyílt munkaerő-piaci integrációt, illetve a munkahely megtartását segítő innovatív kezdeményezések a megváltozott munkaképességű személyek foglalkoztatása érdekében,

- A megváltozott munkaképességű személy nyílt munkaerő-piaci integrációja, illetve a munkahelye megtartása érdekében:

- új segítő szolgáltatások, támogatások, vagy ezek komplex rendszerének kialakítása, vagy

- más térségekben, illetve más tagállamokban eredményesnek bizonyult modellek adaptálása és megvalósítása.

3. téma: Fenntartható szolgáltatási és foglalkoztatási modellkísérletek a szociális gazdaságban.

- A téma keretében a szociális gazdaság területén megvalósítandó kezdeményezések támogatása valósul meg. A szociális gazdaság azokat a kezdeményezéseket foglalja magában, amelyek új helyi foglalkoztatási lehetőségek feltárásával teremtenek új munkahelyeket a hátrányos helyzetű munkanélküli és inaktív emberek számára.

A TÁMOP 1.4.7 Konstrukció célja az Új Széchenyi Terv keretében a foglalkoztatás bővítését, a munkaerő-piaci integrációt és az alkalmazkodóképesség növelését célzó foglalkoztatás- fejlesztési programok eredményességének növelése volt, a projektmegvalósító szervezetek szakmai támogatása, a hálózatosodás elősegítése, a bevált modellek elterjesztése, rendszerszerű alkalmazása, intézményesítése, valamint a tapasztalatok átadása révén.

A TÁMOP-1.4.7-12/1 Foglalkoztatási programok megvalósításának szakmai támogatása című pályázat célja:

- hálózati együttműködés, tapasztalatátadás ösztönzése, az eredmények, „termékek”, adaptálható modellek rendszerszintű alkalmazása (pl. más szervezetek gyakorlatában), valamint intézményesítése

- folyamatba épített szakmai értékelés

- szakmai segítség biztosítása a foglalkoztatási programot megvalósító szervezeteknek– foglalkoztatási megállapodások szervezése és működése, innovatív foglalkoztatási projektek, valamint tranzitfoglalkoztatás témakörében

A projektek előrehaladásának, a foglalkoztatási és továbbfoglalkoztatási kötelezettség teljesítésének nyomon követésére a támogatásokat kezelő intézményrendszerek monitoring rendszert működtettek. Az egyedi projektek előrehaladásának, a vállalt kötelezettségek teljesítésének nyomon követése támogatásigénylési/kifizetési kérelem és előrehaladási jelentések, valamint szakmai beszámolók formájában történt.

Az eredmények fenntarthatóságát vizsgálva elmondható, hogy általában a programok a rövid távú hatásukat, helyi foglalkoztatás bővítése elérték, de a hosszú távú hatásukat, miszerint a hátrányos helyzetűek a nyílt munkaerő-piacon el tudjanak tartósan helyezkedni, ez az eredmény nem mutatható ki. A támogatási programokkal csak rövid távon javult (általában a támogatás időtartamára) a programokban

résztevők munkaerő-piaci helyzete. És ez különösen a közhasznú és közcélú foglalkoztatási programok esetében szembetűnő.

Összességében megállapítható, mint azt az OFA zárótanulmánya is megállapítja, hogy a kidolgozott komplex módszertanok működtetésének feltételei adottak, mind a 2014-2020-as akciótervben kialakított operatív programok prioritási tengelyeiben deklarált fejlesztéspolitikai célok meghatározásában, mind a szakterületen eddigiekben bizonyított szakmai ernyőszervezetek és módszertani műhelyek létében.

Az elkészült módszertani anyagok hasznosak, fontosak nemcsak a pályázatoknál, de a szakmapolitika érintett szereplőinek is, egyes intézmények működésében is jól használható.

Mindenhol elmondható, hogy jelenleg nincs, vagy csak rövid távú hatásvizsgálatok készültek. Ebből fakadóan valós eredmények és információk nem állnak a szakmai döntéshozók rendelkezésére, így a finanszírozással kapcsolatos kérdések esetén inkább csak a feltételezésekre alapozhatnak, amely félre viheti a hosszú távú tervezési folyamatokat. Ezért fontos lenne rövid, közép és hosszú távú hatásvizsgálati rendszert kidolgozni.

IV. A társadalmi vállalkozások és a forprofit vállalkozások közötti együttműködések vizsgálata

A társadalmi vállalkozások és az forprofit vállalkozások közötti együttműködések lehetőségeinek vizsgálata érdekében online és papír alapú kérdőíves felmérés történt, régióként legalább 10 vállalkozás - megkérdezésével, elektronikus kérdőív illetve személyes megkeresésen alapuló formában.

A kérdőív 221 magyarországi társadalmi – és forprofit vállalkozásnak került kiküldésre illetve átadásra. A 75 db visszaérkezett kérdőív 33 %-os kitöltési arányt eredményezett, mely ugyan nem tekinthető reprezentatívnak, azonban alkalmas a vizsgálat tárgyának illusztrálására.

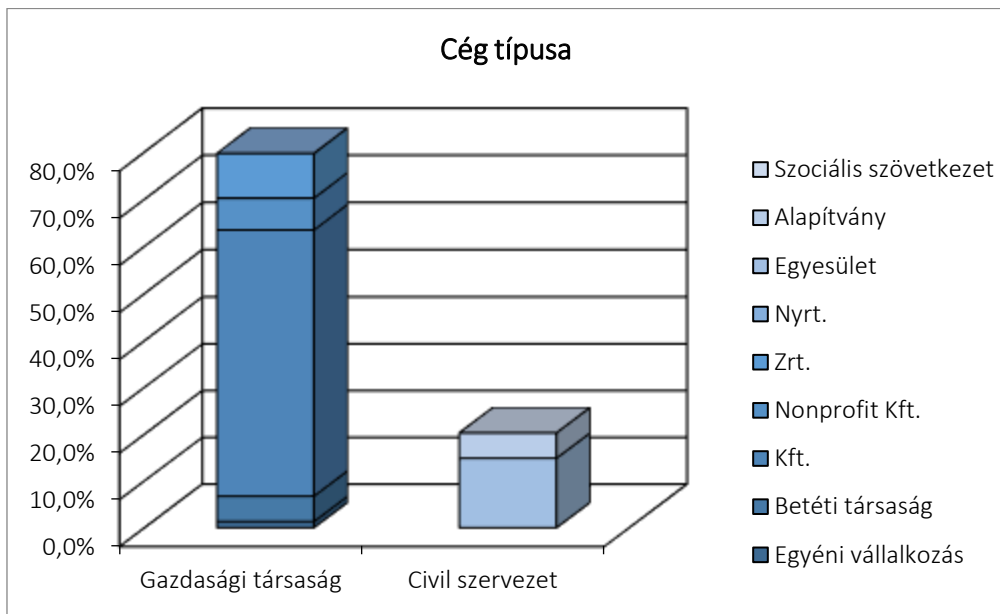
A beérkezett válaszok elemzését, feldolgozást követően Megbízóval közösen kialakított elemzési metódusok mentén, táblázatok/grafikonok/keresztátlák használatával értékeltük ki. Az elemzések a tényadatok mellett, horizontális összehasonlításokat is tartalmaznak, előre meghatározott témakörökben. A felmért vállalkozások körében, a CSR tevékenység hiánya miatt érkezett „Nem releváns” válaszok számszerűsítve említésre kerülnek a táblázatok/grafikonok alatt.

A vizsgálat fő célja az volt, hogy milyen standard-követelmények, elvárások vannak a társadalmi vállalkozásokkal szemben a forprofit vállalkozások részéről, illetve milyen a hajlandóság az együttműködésre társadalmi vállalkozásokkal. A kutatás kiemelt célja volt, hogy országos helyzetképet adjon a Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának jelenlegi helyzetéről Magyarországon, valamint arról, hogy az egyes szervezetekben milyen, már működő gyakorlatok valósulnak meg társadalmi felelősség vállalásra, illetve hogyan lehetne ezt kiegészíteni a felelősség jegyében kötött üzleti kapcsolatokkal.

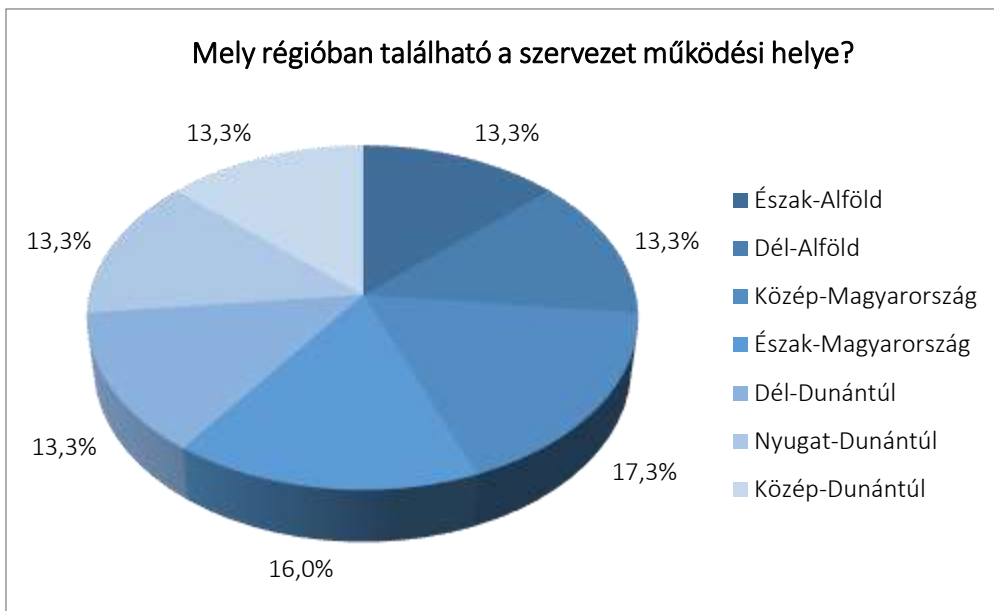
A következőkben a vizsgálat eredményeinek kerül ismertetésre – a vizsgálatot megalapozó kérdőívet, a személyes interjúk módszertani útmutatóját, valamint a személyes interjúkról készített jegyzőkönyv mintáját az I. számú mellékletben tartalmazza.

Az 2-7. ábra a 75 megkérdezett szervezetre vonatkozó alapinformációkat mutatja. A cégek típusa szerint (2. ábra) legnagyobb arányt (80%) a gazdasági szervezetek képviselik, amelyek közül is legmagasabb számban (42 db) a Kft-k vannak. A válaszadó vállalkozások működési helyének eloszlása az ábrán látható régiókban található (3. ábra). A 4. ábra a szervezeteket a vállalkozási szféra szerinti megoszlásban mutatja, amelyből kiderül, hogy a legnagyobb részarányt a kisvállalkozások adják. Ezt követik a közepes- és mikro-vállalkozások végül pedig a nagyvállalkozások. Emellett pedig 8 vállalkozás nem jelölte meg a méretét. A cégek statisztikai állományát tekintve az értékek között fellépő nagyobb differenciákkal

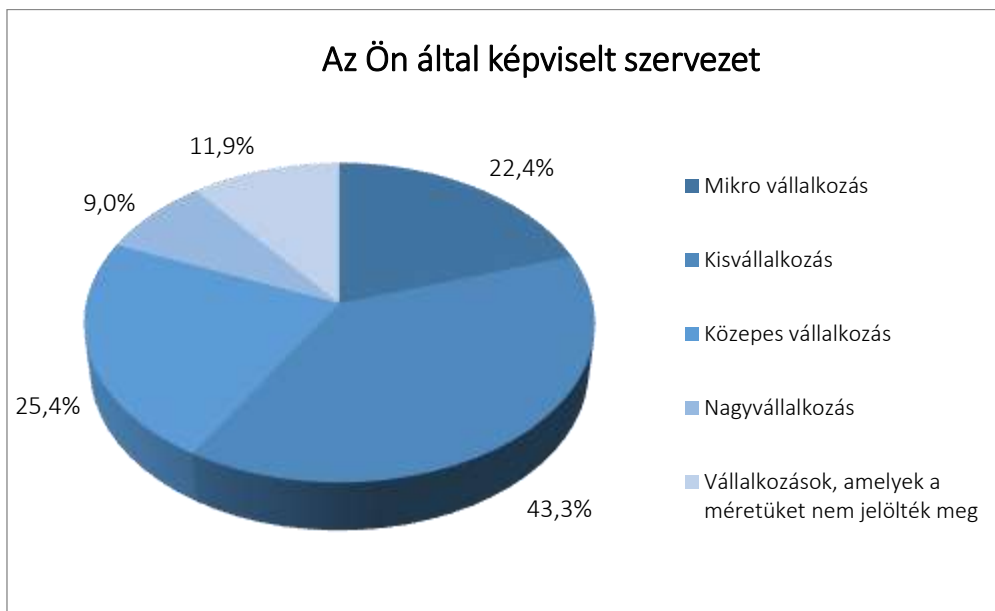
találkozhatunk, amelynek oka az egyes vállalkozások méretbeli különbsége (5. ábra). Míg a nagyvállalatok száma elérheti a 707 fő értéket, addig a mikro vállalkozásoknál ez csak néhány főt jelent. A megkérdezett szervezetek működési szektor szerinti megoszlásában igen vegyes képet kapunk (5. ábra). Legnagyobb arányban (27%) az oktatás szektorban tevékenykednek a válaszadó cégek. Nagyobb arányértéket (16,2%) reprezentálnak még a ipar szektorban dolgozó vállalkozások. Meg kell még jegyeznünk, hogy a legtöbb válaszadó szervezet magántulajdonban van (7. ábra).



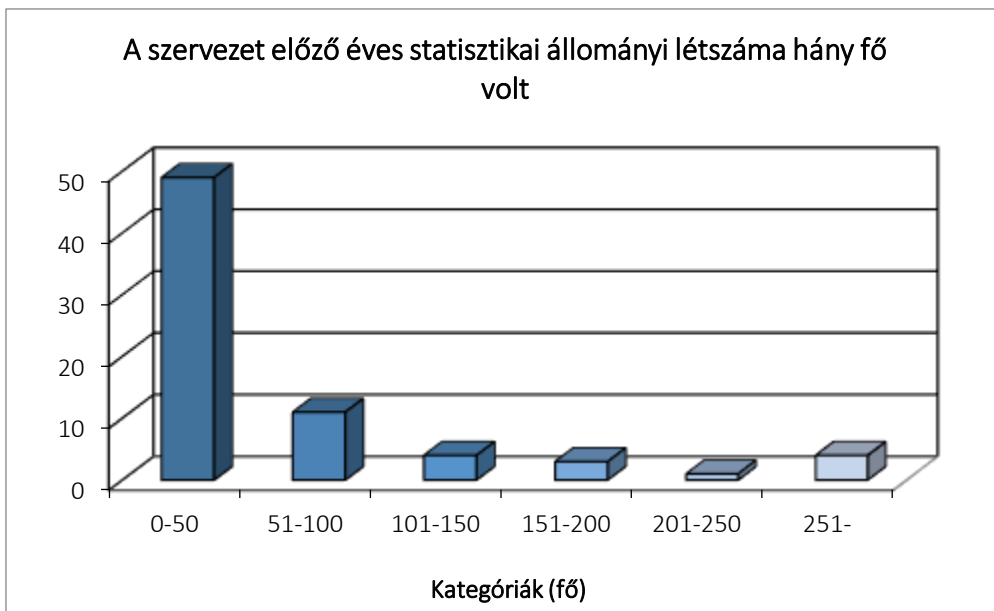
2. ábra: Cég típusa (A válaszadó cégek típus szerinti megoszlása)



3. ábra: Mely régióban található a szervezet működési helye? (A szervezetek működési helye szerinti megoszlása)



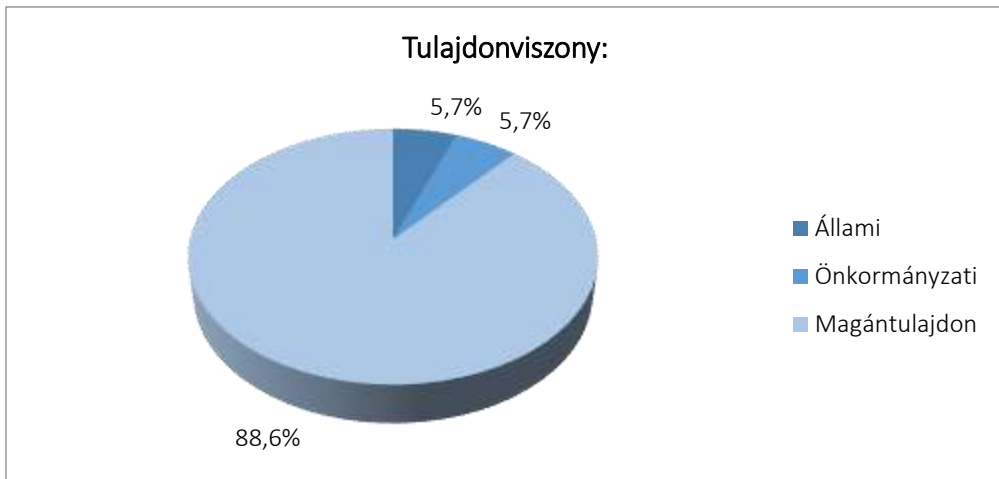
4. ábra: Az Ön által képviselt szervezet (A szervezetek megoszlása az egyes vállalkozási szférában)



5. ábra: A szervezet előző éves statisztikai állományi létszáma hány fő volt (A vállalkozások statisztikai állományi létszáma)

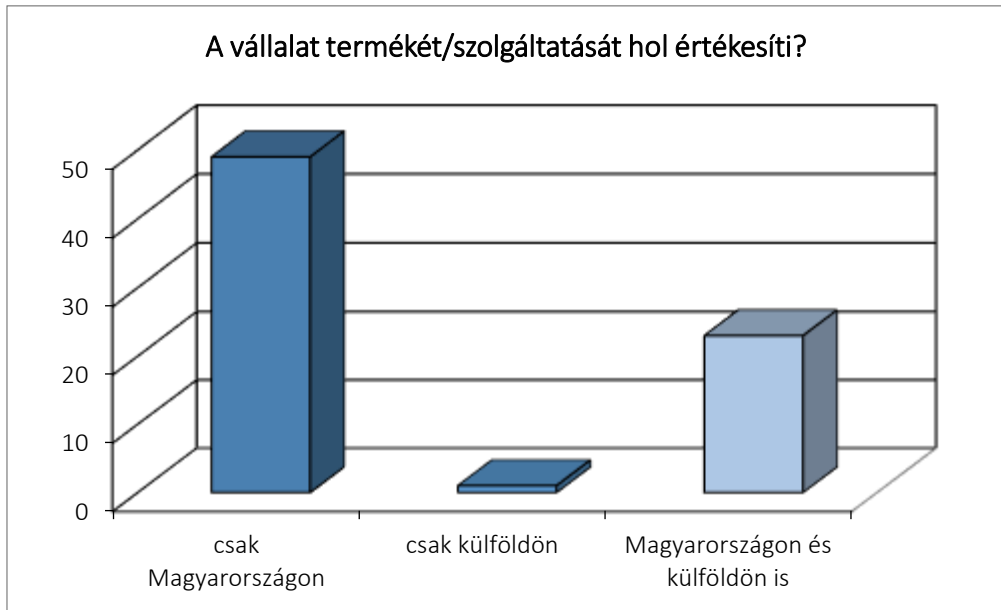


6. ábra: Mely szektorban működik a vállalkozás? (A szervezetek működési szektor szerinti megoszlása)



7. ábra: Tulajdonviszony: (A vállalkozások aránya a tulajdonviszony tekintetében)

A 8. ábra a vállalkozások termékének/szolgáltatásának értékesítési helye szerinti megoszlását illusztrálja. A megkérdezettek 65 %-a csak Magyarországon folytat kereskedelmi tevékenységet, ami 49 számú vállalkozást jelent. Emellett 1 vállalat csak külföldön, míg 23-an Magyarországon és külföldön egyaránt értékesítenek. 2 vállalat nem adott választ a feltett kérdésre.



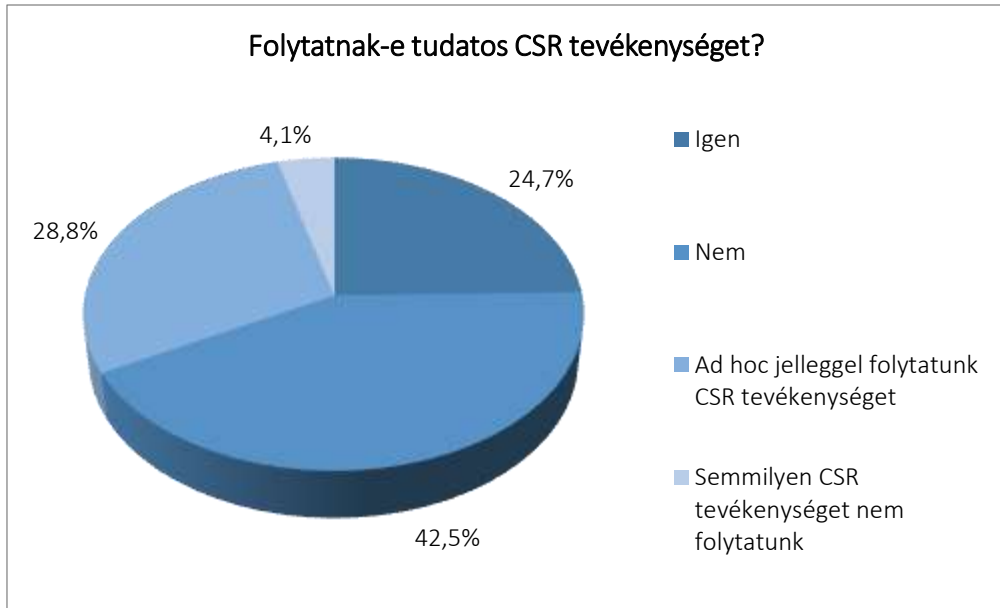
8. ábra: A vállalat termékét/szolgáltatását hol értékesíti? (A vállalkozás termékének/szolgáltatásának értékesítési helye)

A válaszadó szervezetek társadalmi felelősségvállalás (CSR) területén szerzett külföldi tanulmányi vagy munkatapasztalattal való rendelkezését mutatja a 9. ábra. Az összes vállalkozásból mindössze 6-nak volt valamilyen külföldi tapasztalata. Közülük legtöbben CSR konferencián, rendezvényen, jógyakorlat cserén vettek részt.

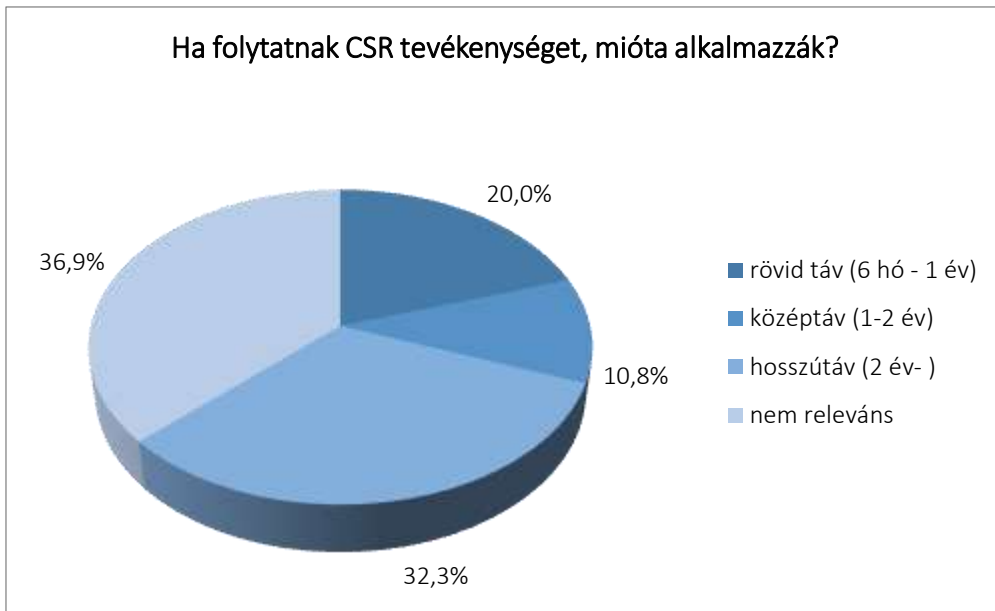


9. ábra: A válaszadónak/vállalatnak van-e CSR területén szerzett külföldi tanulmányi vagy munkatapasztalata? (A válaszadók CSR területén szerzett külföldi tanulmányi vagy munkatapasztalattal való rendelkezése)

A 10-11. ábra a vállalkozások társadalmi felelősségvállalásának (CSR) tevékenység létével, valamint annak idejével kapcsolatban prezentál információkat. A válaszadók nagy része (42,5%) nem folytat tudatos CSR tevékenységet, ugyanakkor CSR gyakorlattal rendelkező szervezetek közül legtöbben (21 cég) hosszútávon folytatják ezen tevékenységet.



10. ábra: Folytatnak-e tudatos CSR tevékenységet? (A válaszadó szervezetek tudatos CSR tevékenységének léte)



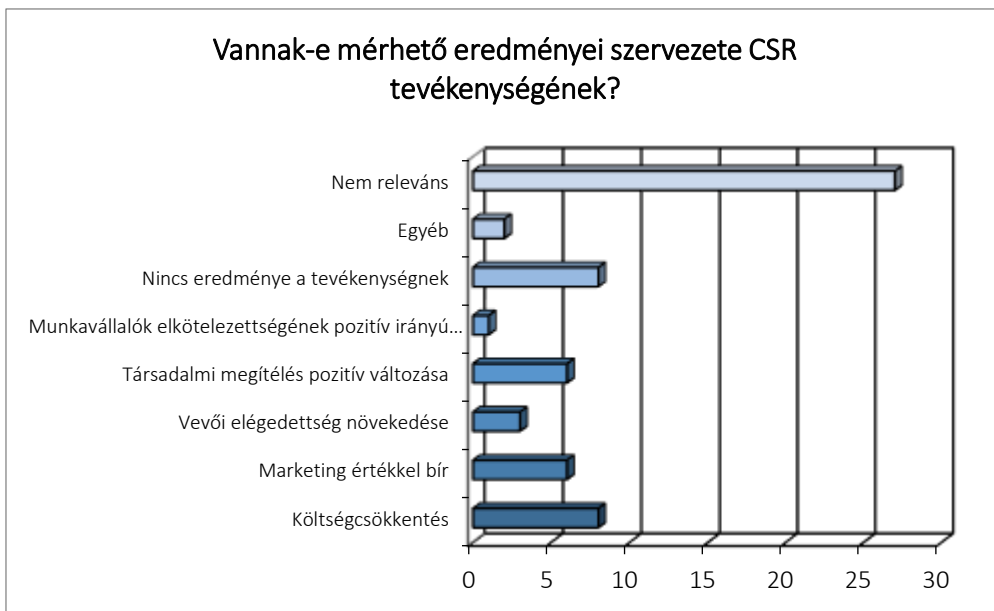
11. ábra: Ha folytatnak CSR tevékenységet, mióta alkalmazzák? (CSR tevékenységgel rendelkező cégek társadalmi felelősségvállalásának ideje)

A 12-14. ábra a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) tevékenységével, az ezt követő változásokkal, valamint annak eredményeivel foglalkozik. A válaszadó szervezetek nagyobb hányadának nem relevánsak ezek a kérdések a CSR tevékenység hiánya miatt (12. ábra). Ugyanakkor a valamilyen CSR tevékenységgel rendelkező vállalkozások 35,5%-a tapasztalt változást a szervezet életében. Ezek jelentős része azonban nem mérhető eredmény. Ezzel szemben a mérhető eredményeket felmutató vállalkozásoknál a legmeghatározóbb szegmens a költségcsökkentés és marketing, valamint a társadalmi megítélés pozitív változása. (13. ábra).

A 14. ábra pedig az elért eredmények fenntarthatóságát illusztrálja. A CSR tevékenységgel valamilyen szinten bíró szervezetek nagy része úgy gondolja, hogy az eredmények fenntartása elvárás a szervezet részéről.



12. ábra: Tapasztaltak-e változást a szervezet életében, mióta CSR tevékenységet alkalmaznak? (A vállalkozások életében, a CSR tevékenység alkalmazását követően fellépő változások léte)



13. ábra: Vannak-e mérhető eredményei szervezete CSR tevékenységének? (A vállalkozások CSR tevékenységének mérhető eredményei)

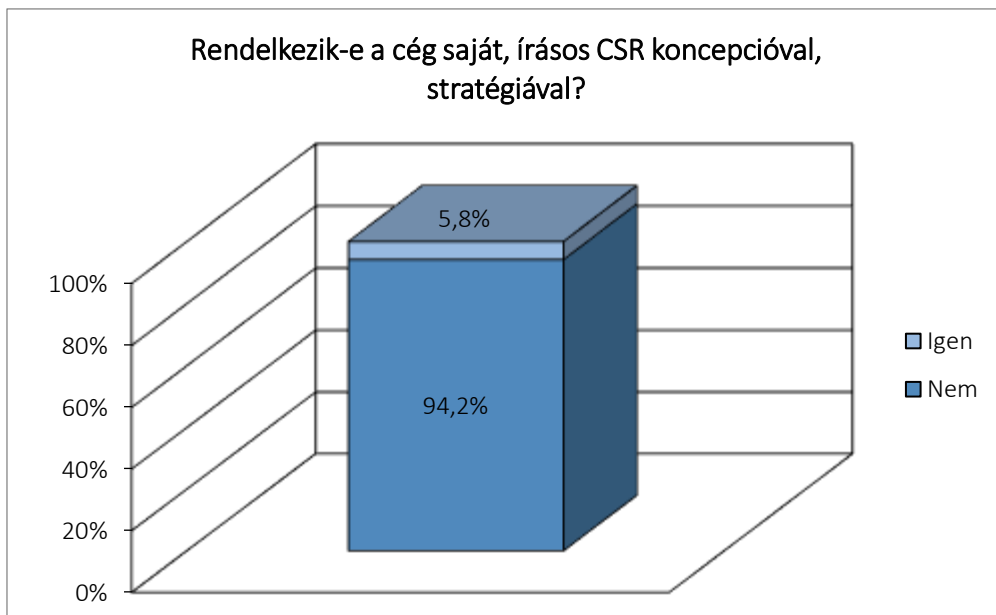


14. ábra: Mennyire tarthatóak fenn hosszú távon az elért eredmények? (Az elért eredmények fenntarthatósága)

A 15. ábra a megkérdezett szervezeteknél CSR tevékenységek koordinálásával foglalkozó munkatárs/munkakör létének értékeit mutatja. Ebből kiderül, hogy az összes vállalkozásból (75) 15-en alkalmaznak CSR tevékenységet koordináló munkatársat. Ennek a számadatnak az oka a CSR tevékenységgel nem rendelkező válaszadó szervezetek magas aránya.



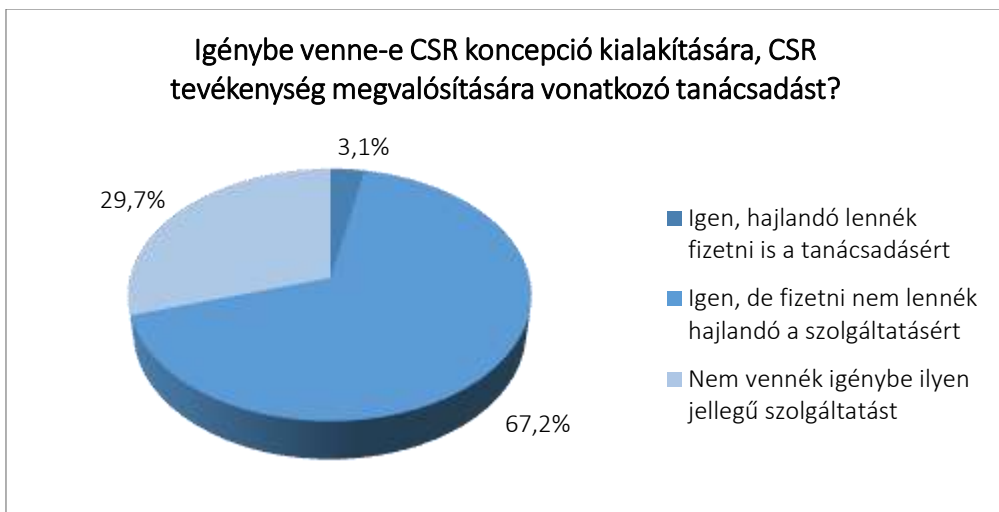
15. ábra: Van-e a szervezetnél CSR tevékenységek koordinálásával foglalkozó munkatárs? (CSR tevékenység koordinálásával foglalkozó munkakör léte a szervezetnél)



16. ábra: Rendelkezik-e a cég saját, írásos CSR koncepcióval, stratégiával? (A szervezetek CSR koncepció, stratégia léte)

A társadalmi felelősségvállalással rendelkező vállalkozások CSR stratégiájának elkészítését motiváló indokok/érdekek)	Választ adók száma
A szervezet társadalmi felelősségvállalás iránti elkötelezettsége miatt, nincs gazdasági célja a CSR	0
A szervezetünk imázsának építése érdekében	1
Ügyfelek elégedettségi szintjének növelése érdekében	2
A CSR tevékenységek pénzügyi előnyeinek kihasználása miatt (pl: marketing, kommunikáció, értékesítés)	1
Leányvállalatként az anygvállalati elvárásoknak való megfelelés céljából, részvényesi megfelelés miatt kötelesek voltunk CSR stratégiát készíteni, de önként nem tartottuk volna fontosnak a CSR tevékenységek végzését	0
Leányvállalatként az anygvállalati elvárásoknak való megfelelés céljából, részvényesi megfelelés miatt kötelesek voltunk CSR stratégiák készíteni, de önként is fontosnak tartottuk a CSR tevékenységeket	0
Nem releváns	71

2. táblázat: Amennyiben rendelkezik saját CSR stratégiával, milyen indokok/érdekek vezérelték a stratégia elkészítését? (A társadalmi felelősségvállalással rendelkező vállalkozások CSR stratégiájának elkészítését motiváló indokok/érdekek)



17. ábra: Igénybe venne-e CSR koncepció kialakítására, CSR tevékenység megvalósítására vonatkozó tanácsadást? (CSR koncepció kialakítására, megvalósítására vonatkozó tanácsadás igénybevételének léte)

A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos tanácsadás témáit illetően	Vállalkozás (db)	%
Munkaidő szervezés (különböző rugalmas foglalkoztatási formák bevezetése, munka és magánélet egyensúlya)	31	56,4%
Családbarát munkahely kialakítása: CSED/GYED/GYES után a munkahelyre visszatérés megkönnyítése, Gyermekintézmények működtetése (gyermekmegőrző, játszótársak, napközbeni gyermekfelügyelet)	14	25,5%
Családbarát munkahely cím elnyerése	12	21,8%
Hátrányos helyzetű munkavállalók foglalkoztatásának támogatása 15-24 év közötti pályakezdő munkanélküliek vagy 50 év feletti személyek foglalkoztatásának támogatása, egy vagy több eltartottal egyedül élő felnőtt személyek esetén, alacsony iskolai végzettségű személyek foglalkoztatásából eredő konfliktusok kezelése	18	32,7%
Munkavállalók alkalmazkodóképességének javítása, képzési, tréning lehetőségek	1	1,8%
Munkavállalói juttatások köre	1	1,8%
Munkavállalói önkéntesség kialakítása, a munkavállalók lojalitásának formálása, erősítése, fluktuáció csökkentése céljából (pl: személyes kapcsolatok, kommunikáció fejlesztése a munkavállalók között)	17	30,9%
Vállalati önkéntesség megvalósítása a vállalat ismertségének, hírnevének javítása céljából	20	36,4%
Munkaügyi egészség és biztonság - egészséges munkahely kialakítása, kockázatok kezelésének lehetőségei	16	29,1%
Munkavállalói jogbiztonság	1	1,8%
Gondoskodó létszámleépítés: az elbocsájtási folyamat megtervezése, munkavállalók felkészítése az álláskeresési folyamatra, elbocsátásból származó negatívumok elkerülése	13	23,6%
Gazdasági felelősség kialakítása (pl: Etikus üzleti magatartás, felelős beszerzés, ügyfélhűség)	2	3,6%
Környezeti felelősség megvalósítása (pl: ökohatékonyosság, környezettudatos termékfejlesztés, zöld események)	1	1,8%
A szervezet környezte felé irányuló szociális felelősség (pl: szponzoráció, mecenatúra, foglalkoztatás a helyi közösségekben, személyes adatok védelme)	0	0,0%
Egyéb témakör kapcsán	0	0,0%
Nem releváns	20	

3. táblázat: Kérjük jelölje, milyen témában venne igénybe CSR-el kapcsolatos tanácsadást? (A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos tanácsadás témáit illetően)

A 16-17. ábra és az 2-3. táblázat a válaszadó cégek társadalmi felelősségvállalásának (CSR) koncepciójával, stratégiájával kapcsolatban illusztrálja az értékeket. A megkérdezett vállalkozások igen nagy része, 94,2 %-a nem rendelkezik CSR koncepcióval (16. ábra). Az 2. táblázatban látható, hogy a CSR koncepcióval rendelkező szervezeteket, milyen indokok/érdekek vezérelték a stratégia elkészítésében. A válaszok alacsony száma miatt az eredmény nem reprezentatív. A CSR koncepció kialakítására, CSR tevékenység megvalósítására vonatkozó tanácsadást (17. ábra) a megkérdezettek közel háromnegyede igénybe venné, de jelentős részük a szolgáltatásért fizetni nem lenne hajlandó. A 3. táblázat a válaszadók különböző témaválasztási lehetőségeit mutatja, amelyeket a CSR tanácsadás igénybevételekor választanának. A válaszadók több mint fele munkaidő szervezés témában (különböző rugalmas foglalkoztatási formák bevezetése, munka és magánélet egyensúlya) igényelne tanácsadást.

A 4. táblázat a vállalkozások témaválasztási igényeit mutatja a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos rendezvényszervezési tanácsadás igénybevételekor. A válaszadó cégek többségét a munkaidő szervezése és a munkavállalói/vállalati önkéntesség témában lehet megszólítani.

Téma	Választadók
Munkaidő szervezés (különböző rugalmas foglalkoztatási formák bevezetése, munka és magánélet egyensúlya)	11
Családbarát munkahely kialakítása: CSED/GYED/GYES után a munkahelyre visszatérés megkönnyítése, Gyermekintézmények működtetése (gyermekmegőrző, játszótársak, napközbeni gyermekfelügyelet)	7
Családbarát munkahely cím elnyerése	0
Hátrányos helyzetű munkavállalók foglalkoztatásának támogatása 15-24 év közötti pályakezdő munkanélküliek vagy 50 év feletti személyek foglalkoztatásának támogatása, egy vagy több eltarattal egyedül élő felnőtt személyek esetén, alacsony iskolai végzettségű személyek foglalkoztatásából eredő konfliktusok kezelése	5
Munkavállalók alkalmazkodóképességének javítása, képzési, tréning lehetőségek	1
Munkavállalói juttatások köre	0
Munkavállalói önkéntesség kialakítása, a munkavállalók lojalitásának formálása, erősítése, fluktuáció csökkentése céljából (pl: személyes kapcsolatok, kommunikáció fejlesztése a munkavállalók között)	8
Vállalati önkéntesség megvalósítása a vállalat ismertségének, hírnevének javítása céljából	9
Munkaügyi egészség és biztonság - egészséges munkahely kialakítása, kockázatok kezelésének lehetőségei	7
Munkavállalói jogbiztonság	0
Gondoskodó létszámleépítés: az elbocsátási folyamat megtervezése, munkavállalók felkészítése az álláskeresési folyamatra, elbocsátásból származó negatívumok elkerülése	1
Gazdasági felelősség kialakítása (pl: Etikus üzleti magatartás, felelős beszerzés, ügyfélhűség)	0
Környezeti felelősség megvalósítása (pl: ökohatékonyság, környezettudatos termékfejlesztés, zöld események)	0
A szervezet környezete felé irányuló szociális felelősség (pl: szponzoráció, mecenatúra, foglalkoztatás a helyi közösségekben, személyes adatok védelme)	0
Egyéb témakör kapcsán:	0
A szervezet vezetése és munkavállalói nem vennének részt CSR témában rendezvényen	1

4. táblázat: Kérjük, jelölje, milyen témában venne igénybe CSR-el kapcsolatos rendezvényszervezési tanácsadást? (A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos rendezvényszervezési tanácsadás témáit illetően)

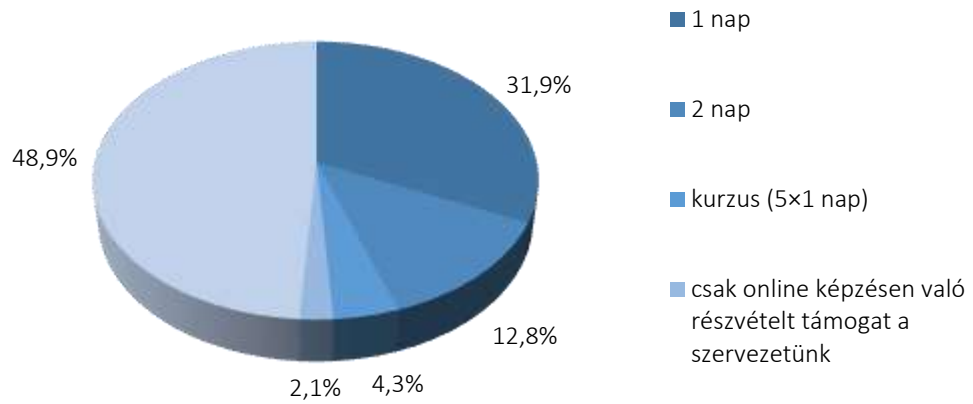
A 18-19. ábra és a 5. táblázat a megkérdezett szervezetek válaszainak eredményét mutatja a társadalmi felelősségvállalásokról szóló képzések tekintetében. A vállalkozások mintegy 75%-a hajlandó lenne részt venni díjtalan CSR képzésen (18. ábra). Ebből legnagyobb arányban vannak azon vállalkozások, akik önkéntes jelleggel tennék ezt. A 19. ábra a CSR képzés részvételére hajlandóságot mutató vállalkozások képzési időtartamára vonatkozó válaszártékeit prezentálja. A válaszadók legnagyobb része, 1 napot szánna egy ilyen témakörű képzés részvételére.

Emellett pedig a 5. táblázat nyújt információkat arról, milyen témában lennének érdekeltek azok a vállalkozások, akik elmennének valamilyen CSR képzésre.



18. ábra: Hajlandóak lennének-e szervezete részéről díjtalan CSR képzésen részt venni a munkatársak? (A vállalkozások munkatársai díjtalan CSR képzésen történő részvételi hajlandósága)

Amennyiben hajlandóak lennének díjtalan CSR képzésen részt venni, milyen időtartamot szánna kollégái képzésen való részvételére?



19. ábra: Amennyiben hajlandóak lennének díjtalan CSR képzésen részt venni, milyen időtartamot szánna kollégái képzésen való részvételére? (A vállalkozások munkatársai CSR képzésen történő részvételi időtartama)

A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos képzés témáit illetően	Választ adók száma
Munkaidő szervezés (különböző rugalmas foglalkoztatási formák bevezetése, munka és magánélet egyensúlya)	21
Családbarát munkahely kialakítása: CSED/GYED/GYES után a munkahelyre visszatérés megkönnyítése, Gyermekintézmények működtetése (gyermekmegőrző, játszótársak, napközbeni gyermekfelügyelet)	9
Családbarát munkahely cím elnyerése	1
Hátrányos helyzetű munkavállalók foglalkoztatásának támogatása 15-24 év közötti pályakezdő munkanélküliek vagy 50 év feletti személyek foglalkoztatásának támogatása, egy vagy több eltartottal egyedül élő felnőtt személyek esetén, alacsony iskolai végzettségű személyek foglalkoztatásából eredő konfliktusok kezelése	9
Munkavállalók alkalmazkodóképességének javítása, képzési, tréning lehetőségek	1
Munkavállalói juttatások köre	1
Munkavállalói önkéntesség kialakítása, a munkavállalók lojalitásának formálása, erősítése, fluktuáció csökkentése céljából (pl: személyes kapcsolatok, kommunikáció fejlesztése a munkavállalók között)	1
Vállalati önkéntesség megvalósítása a vállalat ismertségének, hírnevének javítása céljából	16
Munkaügyi egészség és biztonság - egészséges munkahely kialakítása, kockázatok kezelésének lehetőségei	11
Munkavállalói jogbiztonság	0
Gondoskodó létszámleépítés: az elbocsájtási folyamat megtervezése, munkavállalók felkészítése az álláskeresői folyamatra, elbocsátásból származó negatívumok elkerülése	5
Gazdasági felelősség kialakítása (pl: Etikus üzleti magatartás, felelős beszerzés, ügyfélhűség)	2
Környezeti felelősség megvalósítása (pl: ökohatékonyság, környezettudatos termékfejlesztés, zöld események)	2
A szervezet környezete felé irányuló szociális felelősség (pl: szponzoráció, mecénatúra, foglalkoztatás a helyi közösségekben, személyes adatok védelme)	2
Nem releváns	5

5. táblázat: Kérjük, jelölje, milyen témában venne igénybe CSR-el kapcsolatos képzést? (A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos képzés témáit illetően)

A 20. ábra a szervezetek CSR tevékenységére vonatkozó kidolgozott projektleírások érdekeltségének eredményeit illusztrálja. A megkérdezett vállalkozások legnagyobb része (74,6%) érdekelt olyan projektleírások elérésben, amelyek adaptálhatóak lennének az adott szervezetre, azonban csak 4,2 %-uk lenne hajlandó fizetni érte.



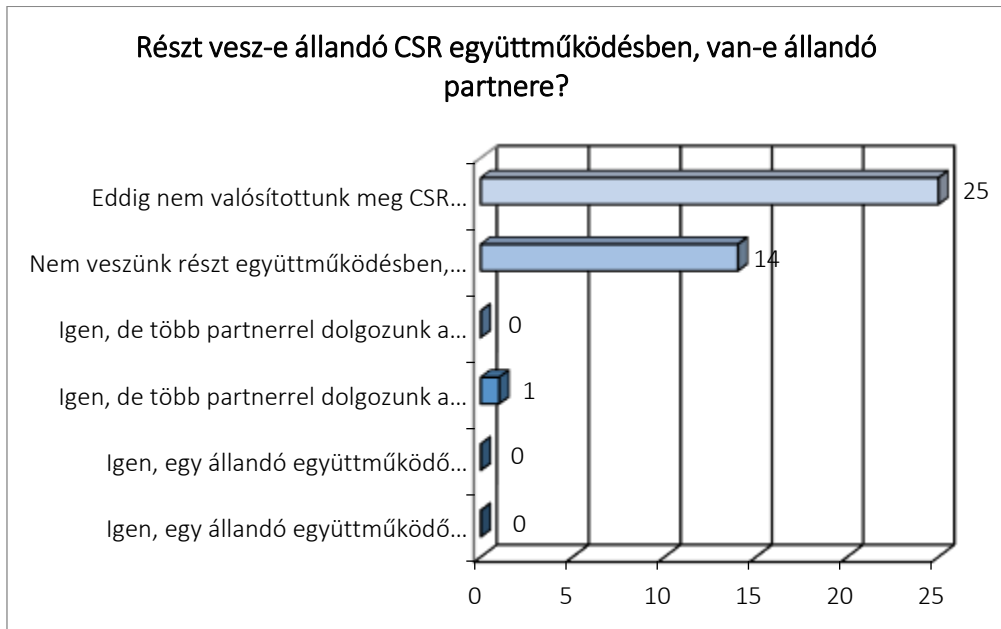
20. ábra: Érdekelné-e CSR tevékenységre vonatkozóan komplett kidolgozott projektleírások, melyek adaptálhatóak lennének szervezetére? (A vállalkozások CSR tevékenységre vonatkozó komplett, kidolgozott projektleírások iránti igény)

A 21. ábra prezentálja a válaszadók azon eredményeit, amelyben a megkérdezettek között társadalmi vállalkozásként működő szervezetek, a forprofit cégekkel való együttműködésre kidolgozott programajánlattal való rendelkezésére vonatkozik. A válaszadók többsége (45 cég) nem társadalmi vállalkozás, így az alábbi kérdés nem releváns az ő esetükben. Összesen két társadalmi vállalkozás rendelkezik előre kidolgozott programajánlattal.



21. ábra: Amennyiben Ön társadalmi vállalkozás, rendelkezik-e kidolgozott programajánlattal a forprofit szervezetekkel való együttműködés kapcsán? (Társadalmi vállalkozások forprofit cégekkel való együttműködés, kidolgozott programajánlattal való rendelkezés)

A kitöltő cégek egy része nem releváns ebben a kérdéskörben, míg a megkérdezettek további nagyobb csoportja nem adott választ. Így a kérdés eredménye nem reprezentatív.



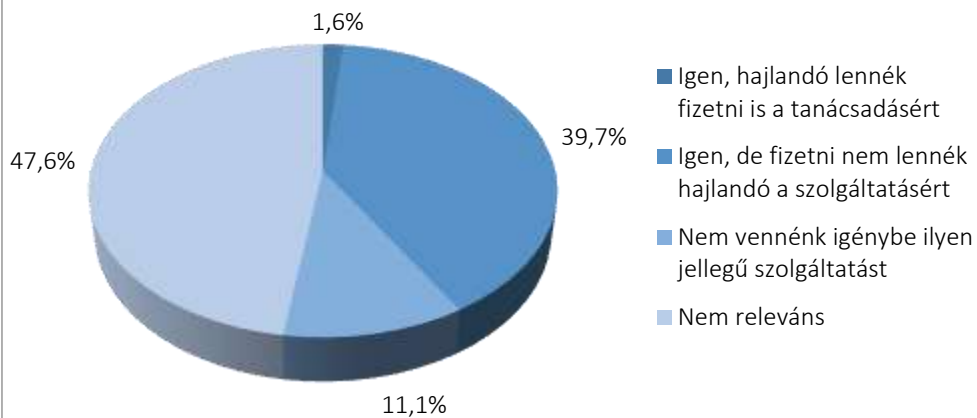
22. ábra: Részt vesz-e állandó CSR együttműködésben, van-e állandó partnere? (A vállalkozások CSR együttműködésében való részvétele, valamint állandó partner léte)

Civil szervezet	0	0,0%
Társadalmi vállalkozás	0	0,0%
Tanácsadó szervezet	0	0,0%
Képző intézmény	0	0,0%
KKV, amely nem tanácsadási vagy képzési profillal rendelkezik	0	0,0%
Nagyvállalat, amely nem tanácsadási vagy képzési profillal rendelkezik	0	0,0%
Állami intézmény	0	0,0%
CSR hálózat	0	0,0%
Nem releváns	27	100,0%
	27	100,0%
Nincs válasz	48	
Összes megkérdezett	75	

6. táblázat: Amennyiben állandó együttműködő partnerrel vesz részt CSR tevékenységben, az együttműködő szervezet: (Az együttműködő szervezet típusa)

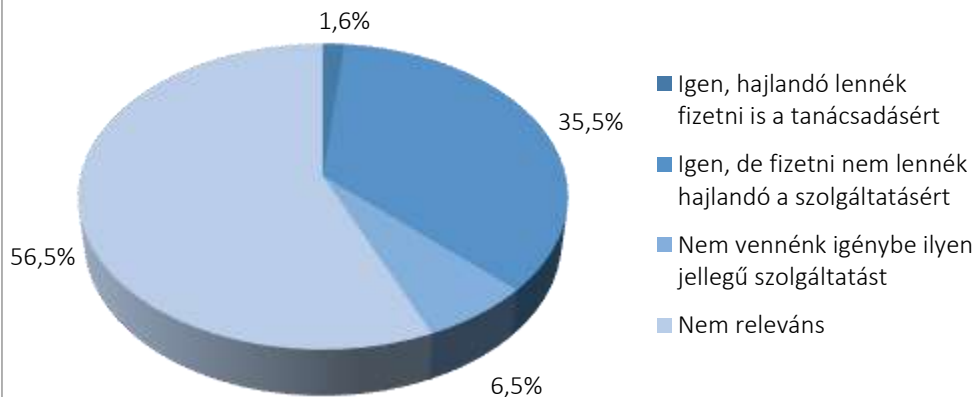
A 23-24. ábra két egymást kiegészítő kérdés válaszértékeit tartalmazza: ha a válaszadók forprofit vagy társadalmi vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységeinek megvalósításához (az előbbi) nonprofit vagy (az utóbbi) forprofit szervezettel való partnerkeresési szolgáltatást. A forprofitként működő megkérdezett vállalkozások 41%-a igénybe venné igénybe nonprofit szervezetekkel való CSR együttműködési partnerséget (23. ábra). Ugyanakkor az igénybevevők közül senki sem fizetne érte. Ezzel szemben a társadalmi vállalkozásként működő válaszadók 37%-a venné igénybe a forprofit cégekkel való CSR partnerségi kooperációt és összesen egy cég lenne hajlandó fizetni érte.

Amennyiben az Önök szervezete forprofit vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységének megvalósításához nonprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatást?



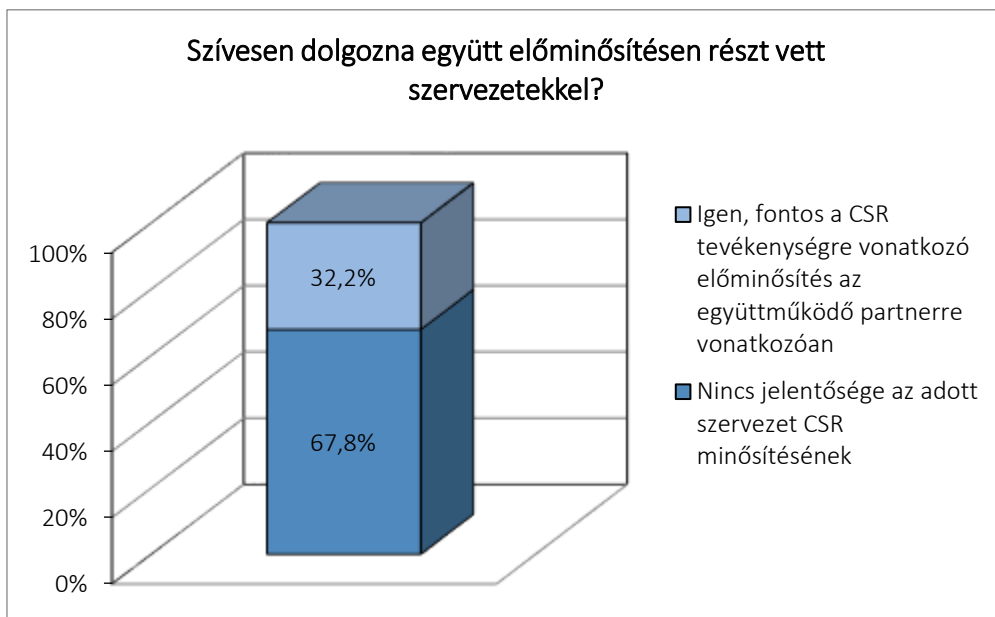
23. ábra: Amennyiben az Önök szervezete forprofit vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységének megvalósításához nonprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatást?

Amennyiben az Önök szervezete társadalmi vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységének megvalósításához forprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatást?

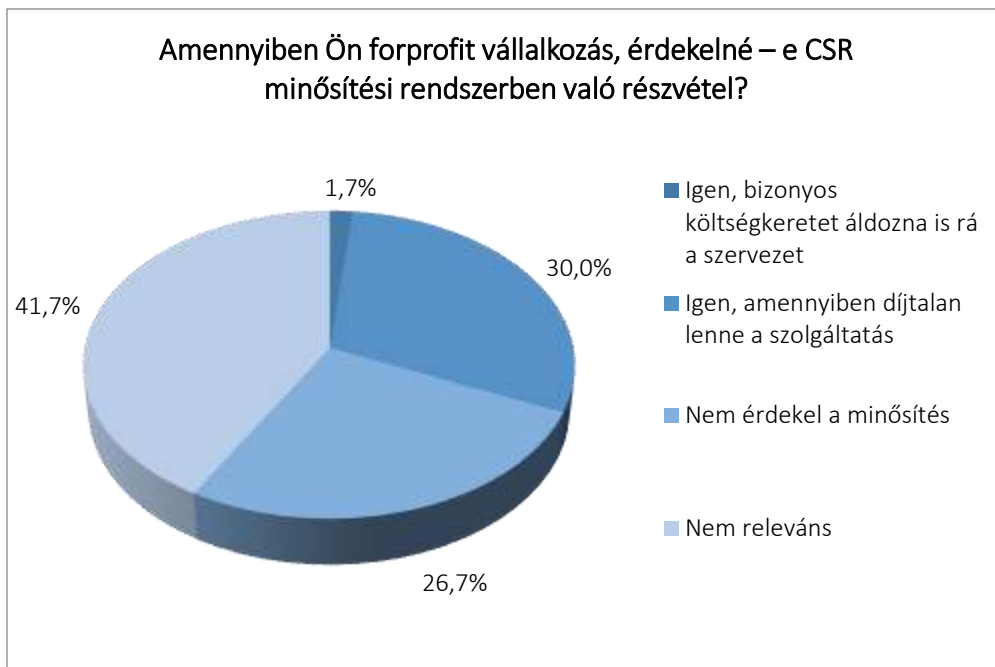


24. ábra: Amennyiben az Önök szervezete társadalmi vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységének megvalósításához forprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatást?

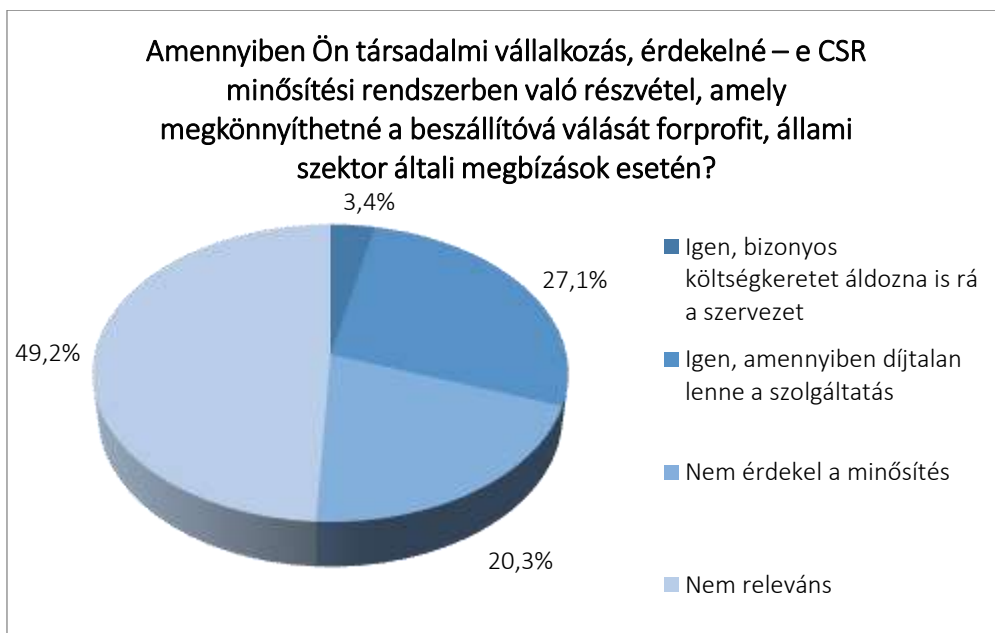
A 25-27. ábra a szervezetek válaszainak eredményeit mutatja az előminősítéssel kapcsolatban. A választ adók túlnyomó része nem tulajdonít jelentőséget a minősített partnerekkel való együttműködésnek, hiszen a megkérdezettek 67,8%-a nem dolgozna együtt előminősítésen részt vett szervezetekkel. (25. ábra). A forprofit vállalkozásként tevékenykedő válaszadók harmada venne részt CSR minősítési rendszerben, a társadalmi vállalkozásként működő megkérdezetteknek a 30%-a választaná ezt az eljárást.



25. ábra: Szívesen dolgozna együtt előminősítésen részt vett szervezetekkel? (A vállalkozások előminősítésben részt vett szervezetekkel való együttműködési hajlandósága)

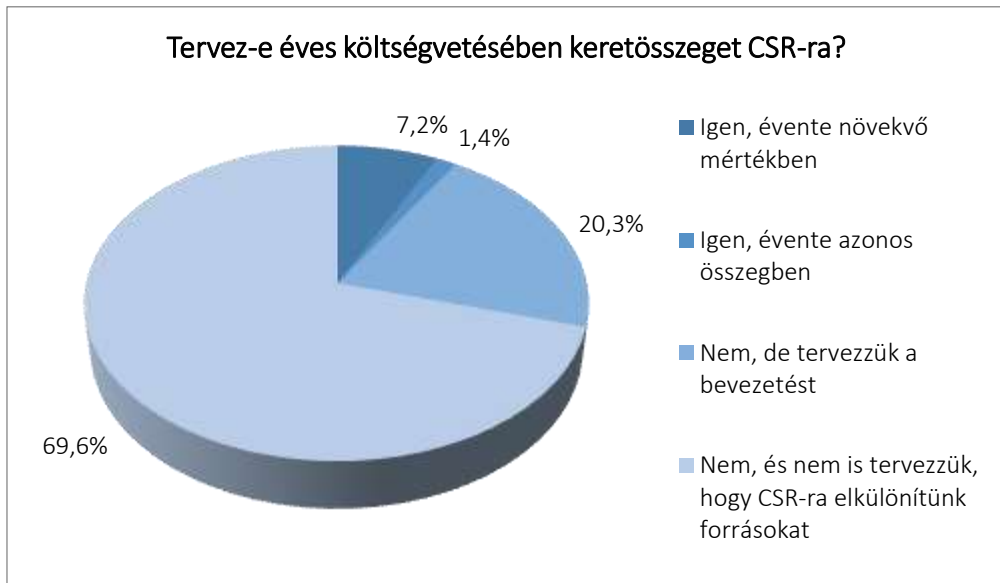


26. ábra: Amennyiben Ön forprofit vállalkozás, érdekelné – e CSR minősítési rendszerben való részvétel?

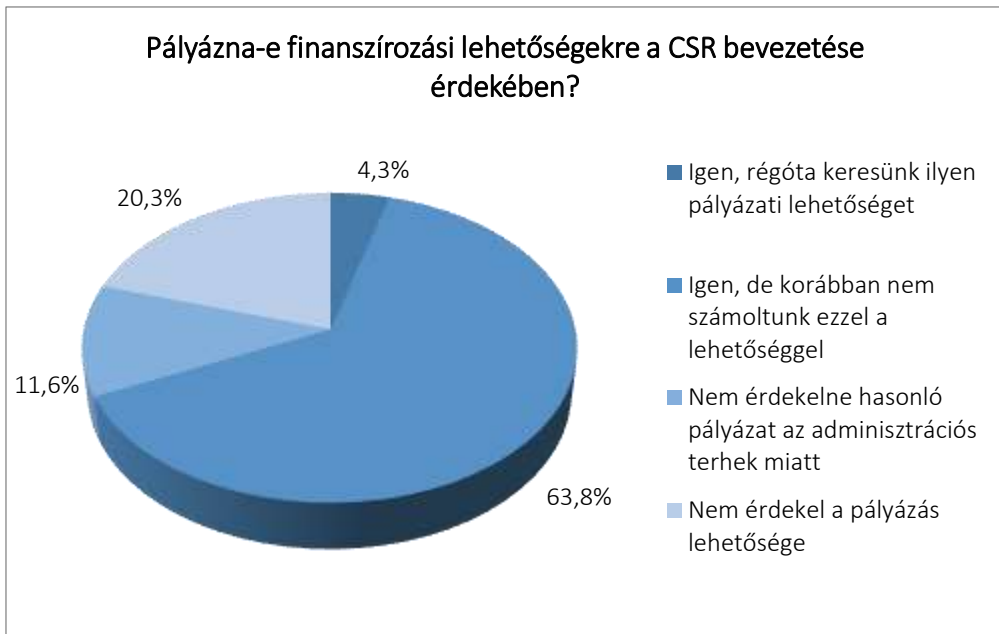


27. ábra: Amennyiben Ön társadalmi vállalkozás, érdekelné – e CSR minősítési rendszerben való részvétel, amely megkönnyíthetné a beszállítóvá válását forprofit, állami szektor általi megbízások esetén?

A 28-29. ábra a megkérdezett vállalkozások költségvetési és finanszírozási lehetőségeinek értékeit szemlélteti. A válaszadó szervezetek mindössze 9%-a tervez az éves költségvetésében valamekkora keretösszeget a társadalmi felelősségvállalásra (28. ábra). Ugyanakkor a megkérdezettek közel két harmada, 68,1%-a élne a pályázás lehetőségével, amely a CSR bevezetésének finanszírozására irányulna (29. ábra).

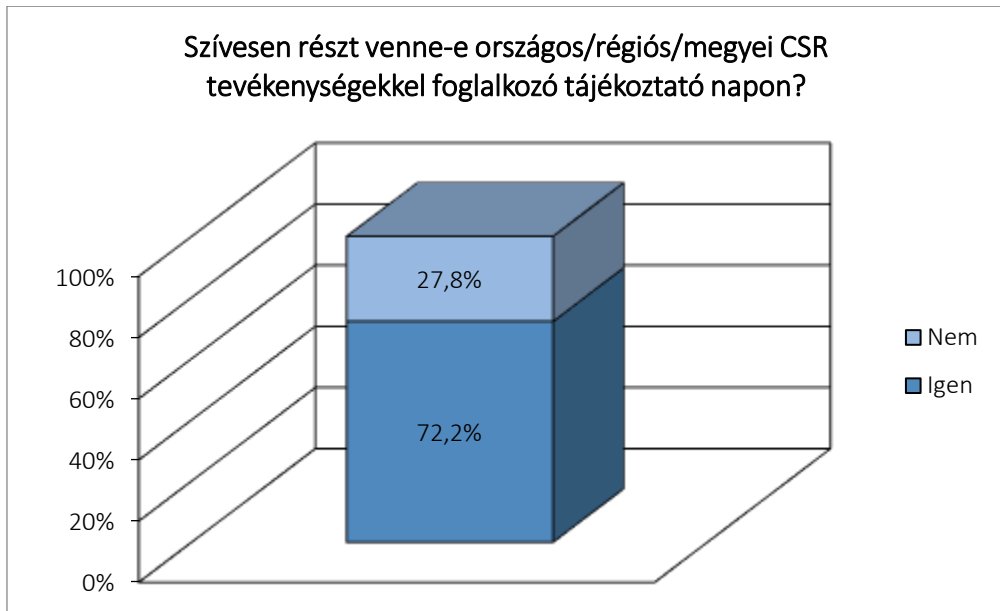


28. ábra: Tervez-e éves költségvetésében keretösszeget CSR-ra? (A vállalkozások CSR-re tervezett költségvetési keretösszegének léte)



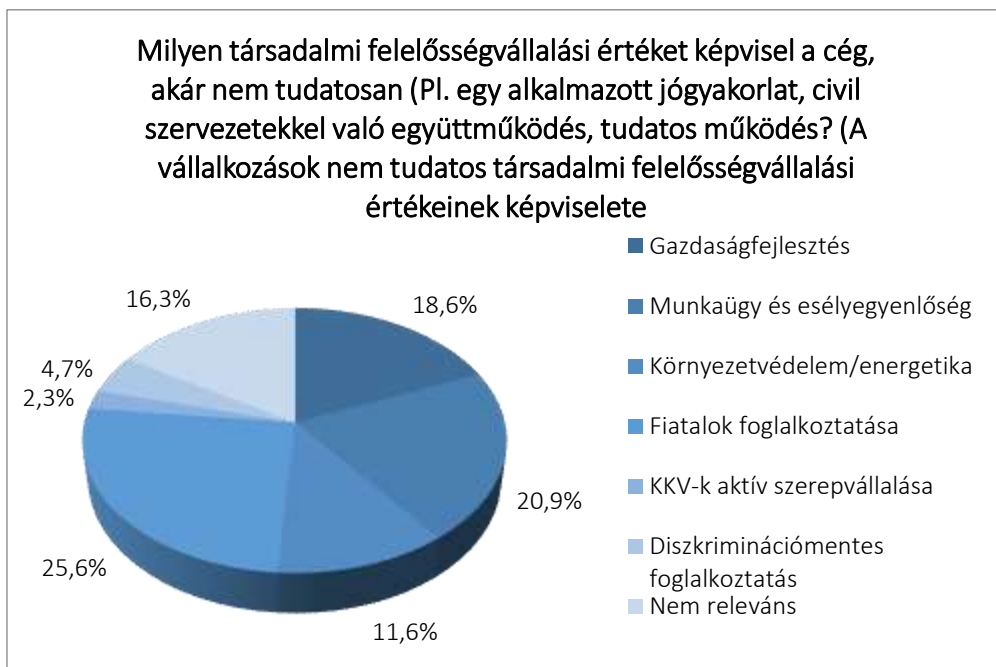
29. ábra: Pályázna-e finanszírozási lehetőségekre a CSR bevezetése érdekében? (A vállalkozások pályázási hajlandósága CSR bevezetésére vonatkozó finanszírozási lehetőségre)

A 30. ábrán a válaszadó cégek országos/régiós/megyei CSR tevékenységgel foglalkozó tájékoztató napon való részvételi hajlandóság látható. A 75 megkérdezett vállalatból 52 vállalat (72%) szívesen részt venne ezen a társadalmi felelősségvállalás gyakorlatát ismertető napon.



30. ábra: Szívesen részt venne-e országos/régiós/megyei CSR tevékenységekkel foglalkozó tájékoztató napon? (A vállalkozások országos/régiós/megyei CSR tevékenységekkel foglalkozó tájékoztató napon való részvételi hajlandósága)

31. ábra a válaszadó szervezetek nem tudatos CSR tevékenységéről nyújt információkat. A vállalkozások megosztottságát mutatja, hogy minden válaszkategóriában relatíve egyenletes megoszlási számmal jelennek meg a válaszadók. A legnagyobb arányt azonban a fiatalok foglalkoztatása képviseli a vállalkozások körében. Emellett pedig jelentős még a munkaügy és esélyegyenlőség témája.



31. ábra: Milyen társadalmi felelősségvállalási értéket képvisel a cég, akár nem tudatosan (Pl. egy alkalmazott jógyakorlat, civil szervezetekkel való együttműködés, tudatos működés)? (A vállalkozások nem tudatos társadalmi felelősségvállalásának értékei)

A 7. táblázatban felsorolt okok miatt érzik fontosnak a CSR-t a megkérdezett vállalkozások. 75 megkérdezett vállalkozásból 14 rendelkezett véleménnyel, a többi válaszadó kitöltetlenül hagyta a kérdést.

A 8. táblázat adataiból az derül ki, hogy minimális tapasztalatuk van a vállalkozásoknak az azonos területen működő cégek társadalmi felelősségvállalásáról. A megkérdezettek mindössze 10%-ának volt véleménye, tapasztalata a kérdésben.

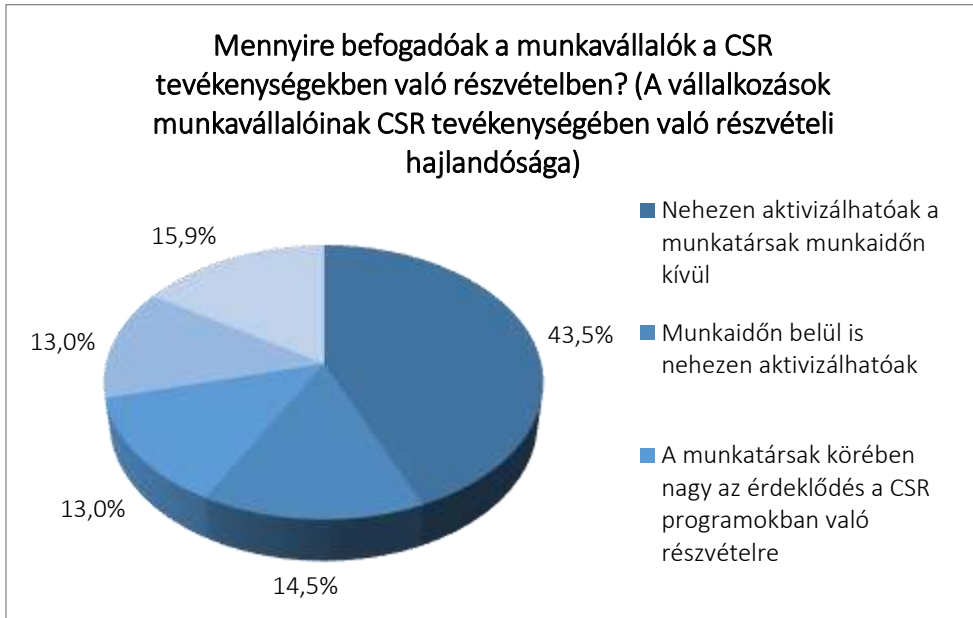
Miért érzik fontosnak a CSR-t?
Nonprofit, civil, közhasznú szervezetként szakmai tevékenységünk folytatásához esetleges további bevételi forrást jelentene, illetve azokat a cégeket is meg tudnánk így szólítani, akik tagként nem kívánnak csatlakozni az egyesületünkhöz.
A tudatos környezetvédelem minden ember részéről elengedhetetlen, így minden cég részéről is. Tevékenységi körünkben az ügyfelek kezelése alapvetően befolyásolja a eredményességet (pénzügyileg és a szolgáltatás hasznossága tekintetében is) Elengedhetetlen figyelni egyéni igényeinkre, hátrányos helyzet vagy akadályoztatás esetén a speciális feladatok magas ellátására.
A tulajdonosok is fontosnak tartják és a külföldi vevő partnereinknek is fontos szempontja a döntésük meghozatalakor.
Fenntarthatóság miatt.
A társadalmi és gazdasági környezetünk fenntarthatóságának alapja.
Segíti a közösségi tudatformálást.
Az ország/régió általános fejlődése érdekében kötelességünknek érezzük a bajba jutottakon és a hátrányos helyzetűeken a tőlünk telhető módon anyagi vagy eszközbeli, illetve önkéntes munkavállalással segíteni.
A társadalmi felelősségvállásért-magáért, adott esetben éppen mihez lehet hozzájárulni, segítséget nyújtani.
Mert előnyt jelenthet majd a pályázatoknál.
Fontosnak tartjuk a segítségnyújtást.
Mivel egy önként vállalt tevékenység, amit nem erőltetnek rá a cégekre, ha belefér a cég működésébe és gondolkozásába akkor élhet vele. Emellett tud segíteni másokon a cég ezzel.
A BT két személlyel "működik", nem a BT keretein belül, hanem egyénileg végzünk mindketten önkéntes munkát más más szervezetről.
Segíti a vállalat környezetének fejlődését, növeli a munkavállalók elkötelezettségét és a cég ismertségét.
A társadalmi és gazdasági környezetünk fenntarthatóságának alapja.

7. táblázat: Miért érzik fontosnak a CSR-t?

Mi a tapasztalata az ön vállalatának, a profil-azonos ágazatokban mennyire működik a CSR?
Nálunk sajnos nagyon minimális. Csak reménykedni tudunk hogy a külföldi tulajdonban lévő cégek ezt a kultúrát is hozták magukkal az anyavállalattól. Ezért is érdekelné minket, hogy hogyan lehetne őket profi módon megszólítani.
Számunkra ugyanúgy nem lehet eltekinteni ettől.
Alig, hiszen ebben az ágazatban a piaci szereplő is igen kevés.
Még nem elterjedt.
Vannak törekvések, de fontos lenne a tudatosítás, a szemléletformálás.
kulturális és művészeti területen kiválóan működik és szükségszerű.
Gyakori a nagy IT cégeknél.
Vannak törekvések, de fontos lenne a tudatosítás, a szemléletformálás.

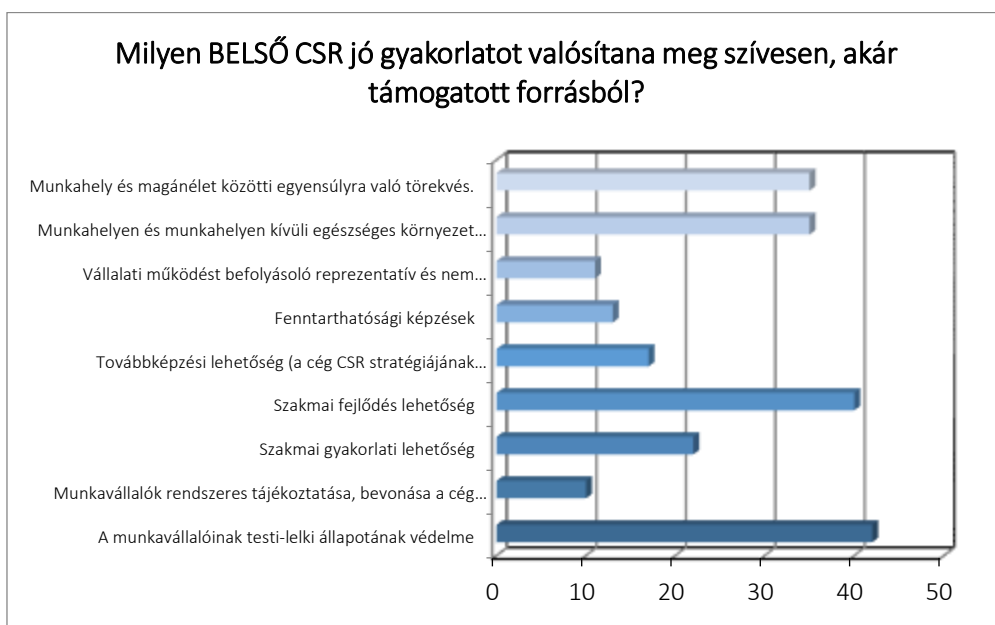
8. táblázat: Mi a tapasztalata az ön vállalatának, a profil-azonos ágazatokban mennyire működik a CSR?

A 32. ábra a megkérdezett vállalkozások munkavállalóinak CSR tevékenységekben való részvételi hajlandóságának eredményeit mutatja. A szervezetek 16%-a nem releváns, a többi cég úgy véli, hogy munkavállalói nehezen aktivizálhatók a CSR programok tekintetében, munkaidőn kívül.

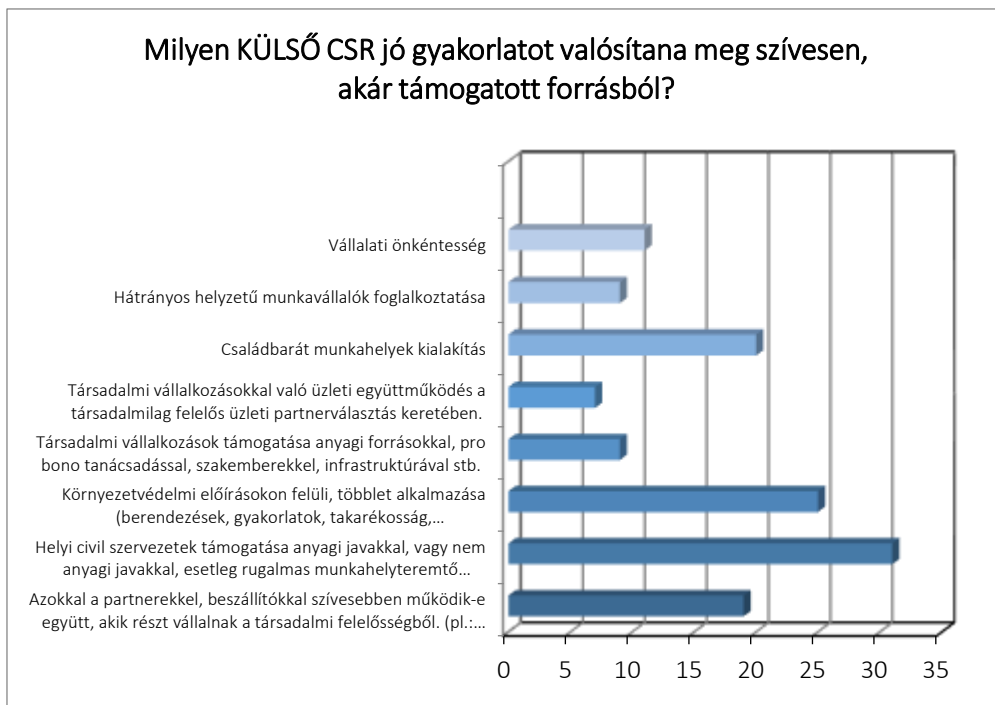


32. ábra: Mennyire befogadóak a munkavállalók a CSR tevékenységekben való részvételi hajlandósága? (A vállalkozások munkavállalóinak CSR tevékenységében való részvételi hajlandósága)

A 33-34. ábra a vállalkozások belső és külső CSR jó gyakorlatok megvalósításában való részvételének témakör szerinti bontását illusztrálja. A válaszadó szervezetek belső társadalmi felelősségvállalási jó gyakorlatot leginkább a munkavállalók testi-lelki állapotának védelme érdekében valósítanak meg (33. ábra). Emellett még a szakmai fejlődés lehetősége, a munkahely és magánélet összehangolása valamint a munkahelyen kívüli egészséges környezet megteremtése kap hangsúlyos szerepet. Legkevésbé választott témák a vállalati működését befolyásoló személyek valamint a munkavállalók bevonása a cég stratégiai tervezésébe. A külső CSR jó gyakorlatban a helyi civil szervezetek támogatása anyagi javakkal témakör jár az élen a vállalkozások körében, míg a második helyen, a környezetvédelem áll, a családbarát munkahelyek kialakítása pedig a harmadik helyre került. Legkevésbé a társadalmi vállalkozásokkal való üzleti együttműködés a társadalmilag felelős üzleti partnerválasztás keretében témát választanak külső CSR gyakorlatként a cégek.



33. ábra: Milyen BELSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból?



34. ábra: Milyen KÜLSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból?

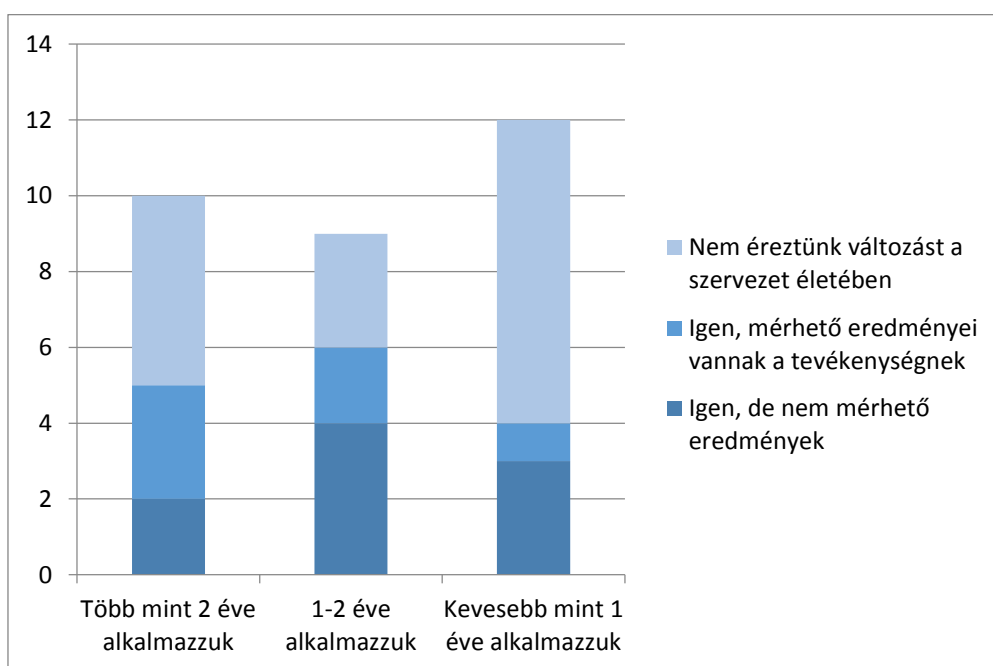
A 9. táblázatban látható, hogy a 75 megkérdezett cégből mindössze három cég jelölt meg olyan témát, melyeket szívesen megvalósítana.

Fentiekben nem felsorolt, egyéb jó gyakorlatok, melyeket szívesen valósítana meg, akár támogatott forrásból:
Hátrányos helyzetű településeken oktatást segítő jó gyakorlatok segítése, önkéntesekkel
Magának a CSR-nek a "népszerűsítése", saját élményű megtapasztalásának segítése
Sport management

9. táblázat: Fentiekben nem felsorolt, egyéb jó gyakorlatok, melyeket szívesen valósítana meg, akár támogatott forrásból

Összehasonlító elemzések

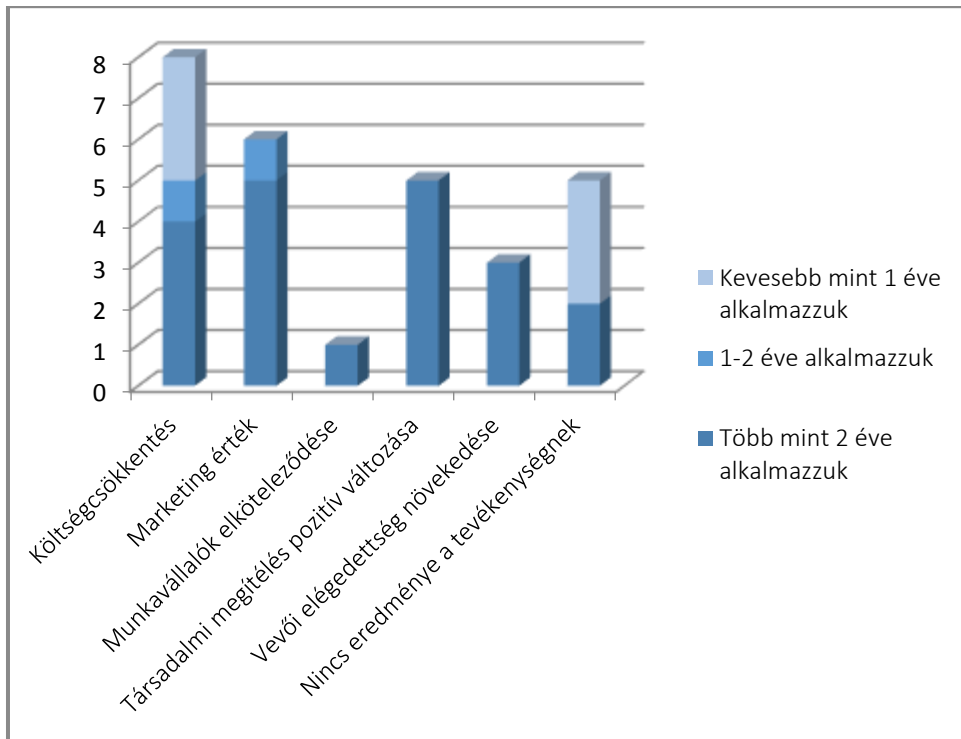
A 35. ábrán annak összefüggését keressük, hogy a CSR tevékenység folytatásának időtartama milyen hatással van a mérhető eredményekre. Az a 10 vállalat, mely hosszú távon alkalmazza a CSR stratégiát, több területen tud beszámolni mérhető eredményről, azonban 50%-os arányban nem éreztek változást a szervezet életében. A CSR stratégiát 1-2 éve alkalmazó kitöltők 66%-os hatékonyságról számoltak be, míg a stratégiát a közelmúltban alkalmazók között 25%-os hatékonysági fokot észlelünk.



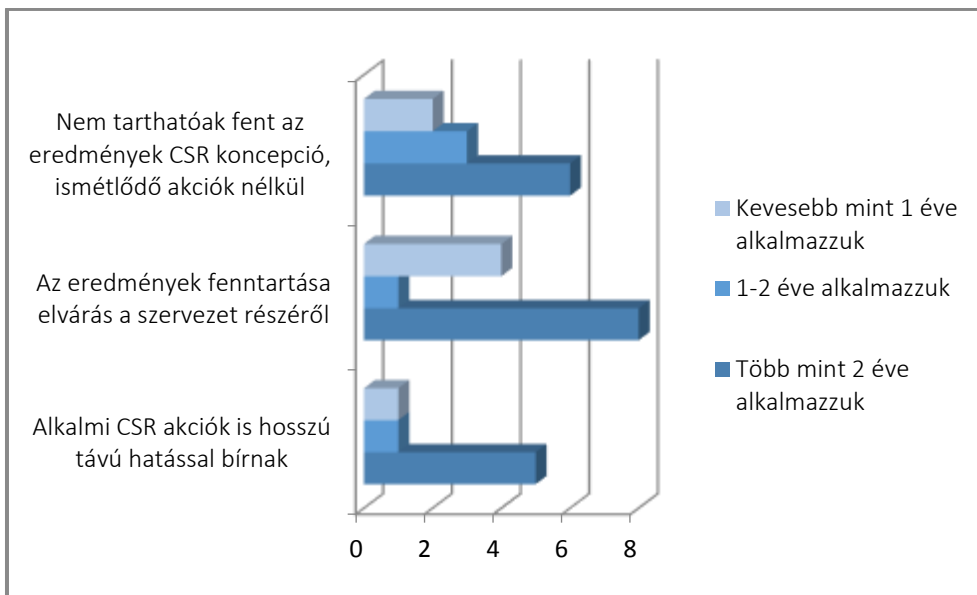
35. ábra: Mérhető változások a CSR tevékenységben eltelt idő függvényében

A 36. és 37. ábra a vállalatok társadalmi felelősségvállalással (CSR) kapcsolatos tevékenységének mérhető eredményeivel és azok fenntarthatóságával foglalkozik. A CSR tevékenységet régóta folytató válaszadó szervezeteknél egyértelműen kimutatható, hogy a legtöbb felsorolt területen mérhető eredményeket értek el. A másik két kitöltő csoport a költségcsökkentést említette meg, mint mérhető eredményt.

A CSR tevékenységet folytató szervezetek nagy része úgy gondolja, hogy az eredmények fenntarthatóságáért tenni kell, a folyamatok kidolgozottsága elengedhetetlen. Azoknál a cégeknél, ahol régóta zajlik CSR tevékenység, az alkalmi CSR akciók is hosszú távú eredményt hoznak, ellenben a stratégiát nem régóta alkalmazó vállalkozások nem jeleztek azonos értékeket.

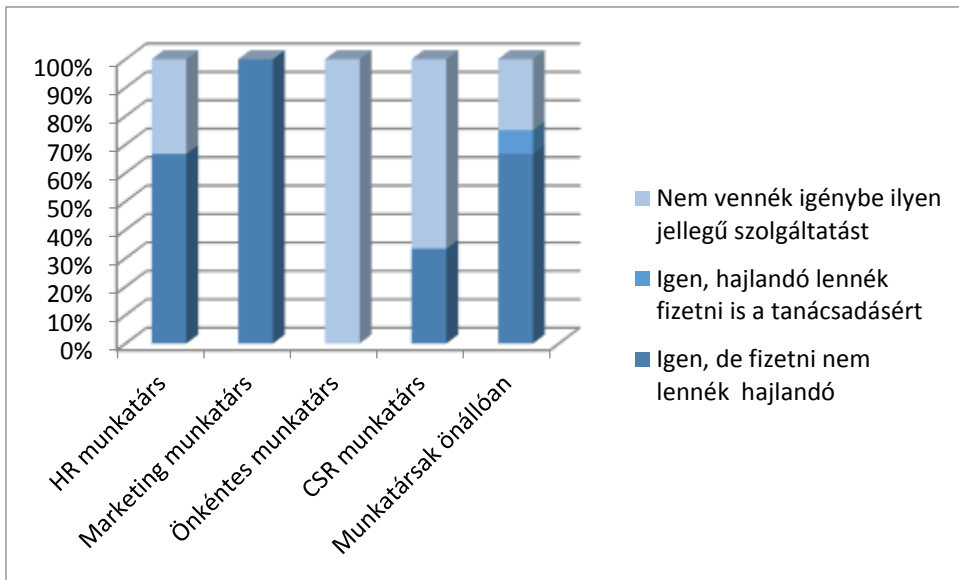


36. ábra: A vállalatok társadalmi felelősségvállalással (CSR) kapcsolatos tevékenységeinek mérhető eredményei az alkalmazás óta



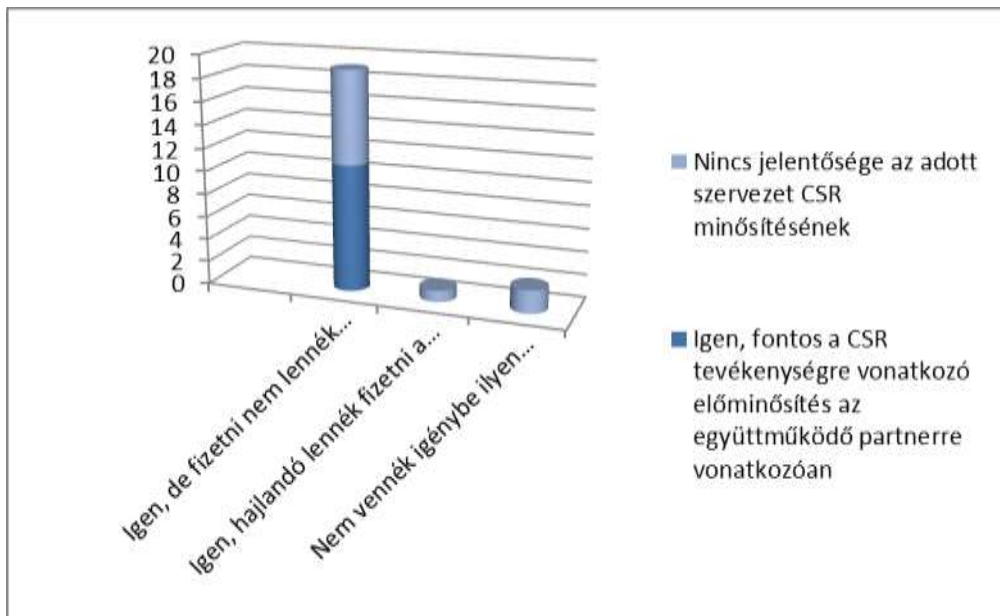
37. ábra: Az eredmények fenntarthatósága

A 38. ábra a megkérdezett vállalatok válaszainak azon eredményét mutatja, hogy milyen területen dolgozó munkatárs foglalkozik a szervezeten belüli CSR tevékenységgel illetve ezzel összefüggésben igényelnének-e CSR koncepció kialakítására CSR tanácsadást. Azon területek, ahol dedikált munkatárs foglalkozik a tevékenységgel, nagyon alacsony az igény tanácsadásra, azonban azok a vállalatok, ahol nem bíznak meg senkit a tevékenységgel, hanem a munkatársak önállóan szervezik a CSR programok megvalósítását, 75%-os arányt mutatnak a tanácsadás igénybevételére, 66%-uk azonban nem lenne hajlandó fizetni érte.



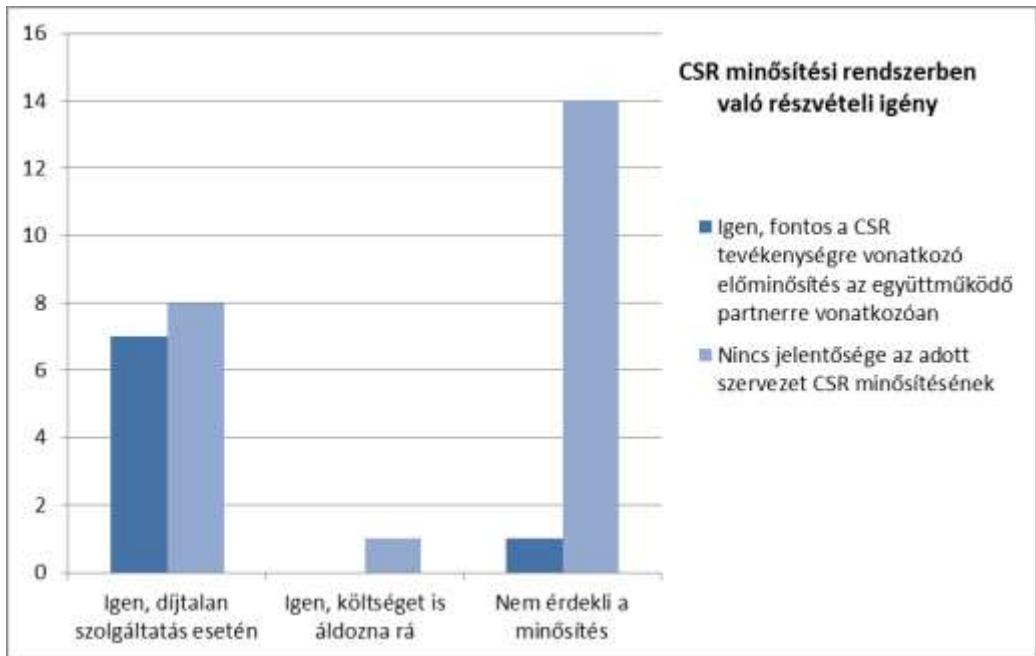
38. ábra: Milyen területen dolgozó munkatárs foglalkozik a szervezeten belüli CSR tevékenységgel, illetve igényelnének-e CSR koncepció kialakítására tanácsadást?

A 39. ábra a társadalmi vállalkozásként működő válaszadó cégek igényét mutatja be CSR tevékenységük megvalósításához a forprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatásra. A megkérdezett vállalkozások közül 19 cég venné igénybe a partnerkeresési szolgáltatást, de jelentős részük fizetni nem lenne hajlandó a szolgáltatásért. Ez az összes kitöltés 25%-a. Közülük 11 cég szerint fontos, az együttműködő cég CSR tevékenységének előminősítése, 8 cég szerint pedig nincs jelentősége az együttműködő cég minősítésének. A kitöltők közül összesen 2 cég utasítaná vissza a szolgáltatást, véleményük szerint nincs jelentősége a cégek CSR minősítésének.



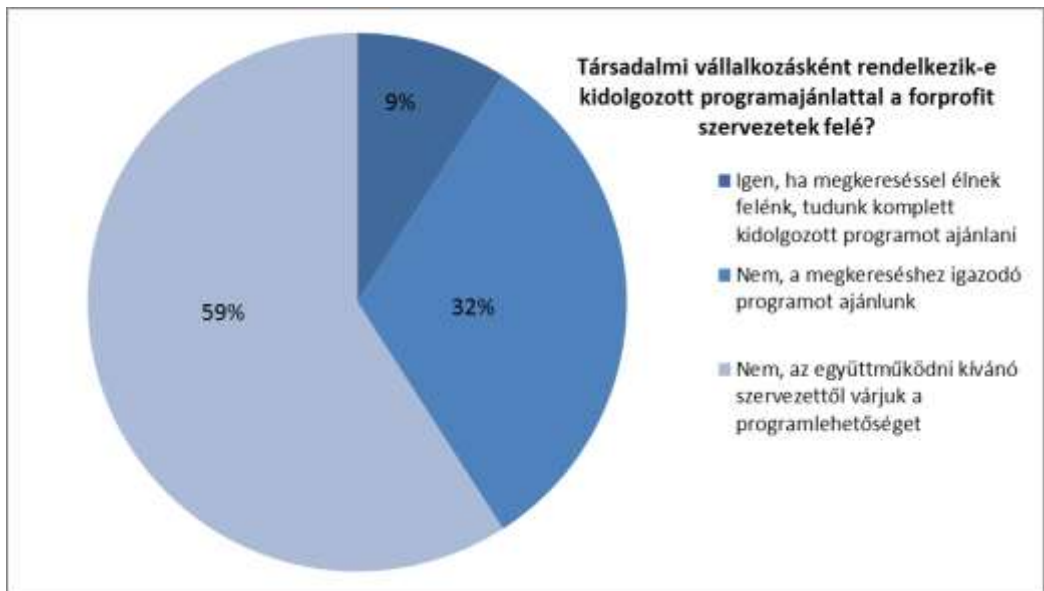
39. ábra: Társadalmi vállalkozásként igénybe venne-e forprofit szervezetekkel partnerkeresési szolgáltatást?

A 40. ábra a megkérdezett forprofit vállalkozások azon igényét mutatja be, hogy mennyire fontos számukra az előminősített partnerekkel történő együttműködés illetve ők maguk részt vennének-e CSR minősítésben. A válaszadó cégek 55%-a, díjtalan szolgáltatás esetén részt venne minősítésben, azonban ezen szervezeteknek csak a fele tartja fontosnak a partnercég minősítését.



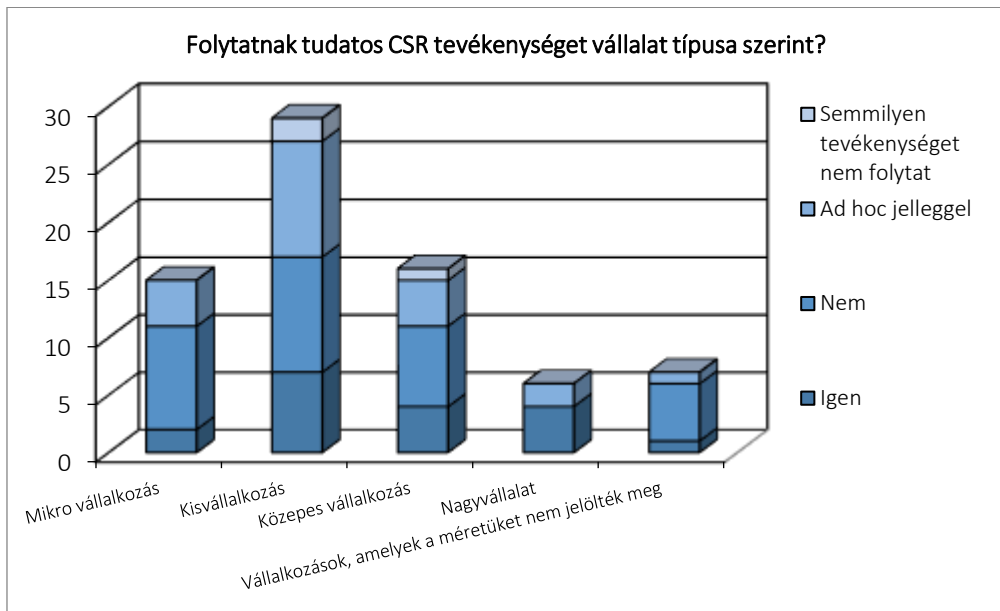
40. ábra: CSR minősítési rendszerben való részvételi igény és együttműködési hajlandóság minősített szervezetekkel

A 41. ábra a megkérdezett szervezetek válaszainak eredményét mutatja, rendelkeznek-e kidolgozott programajánlattal a forprofit szervezetekkel való együttműködésük kapcsán. A vállalkozások legnagyobb része, mintegy 59%-a nem rendelkezik programajánlattal, az együttműködő partnertől várja a programlehetőséget. 2 cég, összesen 9 % rendelkezik komplett, kidolgozott ajánlattal, és 32% a konkrét megkereséshez igazodó programlehetőséget készít.

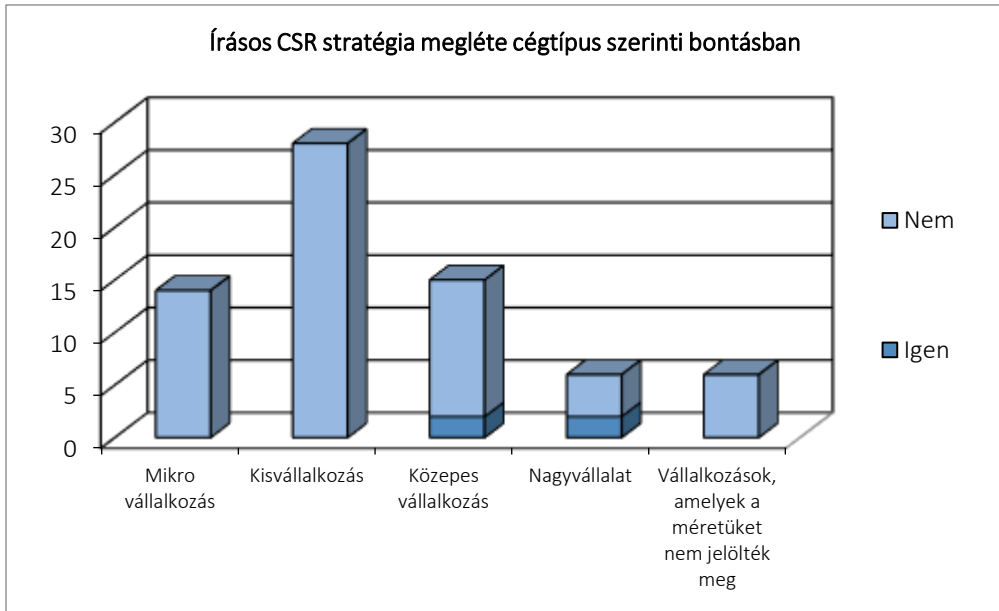


41. ábra: Társadalmi vállalkozásként rendelkeznek-e kidolgozott programajánlattal a forprofit cégek felé?

Az 42-43. ábra az egyes vállalat típusokat mutatja aszerint, hogy folytatnak-e tudatos CSR tevékenységet (62. ábra), és rendelkeznek-e valamilyen írásos CSR stratégiával (63. ábra). Legkevesebben azon vállalkozások (3 db) vannak, akik semmilyen CSR-rel kapcsolatos tevékenységet nem folytatnak. A tudatos CSR tevékenységet folytató (24%), valamint az ad hoc jelleggel CSR tevékenységet végző (28%) cégek közel azonos aránnyal rendelkeznek, kicsivel több, mint a felét adva az összes megkérdezettnek. Legnagyobb arányban a tudatos CSR tevékenységet nem végzők vannak, ami a válaszadók 41,3%-át jelenti. Az egyes cégtípusokon belül hasonló megoszlásokat figyelhetünk meg: mindenhol a legmagasabb értéket a nemleges válaszok aránya érte el, míg az igent és az ad hoc jellegűt közel azonos számban választották. Kivételt a nagyvállalatok képeznek, ahol mindegyik vállalat folytat valamilyen CSR tevékenységet. A 63. ábra az írásos CSR stratégia meglétét ábrázolja. Összesen 4 darab vállalat rendelkezik ilyen típusú dokumentummal, ebből 2 közép- és 2 nagyvállalat. Ez a megkérdezettek csupán kb. 5%-a.

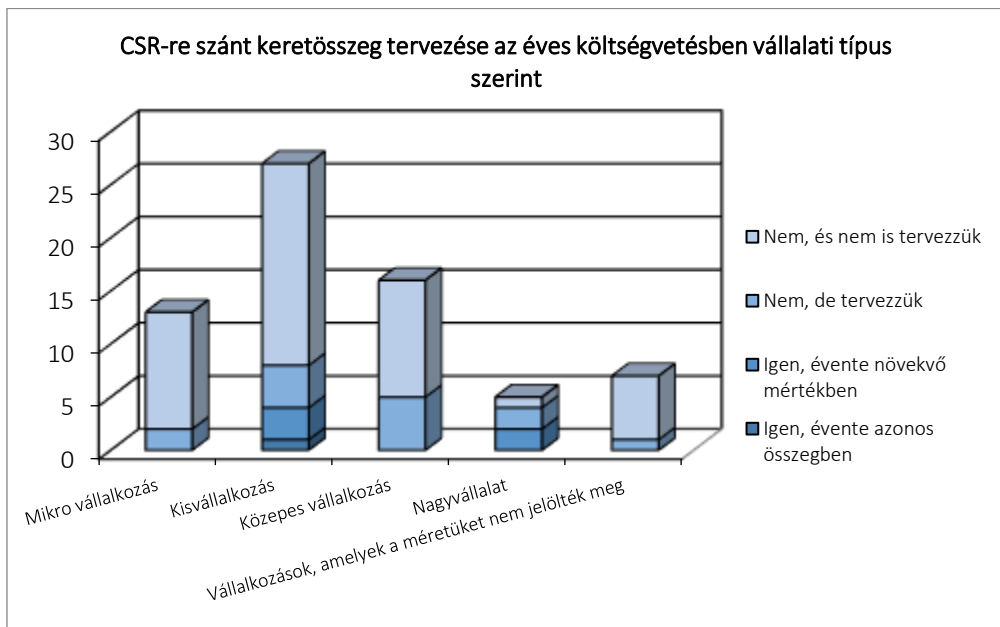


42. ábra: Folytatnak tudatos CSR tevékenységet vállalat típusa szerint?



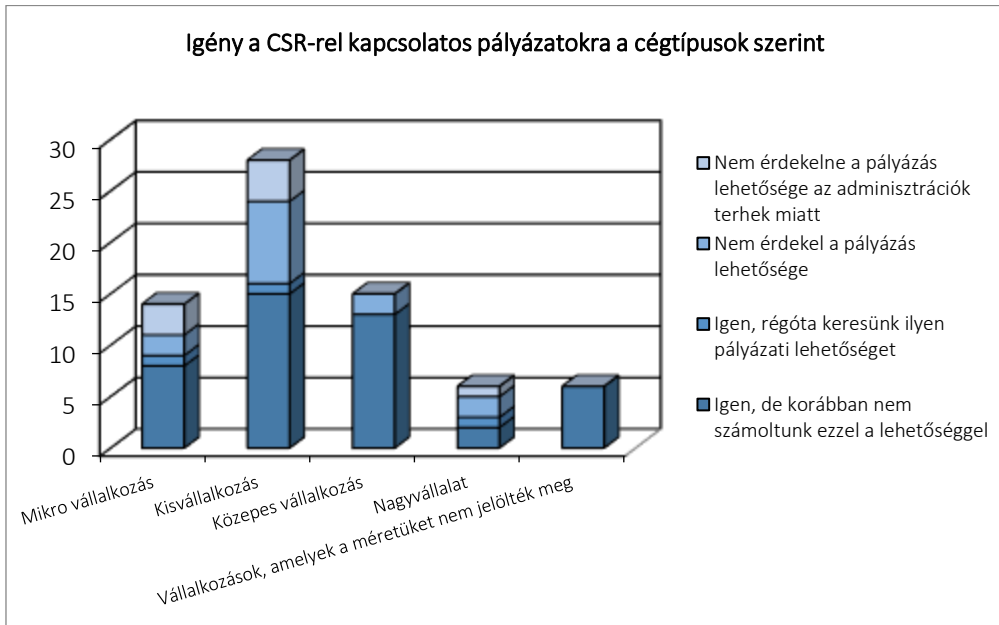
43. ábra: Írásos CSR stratégia megléte cégtípus szerinti bontásban

A 44. ábra az egyes cégtípusokat illusztrálja a költségvetésben megjelenő, CSR-re fordítandó keretösszeg léte szerint. A nagyvállalatok kivételével minden más cégtípusnál nem terveznek külön keretösszeget meghatározni a vállalati társadalmi felelősségvállalásra. Ez a megkérdezett vállalkozások közel kétharmadát jelenti (64%). A válaszadóknak mindössze 8%-a – ennek kétharmada kisvállalkozás – fordít valamilyen összeget CSR-e. Ugyanakkor közel ötöde különítene el forrásokat erre a célra a jövőben. Ez minden cégtípusnál a válaszadók harmadát jelenti.



44. ábra: CSR-re szánt keretösszeg tervezése az éves költségvetésben vállalati típus szerint

A 45. ábra az egyes cégtípusok CSR-rel kapcsolatos pályázati igényét szemlélteti. Minden vállalatnál a legnagyobb kategóriát azon vállalkozások adják, akik igénylik a CSR-rel kapcsolatos pályázási lehetőséget (a válaszadók közel 60%-a). Emellett ugyanakkor a válaszadók második nagy csoportját – amely a vállalkozások ötöde –, nem érdekli az ilyenfajta pályázásnak a lehetősége. Az egyes cégtípusokon belül is ugyanezek a tendenciák rajzolódnak ki: az érdeklődők, vannak a legnagyobb arányban.



45. ábra: Igény a CSR-rel kapcsolatos pályázatokra a cégtípusok szerint

Az 10. táblázat az egyes vállalat típusok belső CSR jó gyakorlat megvalósítására irányuló kérdések válaszösszesítését tartalmazza. A százalékos értékek azt mutatják, hogy az egyes cégtípuson belül az adott kategóriát, milyen arányban választották. A táblázatból kitűnik, hogy három vállalati formánál (mikro-, közép- és nagyvállalkozás) is a cégek legnagyobb arányban a szakmai fejlődés lehetőségére vonatkozóan végeznének CSR jó gyakorlatot. Ez az arányérték mind a három vállalati típusnál több mint 50%-os válaszeredményt mutat, a nagyvállalatoknál pedig eléri a kétharmados részarányt. Ugyanakkor a kisvállalkozások közel háromnegyede (72,4%) a munkavállalóinak testi-lelki állapotának védelmében valósítanak meg valamilyen CSR gyakorlatot. Emellett nagyobb arányértékkel (58,8%) jelenik meg a munkahelyen és munkahelyen kívüli egészséges környezet megteremtésére irányuló CSR jó gyakorlat véghezvitele. Továbbá e kategóriát választották legnagyobb arányban (62,5%) azok a cégek, amelyek nem adták meg, mely vállalati formába tartoznak. A több válaszmegjelölés miatt a vállalat típusok soronkénti aránya több lesz, mint 100%.

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Mikrovállalkozás	46,7%	20,0%	26,7%	53,3%	13,3%	20,0%	6,7%	46,7%	33,3%
Kisvállalkozás	72,4%	17,2%	31,0%	51,7%	17,2%	17,2%	17,2%	58,6%	51,7%
Közepes vállalkozás	47,1%	11,8%	35,3%	58,8%	41,2%	11,8%	17,6%	17,6%	47,1%
Nagyvállalkozás	33,3%	0,0%	33,3%	66,7%	33,3%	0,0%	16,7%	50,0%	50,0%
Vállalkozások, amelyek a méretüket nem jelölték meg	50,0%	0,0%	12,5%	37,5%	12,5%	37,5%	12,5%	62,5%	50,0%

10. táblázat: Milyen BELSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból? (cégtípus szerint)

1. A munkavállalóinak testi-lelki állapotának védelme
2. Munkavállalók rendszeres tájékoztatása, bevonása a cég stratégiai tervezésébe
3. Szakmai gyakorlati lehetőség
4. Szakmai fejlődés lehetőség

5. Továbbképzési lehetőség (a cég CSR stratégiájának továbbadása munkavállaló felé, rendszeres vagy ad hoc jellegű képzések melynek célja a szemlélet- értékrend változtatása)
6. Fenntarthatósági képzések
7. Vállalati működést befolyásoló reprezentatív és nem reprezentatív személyek, partnerek szükségleteinek, érdekeinek figyelembevétele a saját működés érdekében, illetve a közös érdekek érvényesítésére (pl.: tapasztalatcserék, jógyakorlatcserék, kiegészítések)
8. Munkahelyen és munkahelyen kívüli egészséges környezet megteremtése
9. Munkahely és magánélet közötti egyensúlyra való törekvés.

A 11. táblázat a külső CSR jó gyakorlat létrehozására vonatkozó kérdések válaszeredményeit prezentálja. A százalékos értékek – ahogy azt az 10. táblázatnál is láthatjuk – az egyes cégtípuson belüli, adott kategóriára közölt válaszarányait mutatja. A külső CSR jó gyakorlat megvalósítására irányuló kérdéseknél is három vállalati típus (mikro- és nagyvállalkozás, valamint a vállalati méretet nem megadó) együttmozgása figyelhető meg: e három cégtípus legnagyobb arányban a „Helyi civil szervezetek támogatása anyagi javakkal” kategóriát jelölte meg, mint olyan külső CSR jó gyakorlat, amelyet szívesen megvalósítana. Mind a három vállalati formánál több mint 50%-os a szavazati arány, a vállalati méretet nem megadóknál majdnem eléri a kétharmados értéket (62,5%). Ezzel szemben a középvállalkozások, valamint a kisvállalkozások e témakörben jobban megosztottak. Ez utóbbi a leginkább, ugyanis a kisvállalkozások legmagasabb arányértéke a környezetvédelmi előírásokon felüli többlet alkalmazásánál jelenik meg, 37,9%-kal. Ez az érték azonban nem emelkedik ki túlságosan a többi kategória válaszarányából. A középvállalkozásoknál is jobban megoszlanak válaszarányok, mégis kiemelkedik a családbarát helyek kialakításának ötlete e vállalati formának közel fele (47,1%) megvalósítaná. A több válaszmegjelölés miatt a vállalattípusok soronkénti aránya több lesz, mint 100%.

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Mikrovállalkozás	6,7%	53,3%	26,7%	13,3%	6,7%	13,3%	13,3%	6,7%
Kisvállalkozás	34,5%	34,5%	37,9%	10,3%	3,4%	27,6%	10,3%	3,4%
Közepes vállalkozás	35,3%	29,4%	23,5%	11,8%	5,9%	47,1%	17,6%	29,4%
Nagyvállalkozás	16,7%	50,0%	33,3%	16,7%	33,3%	0,0%	16,7%	33,3%
Vállalkozások, amelyek a méretüket nem jelölték meg	12,5%	62,5%	50,0%	12,5%	25,0%	25,0%	0,0%	25,0%

11. táblázat: Milyen KÜLSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból? (cégtípus szerint)

1. Azokkal a partnerekkel, beszállítókkal szívesebben működik-e együtt, akik részt vállalnak a társadalmi felelősségből. (pl.: diszkriminációmentes környezetet, egészséges és biztonságos környezetet biztosít a munkatársainak és ezen elvek mentén működik)
2. Helyi civil szervezetek támogatása anyagi javakkal, vagy nem anyagi javakkal, esetleg rugalmas munkahelyteremtő pozíció felvétele (esélyegyenlőség)
3. Környezetvédelmi előírásokon felüli többlet alkalmazása (berendezések, gyakorlatok, takarékoság, hulladékgazdálkodás)
4. Társadalmi vállalkozások támogatása anyagi forrásokkal, pro bono tanácsadással, szakemberekkel, infrastruktúrával stb.
5. Társadalmi vállalkozásokkal való üzleti együttműködés a társadalmilag felelős üzleti partnerválasztás keretében.
6. Családbarát munkahelyek kialakítás
7. Hátrányos helyzetűek munkavállalók foglalkoztatása
8. Vállalati önkéntesség

A kutatás eredményeinek összefoglalása:

- a CSR fogalmáról, tartalmáról még mindig kevés cégnek van mélyebb ismerete,
- akik ismerik a CSR tartalmát, a legtöbb esetben ad hoc jelleggel alkalmazzák működésük során,
- elsősorban a belső vállalati érdekek dominálnak, és nagyon kis arányban, vagy nem jelennek meg a külső érdekek,
- partneri együttműködések esetleges, következtelen, vagy teljes hiánya,
- a cégek nem, vagy kis arányban rendelkeznek elkülönített, CSR-tevékenységre fordítható összegekkel,
- nem jellemző cégeken belül a CSR- tevékenységekért felelős munkatársa, esetleg önálló osztály,
- a megszondázott vállalkozások nagy része (közel háromnegyede) igénybe venne CSR tevékenységek megvalósítására vonatkozó tanácsadást, de jelentős részük a szolgáltatásért fizetni nem lenne hajlandó,
- kutatásban részt vevő szervezetek többségét a munkaidő szervezés, a munkavállalói/vállalati önkéntesség, valamint a családbarát munkahelyek kialakításával kapcsolatos CSR rendezvényekkel lehet megszólítani,
- a megkérdezettek kis százaléka fizetni is hajlandó lenne egy napos, CSR-ral kapcsolatos képzésen való részvételért, illetve több, mint kétharmaduk szívesen venne részt CSR tevékenységekkel foglalkozó tájékoztató napokon,
- a vállalkozások legnagyobb része (74,6%) érdekelt olyan CSR projektleírások elérésben, amelyek adaptálhatóak lennének szervezetére,
- a megkérdezett forprofit vállalkozások közel 40 %-a igénybe venne díjmentes, nonprofit szervezetekkel történő CSR együttműködések

kialakítására vonatkozó szolgáltatást, míg a válaszadó társadalmi vállalkozások 37%-a venné igénybe a forprofit cégekkel való CSR partnerségi kooperáció lehetőségét,

- a vállalkozások kétharmada érdeklődik CSR bevezetésére vonatkozó pályázati lehetőségek iránt.

A kapott válaszokat összegezve röviden megállapíthatjuk, hogy leginkább környezeti, és kisebb arányban társadalmi célú tevékenységek jellemzőek az aktív CSR politikát folytató cégeknél: környezetvédelmi szempontok, hulladékhasznosítás, egészségmegőrzés, képzések, ifjú tehetségek támogatása, stb. Dominánsan jelen vannak belső CSR célok is, melyeknél a dolgozók kerülnek fókuszba, ezért népszerű például a rugalmas munkahelyek kialakítása és gyakorlati megvalósítása, közérzetjavító megoldások a hosszú távú eredményesség, teljesítőképesség növelése érdekében. A kérdőíves kutatás eredményeinek ismertetésénél látható, hogy jelenleg is a belső CSR célok a „népszerűbbek” a cégek körében.

V. Beszállítói rendszer kialakításának lehetséges módozatai

Ha az a cél, hogy a társadalmi vállalkozások beszállítói legyenek a forprofit szektornak és a közszférának, akkor annak mindenképpen egy egységes, minden szektor által elfogadott beszállítói minősítési rendszer a feltétele.

Fontos hangsúlyozni, hogy nem azért kell adni a társadalmi vállalkozásoknak a munkát, mert a szervezetek jótékonykodni akarnak, hanem azért, mert ha mindegy, hogy kitől szerzi be a terméket, vagy szolgáltatást az adott szervezet, hiszen a gazdaság minden szereplője, így a társadalmi vállalkozások is ugyanannak a kritériumnak felelnek meg, akkor élhetünk az előnyben részesítéssel, vagy pozitív diszkriminációval a beszerzések kapcsán. Azaz a társadalmi felelősségvállalás érdekében a társadalmi vállalkozásokat lehet előnyben részesíteni. De ki kell hangsúlyozni, hogy nem adományként, jótékonykodásból kerül erre sor, hanem valós gazdasági érdekből.

A hagyományos szállítóértékelési módszereket, ha megnézzük, azt tapasztaljuk, hogy a jó beszállító meghatározásának fontosabb szempontjai:

- a konzisztens minőség,
- a pontos szállítás (időbeli, mennyiségbeli),
- a megfelelő ár,
- a stabil háttér,
- a jó háttérszolgáltatások,
- a megbízhatóság,
- a pontos információ.

Ha ezeket végig nézzük a társadalmi vállalkozások kapcsán, akkor azt látjuk, hogy csupán egy területtel, a stabil háttér hátérrel lehet a gond. Hiszen ezen társadalmi vállalkozásokra sajnos gyakran igaz az, hogy a gazdasági kiszámíthatóságuk nem biztos, pályázatokból élnek, és ha a támogatási időszaknak vége, akkor gyakran gondot okoz a pénzügyi fenntarthatóság. De pont ezt támogatná, ha biztos és kiszámítható megrendelések lennének.

Ezen társadalmi vállalkozásoknak a szervezeti filozófiáikból adódóan akár „olcsóbbnak” is kellene lenniük, hogy a forprofit versenytársak, hiszen gyakran hátrányos helyzetűeket foglalkoztatnak támogatásokkal, vagy pályázati forrásból szereznek be a termeléshez eszközöket.

De milyen beszállítói rendszert lehet elképzelni?

A hagyományos beszállítói eljárás, amely a legegyszerűbb módszer a fent felsorolt szempontok összevetésére a kategorikus eljárás. Ennek egy nagyon leegyszerűsített példáját mutatja be az alábbi ábra.

12. táblázat *Beszállítói adatlap*

Beszállítási adatlap			
Beszállító neve:	Termék:	Beszállítás dátuma:	
Jellemzők	Gyenge	Megfelelő	Kiváló
Minőség		X	
Időbeli szállítás			
Mennyiségi pontosság			
Ár		X	
Stabil háttér			
Háttérszolgáltatások		X	
stb.			X

Forrás: Esse Bálint: A beszállító-kiválasztási döntés szempontjai. BCE. Budapest. alapján saját szerkesztés

<http://edok.lib.uni-corvinus.hu/278/1/Esse90.pdf>

De természetesen az egyes szempontok nem biztos egyformán fontosak, azaz lehet ezeket súlyozni. Ez lehet egy másik módszer, amikor súlyozott pontrendszert alkalmazunk. A súlyozott pontrendszeres szállítóértékelési mód meghatározza azokat a fő szempontokat, amelyekhez súlyokat rendelnek a vevő céljainak fontossága alapján (például: ár 40%, minőség 25%, időbeli szállítás 25% és a stabil háttér 10%). Ha két azonos terméket beszállítóról a következő információk állnak rendelkezésre, akkor a súlyozott értékek alapján döntünk. Ez azt jelenti, hogy a szállítók által nyújtott összteljesítmény kiszámításához a százalékos formában kiszámolt teljesítéseket beszorozzuk a súlyokkal és összesítjük azokat.

De ha a statisztikai módszereket elővesszük, akkor lehet természetesen több módszert is előhívni. De itt nem ez a cél, hanem az, hogy hogyan lehet a társadalmi felelősségvállalást valahogy belevinni a szállítói értékelésbe. Csak akkor lehet, ha a szállítókat tudjuk objektíven mérni ebből a szempontból, azaz van egy minősítési rendszer, egy sztenderd, amely erre objektív adatot ad. A legegyszerűbb, ha egy háromfokozatú minősítési rendszert alakítunk ki, lásd a tanulmány korábbi fejezete és ezt hozzuk a beszállítói rendszer minősítésébe. És ekkor megjelenhet egy objektív elemként a CSR, mint hard elem, azaz csak olyan szervezettől lehet beszerezni bármit is a piacon, aki rendelkezik a CSR valamelyik fokozatával (lásd korábbi fejezet):

1. CSR-központú szervezetek.
2. CSR-orientált szervezetek.
3. CSR semleges szervezetek.

Ha a különböző CSR fokozatnak más-más értéket, vagy súlyt adunk, akkor ezeket lehet objektív kritériumnak, vagy beszállítói jellemzőinek tekinteni és lehet ezzel bármilyen módszert is alkalmazunk, számolni. De a lényeg a hard jellemző elfogadásán van. Már látjuk több kiírt oktatási-képzési pályázatokban azt, hogy ott hard elemként megjelenik az az elvárás, hogy a projekt keretében megvalósítani kívánt bármely oktatási-, képzési- és tréning kizárólag a Felnőttképzési Akkreditáló Testület (FAT) által akkreditált képző intézménytől vehető igénybe. A CSR tekintetében is ilyen kritériumot kellene meghatározni, hogy ne lehessen olyan beszállító, aki CSR tekintetében legalább nem CSR semleges szervezet.

Ezt a követelményt a közszférában lehetne a leghamarabb és leghatékonyabban bevezetni, hiszen erre van jogszabályi ráhatása a kormányzatnak, de a versenyszektorban is el lehetne érni valamilyen anyagi támogatáshoz való jutás kapcsán, vagy adókedvezményt, vagy egyéb más ösztönzőt hozzátéve, pl. ha társadalmi vállalkozástól szerez be társadalmi vállalkozás által termelt árut, vagy általa nyújtott szolgáltatást, akkor ÁFA-kedvezményben részesül, stb. Persze lehet onnan is motiválni a szervezeteket, mint amit a munkáltató rehabilitációs hozzájárulás fizetése kapcsán tesz az állam, hogy azt mondja, hogy bevezeti a CSR-hozzájárulást és a munkáltató köteles azt megfizetni, ha az általa foglalkoztatottak létszáma a 25 főt meghaladja, és a CSR szempontú minősítése nem éri el legalább a CSR semleges minősítést.

A TÁMOP 2.6.2. pályázati kiírás célja az volt, hogy a munkaerő-piaci szolgáltatást nyújtó civil szervezetek kapacitásának megerősítse. A konstrukció célja továbbá, hogy a kidolgozott sztenderdeknek megfelelően fejlődjenek a munkaerő-piaci szolgáltatók munkatársainak készségei; fejlődjön a munkaerő-piaci szolgáltatók szervezeti kultúrája, átlátható, transzparens protokollok alapján biztosítsák szolgáltatásuk minőségét, hatékonyságát, és az ügyfelek útját szervezetüknél; az egyes munkaerő-piaci szolgáltatóknál a TÁMOP-2.6.1-es kiemelt projekt keretében kidolgozott sztenderdeknek megfelelően kerüljenek kialakításra a szolgáltatások.

Jogi személyiségű nonprofit szervezetek és jogi személyiség nélküli nonprofit szervezetek pályázhattak. A munkaerő-piaci szolgáltatások referencia tanúsítása történt meg a pályázóknál, amit az OFA adott ki. A referencia kiadás célja és jövőképe úgy volt megfogalmazva, hogy a minősítési folyamat célja a 2.6.2. projektben részt vevő szervezet hitelesítése és a szolgáltatói (szakmai és szervezeti) képességük fejlesztését megalapozó értékelés elvégzése. A referencia célja a minőségi tanúsítvány megszerzését követően visszajelzést adni arról, hogy a munkaerő-piaci szolgáltató szervezet és a szervezet szolgáltatása(i) mennyiben felel(nek) meg a TÁMOP-2.6.1. sz. projekt keretében kidolgozott szolgáltatás sztenderdeknek. A referencia az adott időpontban meglévő helyzetet, a szervezet és

a szolgáltatás pillanatnyi megfelelőségét rögzíti, és javaslatot fogalmazhat meg a továbbfejlesztés irányaira, tartalmára vonatkozóan.

A hitelesítés és értékelés eredményei alapot szolgáltatnak

- a. a 2.6.2. pályázat sikeres lezárásának igazolására
- b. a szolgáltatók fejlesztését támogató pályázati kiírások tartalmának és irányainak meghatározására,
- c. a szolgáltatók saját belső fejlesztési tervének kialakítására.

A pályázati útmutató és a referencia tanúsítás elvárásainak megfeleltetése

13. táblázat CSR tanúsíttatás megfeleltetése

PÁLYÁZATI ELVÁRÁSOK	MINŐSÍTÉSI/TANÚSÍTÁSI ELVÁRÁSOK
<p>I.Cél: a társadalmi vállalkozások CSR minősítési/tanúsítási rendszerének kialakítása révén minél szélesebb körben való bevonása a beszállítói piacra.</p> <p>A támogatás a szervezetek belső kapacitásainak erősítésével, a CSR szervezeti kultúra kialakításával és fejlesztésével az érintett szervezetek társadalmi felelősségvállalásának erősítése révén alkalmassá tenni ezen szervezeteket a beszállói piacon való részvételre.</p>	<p>A tanúsítási eljárás során a szakértő vizsgálja a CSR szervezeti kultúra és a szervezeti CSR minősítési/tanúsítási rendszerét annak érdekében, hogy a jövőben a szervezet részt vegyen a beszállítói piacon.</p>
<p>A támogatás további célja, hogy</p> <ul style="list-style-type: none"> • a kidolgozott sztenderdeknek megfelelően fejlődjenek a társadalmi vállalkozások munkatársainak CSR készségei; • fejlődjön a CSR tevékenységek szervezeti kultúrája, átlátható, transzparens protokollok, minősítések alapján biztosítsák szolgáltatásuk minőségét, hatékonyságát, és a CSR eredményeiknek transzparenciáját, • a társadalmi vállalkozások CSR-tevékenységeinek beazonosítása és mérése a kidolgozott sztenderdeknek/minősítéseknek megfelelően kerüljenek kialakításra. 	<p>A tanúsítás során a szakértő vizsgálja, hogy:</p> <ul style="list-style-type: none"> • a projekt során kialakított sztenderdeknek megfelelően mennyire biztosítja a szervezet kiegyensúlyozott, CSR-orientált működését. • mennyire fejlődnek a CSR tevékenységek, milyen a szervezet CSR-transzparenciája, mennyire épül be a CSR szemlélet a szervezet mindennapi életébe. • a bevezetett CSR-tevékenységek mennyire felelnek meg a CSR minősítési/tanúsítási rendszernek.
<p>II. Pályázók köre:</p> <p>Támogatásra azok a társadalmi vállalkozások jogosultak, melyek alapító okirata, társasági szerződése, alapszabálya társadalmi felelősségvállalást, vagy helyi igények kielégítését (ezzel egyenértékű) tevékenységet tartalmaz.</p>	<p>A szakértő vizsgálja, hogy a pályázati projekt megfelel-e a pályázati kiírásnak a fejlesztés helyszínét (konvergencia régió) és a fejlesztés tartalmát illetően (az alapító okirat tartalmazza-e az elvárt tevékenységeket)</p>

<p>III. Tevékenységek: Kötelezően megvalósítandó tevékenységek</p> <p>A kötelezően megvalósítandó tevékenységek, felmérni és értékelni az alábbi szervezetnél megvalósuló CSR-tevékenységeket:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vállalati kormányzás (irányítás és vezetés) 2. Részvétel a helyi közösség életében (Politika és stratégia) 3. Felelős foglalkoztatás 4. Partnerkapcsolatok 5. Környezet védelme 6. Tisztességes működés (Folyamatok) 7. Eredmények és azok transzparenciája 	<p>A szakértők vizsgálják</p> <ul style="list-style-type: none"> • a kidolgozott CSR-rendszer (CSR-stratégia és terv) kitér-e kötelező CSR-tevékenységek mindegyikére.
<p>IV. A minősítés/tanúsítás folyamata:</p> <p>1. CSR sztenderdizálás figyelembe vételével a szervezetek besorolása három csoportba történik: (a minősítés annak függvénye, hogy mennyi CSR területen vannak releváns, értékelhető eredményei a szervezetnek):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CSR-központú szervezetek: akik elsődleges célja és tevékenysége a CSR (társadalmi vállalkozások), azaz minden egyes területen vannak értékelhető eredményei. 2. CSR-orientált szervezetek: akiknek elsődleges célja nem a CSR, de a legfontosabb CSR területen vannak értékelhető eredményei, azaz érvényesítik a CSR szempontjait: 3. CSR semleges szervezetek: ami nem azt jelenti, hogy nincs CSR tevékenysége, hanem azt, hogy csak a néhány CSR területen rendelkeznek értékelhető eredménnyel. 	<p>A szakértő vizsgálja a szervezetek besorolásának való megfelelésségét.</p>
<p>A CSR sztenderdnek megfelelő CSR-rendszer kiépítése. A sztenderdizálás, minősítés alapján a CSR-rendszer</p>	<p>A szakértő vizsgálja, hogy a sztenderdekben szereplő tevékenység/folyamatleírások</p>

szervezetre történő adaptálása	megtalálhatóak-e a CSR-rendszerben.
Nyitó/kezdő önértékelés: a sztenderdizálás, minősítés alapján egy nyitó önértékelés, a CST területek feltérképezése érdekében.	A szakértő vizsgálja a nyitó/kezdő önértékelés minősítés/tanúsításnak való megfelelésségét.
Zárt/záró önértékelés: A projekt keretében kidolgozott sztenderdeknek megfelelően elkészített és bevezetett CSR-rendszer (CSR-stratégia és éves CSR-terv) összeállítása	A szakértő vizsgálja, hogy a sztenderdeket tartalmazza-e a CSR-rendszer, valamint a bevezetett sztenderdek megfelelnek-e minősítés/tanúsítás követelményeinek.
A referenciakiadás feltétele	A szakértő vizsgálja a három minősítés/tanúsítás kötelező kritériumainak teljesítését.
A pályázat monitoring mutatói <ol style="list-style-type: none"> 1.) 1 fő készségfejlesztésben való részvétele (munkavállaló, vagy szervezeti tag) 2.) 1 db kidolgozott szervezeti CSR-rendszer (CSR-stratégia és szervezeti éves CSR-terv) 	A minőségirányítási rendszer munkaerő-piaci szolgáltatásnak megfelelő bevezetéséhez az Országos Foglalkoztatási Közhasznú NKft. referenciát ad ki.

A több mint 200 projektet megvalósító nonprofit szervezet abban bízott, hogy ha a munkaerő-piaci szolgáltatásait az OFA-n kívül más szervezetek, intézmények is el fogják fogadni, és legalább előnyben részesítsék, jelenthet például egy Munkaügyi Központ által kiírt munkaerő-piaci szolgáltatás vásárlásánál, sőt továbbgondolták a civilek és azt remélik, hogy azon szervezetek indulhatnak majd a Munkaügyi Központos beszerzésen, akik ilyen referenciatanúsítással rendelkeznek.

Mindezek rámutatnak arra, hogy a beszállítói rendszer kialakításának lehetséges módzatai nemcsak szektor-specifikus (versenyszektor és közszféra), nemcsak méret-specifikus (nagyvállalatok, KKV-k), hanem téma-specifikus (eszközbeszerzés, vagy munkaerő-piaci szolgáltatás beszerzése) is. Hiszen ha egy eszközt szerez be egy szervezet, akkor az ott egy fontos szempont lehet CSR-szempontból, hogy azt a terméket például megváltozott munkaképességűek készítették, de egy tanácsadásnál az lehet fontos, hogy a szolgáltatás sztenderdeknek megfelelően történik-e.

Táblázatjegyzék

1. táblázat A működő vállalkozások száma létszám-kategóriák szerint, 2013.....	22
2. táblázat: Amennyiben rendelkezik saját CSR stratégiával, milyen indokok/érdekek vezérelték a stratégia elkészítését? (A társadalmi felelősségvállalással rendelkező vállalkozások CSR stratégiájának elkészítését motiváló indokok/érdekek)	71
3. táblázat: Kérjük jelölje, milyen témában venne igénybe CSR-el kapcsolatos tanácsadást? (A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos tanácsadás témáit illetően)	72
4. táblázat: Kérjük, jelölje, milyen témában venne igénybe CSR-el kapcsolatos rendezvényszervezési tanácsadást? (A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos rendezvényszervezési tanácsadás témáit illetően)	74
5. táblázat: Kérjük, jelölje, milyen témában venne igénybe CSR-el kapcsolatos képzést? (A vállalkozások igényei a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos képzés témáit illetően) ..	77
6. táblázat: Amennyiben állandó együttműködő partnerrel vesz részt CSR tevékenységben, az együttműködő szervezet: (Az együttműködő szervezet típusa)	81
7. táblázat: Miért érzik fontosnak a CSR-t?.....	89
8. táblázat: Mi a tapasztalata az ön vállalatának, a profil-azonos ágazatokban mennyire működik a CSR?	89
9. táblázat: Fentiekben nem felsorolt, egyéb jó gyakorlatok, melyeket szívesen valósítana meg, akár támogatott forrásból	92
10. táblázat: Milyen BELSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból? (cégtípus szerint)	104
11. táblázat: Milyen KÜLSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból? (cégtípus szerint)	106
12. táblázat Beszállítói adatlap	110
13. táblázat CSR tanúsíttatás megfeleltetése	113

Ábrajegyzék

1. ábra: A társadalmi vállalkozások helye az üzleti szektor és a nonprofit szektor metszetében	11
2. ábra: Cég típusa (A válaszadó cégek típus szerinti megoszlása).....	59
3. ábra: Mely régióban található a szervezet működési helye? (A szervezetek működési helye szerinti megoszlása).....	60
4. ábra: Az Ön által képviselt szervezet (A szervezetek megoszlása az egyes vállalkozási szférában).....	60
5. ábra: A szervezet előző éves statisztikai állományi létszáma hány fő volt (A vállalkozások statisztikai állományi létszáma)	61
6. ábra: Mely szektorban működik a vállalkozás? (A szervezetek működési szektor szerinti megoszlása)	61
7. ábra: Tulajdonviszony: (A vállalkozások aránya a tulajdonviszony tekintetében)	62
8. ábra: A vállalat termékét/szolgáltatását hol értékesíti? (A vállalkozás termékének/szolgáltatásának értékesítési helye).....	63
9. ábra: A válaszadónak/vállalatnak van-e CSR területén szerzett külföldi tanulmányi vagy munkatapasztalata? (A válaszadók CSR területén szerzett külföldi tanulmányi vagy munkatapasztalattal való rendelkezése).....	64
10. ábra: Folytatnak-e tudatos CSR tevékenységet? (A válaszadó szervezetek tudatos CSR tevékenységének léte).....	65
11. ábra: Ha folytatnak CSR tevékenységet, mióta alkalmazzák? (CSR tevékenységgel rendelkező cégek társadalmi felelősségvállalásának ideje)	66
12. ábra: Tapasztaltak-e változást a szervezet életében, mióta CSR tevékenységet alkalmaznak? (A vállalkozások életében, a CSR tevékenység alkalmazását követően fellépő változások léte).....	67
13. ábra: Vannak-e mérhető eredményei szervezete CSR tevékenységének? (A vállalkozások CSR tevékenységének mérhető eredményei	68
14. ábra: Mennyire tarthatóak fenn hosszú távon az elért eredmények? (Az elért eredmények fenntarthatósága).....	68
15. ábra: Van-e a szervezetnél CSR tevékenységek koordinálásával foglalkozó munkatárs? (CSR tevékenység koordinálásával foglalkozó munkakör léte a szervezetnél)	69
16. ábra: Rendelkezik-e a cég saját, írásos CSR koncepcióval, stratégiával? (A szervezetek CSR koncepció, stratégia léte)	70
17. ábra: Igénybe venne-e CSR koncepció kialakítására, CSR tevékenység megvalósítására vonatkozó tanácsadást? (CSR koncepció kialakítására, megvalósítására vonatkozó tanácsadás igénybevételének léte)	71
18. ábra: Hajlandóak lennének-e szervezete részéről díjtalan CSR képzésen részt venni a munkatársak? (A vállalkozások munkatársai díjtalan CSR képzésen történő részvételi hajlandósága)	75
19. ábra: Amennyiben hajlandóak lennének díjtalan CSR képzésen részt venni, milyen időtartamot szánna kollégái képzésen való részvételére? (A vállalkozások munkatársai CSR képzésen történő részvételi időtartama).....	76

20. ábra: Érdekelné-e CSR tevékenységre vonatkozóan komplett kidolgozott projektleírások, melyek adaptálhatóak lennének szervezetére? (A vállalkozások CSR tevékenységre vonatkozó komplett, kidolgozott projektleírások iránti igény)	78
21. ábra: Amennyiben Ön társadalmi vállalkozás, rendelkezik-e kidolgozott programajánlattal a forprofit szervezetekkel való együttműködés kapcsán? (Társadalmi vállalkozások forprofit cégekkel való együttműködés, kidolgozott programajánlattal való rendelkezés).....	79
22. ábra: Részt vesz-e állandó CSR együttműködésben, van-e állandó partnere? (A vállalkozások CSR együttműködésében való részvétele, valamint állandó partner léte)	80
23. ábra: Amennyiben az Önök szervezete forprofit vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységének megvalósításához nonprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatást?.....	82
24. ábra: Amennyiben az Önök szervezete társadalmi vállalkozás, igénybe venne-e CSR tevékenységének megvalósításához forprofit szervezetekkel való partnerkeresési szolgáltatást?.....	82
25. ábra: Szívesen dolgozna együtt előminősítésen részt vett szervezetekkel? (A vállalkozások előminősítésben részt vett szervezetekkel való együttműködési hajlandósága)	83
26. ábra: Amennyiben Ön forprofit vállalkozás, érdekelné – e CSR minősítési rendszerben való részvétel?	84
27. ábra: Amennyiben Ön társadalmi vállalkozás, érdekelné – e CSR minősítési rendszerben való részvétel, amely megkönnyíthetné a beszállítói választ forprofit, állami szektor általi megbízások esetén?	84
28. ábra: Tervez-e éves költségvetésében keretösszeget CSR-ra? (A vállalkozások CSR-re tervezett költségvetési keretösszegének léte).....	85
29. ábra: Pályázná-e finanszírozási lehetőségekre a CSR bevezetése érdekében? (A vállalkozások pályázási hajlandósága CSR bevezetésére vonatkozó finanszírozási lehetőségre)	86
30. ábra: Szívesen részt venne-e országos/régiós/megyei CSR tevékenységekkel foglalkozó tájékoztató napon? (A vállalkozások országos/régiós/megyei CSR tevékenységekkel foglalkozó tájékoztató napon való részvételi hajlandósága)	87
31. ábra: Milyen társadalmi felelősségvállalási értéket képvisel a cég, akár nem tudatosan (Pl. egy alkalmazott jógyakorlat, civil szervezetekkel való együttműködés, tudatos működés? (A vállalkozások nem tudatos társadalmi felelősségvállalásának értékei).....	88
32. ábra: Mennyire befogadóak a munkavállalók a CSR tevékenységekben való részvételben? (A vállalkozások munkavállalóinak CSR tevékenységében való részvételi hajlandósága).....	90
33. ábra: Milyen BELSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból?	91
34. ábra: Milyen KÜLSŐ CSR jó gyakorlatot valósítana meg szívesen, akár támogatott forrásból?	92
35. ábra: Mérhető változások a CSR tevékenységben eltelt idő függvényében	93
36. ábra: A vállalatok társadalmi felelősségvállalással (CSR) kapcsolatos tevékenységeinek mérhető eredményei az alkalmazás óta	94
37. ábra: Az eredmények fenntarthatósága	95
38. ábra: Milyen területen dolgozó munkatárs foglalkozik a szervezeten belüli CSR tevékenységgel, illetve igényelnének-e CSR koncepció kialakítására tanácsadást?	96

39. ábra: Társadalmi vállalkozásként igénybe venne-e forprofit szervezetekkel partnerkeresési szolgáltatást?	97
40. ábra: CSR minősítési rendszerben való részvételi igény és együttműködési hajlandóság minősített szervezetekkel	98
41. ábra: Társadalmi vállalkozásként rendelkeznek-e kidolgozott programajánlattal a forprofit cégek felé?	99
42. ábra: Folytatnak tudatos CSR tevékenységet vállalat típusa szerint?.....	100
43. ábra: Írásos CSR stratégia megléte cégtípus szerinti bontásban	101
44. ábra: CSR-re szánt keretösszeg tervezése az éves költségvetésben vállalati típus szerint	102
45. ábra: Igény a CSR-rel kapcsolatos pályázatokra a cégtípusok szerint.....	103

Irodalom jegyzék

- 1** Deák Kinga—Győri Gábor—Báron Péter—Ágoston László (2006): Több, mint üzlet: vállalati társadalmi felelősségvállalás. Társadalmi és üzleti szempontok integrációja az üzleti működésbe. Demos Alapítvány, Budapest.
- Ligeti György—Michal Kissa—Edőcs Kristóf—Doinita Arion—Alina Nuta—Florian Nuta (2007): CSR közép- kelet európai összehasonlításban. In.: Novák Tamás—Szilágyi Judit (szerk.): Kelet-Európa Tanulmányok. Csatlakozási hatások. Társadalmi felelősségvállalás. MTA-Világ gazdasági Kutatóintézet, Budapest.
- 2** Stratégiai javaslat a Magyar Köztársaság Kormánya számára a vállalati társadalmi felelősségvállalásának ösztönzésére (2008).
- 3** Civil Support Nonprofit Kft. (2014): CSR helyzetkép összefoglaló 2014. Professional Publishing Hungary Kft. (2009): CSR profil. A Kreatív CSR tevékenységeket bemutató kiadványa.
- 4** Szlávik János Fenntartható Gazdálkodás 2013 Complex Kiadó Budapest
- 5** Lester R. Brown (1981): Building a Sustainable Society, A Worldwatch Institute Book, W.W. Norton, New York 433 pp.
- 6** Európai Bizottság (2001): Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper, COM (2001) p. 366.
- 7** Európai Bizottság (2001): Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper, COM (2001) p. 366.
- 8** http://eur-lex.europa.eu/legal_content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN
- 9** Tóth Laura – Varga Éva – Varga Péter (2011): A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon, NESsT EUROPE Nonprofit Kft., Budapest, 5-10 pp.
- 10** Ligeti György (2007): CSR. Vállalati felelősségvállalás. Kurt Lewin Alapítvány, Budapest.
- 11** Varga Éva, NESsT: A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok. Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.
- 12** Varga Éva, NESsT: A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok. Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.
- 13** Varga Éva, NESsT: A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok. Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.
- 14** EC (2006): 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 felelőssége terén. COM (2006), Brüsszel.
- 15** Kun Attila (2004): A vállalati szociális elkötelezettség tematizálásának alapvonalai az Európai Unióban. Jogelméleti Szemle, 2004/1. szám.
- 16** Urbán Katalin (2004): A GRI és útmutató a fenntarthatósági jelentésekhez. KÖVET—INEM Hungária. GRI Stakeholder Council. Zölden és Nyereségesen, 20. szám. www.globalreporting.org
- 17** www.kovet.hu/adatbazisok/jelentesek-adatbazis
- 18** www.denkstatt.hu
- 19** A Gazdasági és Szociális Tanács Ajánlása a társadalmi felelősségvállalásról. 2007. október 18. <http://www.manager.org.hu/downloads/news/2007okt18.pdf>.
- 20** Ligeti György—Michal Kissa—Edőcs Kristóf—Doinita Arion—Alina Nuta—Florian Nuta (2007): CSR közép- kelet európai összehasonlításban. In.: Novák Tamás—Szilágyi Judit

(szerk.): Kelet- Európa Tanulmányok. Csatlakozási hatások. Társadalmi felelősségvállalás. MTA- Világgazdasági Kutatóintézet, Budapest.

21 Deák Kinga—Győri Gábor—Báron Péter—Ágoston László (2006): Több mint üzlet: vállalati társadalmi felelősségvállalás. Társadalmi és üzleti szempontok integrációja az üzleti működésbe. Demos Alapítvány, Budapest.

22 Kun Attila (2004): A vállalati szociális elkötelezettség tematizálásának alapvonalai az Európai Unióban. Jogelméleti Szemle, 2004/1. szám.

23 <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mo/mo2015.pdf>

24 Marján Attila (2007): Európa sorsa. Az öreg hölgy és a bika. HVG Kiadó Zrt., Budapest.

25 Kun Attila (2008): Az állam szerepe a CSR területén. http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

26 Kun Attila (2008): Az állam szerepe a CSR területén. http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

27 Kun Attila (2008): Az állam szerepe a CSR területén. http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

28 Kun Attila (2008): Az állam szerepe a CSR területén. http://corleone.romapage.hu/fileadmin/szochalo/Uj_Szochalo/civil/csr/Az_llam_szerepe_a_CSR-ben_2008Feb_KunAttila.pdf.

29 Az Európai Parlament és a Tanács 2003/51/EK irányelve (2003. június 18.) a meghatározott jogi formájú társaságok, a bankok, és más pénzügyi intézmények, illetve biztosítóintézetek éves és összevont (konszolidált) éves beszámolóiról szóló 78/660/EGK, 83/349/EGK, 86/635/EGK, és 91/674/EGK irányelvek módosításáról.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006L0046:HU:HTML>.

2004. évi XCIX. törvény a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény módosításáról. <http://www.complex.hu/kzldat/t0400099.htm/t0400099.htm>.

30 A Kormány 1201/2015.() Korm. határozata a vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos prioritásokról és Cselekvési Tervről. <http://www.kormany.hu/download/8/ed/40000/Hat%C3%A1rozat%20%C3%A9s%20Cselekv%C3%A9si%20Terv.pdf#!DocumentBrowse>

31 Szlávik János, Füle Miklós: A társadalomért felelős vállalat Periodica Oeconomica, III. évf., 2010. november (7-21. o.)

32 ga Éva, NESsT: A társadalmi vállalkozások ökoszisztémája. Nemzetközi példák és jó gyakorlatok. Mészáros Andrea, Kék Madár Alapítvány.

33 Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.

34 Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.

35 Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.

36 http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016. 05.30.

37 Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.

38 Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.

- 39** Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.
- 40** Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.
- 41** http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 42** Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.
- 43** Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.
- 44** Corporate Social Responsibility for all best practice compilation, prepared by the International Organisation of Employers, 2015.
- 45** http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 46** https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/itthon_helyben.aspx utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 47** <http://www.szentkiralyi.hu/hu/tamogatas> utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 48** https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/itthon_helyben.aspx utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 49** <http://w5.siemens.com/web/hu/hu/cegunkrol/fenntarthatosag/csr/pages/csr.aspx> utolsó letöltés 2016.05.30.
- 50** <https://audi.hu/hu/tarsadalmi-felelossegvallalas/> utolsó letöltés 2016.05.30.
- 51** <http://www.energiakaland.hu/>
- 52** <https://www.richter.hu/hu-HU/felelossegvallalas/programjaink/Lapok/Ratz-Tanar-Ur-Eletmudij.aspx> utolsó letöltés 2016.05.30.
- 53** <http://www.bodvalenke.eu/?id1=freskofaluprojekt> utolsó letöltés 2016.05.30.
- 54** http://www.cib.hu/cib_csoport/tarsadalmi_felelossegvallalas/alapitvany/index utolsó letöltés 2016.05.30.
- 55** <http://www.soproni.hu/jolesosegitseg/program> utolsó letöltés 2016.05.30.
- 56** http://www.adam-europe.eu/prj/5241/prj/CSR%20oktatas_HU.pdf utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 57** https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/coca_cola_testebreszto.aspx utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 58** <http://www.ronaldhaz.hu/>
- 59** Fail Ágnes – Gyarmati Andrea – Haraszi Adrienn – Lisznyai Beáta – Papházi Tibor: Családbarát Munkahely Pályázatok elemzése (2012-2014). Kapocs, 2015/1, 61-80.p.
- 60** Fail Ágnes – Gyarmati Andrea – Haraszi Adrienn – Lisznyai Beáta – Papházi Tibor: Családbarát Munkahely Pályázatok elemzése (2012-2014). Kapocs, 2015/1, 61-80.p.
- 61** Fail Ágnes – Gyarmati Andrea – Haraszi Adrienn – Lisznyai Beáta – Papházi Tibor: Családbarát Munkahely Pályázatok elemzése (2012-2014). Kapocs, 2015/1, 61-80.p.
- 62** <http://kerdezztervezzpalyazz.hu/inspiraciok-es-gyakorlati-peldak-csaladbarat-munkahely-palyazathoz/> utolsó letöltés: 2016.05.30.
- 63** <http://kerekparosklub.hu/BAM>
- 64** http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1100175.TV

I. számú melléklet

KÉRDŐÍV A MAGYARORSZÁGI VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSI SZOKÁSAIRÓL

KÉRDŐÍVET KÉSZÍTETTE: INVESTMENT 2000 BT.

KÉRDŐÍV KÉSZÜLT: 2016. MÁJUS 4.

A KÉRDŐÍV A GINOP-5.1.2-15-2016-00001 PROJEKT AZONOSÍTÓ SZÁMÚ, "PIACTÁRS - KIEMELT PROJEKT A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK ÖSZTÖNZÉSE A FENNTARTHATÓ ÉS VERSENYKÉPES SZOCIÁLIS GAZDASÁG ÉRDEKÉBEN" CÍMŰ KIEMELT PROJEKT MEGVALÓSÍTHATÓSÁGI TANULMÁNYHOZ

ALÁTÁMASZTÁSÁUL SZOLGÁL

A kutatás kiemelt célja, hogy országos helyzetképet adjon a Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának jelenlegi helyzetéről Magyarországon.

A kutatás során a Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalása fogalom értelmezése során az Európai Bizottság meghatározását értjük:

„A **vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR)** olyan törekvés, melynek értelmében a vállalatok **önkéntes** alapon **üzleti tevékenységükbe integrálnak társadalmi és környezetvédelmi célkitűzéseket** is, és ezen elvek mentén **alakítják kapcsolataikat érintettjeikkel**. (CSR tevékenységek például: felelős foglalkoztatás, környezettudatos beszerzések megvalósítása, esélyegyenlőségi csoportokkal való együttműködés, stb.)

CÉGNÉV:
KITÖLTŐ NEVE:
ELÉRHETŐSÉG/E-MAIL:
ELÉRHETŐSÉG/TELEFONSZÁM:

Az Investment 2000 Szervező és Pénzügyi Tanácsadó Bt. ezúton kijelenti, hogy munkája során kiemelt jelentőséget tulajdonít partnerei személyes adatainak védelmére.

Kérdőívünk kitöltőinek személyes adatait nem fedjük fel, és nem adjuk át harmadik fél részére. A személyes adatok kezelése, tárolása és felhasználása lelkiismeretes és

felelősségteljes módon történik. Azokat kizárólag kutatómunkánk teljesítésének céljából használjuk fel.

1. CÉG TÍPUSA

Gazdasági társaság:

- Egyéni vállalkozás
- Betéti társaság
- Kft.
- Nonprofit Kft.

Civil szervezet:

- Egyesület
- Alapítvány

2. MELY RÉGIÓBAN TALÁLHATÓ A SZERVEZET MŰKÖDÉSI HELYE?

- Észak-Alföld
- Dél-Alföld
- Közép-Magyarország
- Észak-Magyarország
- Dél-Dunántúl
- Nyugat-Dunántúl
- Közép-Dunántúl

3. AZ ÖN ÁLTAL KÉPVISELT SZERVEZET

- Mikro
- Kis
- Közepes
- Nagyvállalkozás

4. A SZERVEZET ELŐZŐ ÉVES STATISZTIKAI ÁLLOMÁNYI LÉTSZÁMA: FŐ

5. MELY SZÉKTORBAN MŰKÖDIK A VÁLLALKOZÁS?

- Ipar
- Építőipar
- Kereskedelem, gépjárműjavítás
- Szállítás és raktározás
- Szálláshely szolgáltatás, vendéglátás
- Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység
- Mezőgazdaság
- Információ, kommunikáció
- Ingatlanügyletek
- Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység

- Oktatás
- Humán egészségügyi, szociális ellátás
- Művészet, szórakozás, szabadidő
- Egyéb szolgáltatás

6. TULAJDONVISZONY

- állami
- önkormányzati
- magántulajdon

7. A VÁLLALAT TERMÉKÉT/SZOLGÁLTATÁSÁT HOL ÉRTÉKESÍTI

- csak Magyarországon
- csak külföldön
- Magyarországon és külföldön is

8. A VÁLASZADÓNAK/VÁLLALATNAK VAN-E KÜLFÖLDI TANULMÁNYI VAGY MUNKATAPASZTALATA

- külföldön részt vettem CSR képzésen
- külföldön részt vettem CSR konferencián, rendezvényen, jógyakorlat cserén
- külföldön olyan vállalatnál dolgoztam, ahol a CSR tevékenységre nagy hangsúlyt fektetnek
- nem vettem részt

9. FOLYTATNAK-E TUDATOS CSR TEVÉKENYSÉGET?

- Igen
- Nem
- Ad hoc jelleggel folytatunk CSR tevékenységet
- Semmilyen CSR tevékenységet nem folytatunk

10. HA FOLYTATNAK CSR TEVÉKENYSÉGET, MIÓTA ALKALMAZZÁK?

- rövid táv (6 hó -1 év)
- középtáv (1-2 év)
- hosszútáv (2 év -)

11. TAPASZTALTAK-E VÁLTOZÁST A SZERVEZET ÉLETÉBEN, MIÓTA CSR TEVÉKENYSÉGET ALKALMAZNAK?

- Igen, mérhető eredményei vannak a tevékenységnek
- Igen, de ezek nem mérhető eredmények
- Nem éreztünk változást a szervezet életében
- Nem releváns

12. VANNAK-E MÉRHEŐ EREDMÉNYEI SZERVEZETE CSR TEVÉKENYSÉGNEK?

- költségcsökkentés
- marketing értékkel bír
- vevői elégedettség növekedése
- társadalmi megítélés pozitív változása
- munkavállalók elkötelezettségének pozitív irányú változása
- nincs eredménye a tevékenységnek
- nem releváns
- egyéb:

13. MENNYIRE TARTHATÓAK FENN HOSSZÚ TÁVON AZ ELÉRT EREDMÉNYEK?

- Az eredmények fenntartása elvárás a szervezet részéről
- Alkalmi CSR akciók is hosszú távú hatással bírnak
- Nem tarthatóak fent az eredmények CSR koncepció, ismétlődő akciók nélkül
- Nem releváns

14. VAN-E SZERVEZETÉNÉL CSR TEVÉKENYSÉGEK KOORDINÁLÁSÁVAL FOGLALKOZÓ MUNKATÁRS?

- Igen, a marketing osztály keretein belül
- Igen, a HR osztály keretein belül
- Igen, CSR felelős munkatárssal rendelkezünk
- Igen, alkalmanként önkéntesen vállalja egy-egy munkatárs
- Nem bízunk meg a feladattal senkit, a kollégák önállóan szervezik a CSR programok megvalósítását
- Nem releváns

15. RENDELKEZIK-E A CÉG SAJÁT, ÍRÁSOS CSR KONCEPCIÓVAL, STRATÉGIÁVAL?

- Igen
- Nem

16. IGÉNYBE VENNE-E CSR KONCEPCIÓ KIALAKÍTÁSÁRA, CSR TEVÉKENYSÉG MEGVALÓSÍTÁSÁRA VONATKOZÓ TANÁCSADÁST?

- Igen, hajlandó lennénk fizetni is a tanácsadásért
- Igen, de fizetni nem lennénk hajlandó a szolgáltatásért
- Nem vennénk igénybe ilyen jellegű szolgáltatást

17. ÉRDEKELNÉK-E CSR TEVÉKENYSÉGRE VONATKOZÓAN KOMPLETT KIDOLGOZOTT PROJEKTLÉÍRÁSOK, MELYEK ADAPTÁLHATÓAK LENNÉNEK A SZERVEZETÉRE?

- Igen, hajlandó lennénk fizetni is a tanácsadásért

- Igen, de fizetni nem lennénk hajlandó a szolgáltatásért
- Nem vennénk igénybe ilyen jellegű szolgáltatást

18. AMENNYIBEN ÖN TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁS, RENDELKEZIK-E KIDOLGOZOTT PROGRAMAJÁNLATTAL A FORPROFIT SZERVEZETEKSEL VALÓ EGYÜTTMŰKÖDÉS KAPCSÁN?

- Igen, rendszeres disszeminációt folytatunk
- Igen, ha megkereséssel élnek felénk, tudunk komplett kidolgozott programot ajánlani
- Nem, a megkereséshez igazodó programot ajánlunk
- Nem, az együttműködni kívánó szervezettől várjuk a programlehetőséget
- Nem releváns

19. RÉSZT VESZ-E ÁLLANDÓ CSR EGYÜTTMŰKÖDÉSBEN, VAN-E ÁLLANDÓ PARTNERE?

- Igen egy állandó együttműködő partnerrel dolgozunk
- Igen, de több partnerrel dolgozunk a többféle tevékenységhez igazodva
- Nem veszünk részt együttműködésben, önállóan valósítjuk meg a CSR tevékenységeinket
- Eddig nem valósítottunk meg CSR tevékenységet

20. AMENNYIBEN AZ ÖNÖK SZERVEZETE FORPROFIT VÁLLALKOZÁS, IGÉNYBE VENNE-E CSR TEVÉKENYSÉGÉNEK MEGVALÓSÍTÁSÁHOZ NONPROFIT SZERVEZETEKSEL VALÓ PARTNERKERESÉSI SZOLGÁLTATÁST?

- Igen, hajlandó lennénk fizetni is a tanácsadásért
- Igen, de fizetni nem lennénk hajlandó a szolgáltatásért
- Nem vennénk igénybe ilyen jellegű szolgáltatást
- Nem releváns

21. AMENNYIBEN AZ ÖNÖK SZERVEZETE TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁS, IGÉNYBE VENNE-E CSR TEVÉKENYSÉGÉNEK MEGVALÓSÍTÁSÁHOZ FORPROFIT SZERVEZETEKSEL VALÓ PARTNERKERESÉSI SZOLGÁLTATÁST?

- Igen, hajlandó lennénk fizetni is a tanácsadásért
- Igen, de fizetni nem lennénk hajlandó a szolgáltatásért
- Nem vennénk igénybe ilyen jellegű szolgáltatást
- Nem releváns

22. SZÍVESEN DOLGOZNA EGYÜTT ELŐMINŐSÍTÉSEN RÉSZT VETT SZERVEZETEKSEL?

- Igen, fontos a CSR tevékenységre vonatkozó előminősítés az együttműködő partnerre vonatkozóan
- Nincs jelentősége az adott szervezet CSR minősítésének

23. AMENNYIBEN ÖN FORPROFIT VÁLLALKOZÁS, ÉRDEKELNÉ – E CSR MINŐSÍTÉSI RENDSZERBEN VALÓ RÉSZVÉTEL?

- Igen, bizonyos költségkeretet áldozna is rá a szervezet
- Igen, amennyiben díjtalan lenne a szolgáltatás
- Nem érdekel a minősítés

24. AMENNYIBEN ÖN TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁS, ÉRDEKELNÉ – E CSR MINŐSÍTÉSI RENDSZERBEN VALÓ RÉSZVÉTEL, AMELY MEGKÖNNYÍTHETNÉ A BESZÁLLÍTÓVÁ VÁLÁSÁT FORPROFIT, ÁLLAMI SZEKTOR ÁLTALI MEGBÍZÁSOK ESETÉN?

- Igen, bizonyos költségkeretet áldozna is rá a szervezet
- Igen, amennyiben díjtalan lenne a szolgáltatás
- Nem érdekel a minősítés

25. HAJLANDÓAK LENNÉNEK-E SZERVEZETE RÉSZÉRŐL DÍJTALAN CSR KÉPZÉSEN RÉSZT VENNI A MUNKATÁRSÁK?

- Igen, a felelősök kötelessége
- Igen, önkéntes jelleggel
- Igen, csak amennyiben támogatás finanszírozásának feltételéül kötnék ki
- Nem kötelezném ilyen típusú képzésre a munkatársakat

26. TERVEZ-E ÉVES KÖLTSÉGVETÉSÉBEN KERETÖSSZEGET CSR-RA?

- Igen, évente növekvő mértékben
- Igen, de évente egyre csökkenő mértékben
- Nem, de tervezzük a bevezetést
- Nem, és nem is tervezzük, hogy CSR-ra elkülönítünk forrásokat

27. PÁLYÁZNA-E FINANSZÍROZÁSI LEHETŐSÉGEKRE A CSR BEVEZETÉSE ÉRDEKÉBEN?

- Igen, régóta keresünk ilyen pályázati lehetőséget
- Igen, de korábban nem számoltunk ezzel a lehetőséggel
- Nem érdekelne hasonló pályázat az adminisztrációs terhek miatt
- Nem érdekel a pályázás lehetősége

28. SZÍVESEN RÉSZT VENNÉ-E ORSZÁGOS/RÉGIÓS/MEGYEI CSR TEVÉKENYSÉGEKEL FOGLALKOZÓ TÁJÉKOZTATÓ NAPON?

- Igen
- Nem

29. MILYEN TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSI ÉRTÉKET KÉPVISEL A CÉG, AKÁR NEM TUDATOSAN (PL. EGY ALKALMAZOTT JÓGYAKORLAT, CIVIL SZERVEZETEKSEL VALÓ EGYÜTTMŰKÖDÉS, TUDATOS MŰKÖDÉS)?

- gazdaságfejlesztés
- munkaügy és esélyegyenlőség
- környezetvédelem/energetika
- fiatalok foglalkoztatása
- KKV-k aktív szerepvállalása
- diszkriminációmentes foglalkoztatás

30. MIÉRT ÉRZIK FONTOSNAK A CSR-T?

31. MI A TAPASZTALATA AZ ÖN VÁLLALATÁNAK, A PROFIL-AZONOS ÁGAZATOKBAN MENNYIRE MŰKÖDIK A CSR?

32. MENNYIRE BEFOGADÓAK A MUNKAVÁLLALÓK A CSR TEVÉKENYSÉGEKBEN VALÓ RÉSZVÉTELBEN?

- Nehezen aktivizálhatóak a munkatársak munkaidőn kívül
- Munkaidőn belül is nehezen aktivizálhatóak
- A munkatársak körében nagy az érdeklődés a CSR programokban való részvételre
- Közömbösek a munkatársak a CSR programok tekintetében

33. MILYEN CSR JÓ GYAKORLATOT VALÓSÍTANA MEG SZÍVESEN, AKÁR TÁMOGATOTT FORRÁSBÓL?

Belső CSR

- A munkavállalóinak testi-lelki állapotának védelme
- Munkavállalók rendszeres tájékoztatása, bevonása a cég stratégiai tervezésébe
- Szakmai gyakorlati lehetőség
- Szakmai fejlődés lehetőség

- ☛ Továbbképzési lehetőség (a cég CSR stratégiájának továbbadása munkavállaló felé, rendszeres vagy ad hoc jellegű képzések melynek célja a szemlélet- értékrend változtatása)
- ☛ Fenntarthatósági képzések
- ☛ Vállalati működést befolyásoló reprezentatív és nem reprezentatív személyek, partnerek szükségleteinek, érdekeinek figyelembevétele a saját működés érdekében, illetve a közös érdekek érvényesítésére (pl.: tapasztalatcserék, jógyakorlatcserék, kiegészítések)
- ☛ Munkahelyen és munkahelyen kívüli egészséges környezet megteremtése
- ☛ Munkahely és magánélet közötti egyensúlyra való törekvés.

Külső CSR

- ☛ Azokkal a partnerekkel, beszállítókkal szívesebben működik-e együtt, akik részt vállalnak a társadalmi felelősségből. (pl.: diszkriminációmentes környezetet, egészséges és biztonságos környezetet biztosít a munkatársainak és ezen elvek mentén működik)
- ☛ Helyi civil szervezetek támogatása anyagi javakkal, vagy nem anyagi javakkal, esetleg rugalmas munkahelyteremtő pozíció felvétele (esélyegyenlőség)
- ☛ Környezetvédelmi előírásokon felüli többlet alkalmazása (berendezések, gyakorlatok, takarékoság, hulladékgazdálkodás)

- ☛ Egyéb jógyakorlatok alkalmazása, amely az alábbi:

34. AMENNYIBEN MEGVALÓSÍTOTT, MILYEN CSR PROGRAMOKAT HAJTOTT VÉGRE AZ ELMÚLT 5 ÉVBEN?

Köszönjük a kitöltést, az építő jellegű válaszait tanulmányunk elkészítéséhez!

Interjúvázlat

A MAGYARORSZÁGI VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSÉGVÁLLALÁSI SZOKÁSAIRÓL

GINOP-5.1.2-15-2016-00001 PROJEKT AZONOSÍTÓ SZÁMÚ, "PIACTÁRS - KIEMELT PROJEKT A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK ÖSZTÖNZÉSE A FENNTARTHATÓ ÉS VERSENYKÉPES SZOCIÁLIS GAZDASÁG ÉRDEKÉBEN" CÍMŰ PROJEKT

Módszertani bevezető személyes interjúban részt vevő szakértők számára

Az interjú tervezett időtartama: 1 óra

Formája: félig strukturált szakmai párbeszéd, amely előre meghatározott kérdéskörök mentén halad, azzal a rugalmassággal, hogy a beszélgetés során a válaszadó által felvetett, az elemzés szempontjából érdekes/fontos témák mentén, az időkorlátok figyelembe vételével a tématerület/problématerület feltárása mélyíthető legyen.

A vázlat az elemzés szempontjából fontos valamennyi intézményi szereplő esetében alkalmazható forráskönyvet bocsát rendelkezésre, amelyet azonban a konkrét esetekben célszerű testre szabni a megkérdezett személy adott szervezetben betöltött szerepe, várható tudás/tapasztalat spektruma, illetve az adott interjútól elvárt kimenetek szerint.

Interjú vezérfonala

Általános rész

Cél a szervezet CSR programmal kapcsolatos ismeretek, tapasztalatok, jó gyakorlatokról való egyeztetés

Javasolt interjúkérdések:

- CSR jelenlegi gyakorlatának átfogó áttekintése
- Trendek, dinamikák
- Jogi környezet
- Támogatások, finanszírozási módok
- A CSR gyakorlatokban tapasztalható problémák
- Szektorális jellegzetességek

Szervezet specifikus kérdések

Cél az adott szervezet CSR jelenlegi gyakorlatának felmérése

- CSR stratégia, koncepció megléte, szükségessége
- A szervezetnél alkalmazott CSR eszközök
- A szervezet életében érzékelhető eredmények a CSR – nak köszönhetően
- Az elért eredmények fenntarthatóságának vizsgálata
- Tanácsadásban, képzésben, rendezvényeken való részvétel

- Együttműködési szándék, partnerség

Javaslatok megfogalmazása a CSR hazai alkalmazásának minél szélesebb körű elterjesztésére vonatkozóan

Jegyzőkönyv személyes interjúról

A MAGYARORSZÁGI VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSI SZOKÁSAIRÓL

GINOP-5.1.2-15-2016-00001 PROJEKT AZONOSÍTÓ SZÁMÚ, "PIACTÁRS - KIEMELT PROJEKT A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK ÖSZTÖNZÉSE A FENNTARTHATÓ ÉS VERSENYKÉPES SZOCIÁLIS GAZDASÁG ÉRDEKÉBEN" CÍMŰ PROJEKT

Érintett szervezet megnevezése	
Személyes interjú helyszíne	
Kontakt személy megnevezése	
Kontakt személy elérhetősége	
Személyes interjú időpontja	

A lefolytatott interjú tapasztalatainak összefoglalása

--