

# TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS A MAGYAR VÁLLALATOK KÖRÉBEN



SZERZŐ: **GÉCZI TAMÁS** | ÜGYVEZETŐ | INSPIRA RESEARCH

E-MAIL: TAMAS.GECZI@INSPIRA.HU

**SZILÁGYI ÁKOS** | ACCOUNT DIRECTOR | INSPIRA RESEARCH

E-MAIL: AKOS.SZILAGYI@INSPIRA.HU

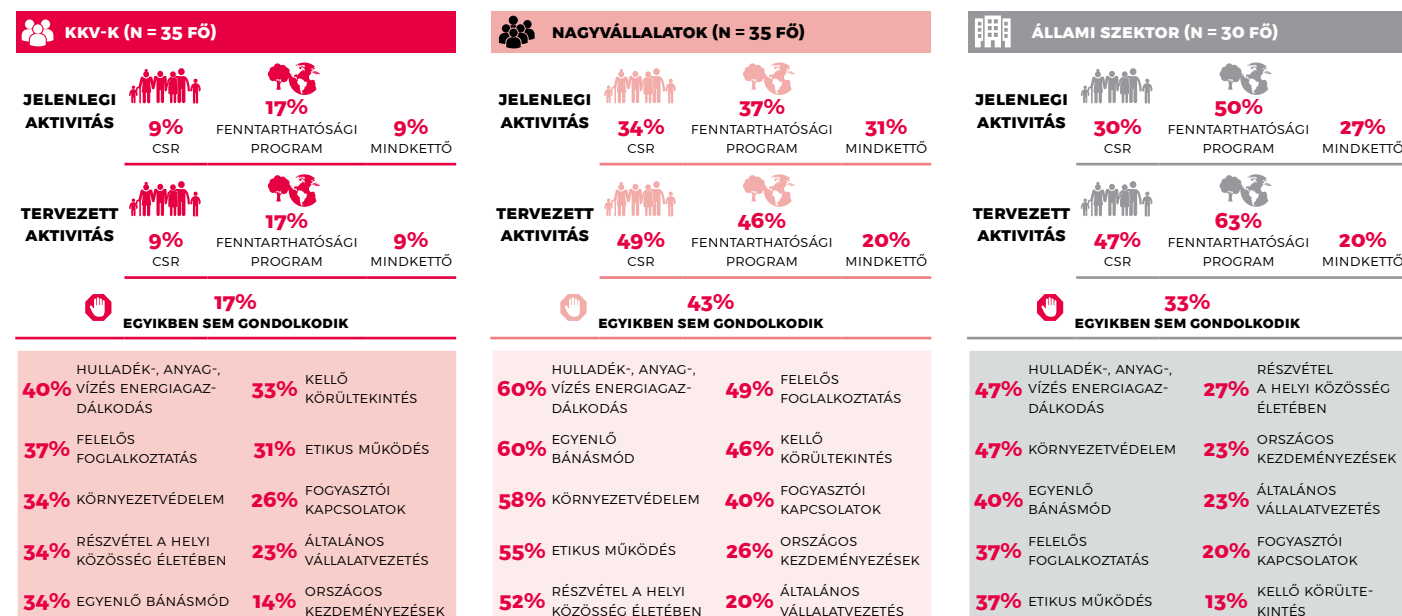
*Az elmúlt év őszén az Inspira Research a Magyar PR Szövetség megbízásából, a Magyar Suzuki Zrt., a Richter Gedeon Nyrt., valamint a Nemzetgazdasági Minisztérium támogatásával a hazai vállalatok és az állami intézmények, cégek társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos gyakorlatát kutatta. Az alábbi cikkben 13 vállalatvezetői mélyinterjú, valamint egy százfős mintán készült vállalatvezetői kvantitatív kutatás legfontosabb tanulságait foglaljuk össze.*

## A CSR A TELJES GAZDASÁG ÜGYE

A gazdasági szereplők úgy látják, hogy a társadalmi felelősségvállalás valamennyi vállalati és állami szereplő közös ügye és feladata. A kis- és középvállalati szektor is magáénak tekinti e célokat, aktivitások széles skálájával igyekszik tenni a társadalmi felelősségvállalás érdekében, ugyanakkor vélemény-

nyük szerint a multinacionális cégeknél és az állami szektorban nagyobb kapacitás és erőforrás (anyagi és emberi egyaránt) áll rendelkezésre a CSR-tevékenységek és -programok megvalósításához. Ezzel egyébként a multinacionális vállalatok és az állami szektor szereplői is egyetértenek.

## 1. ÁBRA RITKÁN VAN DOKUMENTÁLT CSR-PROGRAM, DE ENNÉL JÓVAL NAGYOBB AZ AKTIVITÁS



FORRÁS: FORRÁS: INSPIRA RESEARCH

A vállalatok többsége ugyan nem rendelkezik részletesen dokumentált CSR-programmal, a hétköznapiakban azonban számos olyan programot menedzselnek, amely egyértelműen a társadalmi felelősségvállalást testesíti meg a cég működésében. A dokumentált CSR-program gyakoribb a nagyvállalatok körében (közel 40 százalék), és lényegesen ritkább a kisebb cégek, a kkv-k körében (20 százalék alatt).

## A CSR-PROGRAMOK SAJÁTOSÁGAI

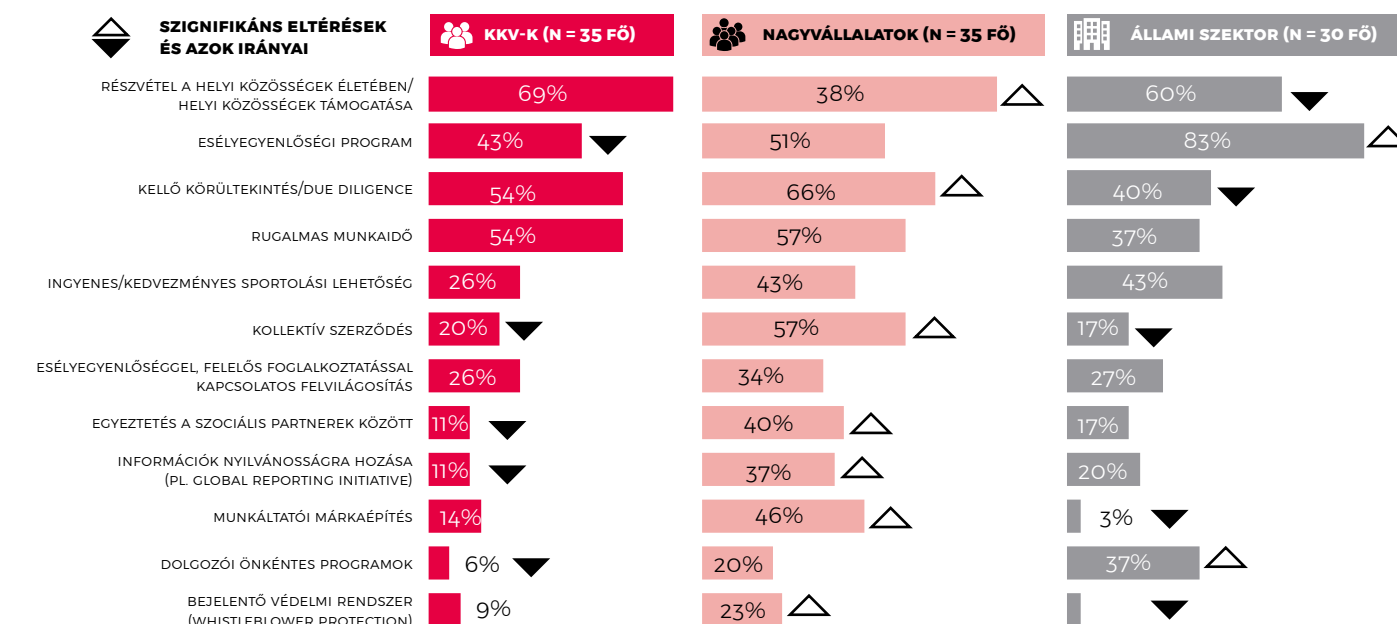
A cégek jelentős részénél, beleértve a multinacionális vállalatokat is, a CSR-tevékenységek meghatározásánál az egyik legfontosabb vezérlő elv a dolgozói kezdeményezések „beemelése” a CSR-programokba, azaz a dolgozók maguk is képesek alakítani a programot.

Több multinacionális nagyvállalat ad teret helyi, lokális kezdeményezéseknek. Igaz, hogy a CSR preferált fókuszterületeit a multinacionális cégek esetében a board állítja össze – általában a cégben globálisan végzett dolgozói megkérdezés alapján –, de a helyi kezdeményezéseket, az országspecifikus ötleteket is szívesen fogadják.

A vállalatokra, intézményekre jellemző, hogy a konkrét anyagi támogatás mellett/helyett saját élő munkával kívánják a hozzájuk forduló intézményeket támogatni, legyen szó akár egy helyi kórházzal, oktatási intézménnyel vagy alapítvánnyal. A kkv-szektor szereplőire különösen igaz, hogy szívesebben támogatnak olyan kezdeményezéseket, amelyek a saját településükön működő intézmények, alapítványok boldogulását segítik.

## 2. ÁBRA PROGRAMOK, INTÉZKEDÉSEK, INTÉZMÉNYEK, ESZKÖZÖK A VÁLLALATOKNÁL SZINTE MINDENFÉLE ESZKÖZ, INTÉZMÉNY A NAGYVÁLLALATI SZEKTORBAN A LEGELTERJEDTEBB, AZ ÁLLAMI SZEKTOR KÉT TERÜLETEN EMELKEDIK KI: AZ ESÉLYEGYENLŐSÉGI ÉS A DOLGOZÓI ÖNKÉNTES PROGRAMOK TERÜLETÉN

„AZ ALÁBB FELSOROLTAK KÖZÜL MELY PROGRAMOKAT/INTÉZMÉNYEKET/ESZKÖZÖKET MŰKÖDTETIK AZ ÖNÖK VÁLLALATÁNÁL?”



FORRÁS: INSPIRA RESEARCH; BÁZIS: ÖSSZES VÁLASZADÓ (N = 100)

Egyelőre nem jellemző, hogy a CSR terén nyújtott teljesítmény beépülne a dolgozók teljesítményértékelési rendszerébe, a külső CSR-programoknak ugyanakkor sokszor csapatépítő jellegük van, a csapatépítést igen gyakran a külső CSR-tevékenységgel kötik össze.

Elsősorban a kis- és középvállalatok vallják azt az elvet, hogy a kommunikált, reklámozott CSR nem más, mint marketingkommunikációs eszköz, önreklámozás, „önző” szponzoráció. Így főként a kkv-k meglátása szerint a CSR inkább megfeleltethető a nem kommunikált, nem hirdetett önzetlen tevékenységnek, amely „csendben, a háttérben zajlik”. A nagyobb cégek többsége viszont úgy gondolkodik, hogy a CSR-programokat hirdetni, kommunikálni kell, hiszen jó ügyet támogatnak. A kkv-szektor bizonyos szereplőitől sem idegen az a gondolat, hogy a jól kivitelezett CSR nemcsak morális kérdés, hanem nagyon erős megkülönböztető stratégia is lehet.

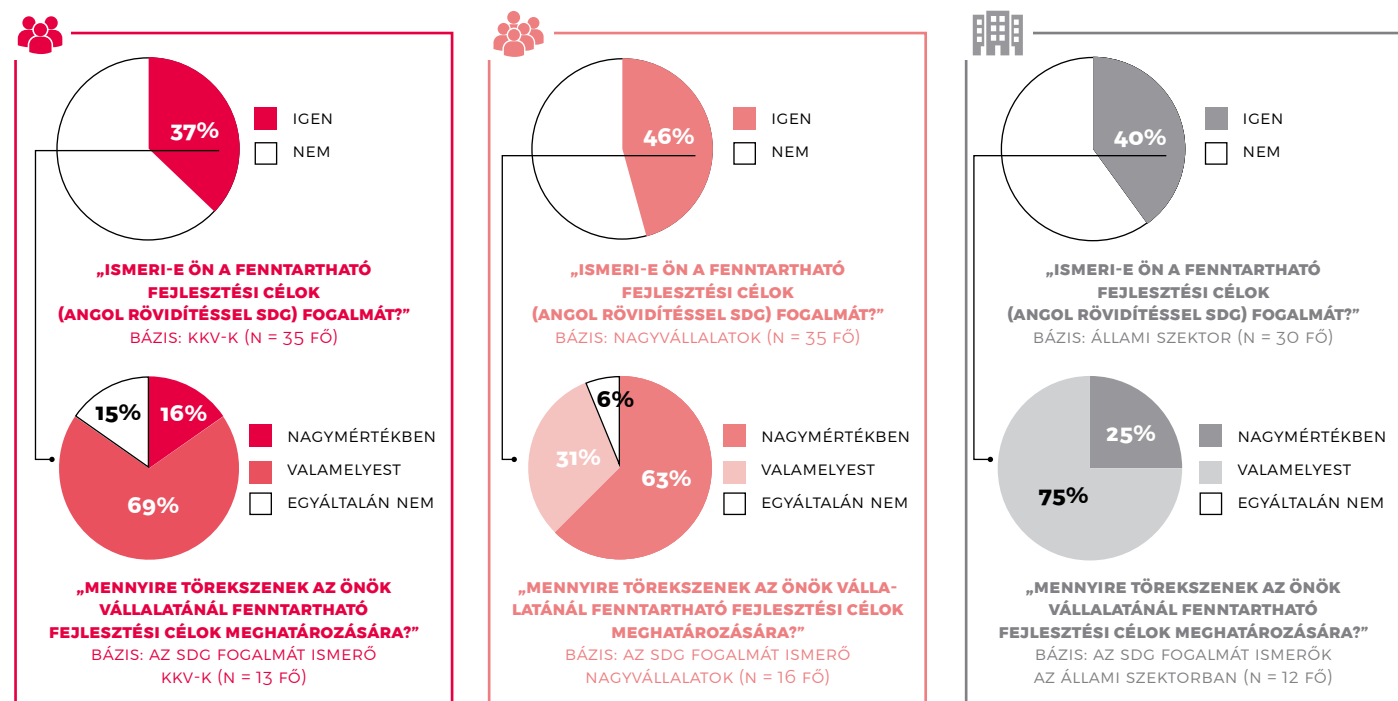
A belső CSR-programok közül kiemelt helyen jelent meg a kisgyermekesek, a nagycsaládosok támogatása, terheik csökkentése home office-szal, rugalmas munkaidővel, illetve annak kifejezésével, hogy munkahelyük biztonságban van. Szintén fontos terület a szülési szabadságról visszatérő kismamák támogatása. Két interjúidézet jól érzékelteti az ezzel kapcsolatos gondolkodásmódot: „Legértékesebb kincs az egészséges és boldog munkavállaló, stabil családi háttérrel”, illetve „Ha nem teszed lehetővé, hogy a kollégád családjával, gyermekével elegendő időt töltsön, az a munkáján is látsszani fog”.

**SDG**

A fenntartható fejlesztési célok (Sustainable Development Goals, SDG) fogalmát a hazai vállalatok és állami intézmények kevesebb mint felében ismerik. Az SDG ismertsége nagyobb a multinacionális cégek és az állami vállalatok, intézmények körében, míg kisebb a kkv-szektorban. A fenntartható fejlesztési célokhoz köthető aktivitások kevés helyen jelennek meg integráns programként, de az SDG bizonyos

elemei a vállalatok jelentős részénél szerepelnek a társadalmi felelősségvállalási, illetve a fenntarthatósági programok, tevékenységek között. A leggyakoribb SDG-aktivitások között a munkavállalók egészségének és jóllétének biztosítását, a minőségi oktatás támogatását, a nemek közötti egyenlőség érdekében tett intézkedéseket, a környezetvédelmi beruházásokat, valamint a gazdaság kifehérítésére irányuló programokat találjuk.

**3. ÁBRA A FENNTARTHATÓ FEJLESZTÉSI CÉLOK (SDG) ISMERETE ÉS ALKALMAZÁSA A NAGYVÁLLALATI KULTÚRÁNAK INKÁBB RÉSE AZ SDG ÉS ANNAK MEGHATÁROZÁSA, BETARTATÁSA**



FORRÁS: INSPIRA RESEARCH; BÁZIS: ÖSSZES VÁLASZADÓ (N = 100)

**OKTATÁS**

A külső CSR-programok közül, elsősorban a nagyvállalatoknál, az oktatás, a következő generációknak az élet különböző területein való felkészítése gyakran kiemelt, fontos cél. Az oktatásban az egyes vállalatok elsősorban a profiljukhoz közel álló területeket igyekeznek támogatni, többnyire jól átgondolt, folyamatos programok megvalósításán keresztül. Az egyetemi oktatási programok támogatása mellett egyre gyakoribb a középiskolai, sőt az általános iskolai oktatáshoz kötődő programok jelenléte is, meglehetősen változatos területeken, mint például a kémiaoktatás (versenyek szervezése, laborok felszerelése), az IT- és high tech ismeretek (óraadás, versenyek szervezése, pénzügyi támogatás korszerű IT-eszközök beszerzéséhez), a pénzügyi tudatosság vagy éppen a környezettudatos gondolkodás fejlesztése. A kkv-szektorban gyakori CSR-aktivitás, hogy az adott vállalat az alkalmazottak munkaerejére támaszkodva segíti a helyi iskolai, óvodai ingatlanok karbantartását, felújítását.

**KÖRNYEZETI KOCKÁZATOK KEZELÉSE**

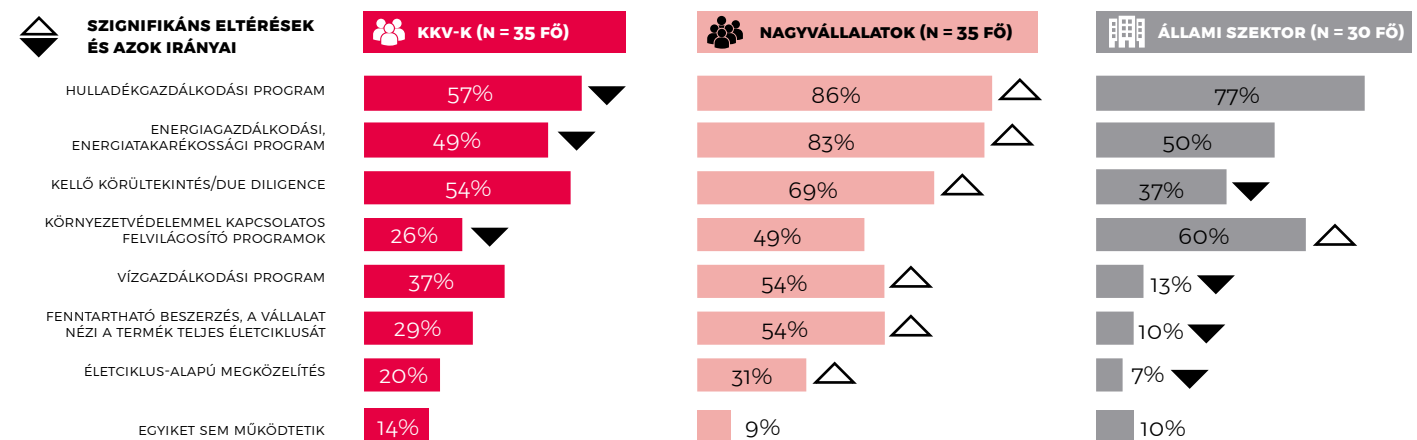
A cégek többsége kifejezetten szerteágazó, összetett energia-, hulladék- és vízgazdálkodási programrendszerrel rendelkezik. A nagyvállalatok több mint 80 százaléka, a kkv-k 50-60 százaléka működtet hulladék-, illetve energiagazdálkodási programot. A legerősebb állapotban az energiagazdálkodás áll. Sokféle programmal, ötlettel találkoztunk az interjúk során (például nyílászárók cseréje, napelem, elektromos autó a flottában, LED-égők, épületek újraszigetelése stb.). Az energiagazdálkodási programok működtetését a vállalkozások gazdasági érdekei is indokolják.

**SDG/CSR ELVÁRÁSOK A BESZÁLLÍTÓKKAL SZEMBEN**

Egyre több vállalat törekszik arra, hogy a beszállítók kiválasztásánál előnyben részesítsék azon cégeket, amelyeknek minden munkavállalója be van jelente, nincs fekete- vagy szürkefoglalkoztatás, amelyek etikus piaci magatartást követnek,

**4. ÁBRA KÖRNYEZETI KOCKÁZATOK KEZELÉSE**

**SZINTE MINDEN TÉREN A NAGYVÁLLALATOK A LEGAKTÍVABBAK, KIVÉVE A KÖRNYEZETVÉDELEMSEL KAPCSOLATOS ÉRZÉKENYÍTŐ, FELVILÁGOSÍTÓ PROGRAMOKAT, AHOL AZ ÁLLAMI SZEKTOR SZEREPEL JOBBAN**  
**„AZ ALÁBB FELSOROLTAK KÖZÜL MELY PROGRAMOKAT/INTÉZMÉNYEKET/ESZKÖZÖKET MŰKÖDTETIK AZ ÖNÖK VÁLLALATÁNÁL A KÖRNYEZETI KOCKÁZATOK KEZELÉSÉRE?”**



FORRÁS: INSPIRA RESEARCH; BÁZIS: ÖSSZES VÁLASZADÓ (N = 100)

társadalmilag hátrányos helyzetű csoportokat foglalkoztatnak, támogatnak, illetve betartják a társadalmi esélyegyenlőség elvét. A megfelelő környezetvédelmi programok meglétét ugyanakkor egyelőre csak kevés cég követeli meg a beszállítóitól. A velük szemben támasztott társadalmi felelősségvállalási és fenntarthatósági kritériumok elterjedése ellen hat, hogy a programok működtetése a beszállítói oldalon költségnövekedéssel jár, ami a beszállítói árakban is megjelenik, ez pedig a szolgáltatást vagy terméket megvásárló vállalat és a beszállító számára is egyértelmű hátrányt jelenthet a tendereztetés folyamatában.

**ETIKUS MŰKÖDÉS, ETIKUS KOMMUNIKÁCIÓ**

A gazdaság szereplői úgy vélik, hogy a versenytársak többsége etikusan működik és kommunikál. Szerintük a verseny-

társak esetében a versenyjogi szabályozás és az etikus működés tűnik a legerősebb területnek, míg elsősorban a felelős reklámozás és kommunikáció terén látnak hiányosságokat.

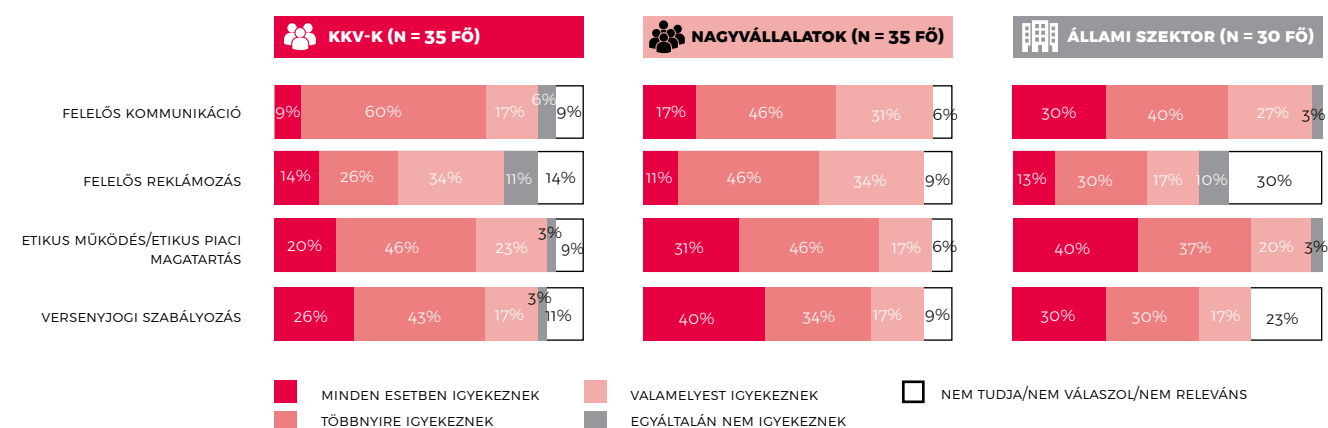
**ÁLLAMI SZEREPVÁLLALÁS**

A nagyvállalati, a kkv- és az állami szektor szereplőinek meghatározó többsége úgy gondolja, hogy az államnak tovább kell ösztönöznie a CSR-programok elterjedését, kivetelezését. Az ösztönzés lehetséges eszközei között kiemelt helyen említi a CSR- és fenntarthatósági programokhoz kapcsolódó adó- és járulékcsoökkentést, a kidolgozott programokkal rendelkező vállalatok pozitív diszkriminációját az állami pályázatok elbírálásánál, valamint az államnak a CSR-kultúra elterjesztése érdekében nyújtott aktív marketing- és PR-támogatását.

**5. ÁBRA A SZEKTORBAN SZEREPLŐ VERSENYTÁRSÁK MEGÍTÉLÉSE**

**A VERSENYTÁRSÁK ESETÉBEN A VERSENYJOGI SZABÁLYOZÁS ÉS AZ ETIKUS MŰKÖDÉS TŰNIK A LEGERŐSEBB PONTNAK, MÍG ELSŐSORBAN A FELELŐS REKLÁMOZÁS ÉS KOMMUNIKÁCIÓ TERÉN LÁTNAK HIÁNYOSSÁGOKAT A SZEREPLŐK**

**„AZ ÖNÖK GAZDASÁGI SZEKTORÁBAN MŰKÖDŐ VÁLLALATOK Mennyire igyekeznek megfelelni az alábbi kritériumoknak?”**



FORRÁS: INSPIRA RESEARCH; BÁZIS: ÖSSZES VÁLASZADÓ (N = 100)