

# A Bihar megyei vállalkozók CSR-attitűd vizsgálata

Veres Edit – Szász Erzsébet  
Partiumi Keresztény Egyetem  
Közgazdaságtudományi Kar



# **Társadalmi felelősség vállalás irodalmi áttekintés**

- 1. Történeti áttekintés**
- 2. Az EU CSR politikája**
- 3. Társadalmi felelősséggel kapcsolatos definíciók,  
fogalmak használata**
- 4. Hazai sajátosságok, KKV-k felelőssége**



# 1. Történeti áttekintés

**Bowen (1953) „Az üzletember társadalmi felelőssége”**

**„ a társadalmi felelősség az üzletember azon kötelessége, hogy olyan álláspontra törekedjen, olyan döntéseket hozzon, és olyan cselekvést kövessen, mely a társadalom céljai és érdekei értelmében kívánatos”**

**Friedman (1970)„A gazdaság társadalmi felelőssége a profitnövelés” a CSR lényege nem más, mint az hogy a vállalatvezető az üzleti tevékenység során a vállalat profitját növelje, ennek véghezvitele során azonban nem szabad megfélekezni a társadalom, a törvény és az erkölcs szabta korlátokról, hiszen a profitmaximalizálás mellett a vállalatvezetőnek kötelessége ezeket betartani mindennemű csalás és megtévesztés elkerülése mellett.**

**A.B. Caroll (1979) „A vállalati társadalmi teljesítmény háromdimenziós fogalmi modellje”, amely alapján egy vállalat társadalmi felelőssége felöleli a társadalom azon gazdasági, jogi, etikai és diszkrecionális elvárásait, melyeket a szervezetekkel szemben támaszt.**



# 1. Történeti áttekintés

A következő évtizedekben számos elmélet született ,1.Táblázat(McWilliams, Siegel & Wright, 2006)

Szerző(k)	Elméleti megközelítés	Kulcsfontosságú érv / Eredmény
Friedman [1970]	Ügynök elmélet	A CSR a menedzserek részéről önérdeket szolgáló mutató, és ezáltal a részvényesek vagyonát csökkenti
Freeman [1984]	Stakeholder elmélet	A menedzserek alakíthatják úgy is politikájukat, hogy a részvényeseken kívül más érdekeltek – munkavállalók, vevők, szállítók, közösségi szervezetek – igényeit is figyelembe vegyék
Donaldson and Davis [1991]	Stewardship elmélet	'Tenni a jót' – a menedzserek erkölcsi kötelessége – függetlenül attól, hogy ezen döntések milyen hatással lesznek a vállalat teljesítményére
Donaldson and Preston [1995]	Stakeholder elmélet	Kiemeli a stakeholder elmélet erkölcsi és etikai dimenzióit, ugyanakkor a CSR üzleti oldalát is

# 1. Történeti áttekintés

Jones [1995]	Stakeholder elmélet	Azok a vállalatok, amelyek a stakeholderekkel ismételt bizalom- és együttműködés alapú tranzakciókba vesznek részt, ösztönözve vannak a becsületes és etikai viselkedésre, amely előnyös lehet a vállalatra nézve
Hart [1995]	Erőforrás alapú elmélet	Egyes vállalatok esetében, a környezeti társadalmi felelősségvállalás olyan képességet vagy erőforrást jelenthet, amely fenntartható versenyelőnyhöz vezethet
Jennings and Zandbergen [1995]	Intézményi elmélet	Az intézmények központi szerepet játszanak a vállalaton belül, egy 'ökológiailag fenntartható' szervezet létesítésére vonatkozó konszenzus formálásában
Baron [2001]	Vállalatelmélet	Stratégiai CSR-ről beszélünk, amikor a CSR-t társadalmilag felelős fogyasztók megnyerésére használják, abban az értelemben, hogy a vállalatok marketing/üzleti stratégiájuknak megfelelő közjavakat nyújtanak.
Feddersen and Gilligan [2001]	Vállalatelmélet	A fogyasztókat képviselő aktivisták és civil szervezetek fontos szerepet tölthetnek be a CSR-re vonatkozó aszimmetrikus információk csökkentésében
McWilliams and Siegel [2001]	Vállalatelmélet	A CSR-t a kereslet/kínálat távlatából mutatja be, amely azt feltételezi, hogy a vállalat ideális CSR szintjét költség-haszon elemzéssel lehet meghatározni
McWilliams et al. [2002]	Erőforrás alapú elmélet	Politikai stratégiák által támogatott CSR-stratégiák használhatók fenntartható versenyelőnyök megteremtésére
Waldman et al. [2004]	Vállalatelmélet stratégiai 'leadership' elmélet	/ A felső vezetés bizonyos aspektusai befolyásolhatják a vállalat CSR-tevékenységekben való részvételének hajlandóságát. Szellemileg motivált vezérigazgatók által vezetett vállalatok több stratégiai CSR-t folytatnak mint a hasonló vállalatok



## 2. Az EU CSR politikája

- ❑ 2001-ben az EB kiadta a CSR európai kereteinek kialakítását célzó zöld könyvet (Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility).

„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. o.).

A zöld könyv alapján megkülönböztethetünk:

- a vállalatokat közvetlenül érintő **belső tényezőket**: emberi erőforrás menedzsment, munkahely egészség és biztonság, a változásokhoz való alkalmazkodás
- külső **stakeholder-eket** érintő tényezőket: helyi közösségekkel való kapcsolat, üzleti partnerek, emberi jogok, globális környezeti problémák
- ❑ az EU 2011-ben másképpen fogalmaz a CSR definícióját illetően „a vállalkozásoknak a társadalomra gyakorolt hatásaiért vállalt felelőssége”
- ❑ Az EB meghatározása szerint a vállalatoknak folyamatszinten kell kezelniük a szociális, környezetvédelmi, etikai és emberi jogi szempontok érvényesítését tevékenységükben, együttműködve érintettjeikkel, közös értéket (CSV) hozzanak létre ezáltal, valamint csökkentsék a beszállítói láncban a negatív hatásokat. (EC COM 2011, 681 final).



### 3. Társadalmi felelősséggel kapcsolatos definíciók, fogalmak használata

- A vállalatok társadalmi felelősség vállalása először az angolszász szakirodalomban jelent meg, angolul Corporate Social Responsibility
- **Hart** a felelősségnek négy fajtáját különbözteti meg: **szerep felelősség** (role responsibility), **okozói felelősség** (causal responsibility), **kötelezettség felelősség** (liability responsibility) és **képesség felelősség** (capacity responsibility). (Hart, 1968)
- **Goodpaster és Matthews** a felelősségnek három formáját különbözteti meg az **okozói felelősséget**, a **szabálykövető felelősséget** (amely a Hart féle kötelezettség felelősségnek feleltethető meg), valamint a **döntéshozó felelősségét**. (Goodpaster&Matthews, 1982)
- **Tóth Gergely** szerint a valóban felelős vállalatnak, öt alapelvnek kell megfelelnie: a **szállítási távolság minimalizálása**, **igazságosság**, azaz **méltányos kereskedelem**, **munkabérek és munkakörülmények**, **ökonómizmus**, **optimális méret** és olyan **termék**, amelyre valóban szükség van egy fenntartható világban (Tóth, 2007, 64. o.)



# ÉRVEK ÉS ELLENÉRVEK A CSR-ről

( forrás: Bogdan Băcanu: „Tehnici de analiză în managementul strategic”, 2008:87 )

## Érvek mellette:

- A vállalatok problémákat okoznak ezért megoldásokat is kell eszközölniük
- A vállalat maga is a társadalom „polgára” ezért felelősséget kell vállalnia
- A vállalatok rendelkeznek elegendő forrással ahhoz, hogy a felmerülő társadalmi problémákat megoldják
- A vállalatok társadalmi felelősség vállalása növelheti a profitot

## Érvek ellene:

- Minden üzleti vállalkozás célja a profit maximalizáció
- Megjelenhetnek összeférhetetlenségek
- A vállalatok nem rendelkeznek kellő kompetenciával a társadalmi programokat tekintve



# 4. Hazai sajátosságok, KKV-k felelőssége

Romániában a munkavállalók több mint 88%-át KKV-k foglalkoztatják, ezért azok vizsgálata, megismerése és motiválása különösen fontos, Romániában 426000 (aktív)KKV-t tartanak számon (<http://www.mediafax.ro/>, 2015)

- ❑ **Jenkins** 2006-ban (Small Business Champions for Corporate Social Responsibility)
  - nem csak a kis- és közepes valamint a nagy vállalatok CSR-je között különbséget kell tenni, hanem az iparági változatok és a vállalati típusok között.
  - szükség van példákra „Bajnokokat” (*Business Champions – Jenkins, 2006*)
- ❑ A **stakeholder**-elmélet fontos eleme a KKV-k között végzett kutatásoknak. A stakeholder kapcsolatok alapja inkább informális, bizalomra és személyes elkötelezettségre épülnek, és ezek menedzselése valószínűleg meghatározza a CSR megközelítési módját is (*Jenkins, 2006*).



# 4. Hazai sajátosságok, KKV-k felelőssége

- A KKV-k szervezeti sajátosságai befolyásolják társadalmi felelősségvállalásuk jellemzőit. Spence (1999) kisvállalatokra vonatkozó leírása általában igaz a KKV-kra. Eszerint:
- a menedzsment és a tulajdonos szerepe között kisebb a különbség, mint a nagyvállalatok esetében, gyakrabban azonos a kettő;
- a legtöbb esetben a napi működés köti le a vállalatvezetést, a stratégiaalkotás háttérbe szorul;
- az informális kapcsolatok és kommunikáció a jellemző, a személyes kapcsolatok a meghatározóak;
- szoros kapcsolatban állnak a helyi közösséggel, ahol működnek;
- a nagyvállalatok (amelyek számára beszállítók) által alakított piaci folyamatoktól nagy mértékben függenek.



## 4. Hazai sajátosságok, KKV-k felelőssége

- A CSR bevezetését a KKV-k a következő elvek mentén valósíthatják meg (Călin, Gheorghe, Paisvante, Ana & Ramos, 2009):
  - altruizmus
  - személyes érdeklődés
  - kereskedelmi szellem
  - a versenytársakon való túlmutatás
  - vagy ezek kombinációi



## 4. A Bihar megyei vállalatok társadalmi felelősségvállalása

- Megkérdezéses módszer két fordulóban: online és személyes megkeresés
- 17 kérdéses kérdőív, mely általánosságban vizsgálta a vállalatok attitűdjét, hozzáállását és megítélését a témával kapcsolatban, 50 vállalatot
- A válaszadási hajlandóság alacsony, a téma ismeretének hiánya, esetleges negatív megítélése miatt



# Hogyan jár el egy felelős vállalat?

## Lehetséges válaszok:

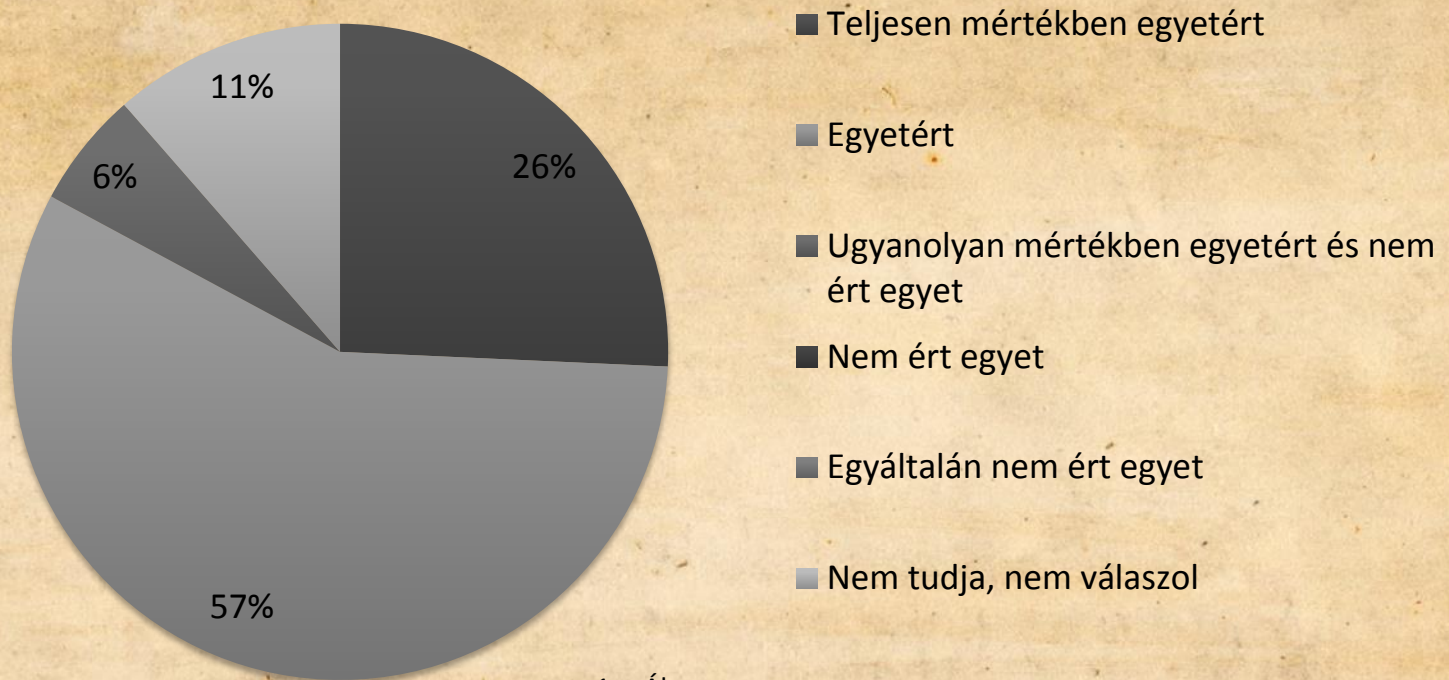
Helyes és rendszeres módon fizeti alkalmazottait; Megbízható munkakörnyezetet biztosít; Az alkalmazás és toborzás szabályait átláthatóvá és publikussá teszi; Az alkalmazottakkal közösen határozza meg a vállalat értékeit; Megossza az alkalmazottakkal az értékelési rendszereket; Lehetőséget ad az alkalmazottaknak, hogy saját maguk rendelkezzenek a szabadidejükkel, megfelelően a családi szükségleteiknek; Egészségügyi megoldásokat biztosít az alkalmazottak családjainak; Hátrányos helyzetű egyéneket alkalmaz; Nőket alkalmaz vezető pozíciókban is; Roma közösségek és egyéb kisebbségek tagjait alkalmazza; Pénzt, javakat, szolgáltatásokat adományoz humanitárius szervezetek részére; Non-profit szervezetekkel közösen végez projekteket; Környezetvédelmi kutatásokba fektet; Pénzt fordít arra, hogy csökkentse negatív hatását a környezetre; Megújuló energiaforrásokat használ; Környezetbarát termékeket és szolgáltatásokat fejleszt; Fizeti az adókat; Betartja a törvényi szabályozásokat; Újrahasznosítja a hulladékait; Csökkenti a kibocsájtott hulladék mértékét; Termékei és szolgáltatásai létrehozásakor újrahasznosított anyagokat használ; Környezeti/Társadalmi standardokat követel a beszállítókkal szemben; Aktívan részt vesz a helyi közösségek életében; Egyéb

- **10%** Helyes és rendszeres módon fizeti alkalmazottait
- **8%** Megbízható munkakörnyezetet biztosít
- **5%** Pénzt, javakat, szolgáltatásokat adományoz humanitárius szervezetek részére
- **5%** Az alkalmazás és toborzás szabályait átláthatóvá és publikussá teszi
- **5%** Pénzt fordít arra, hogy csökkentse negatív hatásait a környezetre



# A vállalat és belső érintettjeinek viszonya

Támogatjuk alkalmazottainkat a saját szakmai fejlődésük és karrierterveik során (57% Egyetért, 26% Teljes mértékben egyetért)



1. Ábra  
Saját szerkesztés



**Fontos kérdésekben az alkalmazottakkal közösen döntünk (Egyetért: 44%,  
Teljes mértékben egyetért: 25%)**



2. Ábra  
Saját szereksztés

2. Ábra  
Saját szereksztés



# Környezetvédelmi viszonyok

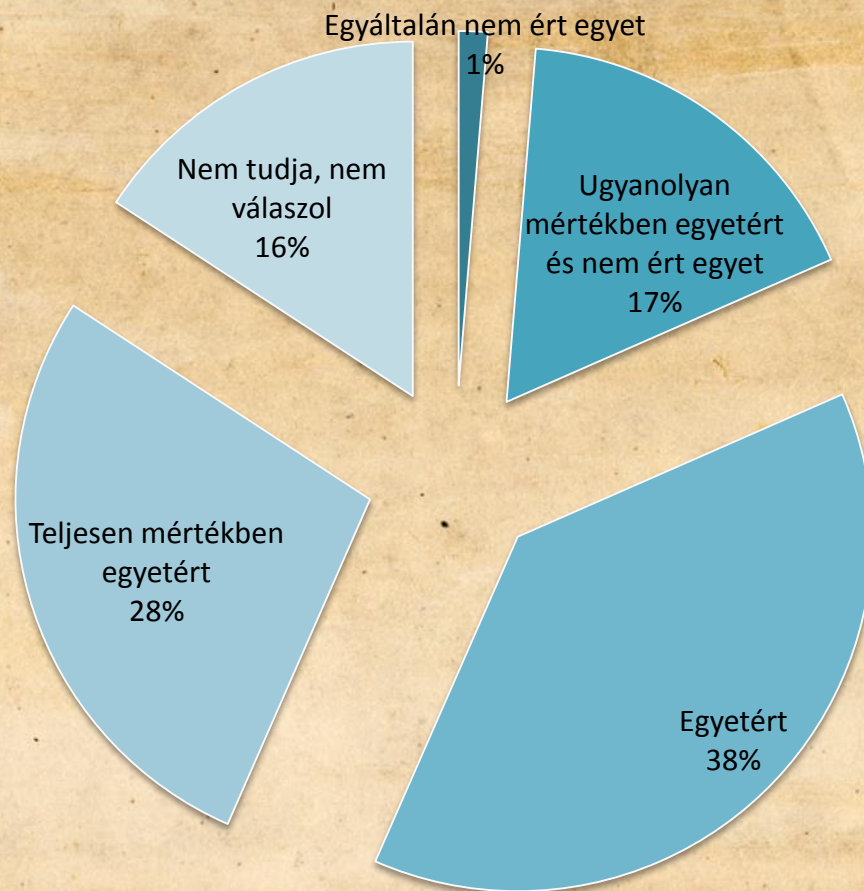


**A vállalatok 42%-a egyetért az energatakarékosság kérdésében.**

3. Ábra  
Saját szerkesztés



## A környezetszennyezést és a káros anyagok kibocsájtásának megelőzése



4. Ábra  
Saját szerkesztés



**Vállalatunk pénzt takarít meg azzal,  
hogy csökkenti negatív hatását a  
környezetre nézve:**



5. Ábra  
Saját szerkesztés

**Egyértelmű és pontos  
információkat közlünk a  
termékeinkről és  
szolgáltatásainkról, az eladást  
követően is**



6. Ábra  
Saját szerkesztés



- A következő kérdésben a Bihar megyei vállalatok **motivációit** tárjuk fel a felelősségvállalás vállalaton belül történő alkalmazását illetően. A megkérdezett válaszadók a következő válaszokat jelölték meg fontossági sorrendben:
- A fenntartható fejlődés pontosabb megértése az alkalmazottak részéről
- Képzés és tanácsadás a KKV-k részére
- Az adók csökkentése
- Az EU-s támogatások könnyebb hozzáférhetősége a társadalmi és környezetbarát befektetéseket illetően
- Nagyobb érdeklődés a fogyasztók részéről a környezetbarát termékek és szolgáltatások iránt
- Ismertetőik , esettanulmányok készítése, jó gyakorlat terjesztése a vállalati, társadalmi, környezetvédelmi ügyekről
- Tömegkommunikációs eszközök jobb közvetítése a CSR-ügyekről
- Etikus környezetbarát közbeszerzések



# Következtetések

- A KKV-k vizsgálata különösen fontos, hiszen a munkavállalók több mint 80%-át foglalkoztatják
- Az állami- és egyéb intézmények részéről érkező nagyobb elismerés és támogatás, pozitívan hathat a CSR megítélésére
- A vevők által képviselt és irányított lobbyerő a vállalatokat új irányba terelheti
- A fenntartható fejlődés elérésének kulcsa a vállalatok társadalmi felelősségvállalásában rejlik



**Köszönöm szépen a figyelmet!**

**Veres Edit**

**[editnagz@gmail.com](mailto:editnagz@gmail.com)**