

„Társadalmi Innovációk generálása Borsod-Abaúj-Zemplén megyében”

TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0009

3515 Miskolc Egyetemváros 1.

Tel: +36-46-565-111/20-23

e-mail: t-modell@uni-miskolc.hu

Vállalatok társadalmi felelősségvállalásával a perifériák fejlesztéséért

- Kutatási jelentés -

1. Kutatási célok, módszerek, résztvevők

A kutatás célja annak feltérképezése volt, hogyan járulhat hozzá a vállalatok társadalmi felelősségvállalási tevékenysége a Cserehát fejlődéséhez.

Kutatási kérdések:

- Milyen típusú CSR tevékenységek használhatók a három térségfejlesztési cél eléréséhez?
- Kik lehetnek a potenciális donorok?
- Hogyan lehet a cégeket ösztönözni abban, hogy éljenek ezekkel a lehetőségekkel?
- Mire van szükség a fogadói oldalon?
- Mi jellemző a kistérségben már társadalmi felelősségvállalási tevékenységet folytató vállalatokra (motiváció, méret, iparág)?
- Mi jellemző a potenciálisan CSR tevékenységbe kezdő vállalatokra (motiváció, méret, iparág)?
- Milyen akadályozó tényezői vannak a CSR tevékenységnek a kistérségben?
- Milyen elvárások és javaslatok fogalmazódnak meg a CSR tevékenység fejlesztésére (kistérségi és makroszinten)?
- Melyek a legjobb CSR gyakorlatok a kistérségben/országos/nemzetközi szinten?
- Hogyan terjeszthető a legjobb CSR gyakorlat?

A munkacsoport vezetője: Prof. Dr. Fülöp Gyula (vállalati stratégia, üzleti vállalkozás)

Résztvevők:

Név	Szervezeti egység	A kutatásban hasznosított szakterület
Dr. Szegedi Krisztina	GTK-GKI	CSR, üzleti etika
Dr. Mélypataki Gábor	ÁJK-CTI	munkajog és szociális jog
Illés Balázs	GTK-VTI	regionális gazdaságfejlesztés
Kerchner András	GTK-VTI	közmenedzsment
Bereczk Ádám	GTK-GKI	közszolgáltató vállalatok gazdaságtana

A korábbi kutatások eredményei kutatásunk alapját képezték:

- Cserehádi fejlesztési programok
 - Bódva-völgy szerkezetátalakítási programja

- Vidékfejlesztési (LEADER) stratégia
- UNDP Cserhát Program
- „The Way It Works Research Project” – A vállalati társadalmi felelősségvállalás gyakorlata a Kárpátok Eurórégióban, Carpathian Foundation, 2007
- A Kisvállalatok társadalmi felelősségvállalása a magyarországi átmeneti gazdaságban, Soros Research Support Scheme Annual Report, 1999

Az 1. táblázatban összefoglaltuk a kutatás során elvégzett feladatokat, azok módszereit, a résztvevőket, a határidőket, az outputokat, valamint a honlapon megjelenő eredményeket.

1. táblázat

Feladat	Módszer	Résztvevő és időtartam (óra)	Határidő	Output	Honlapra átadandó
Szakirodalom gyűjtés és áttekintés	Kereső / kulcs szavak: Üzleti etika Vállalati társadalmi felelősség Stakeholder-elmélet Társadalmi vállalkozás Társadalmi innováció Foglalkoztatás, Munkaügyi kapcsolatok Periféria fejlesztés	F.GY.	08.01.	Szakirodalmi összefoglaló (max 10 oldal), a téma 2 oldalas bemutatása	Olvasmányok könyvtárba rendezve, Excelben rögzített katalógussal szakirodalmi összefoglaló
		Sz.K.			
		M.G.			
		B.Á.			
Statisztikai adatelemzés	a, Igényelt statisztikai adatok és azok forrásai: demográfiai adatok, foglalkoztatási adatok, vállalkozások adatai, önkormányzati adatok, b, Igényelt statisztikai módszertani segítség	F.GY.	08.10.	Térségi rendezett adatbázishoz való hozzájárulás Elkészített térképek	Területi adatbázis-elem Térképek
		Sz.K.			
		M.G.			
		B.Á.			
Kérdőíves felmérés	Célesoport: CSR tevékenységet folytató vállalkozások, potenciálisan CSR tevékenységet folytató vállalkozások, önkormányzatok,	I.B.	08.30.	150 db kérdőív	Kérdőív, mintaválasztás Eredményeket Összegző táblázatok Ábrák
		K.A.			

Feladat	Módszer	Résztevő és időtartam (óra)	Határidő	Output	Honlapra átadandó								
	<p>civil szervezetek, érdekvédelmi szervezetek Témakör: CSR tevékenység érintettjei, CSR tevékenység szintje és területe, CSR tevékenység hatása Alapkérdések: A CSR tevékenységet folytató és a potenciális vállalatok motivációja, mérete, iparága. A CSR tevékenység akadályozó tényezői a kistérségben. A CSR tevékenység fejlesztésére vonatkozó kistérségi és makroszintű elvárások és javaslatok. A CSR legjobb gyakorlatok és azok terjesztése. Települések: A projektben szereplő mindhárom kistérség települései Mintaválasztás indoklása: széleskörű, reprezentatív felmérésre törekszünk Kérdező: elektronikus kérdőíves felmérés</p>												
Fókuszcsoportos megkérdezés	<p>Célcsoport: A legjobb CSR gyakorlatokat megvalósító szervezetek Témakör: a legjobb CSR gyakorlat vizsgálata Alapkérdések: motiváció, előnyök/hátrányok,</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="703 1668 874 1704">F.GY.</td> <td data-bbox="874 1668 911 1704"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 1704 874 1740">Sz.K.</td> <td data-bbox="874 1704 911 1740"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 1740 874 1776">M.G.</td> <td data-bbox="874 1740 911 1776"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 1776 874 1814">B.Á.</td> <td data-bbox="874 1776 911 1814"></td> </tr> </table>	F.GY.		Sz.K.		M.G.		B.Á.		09.15.	? db interjú / ? fő véleménye	Interjúvázlat Minta összetétele
F.GY.													
Sz.K.													
M.G.													
B.Á.													

Feladat	Módszer	Részvevő és időtartam (óra)	Határidő	Output	Honlapra átadandó
	akadályozó tényezők, fejlesztési javaslatok Települések: a legjobb CSR gyakorlat által érintett települések				
Elemzés	Fókuszok / témakörök: – A kistérségi CSR tevékenység szintjei, területei; – A CSR tevékenységet folytató és a potenciális vállalatok motivációja, mérete, iparága; – A CSR tevékenység akadályozó tényezői a kistérségben; – A CSR tevékenység fejlesztésére vonatkozó kistérségi és makroszintű elvárások, javaslatok; – A CSR legjobb gyakorlatok és azok terjesztése.	F.GY.	10.01.	15 oldalas elemzés mellékletekkel	
		Sz.K.			
		M.G.			
		B.Á.			
		I.B.			
		K.A.			
Következtetések és javaslatok	Húzza alá azt a pontot, amihez szándékoznak javaslatot megfogalmazni! 1. <u>Társadalmi innováció generálása módszertanához</u> 2. <u>Periféria centrumhoz kapcsolásához</u> 3. <u>Helyi önfenntartás erősítéséhez</u> 4. <u>Térségi vonzerő megtalálásához</u>	F.GY.	10.15.	2-2 oldalas összefoglaló a jelölt pontokhoz Társadalmi innovációs ötletek kifejtése 5-5 oldalon 30-40 oldalas összefoglaló Mellékletek	Innovációs körnek szánt megfontolandó szempontok és javaslatok Kutatási zárójelentés
		Sz.K.			
		M.G.			
		B.Á.			
		I.B.			
		K.A.			
Publikálás	Helye: Lillafüredi konferencia cikk Stratégiai Füzetek Lillafüredi konferencia előadás:	F.GY.	08.31. 09.10. 10.10. 11.10.	? db publikáció 15 oldal a Lillafüredi kötetbe 12 oldal a	Publikációk
		Sz.K.			
		M.G.			
		B.Á.			
		I.B.			
		K.A.			

Feladat	Módszer	Részvevő és időtartam (óra)	Határidő	Output	Honlapra átadandó
	Egyéb: külföldi folyóirat, külföldi konferencia			Stratégiai Füzetekbe 1 ppt Lillafüredre Külföldi folyóiratcikk Külföldi konferencia ppt	

A munkacsoport kutatási témái az alábbi munkacsoportokhoz kapcsolódnak:

Munkacsoport neve	Exportálható eredmény	Mástól várt eredmény	Közösen átgondolandó kérdések
1. <i>Steakholder és hálózat elemzés</i>		A három kistérség munkaadói	
2. <i>Centrum-periféria kapcsolatok</i>			
3. <i>Smart Local Communities</i>	Legjobb példák	Legjobb példák	
4. <i>Helyi foglalkoztatási modell</i>			
5. <i>Célzott termékek piacra juttatása</i>			
6. <i>Térségi identitás és márkamodellek</i>			
7. <i>Társadalmi vállalkozások</i>		Melyek a sikeres társadalmi vállalkozások tapasztalatai? Hol, milyen jó példákat találunk társadalmi vállalkozásokra?	
8. <i>CSR a perifériákért</i>			
9. <i>Közösségi fejlesztés társadalmi feltételrendszere</i>			
10. <i>Szolgáltatási megvalósíthatósági tanulmány</i>			

Kutatási jelentésünk felépítése:

1. Kutatási célok, módszerek, résztvevők
2. Háttér
 - 2.1. A téma elméleti háttere
 - 2.2. A kapcsolódó ágazat / terület jellemzői, trendjei
 - 2.3. A téma térségi háttere: helyzet és beazonosított problémák
3. Megoldási alternatívák elemzése
 - 3.1. Már elindult kezdeményezések
 - 3.2. A társadalmi innováció lehetséges területei, adaptálható elemei

- 3.3. Megvalósítás lehetséges forgatókönyve
- 4. Összegzés, következtetések és javaslatok
 - 4.1. Társadalmi innováció generálásának módszertanára
 - 4.2. A minta térség valamely társadalmi innovációjára
 - 4.3. A kutatás folytatására, kiterjesztésére

Irodalomjegyzék

Mellékletek: táblázatok, térképek, fotók, empirikus kutatás eredményei, jó gyakorlatok

2. Háttér

E pont alatt bemutatjuk a téma elméleti háttérét, a kapcsolódó terület, azaz a CSR jellemzőit, fő trendjeit, majd a téma térségi háttérét a jelenlegi helyzetre és a beazonosított problémákra koncentrálna.

A Vállalati Társadalmi Felelősség szakirodalma nagyon széleskörű. Összefoglalónkban kizárólag a téma szempontjából releváns részeket tekintjük át, azaz a CSR legfontosabb definícióit, és a CSR gyakorlatban megjelenő formáit. Felvázoljuk továbbá a jövő társadalmi kihívásait, majd ezt követően bemutatjuk azt az új megközelítést, amely a CSR-t mint a társadalmi innováció egy formáját értelmezi.

2.1. A téma elméleti háttere

A **vállalati társadalmi felelősség** (Corporate Social Responsibility, CSR) évtizedek óta a tudományos szféra egyik lényeges kérdésköre, és mára a vállalati gyakorlatnak is egyre jelentősebb aktuális területe. Fogalmának és fejlődésének megértéséhez magából a vállalatból és annak környezetéből kell kiindulnunk.

A hagyományos vállalati modell szerint a vállalat jogi egység, racionalitás jellemzi, célja a profitmaximalizálás, társadalmi státuszát tekintve a tulajdonosok privát érdekszövetségeként jelenik meg (Ulrich, 1995). A szakirodalomban először a vállalati menedzserek kapcsán vetődött fel, hogy nemcsak gazdasági felelősségük van a tulajdonosok felé, hanem társadalmi felelősségük is a társadalom felé (Dodd, 1932 p.1149). A CSR társadalmi kötelezettségként jelent meg, ami kezdetben csak arra utalt, hogy a vállalati vezetőknek cselekedeteik következményeikért szélesebb értelemben kell felelősséget vállalniuk, mint amit a veszteségnyereség szemlélet megkövetel (Carroll, 1999, p. 270). A CSR koncepció az 1970-es években a vállalatelméleti viták középpontjába került, amikor az ismert közgazdász Milton Friedman publikálta „A vállalat társadalmi felelőssége a profit növelése.” című híres cikkét, amely szerint csak személyek felelősségéről beszélhetünk, a vállalatoknak nincs felelősségük (Friedman, 1970). A vállalatok méretének növekedése, jelentős gazdasági hatalmuk, a negatív externáliák és a különböző vállalati botrányok a vállalatok iránti bizalom csökkenéséhez, és a vállalati társadalmi felelősség mozgalom felerősödéséhez vezettek. Egyre elfogadottabbá vált, hogy a vállalatok sokarcú képződmények, melyek nemcsak pozitív, hanem sokszor negatív hatással vannak a széles értelemben vett lokális és globális környezetükre (Epstein, 2006).

Az elmúlt évtizedek környezeti változásait olyan kulcsszavak jellemzik, mint a globalizáció, az energiaválság, a technológiai forradalom és a társadalmi átalakulás. A globalizáció pozitív hatásai mellett számos ellentmondásos, sőt negatív következménnyel járt. Az anyagi egyenlőtlenség növekedése, a környezetszennyezés, az emberi jogi problémák, a létbizonytalanság, a munkanélküliség növekedése olyan következmények, amelyek a globális üzleti modell újragondolását vetették fel. Az üzleti szféra magatartása manapság sokkal inkább a figyelem fókuszában van, egyre kevésbé hagyhatók figyelmen kívül a különböző nyomásgyakorló csoportok (fogyasztók, környezetvédők, munkavállalók, politikai aktivisták,

NGO-k) elvárásai és fokozódó érzékenysége a környezeti és társadalmi kérdések iránt. Megnövekedett az igény a vállalatok üzleti tevékenységének, és ezek következményeinek átláthatóságára. A vállalati hírnév romlása bármilyen vállalati mulasztás, hiba esetén óriási presztizsveszteséget és pénzügyi veszteséget okozhat. A globalizáció következményeként az államokon átívelő multinacionális vállalatok jelentős gazdasági befolyásra tettek szert, tevékenységük szabályozására az egyes államok jogi eszközei már nem képesek maradéktalanul, a hangsúly a vállalati önszabályozásra tevődött át. A legutóbbi világgazdasági válság és annak társadalmi következményeként kialakult bizalmi válság feltételei között még fontosabbá vált a felelős üzleti magatartás iránti igény.

A CSR-nek nincs általánosan elfogadott definíciója. Az egyik legismertebb és legelfogadottabb megközelítése Carroll-tól származik (Crane & Matten, 2004), e szerint a vállalatok társadalmi felelőssége gazdasági, jogi, etikai és jótékonyági elvárásokat jelent, mely a társadalom részéről jelentkezik (Carroll, 1979 p. 500). Ez négy felelősségi területet jelent, aminél az alap a gazdasági felelősség, de ezzel egy időben a vállalatoknak meg kell felelni a jogi normáknak is. Az etikai felelősség a helyes, igazságos és tisztességes viselkedés iránti kötelezettséget jelenti. A negyedik terület, amelynek kapcsán Carrol felhívja a figyelmet arra, hogy sok cég társadalmilag felelősnek tartja magát csupán attól, hogy jó közösségi polgárként viselkedik. Ez a fajta felelősség azonban csak "hab a tortán", és kevésbé lényeges, mint az előző három. Lényeges, hogy az egyes részek együtt alkotják a vállalati társadalmi felelősség egészét. Carroll maga sem tekintette tökéletesnek a piramis modellt, és hangsúlyozza, hogy a vállalati társadalmi felelősség fogalomban a társadalmi szó mindig is homályos volt, hogy ki felé is kell a felelősséget felvállalni? Természetes megfelelés van a CSR modell és az **érintett felfogás** között, ez utóbbi nevesíti, hogy mely érintettek felé vállal felelősséget a vállalat. (Carroll, 1991):

- Tulajdonosok – Minden tulajdonos érdekét fair és etikus módon kell kezelni.
- Munkavállalók – Az emberi méltóság, a tisztelet, a fair bánásmód lényeges. A konzultatív, bevonáson alapuló vezetési stílus bizalmat eredményez. A magánszféra tiszteletben tartását és a biztonságot maximálisan szem előtt kell tartani.
- Vevők – Egyenlő partnernek kell tekinteni őket, és fair módon kell bánni velük. Értéket kell teremteni számukra, teljes körű informáltság és elégedettség mellett. A fogyasztói jogokat tiszteletben kell tartani.
- Helyi közösség – Jó vállalati polgárként aktívan részt kell venni a helyi közösség fejlesztésében.

A vállalati társadalmi felelősség fogalma az elmúlt évtizedekben finomodott, egyszerűsödött, ugyanakkor a környezetből fakadó újabb kihívásokra reagálva tágabbá is vált. Epstein javasolja a vállalati társadalmi felelősség folyamatként történő értelmezését, melynek során a döntési rendszerben figyelembe veszik a vállalat működésének minden hatását. Kiemeli, hogy nincs tökéletesen „jó vállalat”. Sokkal inkább „jobb vállalatokról” beszélhetünk, amelyek folyamatosan arra törekednek, hogy megfeleljenek a társadalmi elvárásoknak, úgy hogy optimalizálják a vállalat érintettekre gyakorolt hatását, és minimalizálják tevékenységük káros hatásait. (Epstein, 2006). Chandler CSR alatt a vállalat felelősségét érti tevékenységének minden hatásáért (Chandler, 2001) Az Európai Unió 2011-ben aktualizált definíciója szerint a CSR a vállalkozások felelősségét jelenti a társadalomra gyakorolt hatásaikért (European Commission, 2011 p. 6). Egy másik definíció szerint a CSR minden stakeholder felelős és etikus kezeléséről szól (Hopkins, 2011). Egyes szakirodalmak a CSR-t és az üzleti etikát szinonimaként használják, és több szakember véleménye az, hogy a CSR az üzleti etika vállalati gyakorlatban való kifejeződése (Institute of Business Ethics, 2009). Az utóbbi években felerősödött a CSR és a **fenntartható fejlődés** felfogás közötti közeledés. Az UNIDO szerint a CSR olyan menedzsment koncepció, amely szerint a vállalat integrálja a

társadalmi és környezeti szempontokat és az érintetti együttműködést üzleti tevékenységében (Unido, 2014). A World Business Council for Sustainable Development megközelítésében a CSR szerves része a fenntartható fejlődésnek (WBCSD, 2000). A rokon fogalmak közötti összefüggésre rávilágító cikk szerint a vállalati fenntarthatóság (CS) a fenntartható fejlődés (SD) vállalati koncepciója, míg a CSR a fenntartható fejlődés önkéntes menedzsment megközelítése (Steurer et al., 2005). Sokan a vállalati fenntarthatóságot (CS) és a vállalati társadalmi felelősséget (CSR) szinonimaként használják (Marrewijk, 2003, p. 102). Az ENSZ Global Compact felfogása szerint is felcserélhető a két fogalom (UN Global Compact, 2013).

CSR különböző definícióit szintetizálva, a CSR-t egy olyan új üzleti modellként írjuk le, amely elősegíti a vállalatok fenntartható fejlődéshez való hozzájárulását, azaz megteremti a gazdasági érdekek, a környezeti igények és a társadalmi elvárások közötti egyensúlyt azzal, hogy a vállalat üzleti stratégiájába integrálja **a környezeti és társadalmi hatások figyelembe vételét, a stakeholder szemléletet, és az etikus magatartást** (Szegedi, 2014):

2.2. A CSR jellemzői, trendjei

Az általunk adott CSR definíció gyökeres szemléletváltást igényel, paradigmaváltást feltételez. A hagyományos vállalatszemlélettől eltávolodva, azt jelenti, hogy egy vállalat több mint pusztán a tökemegtérülést és profitmaximalizálást hajszoló képződmény. A vállalat egyben emberek közössége is, amely társadalmi és természeti környezetben működik, figyelembe kell venniük tevékenységeik környezeti és társadalmi kihatásait. A gyakorlatban azonban sok vállalat egészen más értelemben használja a CSR koncepciót.

Egy friss kutatás keretében 142, az elmúlt négy évben a Harvard Business School CSR képzési programjában részt vett vállalati menedzsert kérdeztek meg a vállalatuk CSR programjának kiterjedtségéről, szerkezetéről és irányításáról. A válaszadók 60 százaléka elégedetlen volt vállalata CSR programjával. Az elemzés három típusát különítette el a CSR programoknak (Rangan – Chase– Karim, 2015):

- **CSR mint jótékonykodás** - A vállalatok 48 százalékánál a CSR jótékonyági programban testesült meg, nem jelent meg üzleti, profit cél. Tipikus példák a civil szervezeteknek történő pénz, vagy berendezések adományozása, a közösségi kezdeményezésekben való részvétel, és a munkavállalói önkéntes kezdeményezések támogatása.
- **CSR mint működési hatékonyság javító eszköz** - A vállalatok 39 százalékánál a CSR fókuszában a működési hatékonyság növelése állt, aminek lényege a meglévő üzleti modellen belül társadalmi vagy környezeti előnyök elérése, egyidejűleg az értékláncon belüli vállalati működés támogatásával, amelynek eredménye hatékonyság- és eredményesség növekedés. Tipikus példák az olyan fenntarthatósági kezdeményezések, amelyek csökkentik az erőforrás-felhasználást, a hulladék, vagy a kibocsátások mennyiségét, ezzel költségcsökkenést eredményezve, vagy beruházások a munkavállalók munkakörülményeinek, egészségügyi ellátásának, illetve oktatásának fejlesztésére, amely növelheti a termelékenységet, elősegítheti a munkaerő megtartást.
- **A CSR mint üzleti modellváltás** - A cégek mindössze 13 százalékánál jelent meg az üzleti modell átalakítása. Az ilyen CSR program új vállalkozási formák kifejlesztését jelenti, amelyek kifejezetten a társadalmi vagy környezeti kihívásokra adnak választ. A jobb üzleti teljesítmény követelményként jelenik meg ezeknél a kezdeményezéseknél, a társadalmi vagy környezeti célok elérése mellett. Jó példa erre a Unilever Shakti ("empowerment") Projektje Indiában. A vállalat a saját nagy- és kiskereskedelmi modellje helyett falusi nőknek biztosított mikrohitelket, megtanította őket szappanok, mosószerek, és egyéb termékek háztól-házig eladására. Több mint 65000 női vállalkozó vesz részt a projektben,

közel átlagosan megduplázva bevételeiket, miközben növeli a vidéki hozzáférést higiéniai termékekhez, így a közegészséghez. A társadalmi haszon együtt jár az üzleti haszonnal: 2012-től a Shakti Projekt több mint 100 millió USD forgalmat ért el. Sikere hasonló Unilever programok bevezetésére vezetett a világ más részein.

Az ENSZ Global Compact a világ legnagyobb önkéntes CSR kezdeményezése, melynek 15 év működés eredményeként mára több mint 8000 vállalat és több mint 4000 nem vállalati tagja van, mintegy 160 országból. A tagok stratégiájukat és működésüket önként összehangolják az emberi jogokat, a munkaügyi kérdéseket, a környezeti kérdéseket, és korrupcióellenességet lefedő 10 alapelvvel. Az ENSZ Global Compact fenntarthatósági kutatásában közel 2000 vállalat válaszi alapján vállalati fenntarthatósági helyzetjelentést adtak (UN Global Compact, 2013). Az eredmények alapján a vállalatokban tudatosodott az, hogy a fenntarthatósági témák és a szélesebb társadalmi célok, mint az oktatás és az egészségügy fejlesztése, a szegénység felszámolása hogyan hatnak rájuk és a társadalomra. Az eddig elért eredmények nem elegendőek, további lépéseket kell tenni annak érdekében, hogy felelős gyakorlatokat teljes mértékben beépítsék a vállalatuk és a teljes értékláncuk működésébe. A kutatás alapján a fő problémák a következők:

- **Jelentős különbség van aközött, amit a vállalatok mondanak, és amit tesznek.** – A vállalatok többsége megfogalmazza az alapelveket, és írásba foglalja az irányelveit, de nem helyez hangsúlyt a továbblépésre, ezek integrálására. A válaszadók 65%-a vállalatvezetői szinten fogalmazza meg a fenntarthatósági elveit, de csupán 35%-uk építi be ezeket a stratégiába és a működésbe.
- **A fenntarthatósági teljesítmény szempontjából meghatározó tényező a vállalati méret** - Bár kisebb és nagyobb vállalatok körülbelül ugyanolyan arányban csatlakoznak a kezdeményezéshez, a nagyvállalatok esetén valószínűbb, hogy konkrét intézkedéseket tesznek, míg ez a kis- és középvállalatok számára nagyobb kihívást jelent. Bízató azonban, hogy a KKV-k felzárkózása megkezdődött. Nincs különbség abban, hogy a vállalatok többet foglalkoznak a környezetvédelemmel és a munkaügyi kérdésekkel, mint például az emberi jogok és a korrupció-ellenesség témaköreivel. Csak a legnagyobb cégek folytatnak párbeszédet az érintettekkel. Mérettől függetlenül kihívást jelentenek a vállalatok számára a beszállítókkal kapcsolatos fenntarthatósági tevékenységek.
- **Az értéklánc a jobb teljesítmény akadálya.** - A nagyvállalatok a beszállítók fenntarthatóságát nevezték meg a legnagyobb akadályként, amely gátolja őket a fenntarthatósági teljesítményük javításában. Bár a legtöbb vállalat már meghatározott fenntarthatósági elvárásokat a beszállítói felé, azok ellenőrzése továbbra is kihívást jelent. A vállalatok 83%-a várja el a beszállítótól, hogy támogassák a Global Compact alapelveit, ám csupán 18%-uk nyújt segítséget számukra a céljaik kitűzéséhez és felülvizsgálatához, illetve csupán 9%-uk tesz lépéseket arra, hogy megbizonyosodjon a hiányosságok kezeléséről.
- **Mindenki profitál egy jobb világból.** - A vállalatok szerint ők maguk is sikeresebbek, ha a körülöttük lévő világ sikeresebb. Jobban boldogulnak egy olyan világban, amelyet nem húznak vissza járványok, háborúk, gazdasági összeomlás, írástudatlanság, az emberi jogok megsértése és a szegénység. A globális fenntarthatósági kihívások rangsorában a válaszadó vállalatok a következő sorrendet határozták meg: oktatás (63%), a szegénység megszüntetése (52%), klímaváltozás (52%), növekedés és munkahelyteremtés (49%). Arra a kérdésre, hogy a vállalatok mely területeken lehet a legnagyobb pozitív hatása, első helyre került a növekedés és a munkahelyteremtés (83%), ezt követte az oktatás (59%), majd a klímaváltozás (51%).

A CSR mint a társadalmi innováció egy formája

Manapság a CSR fogalma a szakirodalomban többször jelenik meg a társadalmi innováció (SI) fogalmával párhuzamosan, vagy azzal összekapcsolva, sőt megjelent a vállalati társadalmi innováció (CSI) kifejezés is, amelyet hol a CSR fejlődésének következő szakaszaként értelmeznek, hol egyenlőségjelet tesznek a CSI és a stratégiába integrált CSR közé (KPMG, 2014). A továbbiakban megvilágítjuk a társadalmi innováció és a vállalati társadalmi innováció fogalmát, és tisztázzuk CSR-hoz fűződő kapcsolatukat.

Társadalmi innováció (SI)

A társadalmi innovációra történő korai utalások az 1960-as években jelentek meg, de igazából az elmúlt évtizedben váltak gyakorivá, egyrészt válaszként a gazdasági innováció technológia orientáltságával való elégedetlenségre, másrészt válaszként a növekvő társadalmi, környezeti demográfiai kihívásokra, amelyek komplexek, sokrétűek, sok érintettjük van, és természetüknél fogva megoldhatatlanok. A társadalmi innováció szakirodalma foglalkozik a civil társadalom, a társadalmi vállalkozások és az üzleti vállalkozások szerepével valamint képességeik, kompetenciáik eszközeik és tőkéjük közötti kölcsönhatással a folyamat során (The Young Foundation, 2012). Megjelenik a társadalmi innováció olyan új ötletként történő definiálása, amely egy időben elégíti ki a társadalmi szükségleteket, és hoz létre új kapcsolatokat vagy együttműködések (Murray, Caulier-Grice & Mulgan, 2010, p. 3). Bár sok tanulmány foglalkozik a társadalmi innovációval, viszonylag kevés fordít figyelmet a társadalmi innováció nagyszabású köz- és magánszféra újításként történő értelmezésére (Klievin–Janssen, 2014). A társadalmi innováció azokra jelentős hatású, kiterjedt és tartós kezdeményezésekre utal, amelyek gyökeresen megváltoztatják a hiteket, a viselkedést, a kultúrákat, a hatalom dinamikáját, az alapvető gyakorlatokat, és/vagy valamilyen társadalmi rendszer erőforrásaihoz való hozzáférést a nagyobb egyenlőség, termelékenység és ellenállóképesség irányába (SIG, 2015). Elfogadjuk azt a definíciót, amely szerint „a társadalmi innovációk új megoldások (termékek, szolgáltatások, modellek, piacok, folyamatok stb.), amelyek egy időben társadalmi szükségletet elégítenek ki (jobban, mint a már létező megoldások) és új vagy továbbfejlesztett képességeket, kapcsolatokat és az eszközök és a források jobb kihasználásához vezetnek. Más szóval jók a társadalomnak, és fokozzák a társadalom cselekvőképességét” (The Young Foundation, 2012, 18. oldal).

Vállalati társadalmi innováció (CSI)

Amennyiben a társadalmi innováció nem korlátozódik a társadalmi vállalkozások, civil szervezetek és a jótékonyági szervezetek tevékenységére, hanem részt vesznek benne a vállalatok is, akkor lehetőség nyílik vállalati társadalmi innovációra. A vállalati társadalmi innováció áttörő változásokat jelent a vállalatok működésében, azzal, hogy egyszerre jelenik meg a társadalmi és környezeti értékteremtés valamint a profitorientáció, mégpedig adott társadalmi projekt kapcsán. A vállalati társadalmi innovációban (CSI) élenjáró vállalatok törekednek arra, hogy ezt a megközelítést a CSR továbbfejlesztett modelljeként az alapvető üzleti stratégia és jövőkép részeként kezeljék (KPMG, 2014).

A vállalati társadalmi innováció (CSI) hidat képez az üzleti innováció és a társadalmi innováció között. A Vállalati Társadalmi Innováció (CSI) piaci alapú megoldásokat használ, a nyereséges üzleti lehetőségek generálása érdekében, miközben kezeli a társadalmi igényeket és az ökológiai kényszereket. Az új technológia és az ország, iparági és egyéb határokon átívelő társadalmi hálózatok egyre növekvő lehetőségeit igyekszik kihasználni (SIG, 2015).

A CSR és a fenntarthatóság (CS) kritikusai szerint hibásak és kudarcra ítélték, mivel változatlan feltételek mellett próbálták meg változást elérni. A Volans vállalat alapítója, John Elkington szerint áttörést jelentő kapitalizmusra van szükség, áttörő megoldások formájában új üzleti modellekre, új piaci szabályokra és ösztönzőkre. Az áttörést az jelenti, hogy a vállalatok aktív felelős szerepet vállaljanak a kapitalizmusban. Az innovátorok azon dolgoznak, hogy új rendszereket fejlesszenek ki, hogy olyan területeket kezeljenek, mint a korrupció, a szegénység, a migráció vagy a klímaváltozás. A progresszív vállalatok az innováció olyan modelljét keresik, amely közvetlenül a legégetőbb társadalmi és környezeti kihívások megoldására fókuszál, oly módon, hogy egyben hozzájárul a vállalat üzleti sikeréhez is (Volans, 2013).

A CSI alapú megközelítést sikeresen alkalmazó vállalkozásokat tanulmányozva 3 alapelv **különbözteti meg a vállalati társadalmi innovációt a hagyományosabb CSR modelltől** (KPMG, 2014):

1. alapelv: CSI része az alapvető üzleti stratégiának és jövőképnek
2. alapelv: CSI kihasználja a piaci erőket, hogy pozitív hatást érjen el
3. alapelv: CSI által létrehozott stratégiai együttműködés.

A Vállalati Társadalmi Innováció érdekében innovációs kultúrát kell létrehozni az új ötletek ösztönzése és megvalósítása érdekében. Ösztönözni kell a társadalmi vállalkozókat (intrapreneurs) akik a vállalati változásokat véghezviszik, és a társadalmi vállalkozók szerepét töltik be a nagy szervezeteken belül. A legjobbaknak figyelemre méltó képességük van arra, hogy másokat is inspiráljanak, koalíciókat építsenek ki és megtalálja az egész szervezeten belül azokat az embereket, akik megfelelő szakértelemmel rendelkeznek, és befolyásolják, hogy segítsenek megvalósítani az elképzeléseiket. További lépés a belső és a külső ösztönzőrendszerek összehangolása a célokkal, valamint a siker érdekében célszerű a más szemléletet képviselő partnerek bevonása (KPMG, 2014).

A társadalmi innovációs folyamatba bevont főbb szereplők előnyei és hátrányai az alábbiak lehetnek:

- **Civil szervezetek** - Hozzáadott értéke lehet, hogy a társadalmi problémák iránt nyitottak, változatos programok során nyertek tapasztalatokat, aktív, lelkes, mozgósítható tagjaik vannak. Hátrányuk viszont, hogy általában korlátozott forrásokkal rendelkeznek, speciális fókuszuk miatt nem mindegyik alkalmas komplex, interdiszciplináris programok megvalósítására.
- **Kormányzat, közsféra** - Szerepe lehet regulatív (például jogi szabályozás), motivációs célú (például pénzügyi ösztönzők), meggyőzésre irányuló programokat hozhat létre (például tudatformálás, oktatás, kommunikáció), közösségi aktiváló programokat kezdeményezhet (például bevonás) (Kun, 2012). Szerepük elsősorban a gazdasági, jogi és társadalmi keretfeltételek megteremtésében van, bár aktív kezdeményezője, résztvevője és finanszírozója is lehet egyes programoknak különböző intézményei révén.
- **Önkormányzatok** – Előnyök a helyi problémák és szereplők ismerete. Képesek forrásteremtésre és a különböző szereplők közötti kapcsolat megteremtésére.
- **Társadalmi vállalkozások** - A társadalmi változás céljából létrehozott, profitorientált szervezetek, amelyeknek működése az alapvető társadalmi céljuk fenntartására irányul. Előnyük lehet a társadalmi problémák iránti érzékenység, ugyanakkor általában innovatív szervezetek, akik jó ötletekkel rendelkeznek, és képesek egy piaci rés megtalálására. Hátrányuk, hogy általában kevesebb tőkével rendelkeznek, komplex problémák megoldására ritkán rendelkeznek kompetenciákkal.

- **Nagyvállalatok** – Jelentős pénzügyi erőforrással, komplex problémamegoldási kompetenciával rendelkeznek. Egyre inkább megjelenik a társadalmi problémák iránti nyitottság. Hátránya lehet a nem megfelelő társadalmi prioritások és a kevés ilyen kompetenciával rendelkező munkaerő.
- **Vevők** – A vevőkkel, ügyfelekkel való szoros együttműködés új szempontokat hozhat felszínre, amelyek lehetővé teszik a vállalati társadalmi innováció számára, hogy hatékonyan elérje a piacot és hatása legyen a társadalomra és az üzletre is.
- **Különböző iparági szereplők** - Nagyobb hatást lehet elérni különböző iparági szereplők, vagy akár különböző iparágak szereplőinek bevonásával. Tipikus példa lehet egy közös probléma megoldása. Például, válaszul a Greenpeace "Detox" kampányára egy konzorcium jött létre 2011-ben többek között a versenyképes ruházati és lábbeli márkák és a kiskereskedők bevonásával (beleértve Adidas, C&A, Esprit, G-STAR RAW, Hennes & Mauritz (H&M), Inditex, Jack Wolfskin, Levi Strauss & Co., Li-Ning, M&S, New Balance, NIKE, Inc., PUMA and PVH), hogy együtt kifejlesszenek egy tervet " a veszélyes vegyi anyagok zéró kibocsátására" a kínai ellátási láncukban (KPMG, 2014).

Ahhoz, hogy egy folyamatot, egy terméket vagy szolgáltatást társadalmi innovációnak tekintsünk, világos társadalmi és üzleti értékteremtésnek és egy új modellnek kell lennie, ami valami mást hoz a piacra a tervezés, fejlesztés és / vagy a piacra juttatás tekintetében (KPMG, 2014).

2.3. A téma térségi háttere: helyzetkép és beazonosított problémák

Napjainkban is jelentős változások mennek végbe a vállalatok környezetében. A KPMG (2012) felmérése szerint az elkövetkező 20 évben a vállalatok több száz környezeti és társadalmi változásnak lesznek kitéve, amelyek kockázatot és egyben lehetőséget is hoznak a fenntartható növekedés keresésében. A jelentés **10 megatrendet** azonosít, amik valószínűleg hatással lesznek a vállalatokra (KPMG, 2012):

- Klímaváltozás (hatása lehet fizikai, szabályozási, reputációs, versenyjogi, társadalmi és per kockázat)
- Energia és üzemanyag (változékony és kiszámíthatatlan, ami hat az energiaköltségekre, iparágtól függetlenül)
- Erőforráshiány (a fejlődő országok iparosodása miatti nagy kereslet miatt)
- vízhiány (nem elegendő mennyiség, rosszabb minőség, magasabb költség)
- Népeség-növekedés (2032-ig 20%-os növekedés, elsősorban Ázsiában és Afrikában, ami növeli az erőforráshiányt és a beszállítói lánc kockázatát)
- Jólét (172%-kal nő a középosztály, kihívás kiszolgálni az új piacokat növekvő erőforráshiány és bizonytalanság mellett)
- Urbanizáció (2030-ra a lakosság többsége, 4,9 Mrd ember városokban fog élni)
- Élelmiszer-biztonság (2030-ra 70-90 százalékkal nőnek az élelmiszerárak a növekvő népesség és az erőforráshiány miatt.)
- Az ökoszisztéma hanyatlása (biológiai sokféleség csökkenése ritkább és drágább természeti erőforrásokat eredményez, különösen érintve a mezőgazdaságot, haltenyésztést, élelmiszeripart, gyógyszeripart, turizmust)
- Erdőirtás (a földfelszín 31%-át borítják, alapvető erőforrásokat adva, például fa, gyümölcs, gyógyszer, szerepet játszanak az üvegházhatású gázok csökkentésében.)

Az ENSZ Global Compact (UN Global Compact, 2015) jelentése 5 lényeges kockázatot határoz meg, mellérendelve a lehetőségeket is (2. táblázat):

Kockázat	Lehetőség
Szélsőséges időjárás	<ul style="list-style-type: none"> – Korai előrejelző rendszer szolgáltatások – Ellenálló képességbe való befektetés – Költséghatékony adaptáció
Vízhiány	<ul style="list-style-type: none"> – Vízhatékonny mezőgazdaság – Édesvíz termelés – Okos (smart) vízszabályozás
Fenntarthatatlan városiasodás	<ul style="list-style-type: none"> – Kompakt, zöld és összekötött városok – Vidéki növekedési kezdeményezések – Intelligens, élhető város (smart city)
Nem fertőző betegségek	<ul style="list-style-type: none"> – A nem fertőző betegségek legyőzése mobil technológiákkal – Innovatív pénzügyi lehetőség az egészséges generációk érdekében – A mindennapi egészség elősegítése
Üzemanyaghiány	<ul style="list-style-type: none"> – Szabályozott energiaváltás – Energia függetlenség – Zöld fogyasztói választások

A jövő társadalmi kihívásait természetesen alapvetően befolyásolják az adott lokális térség sajátosságai is. Magyarországon a kedvezményezett térségek besorolásáról szóló 311/2007. (XI.17) Kormányrendelet a kistérségek és települések társadalmi-gazdasági és infrastrukturális elmaradottságát / fejlettségét mérő komplex mutató alapján meghatározta a hátrányos helyzetű (HH, 94 db), ezen belül a leghátrányosabb helyzetű (LHH, 47 db), ezen belül pedig a komplex programmal segítendő (LHH33) kistérségek körét.

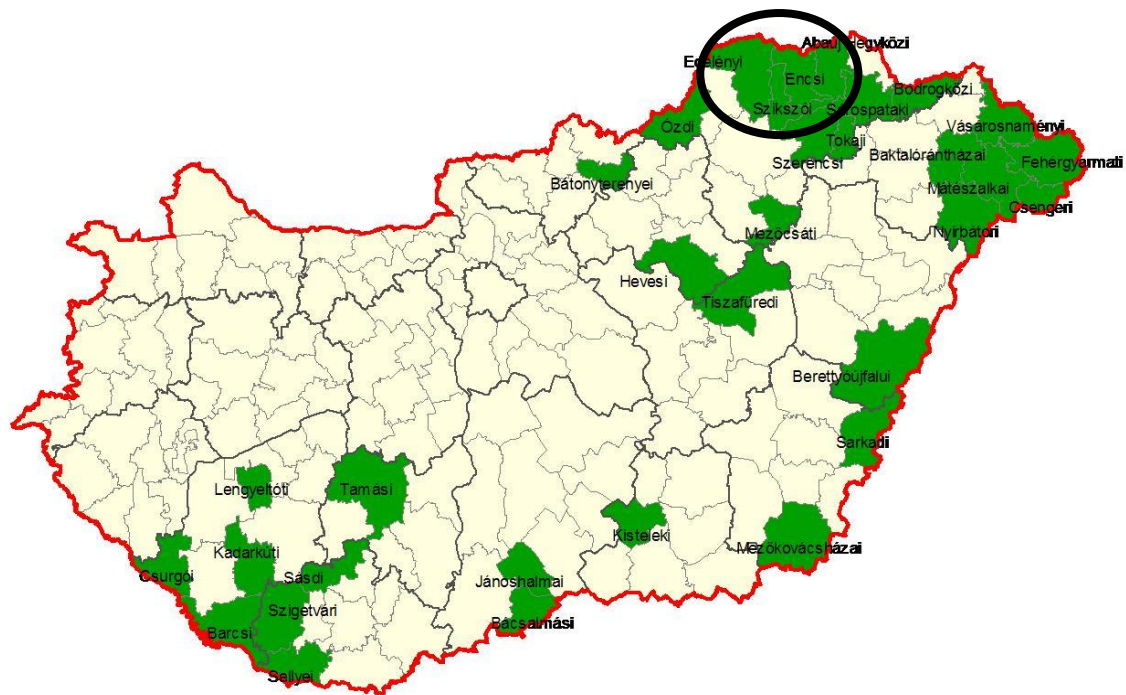
A legelmaradottabb térségekben a legnagyobb probléma a **foglalkoztatási lehetőségek hiánya, a munkanélküliség**. Gondot jelent az **előregedés**, ami **negatív vándorlási mérleggel** párosul. Jellemzően a hátrányos helyzetű kistérségeket főleg a fiatal, képzettebb emberek hagyják el. Az **iskolázottság** elmarad a magyarországi átlagtól, ugyanez jellemző az egészségi állapotra és a szociális helyzetre is. Az infrastruktúrával kapcsolatban főként a közlekedéssel, az utak állapotával van gond, de megfigyelhető a leromlott épületállomány is. **Csökcent a mezőgazdaság foglalkoztató- és eltartó képessége**. Az ipar elmaradottságát főként a **tőkeszegénység**, a külföldi befektetők, a **vállalkozási ismeretek és az innovációs képesség hiánya** okozza. A kistérségek többsége aprófalvas, illetve tanyás településszerkezetű, ezek könnyen **elnéptelenedhetnek**, nehéz a megközelíthetőségük. Magas a **romák aránya**. Nagy gondot okoznak a szociális problémák, az **elszegényedés** és az ezekből következő **szegregáció**, gettósodás (Pannon Elemző Iroda Kft, 2013).

Az Észak-Magyarországi régió az Európai Unió 8. legfejletlenebb régiója, az egy főre jutó GDP az EU 28-as átlag 40%-a (Index, 2015). Itt található Magyarország egyik legnagyobb problémákkal küzdő megyéje, **Borsod-Abaúj-Zemplén megye**. Borsod-Abaúj-Zemplén megye lakosságának jelentős része hátrányos helyzetű kistérségekben lakik. A megyében lévő 15 kistérségéből 13 hátrányos helyzetűnek minősül és 10 a leghátrányosabb helyzetű kistérségek között szerepel (B.A.Z. Megyei Kormányhivatal Munkaügyi Központ, 2014).

Borsod-Abaúj-Zemplén megye főbb gyengeségei a következők (A Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Közgyűlés Középtávú Gazdasági Programja, 2015-2019):

- Természeti környezet
 - Kevesebb termőterület a szántó, konyhakert, szőlő és gyep művelési ágakban, több megművelt erdőterület
 - Csapadékmentes időkben aszályveszély

- Árvíz- és belvív veszély
- Ipari szennyezés által sújtott területek, lég- és zajszennyezés
- Gazdaság
 - Az egy főre jutó bruttó hazai termék az országos 61,8 százaléka.
 - A mezőgazdaságban foglalkoztatottak száma jelentősen csökkent, hanyatlanak a kertészeti, zöldség és gyümölcs-termelési hagyományok.
 - Alacsony exportrészesedés, gyenge innovációs teljesítmény
 - A turizmus gazdasági jelentősége viszonylag kicsi
- Társadalom
 - A lakónépesség országos átlagot meghaladó csökkenése, a születések számának folyamatos csökkenése, egyre idősödő társadalom
 - Az országban a legnagyobb mértékű a megyéből az elvándorlás
 - Alacsony a foglalkoztatottság, a munkanélküliségi ráta 2013-ban 1,9%-kal haladta meg az országos arányt. 2015 áprilisi adat szerint a regisztrált álláskereső aránya a munkavállalási korú népesség 6,01%-át tette ki Magyarországon. Borsod-Abaúj-Zemplénben ez átlagosan 10,51% volt, viszont a megye 14 településén is 30% feletti a munkanélküliségi ráta (Napi, 2015)
 - Alacsony képzettségű és munkakultúrájú lakosság arányának és számának emelkedése, különösen a perifériákon, kistélepüléseken. Jelentős számú a szegénységben, gyakran mélyszegénységben élő lakosság. Jelentős mértékű az alkoholizmus.
 - Országos viszonylatban magas a roma népesség száma, a magyarországi roma nemzetiséghez tartozók 23,95 %-a él a megyében. Szegregálódó települések jellemzők, a roma lakosság rossz lakhatási körülmények között él. Jelentős egészségi állapotbeli különbségek vannak a roma és nem roma lakosság között
 - Erősödik a társadalmi deviancia, csökken a tolerancia, a helyi társadalmi konfliktusok növekvő száma jellemző
 - A veszélyeztetett és védelembe vett gyermekek száma Borsod-Abaúj-Zemplén megyében volt a legnagyobb 2012-ben (KSH, 2014)
- Infrastruktúra
 - A térségi közösségi közlekedés nehézkes
 - A közüzemi szennyvízgyűjtő-hálózatba bekapcsolt lakások aránya elmarad az országos átlagtól (BAZ: 71,3%, országos: 75% 2013-ban)
 - A hulladékfeldolgozás és a szelektíven gyűjtött lakossági hulladék alacsony aránya (2013: 1% alatt).



1. ábra. A komplex programmal segítendő leghátrányosabb helyzetű kistérségek (Forrás: <http://palyazat.gov.hu/lhh>, letöltés: 2015. 08. 15.)

A **Cserhát** Borsod-Abaúj-Zemplén megyében, a szlovák-magyar határtól délre, az Északi-középhegységben a Bódva és a Hernád között a Sajóig húzódó, részben dombvidéki területen fekszik, magába foglalja az Edelényi, az Encsi és a Szikszói járásokat. A Cserhát mindhárom járása a komplex programmal segítendő leghátrányosabb helyzetű kistérségek közé tartozik (1. ábra), és Magyarország egyik legfejletlenebb területének számít. A területen összesen mintegy százezer ember lakik. Előnytelen fekvése és hiányzó erőforrásai miatt tradicionálisan elmaradott területnek számít, ami az ipari üzemek és a mezőgazdasági termelészövetkezetek megszűnésével tovább fokozódott (Virág – Zolnay, 2010).

Azok a szociálpolitikai problémák, melyek jellemzőek az országra és Borsod – Abaúj-Zemplén megyére, itt hatványozódva jelentkeznek. A terület jellemzően aprófalvas térség, gyenge infrastruktúrával, melynek a népességmegtartó ereje csekély. A munkanélküliségi ráta 2010-ben az Edelényi kistérségben 28,15%, az Encsi kistérségben 43,76%, a Szikszói kistérségben 28,55% volt, ami jelentősen meghaladja az országos (11,16%) és a megyei átlagot (18,59%) is (Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat, 2010). A Cserhát településein nagyon magas a roma népesség aránya, mindhárom kistérség (Encsi:23,7%, Edelényi: 19,4%, Szikszói: 21,2%) bekerült a 10 legnagyobb nemzetiségi rátával rendelkező magyarországi kistérségek közé. A térség fejlesztésére meghatározott stratégia szerint átfogó fejlesztési programra van szükség a Cserháton, melynek középpontjában a helyi gazdaság fejlesztése áll (Vidékfejlesztési Minisztérium, 2012):

- Háztáji gazdálkodás, élelmiszertermelés ösztönzése, kiskerti termelési kultúra újjáélesztése, falusi kispiacok, helyi piacok létesítése
- Mintagazdaságok, bemutató és tangazdaságok létrehozása
- Mikro- és családi vállalkozások létrehozásának ösztönzése

- Szociális gazdasági formák kialakításának elősegítése, szociális földprogramok támogatása
- A falusi- és ökoturizmus fejlesztése
- Megújuló energia alapú térségfejlesztés: biomassza, egyéb alternatív energiaforrások
- Elérhetőség javítása: utak állapotának javítása, buszhálózat fejlesztése, járatsűrűség növelése, átszállások csökkentése
- Oktatás színvonalának növelése és képzések lebonyolítása, iskolák felújítása, bővítése, felnőttképzés támogatása; fiatalok közösségi tevékenységeinek támogatása; munkahelyi képzések támogatása; gazdasági oktatás bevezetése
- A térség fekvéséből adódóan a határon átnyúló együttműködésekben rejlő fejlesztési lehetőségek kihasználása
- Program mentorálás, amely kiterjed a közösségi részvétel ösztönzésére.

A csereháti probléma olyan mértékű, hogy komplex szemléletre van szükség, amelynek fő elemei: új funkciók, új lakosok, új hálózatok, külső kapcsolatok és segítők, településtípusok szerint differenciált részek, valamint a társadalmi innovációk (G. Fekete, 2014). Összességében komplex problémarendszer jellemzi a vizsgált területet, melyeket komplexen lehet kezelni, és apránként eredményeket elérni. Az innováció új formáira van szükség ahhoz, hogy válaszokat találjunk a jövő társadalmi kihívásaira, és hogy beinduljon a társadalmi problémákat leküzdő folyamat. Hagyományosan, a társadalmi változás létrehozása a non-profit szervezetek és a kormányzatok szinte kizárólagos feladata volt. Ugyanakkor a bemutatott problémák negatívan érinthetik a vállalatokat is, de az elkövetkező időszak sok kihívást és hatalmas lehetőséget jelent a vállalatok számára, hogy részt vegyenek, sőt központi szerepet játszanak a társadalmi problémák megoldásában.

A CSR fogalma hazánkban az FIDH 2006-os felmérése alapján még nem széles körben ismert, a vállalatok többsége nem tudatosan használja azt, és legtöbbször csak jó hír keltése céljából (FIDH, 2006 idézi Csáfor, 2009). Külföldi indíttatású felmérések is készültek hazánkról a vállalatok társadalmi felelősség vállalásával kapcsolatban. Egyik ilyen volt például az AmCham76 2006-os felmérése mely a fogyasztók felelősségteljes választását vizsgálta. Az eredmények azt mutatták, hogy a magyar fogyasztók majdhogynem felénél még mindig az ár fontos a termék kiválasztásánál és nem a terméket készítő cég hozzáállása a döntő. Ez azonban nem jelenti azt, hogy hazánk fogyasztói lemaradva lennének más országokban tapasztalható felelősségteljes vásárlókhöz képest. Magyarországon a fogyasztók a legfontosabb CSR kezdeményezésként a munkahelyeket érintő tevékenységeket tekintik (AmCham 2006 idézi Csáfor, 2009). A munkavállalók odafigyelnek a vállalatok munkahelyi CSR tevékenységére, fontos számukra például a megfelelő munkakörülmények kialakítása valamint a munkavállalói jogok rendszere is, elismerik a vállalat környezetvédelemre fordított munkáját is (Csáfor, 2009).

Az Észak-magyarországi régió CSR sajátosságait vizsgáló átfogó felmérés 2009-ben készült, mely az alábbiakat állapította meg (részletesen lásd Csáfor, 2009, 160-166.o.):

- Az Észak-magyarországi régió vállalataira jellemző környezeti és a társadalmi problémák iránti elkötelezettség az elmélet, nem pedig a szándék szintjén jelenik meg, inkább csak a szabályozásnak és a kötelező ajánlásoknak való megfelelést jelenti.
- Nagyon kevés a nagyszámú CSR-eszközt ismerő és alkalmazó felelős vállalat az Észak-magyarországi régióban, amelyre a nagyszámú, inkább csak a közösségi tevékenységek folytatása jellemző. Nem tervezik a tevékenység fejlesztését, többnyire szinten tartás a cél.

- A régióban a tudatos fogyasztók hiánya az egyik komoly gátja a társadalmi felelősségvállalás fejlesztésének, hiszen a vállalatok vevőinek és partnereinek csak harmada értékeli ezt.
- A felelős vállalati tevékenység legfontosabb regionális korlátozó tényezői a pénzügyi erőforrások hiánya és a kormányzat, valamint a szakmai támogatások hiánya, aminek következménye, hogy a vállalatok szerint a társadalmi felelősségvállalás nem jár üzleti előnyökkel.
- A vállalatok CSR-aktivitása lemaradást mutat a magyarországi vállalatok felelős tevékenységéhez képest. Ez azonban a régióban nem a profitabilitáson múlik, sokkal inkább a régió általános társadalmi viszonyai fékezik a CSR terjedését.

3. Megoldási alternatívák elemzése

3.1. Korábbi kezdeményezések – a társadalmi, környezeti problémák megoldására koncentráló Vállalati Társadalmi Felelősség (CSR) programok

Ebben a fejezetben összefoglaltunk néhány vállalati példát, amelyekben a vállalati társadalmi felelősséggel kapcsolatos tevékenység környezeti, illetve társadalmi problémák megoldására, hátrányos helyzetű kistérségeket / csoportok fejlesztésére irányultak. Ezek egy része kezdeményezés, amelyben a cégek a CSR-t üzleti stratégiájukba integrálták, és a folyamatban új lehetőségeket teremtettek ügyfeleik és a cég számára, profitorientált Vállalati Társadalmi Innovációt létrehozva (KPMG, 2014). Más kezdeményezések nem törekedtek a nyereségességre, hanem kimondottan valamilyen környezeti, társadalmi probléma megoldása volt a cél. A legjobb gyakorlat példák kiválasztásakor nagyban támaszkodtunk a Követ CSR piac adatbázisára (Követ, 2015).

3. táblázat. Hátrányos helyzetű térségeket/csoportokat fejlesztő Vállalati Társadalmi Felelősség (CSR) programok

3. táblázat

Vállalat	Iparág	CSR kezdeményezés
Novartis	Gyógyszeripar	Az egészség és az egészségtudatosság fejlesztése, munkahelyteremtés - Az Arogya Parivar ("egészséges család" hindi nyelven) profitorientált fenntartható egészségügyi kezdeményezés, amelynek célja, hogy javítsa a gyógyszerekhez való hozzáférést a vidéki India legszegényebb kb.740 millió embere számára. Ezen kívül a program része közösségi egészségügyi oktatók (általában helyi nők) foglalkoztatása is, akik felhívják a lakosság figyelmét a betegségekre és a megelőző egészségügyi intézkedésekre. Értékesítőket alkalmaznak, akik biztosítják, hogy a gyógyszerek a legtávolabbi helyeken is rendelkezésre álljanak. Az új üzleti modell révén a közösség igényeihez igazodó, kb. 80 termékből álló kosarat kínálnak megfizethető áron a gyógyszerekkel rosszul ellátott, alacsony jövedelmű közösségeknek, és befektetnek a betegek egészségnevelésébe, az ügyfelek általános egészségi állapotának javítása érdekében. A vállalat 33000 falu 42 millió fős lakosságát érte el, és a harmadik évben nyereségessé vált a kezdeményezés. A modellt bevezették Kenyában, Vietnamban, Indonéziában, Nigériában és Ghánában (KPMG, 2014).

Grameen Danone Foods Ltd	Élelmiszeripar	<p>Az alultápláltság csökkentése, munkahelyteremtés - A multinacionális élelmiszer-gyártó Danone, együttműködése a Bangladesi sikeres mikrohitelezéssel foglalkozó társadalmi vállalkozással, a Grameen Bankkal, az alultápláltság csökkentése érdekében. Bangladesben az egyik legmagasabb a gyermekek és anyák alultápláltsági aránya a világon, az emberek egyharmada, és az öt év alatti gyermekek 45 százaléka szenved közepes vagy súlyos alultápláltságban. Tápanyagokkal dúsított joghurtot termeltek, megfizethető áron. A joghurthoz szükséges tejet mikro-termelőktől vásárolták, körülbelül 1500 embernek nyújtva ezzel közvetlen vagy közvetett jövedelmet egy termelő üzem 30 km-es körzetében, miközben megbízták a női vállalkozók hálózatát, az úgynevezett "Grameen Danone Ladies", hogy háztól-házig szállítsák ki a joghurtot, akár 18 százalékos árrést kapva érte. Környezeti oldalról, a termelő üzemek helyi erőforrásokra, vízre és részben a napenergiára épülnek (KPMG, 2014).</p>
Vancity	Pénzügyi szféra	<p>Társadalmi változások hitelezése - Vancity Kanada legnagyobb hitelszövetkezete, amely egy, a tagok által tulajdonolt pénzügyi együttműködés, üzleti modelljének középpontjában a tagok által indukált innováció áll. Évente a nettó nyereségének 30 százalékát szétosztja a tagjainak és a közösségi szervezeteknek, az alapvető hangsúly azonban a betétgyűjtésen és társadalmi változásokat elősegítő szervezetek hitelezésén van. Az alapítvány szoros kapcsolat tart fenn a tagjaival és a közösségekkel, segítve őket, hogy tisztában legyen a társadalmi, környezeti és gazdasági kérdésekkel, és hogy ezeket az igényeket minél jobban ki tudja elégíteni. Versenyképes termékeket és szolgáltatásokat kínál, valamint pénzügyi tanácsadással segíti tagjait saját vagyonuk gyarapításában, valamint pozitív gazdasági, társadalmi és környezeti hatást kiváltó helyi vállalkozások és szervezetek hitelezésére használja a tagok betéteit. Mindez hitelezési és befektetési tanácsokkal, érdekképviseléssel, együttműködéssel és támogatásokkal párosul. Az igényeket a közösség tagjai határozzák meg, és ők alakítják ki hitelezési politikát. 2011-ben rekord nyereség ért el, ez volt a negyedik egymást követő év, amikor növelni tudta működésből származó nettó bevételeit (KPMG, 2014).</p>
Coca-Cola Magyarország Kft.	Élelmiszeripar	<p>A Duna védelme – A vállalat CSR stratégiájának kidolgozásakor olyan kulcsterületekre koncentrált, amelyekre működése során elsődlegesen hatással van. Mivel a cég termékei gyártásakor nagy mennyiségű vizet használ és dolgoz fel, kiemelten fontos számára, hogy e természeti kincs védelméhez mind helyi, mind globális szinten aktívan hozzájáruljon. A Coca-Cola Magyarország évek óta kiemelt figyelmet fordít a Duna menti vizes élőhelyek és különösen az ártéri területek természet közeli állapotának megóvására, valamint a folyó vízminőségének javítására. A vállalat civil szervezetekkel és a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztériummal együttműködve évek óta részt vesz a nemzetközi Duna-nap, valamint az eseményhez kötődő Duna Művészeti Mestere pályázat, és a Duna Ismerettár Országos Verseny szervezésében. Részt vett a Duna Ismerettár oktatócsomag (http://www.danubebox.hu/) kifejlesztésében. Tagja a Business Friends of the Danube (A Duna Üzleti Partnerei) kezdeményezésnek, ahol a tagok együttműködnek a kormányokkal, hogy hosszú távon megőrizzék a folyó egyediségét és természeti kincseit. http://www.perfekt.hu/web/10804/tartalom/list/50513027</p>
Vodafone Magyarország	Telekommunikáció	<p>Főállású Angyal projekt - A Vodafone Magyarország Társadalmi Esélyegyenlőségért Alapítvány 2013-ban hatodik alkalommal hirdette meg a "Főállású Angyal" pályázatot. A program olyan magánszemélyeket támogat, akik vállalják, hogy szaktudásukkal egy éven keresztül segítik az általuk kiválasztott nonprofit szervezet munkáját, és 12 hónap alatt megvalósítanak egy konkrét projektet a kiválasztott szervezetnél. A nyertessel teljes munkaidőben szerződéses munkaviszonyt létesít – 12 hónapos határozott időtartamra. 2014-ben a program</p>

		<p>az Informatika a Látássérültekért Alapítvány munkáját segítette, a látássérültek (vakok és gyengén látók) tájékoztató, művelődési és szórakozási lehetőségeinek bővítése érdekében mobiltechnológián alapuló alkalmazás fejlesztésében, amellyel lényegesen egyszerűbbé vált az önkéntes felolvasók számára a cikkek okostelefonról történő feltöltése. Egy másik a BAGázs Közhasznú Egyesülettel roma integrációs modellt - az ún. Jogklinika Programot – dolgozott ki, amely más régiókban is adaptálható. Egy harmadik a Bliss Alapítvány munkáját segíti, amelynek célja a súlyosan, halmozottan sérült, mozgás- és beszédképtelen gyermekek és fiatalok komplex rehabilitációja. https://www.vodafone.hu/vodafonerol/tarsadalmi-felelossegvallalas/vodafone-a-tarsadalomert/kozossegi-programok</p>
BASF Hungária Kft.	Vegyipar	<p>BASF Hungária Kft. a 6-12 éves korosztály számára hirdette meg a kémiát népszerűsítő Kids' Lab - Kölyöklabor programját. Ennek fontos eleme az önálló kísérletezés, így a gyerekek aktív részesei a foglalkozásoknak, ügyességüket, pontosságukat és kreativitásukat is fejleszti, hogy kis kémikusként dolgozhassanak. A Közlekedési Múzeumban berendezett, és fesztiválokra is kilátogató kölyöklaborban 2011 októbere óta több mint 5000 kisdíák ismerkedhetett meg a kémcsövek és lombikok világával. http://www.hrportal.hu/c/a-basf-hungaria-nyerte-az-idei-good-csr-dijat-20121203.html</p>
SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.	Élelmiszeripar	<p>Élelmiszerhulladékból zöld energia - A SPAR sikeres projektjeinek egyike az élelmiszerhulladékok biogáz üzemben történő hasznosításának bevezetése, amelyet a vállalat az élelmiszer-kereskedelmi láncok között elsőként alkalmazott. A SPAR-csoport által működtetett egységekben – közel 400 üzlet, két logisztikai központ és egy húsüzem – megközelítőleg évi 1900 tonna biológiailag lebomló hulladék képződik, amelyből az újonnan bevezetett biogáz koncepció eredményeként környezetbarát, ún. zöld energia előállítása valósul meg, így is csökkentve a környezetbe kijutó káros anyagok mennyiségét. http://www.spar.hu/content/dam/aspiag/spar_hu/szolgalatasok/informacios_kiadvanyok/pdf/csr2011.pdf</p>
Borsodi Sörgyár	Élelmiszeripar	<p>18 igen kampány – A Borsodi Sörgyár termékeit kizárólag a felnőtt lakosságnak szánja, a vállalat minden partnerétől elvárja az erre vonatkozó jogszabály követését, és önkorlátozást vállal ennek érdekében. A kampány azokat célozta, akik igazán tehetnek a fiatalok alkoholfogyasztása ellen: a pultosokat, a pincéreket és a szülőket. Tájékoztató anyagot állítottak össze, amellyel 106 000 családot értek el, és szakmai lapon keresztül további 17 000 emberhez jutattuk el a felelős gondolkodás füzetét. 300 pubba ajándécsomagot és a vendéglátósoknak szóló füzetet juttattak el. http://www.csрпиac.hu/CSR_intezkedesek/details/id-18-igen-kampany.html</p>
Holcim Hungária Zrt.	Építőipar	<p>Holcim térségfejlesztési koncepció - A Holcim évek óta részt vesz a nyergesújfalui mikrorégió kulturális rendezvényeinek, sporteseményeinek szervezésében, az önkormányzati intézmények és civil szervezetek támogatásában. Hosszú távú térségfejlesztési stratégiát dolgozott ki, melynek célja, hogy segítse a térség önkormányzatait, civil szervezeteit és vállalkozásait a mikrorégió társadalmi, gazdasági és kulturális fejlesztésében. Konferenciasorozatot kezdeményezett, az elérhető európai uniós forrásokról. Létrehozta a Holcim Térségfejlesztési Alapítványt melynek célja, hogy a helyi önkormányzatok és civil szervezetek számára vissza nem térítendő támogatás keretében biztosítsa a szükséges önrészt az uniós pályázatokhoz. http://www.csрпиac.hu/CSR_intezkedesek/details/holcim-tersegfejlesztesi-koncepcio.html</p>
Pannon GSM Távközlési Zrt.	Távközlés	<p>Karitatív csapatépítés: helyi igényekre válaszol a Pannon - Szabályzatban írta elő a vállalat, hogy az éves csapatépítő tréningek csak karitatív tartalommal valósulhatnak meg, amire hátrányos, illetve leghátrányosabb helyzetű kistérségekben, és 5000 fő alatti lakosú településeken kell a karitatív modulra együttműködő önkormányzatot találni. Ennek eredményeként közel 40 településen végzett helyi fejlesztéseket, amelyek a helyi életminőséget javították. http://www.csрпиac.hu/CSR_intezkedesek/details/karitativ-csapatepites-helyi-igenyekre-valaszol-a-pannon.html</p>
Aqua Szolgáltató	Élelmiszeripar	<p>Természetes, tisztítás nélküli ivóvíz a Szigetköz szívéből - A Szigetközi Friss Vízrel nem az ásványvíz piacon kívánt egy újabb termékkel megjelenni, hanem</p>

Kft.		egy másik piaci szegmenst nyitott a palackozott ivóvízzel. Közép-Európa egyik legnagyobb és legtisztább vízkészletéből, mélyfúrású kutakból közvetlenül tisztítás és tartósítás nélkül palackozták az enyhén lúgos kémhatású ivóvizet, amit a környezet védelme érdekében visszaváltható üvegpalackban forgalmaznak. Egyedi címkével hozzák forgalomba a lokálpatriotizmus erősítése érdekében, aminek gyártásával is egy a megyében működő céget bízták meg. http://www.csрпиac.hu/CSR_intezkedesek/details/termeszetes-tisztitas-nelkueli-ivoviz-a-szigetkoz-szivebol.html
ISD DUNAFERR Zrt.	Gépipar	Gondoskodó létszámleépítés, outplacement rendszer – A vállalat létrehozta az Acélapítványt, amely egyéves, határozott idejű munkaszerződést ajánl fel az elbocsátottnak az előző munkaviszonyban betöltött munkakörük, távolléti díjának alapján. Ezt a támogatotti időszakot kétszer fél évvel lehet meghosszabbítani. Tanácsadással a támogatottnak segít feldolgozni a történeteket, és feltárja azokat a lehetőségeit, amely jelenlegi állapotából és környezetéből fakadnak. Elkészül a támogatott „Életúterv”-e, amely az egyén tudását, kompetenciáit, lehetőségeit ötvözi az alapítványi eszközökkel, rögzítve az elvégezni kívánt képzéseket, a betölteni kívánt munkaköröket, foglalkoztatásokat. amelynek segítségével képes lehet a munkaerőpiacon elhelyezkedni. A rendszer része lett a Kollektív Szerződésnek, így a munkáltatónak kötelessége minden esetben felajánlani azt. http://www.csрпиac.hu/felelos-foglakoztatasi-kategoria/details/gondoskodo-letszameepites-outplacement-rendszer.911.html
GRUNDFOS Magyarország Kft.	Gépipar	A megváltozott helyzet csak rugalmasság kérdése – A cég elkötelezett a megváltozott munkaképességű emberek foglalkoztatása iránt. 2001 óta rehabilitációs részleget működtet, ahol több mint száz munkatársat alkalmaz elsősorban gyártósori operátorként. A motiválás és megtartás érdekében figyel arra, hogy körültekintően válassza ki a terméket, a gyártás minimális helyváltoztatást igényeljen, a kollégákat rotálják, támogatják a megváltozott munkaképességű dolgozók vállalati képzéseken való részvételét, belső fejlődési- és karrierlehetőségeket is kínálnak számukra. Szoros együttműködést hoztak létre munkáltatókkal, civil és állami szervezetekkel: részükre gyárlátogatásokat szerveznek, konferenciákon mutatják be rehabilitációs részlegüket, valamint a munkaerő-toborzásban támogatják egymás munkáját. http://www.csрпиac.hu/felelos-foglakoztatasi-kategoria/details/a-megvaltozott-helyzet-csak-rugalmassag-kerdese.909.html
BP	Energiaipar	Nyílt és befogadó munkahelyi környezet kialakítása – A vállalat ennek érdekében esélyegyenlőségi referenseket (2 fő) választott ki, akiknek biztosította a képzését. A technikai háttér kiépítése lehetővé tette, hogy a munkavállalók havonta 8 napot otthonukból dolgozzanak. A kisgyermekükkel otthon levő anyukák számára a negyedéves kismama találkozók elindítása lehetővé tette, hogy továbbra is figyelemmel tudják kísérni a cég életét. Újbóli munkába lépésük után lehetőségük van csökkentett munkaidő választására (napi 4-6 óra). A kismamák a gyermeknevelés mellett is elérik a heti rendszeres, az egész vállalatot érintő híreket tartalmazó hírlevelet. A társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos eseményeket koordináló önkéntes csapat létrehozása, támogatása. Fontos lépéseket tett a megváltozott munkaképességű munkavállalók integrálása felé. A HBLF ROMASTER Programmal való együttműködés révén középiskolás roma diákok tanulását, mentorálását támogatják. http://www.csрпиac.hu/felelos-foglakoztatasi-kategoria/details/sokszinuseg-es-befogadas.html
GE Hungary Zrt.	Energiaipar	GE Foundation Nyíló világ középiskolai tehetséggondozó program egy hátrányos helyzetű régió felzárkóztatásáért – Az Észak-Magyarországi régió felzárkóztatásának elősegítésére a GE az ózdi József Attila Gimnáziumban indította Magyarországon egyedülálló, iskolai oktatást kiegészítő innovatív tehetséggondozó programját partnerek (GE Volunteers, Junior Achievement Magyarország (JAM), Inform Media, Miskolci Egyetem, két minisztérium, Ózd, Kisvárdai és Hajdúböszörmény és Borsod-Abaúj-Zemplén Megye Önkormányzata, az AISEC és a Fast English nyelviskola) közreműködésével. A társadalmi innovációt jelentő program célja az általános műveltség kiszélesítése, az angol, illetve üzleti angol nyelv és üzleti ismeretek elsajátítása. A programot kiterjesztették Hajdúböszörmény és Kisvárdai valamennyi középiskolájára. 2006-ban a Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Önkormányzat átvette a programot és saját

		<p>finanszírozásban bevonta a régió három újabb városának diákjait és tanárait. Itt a GE saját városi jelenlét és érdekelttség nélkül, a „legjobb gyakorlat” átadóként és mentorként van jelen és minden segítséget megad az önkormányzatnak a program sikeres futtatásához.</p> <p>http://www.csriac.hu/CSR_intezkedesek/details/ge-foundation-nyilo-vilag-koezepiskolai-tehetseggondozo-program-.html</p>
KÜRT Zrt.	Informatika	<p>A „Hátrányos helyzetű, elsősorban cigány származású gyerekek oktatásáért alapítvány” - a cigány és hátrányos helyzetű gyermekek oktatása mellett kötelezte el magát, hogy ők is esélyt kaphassanak a fejlődésre, a társadalmi integrációra. A program elsődleges célkitűzése, hogy példaképeket neveljen. Olyan fiatalokat patronál, akik tehetségük, szorgalmuk és elhivatottságuk révén, a KÜRT anyagi támogatása mellett, sikeresen megvalósíthatják álmaikat. Sikeres felnőttként ők lesznek azok a példaképek, akik inspirációt jelenthetnek fiatal társaik számára. A célok teljesüléséhez az anyagi támogatás mellett szükséges a folyamatos oktatói támogatás, visszacsatolás, mentorálás is. A Veszprémi Egyetemen az alapítvány kurátoraiként szakmai háttérrel biztosít a patronált diákoknak.</p> <p>http://www.csriac.hu/CSR_intezkedesek/details/ket-evtized-elkoetelezettseg-az-oktatas-tamogatasara.html</p>

(Forrás: Saját szerkesztés a táblázatban feltüntetett források alapján.)

3.2. A társadalmi innováció lehetséges területei, adaptálható elemei

A kérdőíves felmérés eredményei

A kérdőíves felmérés alapján hét különböző témakörre vonatkozóan szűrtünk le megállapításokat. A hét témakör egymásra épülését a 1. ábra mutatja, feltüntetve azon az adott témakörhöz rendelt kérdőívben szereplő kérdést.

Elsőként a térséget érintő legfontosabb társadalmi/természeti/környezeti problémák számbavétele szükséges ahhoz, hogy a későbbiekben a vállalatok CSR tevékenységének irányaira vonatkozóan iránymutatásokat tudjunk megfogalmazni. A fenti problémák súlyosságának megítélésében és súlypontjainak kijelölésében hasznos segítségnek látszanak a többségében a régióban tevékenykedő vállalkozásoktól (100 elemszámot meghaladó mintából) származó állásfoglalások.

Ezután a kérdőívet kitöltőket saját szervezetük „háza tájáról” kérdeztük, nevezetesen, hogy folytatnak-e CSR tevékenységet, illetve tervezik-e azt a jövőben, majd következő lépésként a CSR tevékenységek jellemzőit térképeztük fel a CSR elméletek legfontosabb irányai alapján. Figyelmünket ezek után arra irányítottuk, hogy feltérképezzük, hogy a vállalkozások milyen belső és külső érintetteket vonnak be a CSR tevékenységbe a jelenben és terveznek-e változást a jövőben. Következő lépésként részletes elemzésnek vetettük alá a válaszolók attitűdjeit a különböző érintettekkel kapcsolatos felelőségek általános érvényesüléséről a magyar gyakorlatban, a jelen és a jövő vonatkozásában (a két idősíkra vonatkozó kérdések különállóan szerepeltek a kérdőívben).

A belső érintettek csoportjából a tulajdonosokkal és munkavállalókkal, a külső érintettek közül a vevőkkel, beszállítókkal, üzleti partnerekkel, versenytársakkal, helyi közösséggel, társadalommal és környezettel kapcsolatos felelőségek érvényre jutásával kapcsolatos véleményeket kutattuk.

Hatodik gondolati egységként bemutatjuk, hogy a válaszadók mely tényezőket tartják a CSR tevékenység kibontakozása, fejlődése fő akadályainak, majd utolsó lépésként a beérkezett válaszok alapján azokat a tényezőket igyekszünk azonosítani, melyek a szervezeteket a CSR tevékenység fokozására ösztönözhetik.

1. A térséget érintő legfontosabb társadalmi/természeti/környezeti problémák

A vonatkozó „kérdés”: „Értékelje a Cserehát (Encsi, Edelényi, Szikszói járások) legfontosabb társadalmi, természeti környezeti problémáit a gazdasági fejlődés feltételei szempontjából!” (irányított válaszok: szegénység, munkanélküliség, elvándorlás, képzetlen munkaerő stb.)



2. A CSR tevékenység meglétének tesztelése

A vonatkozó kérdés: „Folytat-e vállalata a jelenben vállalati társadalmi felelősségi (CSR) tevékenységet? A terveik szerint a jövőben fog-e folytatni a vállalata társadalmi felelősségvállalási tevékenységet (CSR)?”



3. A CSR tevékenység jellemzőinek meghatározása

A vonatkozó kérdés: „Mi jellemzi leginkább vállalata CSR tevékenységét?”
Irányított válaszok: 1. A CSR jótékonykodás, növeli a vállalati reputációt, de nem jelenik meg profit cél; 2. A CSR javítja a vállalat hatékonyságát; 3. A CSR programoknál elengedhetetlen a nyereségességi követelmény is



4. A tevékenységbe bevont belső és külső érintettek kilétének feltárása

A vonatkozó kérdés: „Milyen belső és külső érintetteket vonnak be a CSR tevékenységbe? Mennyire fontos az ő bevonásuk?”



5. A vállalkozás érintettjeivel kapcsolatos felelőségekről alkotott vélemények

A vonatkozó kérdés: „Hogyan ítélik meg az alábbi szereplőkkel kapcsolatos felelőségek érvényesülését a jelenben?” (vevők, alkalmazottak, beszállítók / üzleti partnerek, versenytársak, tulajdonosok, helyi közösség, társadalom és természeti környezet)



6. A CSR tevékenység kibontakozását, fejlődését gátló fő akadályok feltárása

A vonatkozó kérdés: „Melyek a vállalati társadalmi felelősségi (CSR) tevékenység legfontosabb akadályai?”



7. A CSR tevékenység fokozását, bővítését elősegítő tényezők azonosítása

A vonatkozó kérdés: „Milyen tényezők ösztönöznék a vállalati társadalmi felelősség (CSR) tevékenység fokozására?”

1. ábra A kérdőív felépítése

A minta jellemzői

A kérdőívet 129, többségében magyarországi székhelyű szervezet töltötte ki. A megkérdezés az EvaSys online rendszere segítségével történt, mely lehetőséget biztosít arra, hogy az egyes kérdések esetében külön mérje a válaszadások számát. Ez alapján a minta elemszám egyik egyedi kérdés esetében sem csökkent 105 alá.

A megkérdezettek túlnyomó többsége (több mint 90%-a) üzleti célú vállalkozásként határozta meg szervezetét. A válaszadók által képviselt szervezetek 59%-a korlátolt felelősségű társaság, 31%-a betéti társaság, 2%-a részvénytársasági formában működik. Az előzőeken túl a minta 4%-a nonprofit Kft., 0,8%-a egyesület, 2%-a az előző kategóriákba nem tartozó szervezet volt. A fentiek ismeretében a következőkben egyszerűsítésképpen - mivel a megkérdezett szervezetek legnagyobb részére helyénvaló a meghatározás -, a mintába került szervezetek megjelölésére összefoglalóan a „vállalkozások” kifejezést is használjuk.

A megkérdezett vállalkozások többségének (79%-ának) székhelye Miskolcon található. Ettől lényegesen kisebb, de számottevő arányt képviselnek a mintában a csereháti térség három járásában központtal rendelkező vállalkozások (az encsi járáshoz 5,6%-uk, a szikszói járáshoz 4,8%-uk, az edelényi járáshoz 3,2%-uk tartozik). A válaszadó vállalkozások 1,6%-a Borsod-Abaúj-Zemplén megye más településein, 4,8%-a az országnak a fenti kategóriákon kívül eső területein került bejegyzésre. A mintabeli szervezetek kevesebb, mint egy százaléka számít külföldi vállalkozásnak.

A vállalkozások telephelyeinek elhelyezkedése az esetek többségében egybeesik székhelyük településével. A miskolci székhelyű vállalkozások hozzávetőleg 4%-a rendelkezik Miskolcon kívüli székhellyel, eközben a csereháti kistérségben jelen lévő vállalkozások közel azonos arányban (körülbelül 1 százalékponttal nagyobb arányban) képviseltetik magukat telephellyel, mint központtal a térségben. Ezek alapján az a kép rajzolódik ki, hogy a centrumban (Miskolcon) székelő vállalkozások nem képviseltetik magukat jelentős arányban telephellyel a csereháti kistérségben, ahol szinte kizárólag a helyi központú vállalkozások tevékenysége jellemző.

Alkalmazotti létszámuk alapján a válaszadók közel kétharmada (72%-a) mikro vállalkozás, egytizede (9%) kisvállalkozás, 2%-a száz fő alatti vállalkozás, kevesebb, mint egy százaléka (0,8%) közepes méretű vállalkozásból állt, a nagyvállalatok aránya 0,8%. A vállalkozások 14%-a nem rendelkezett alkalmazottal a vizsgált időszakban. A megkérdezett szervezetek 63%-ának éves árbevétele nem éri el a 20 millió Ft-ot, 19%-ának 100 millió Ft alatti, további 9%-ának 1 milliárd Ft alatti bevétele keletkezett az előző évben (2014-es adatok). Az Európai Unió által elfogadott, árbevételre vonatkozó kategorizálás alapján a vizsgált vállalkozásoknak hozzávetőleg 5%-a éri el a kisvállalkozások törvényben rögzített mérethatárát (2 millió euró feletti nettó árbevétel). A hivatalos meghatározás szerint tehát – a tőke nagyságát nem is vizsgálva) középvállalkozás nem található a mintában.

Főtevékenységük szerint a vizsgált vállalkozások legnagyobb része (27%-a) az „M” kódjelű TEÁOR csoportba tartozik, tehát szakmai, tudományos, műszaki tevékenységgel foglalkozik. 13%-ot képviselnek a kereskedelem, gépjárműjavítás szegmensben tevékenykedő vállalkozások, 10%-uk a feldolgozóiparban, 8-8%-uk oktatási, illetve humán-egészségügyi és szociális ellátás területén érdekelt.

A válaszadók 70%-a tulajdonosi szerepkörben kapcsolódott a szervezethez, 20%-uk felső vezetői, 4%-uk középvezetői feladatokat látott el, 6%-uk egyéb státusszal rendelkezett.

A térséget érintő legfontosabb társadalmi/természeti/környezeti problémák

A következőkben a Cserehát térségét (Encsi, Edelényi, Szikszói járásokat) érintő legfontosabb társadalmi/természeti/környezeti problémákkal kapcsolatban kapott válaszokat elemezzük, megalapozva a vállalatok CSR tevékenységére vonatkozó későbbi kérdéseket. Az elképzelésünk az, hogy az adott térségben felmerülő problémák súlypontjainak ismeretében, azok mintegy igényként jeleníthetők meg a vizsgált és egyéb szervezetek felé, hogy CSR tevékenységüket ezekre a területekre fókuszálhassák. A kistérség társadalmi/természeti/környezeti problémáiról feltett kérdések esetében a válaszadók az adott probléma vélt súlyosságát megítélendő egy négy fokozatú skála (1-től 4-ig növekvő súlyosságot kifejezve) értékei közül választhattak.

A szegénységet a megkérdezettek 52%-a az egyik legsúlyosabb problémának (4-es súlyosságúnak) tartja, 43%-uk a 3-as értéket jelölte meg. A munkanélküliséget 67% tartja 4-es súlyosságú problémának. Ehhez képest alacsonyabb, 30% azok aránya, akik ekkora problémának tartják az elvándorlást, igaz, további 56% azok arány, akik 3-as súlyosságú problémaként jelölték. 13% kevésbé tartja súlyosnak az elvándorlás okozta veszélyeket (2-es súlyosságúként jelölte). A lakosság rossz egészségügyi állapotához kapcsolódó válaszközl már jelentős azok aránya, akik nem tartják súlyosnak a problémát (20%), 56% szerint valós, másik 20% szerint súlyos problémáról van szó.

A „kisebbségi problémák” a válaszadók összesen 7%-a szerint nem jelentenek lényegi problémát, vagy kevésbé súlyosak, 49% szerint valós problémáról van szó, 44%-uk pedig „fő problémának” tartja a kérdést. A válaszadók fontos problémának tartják még a munkaerő képzetlenségét, az infrastruktúra fejletlenségét, a rossz közlekedési lehetőségeket és az alacsony bérszínvonalat.

A válaszok átlagos értékei alapján a térség problémáira vonatkozó rangsorban első helyen a munkanélküliség, második helyen a szegénység, harmadik helyen a „kisebbségi problémák”, negyedik helyen „holtversenyben” az alacsony bérszínvonal és a képzetlen munkaerő, ezt követően az elvándorlás szerepel.

A szervezetek CSR tevékenysége és azok jellemzői

A válaszok alapján a mintabeli vállalkozásoknak csupán 16%-a folytatott CSR tevékenységet a kérdőív kitöltésekor (84%-uk egyértelmű nemmel válaszolt az erre vonatkozó kérdésre). Pozitív jel, hogy ettől 10 százalékponttal több (26%) azon szervezetek aránya, melyek tervezik, hogy a jövőben CSR tevékenységbe kezdenek.

A CSR tevékenység jellemzőinek feltérképezése céljából a vonatkozó kérdésre („Mi jellemzi leginkább vállalata CSR tevékenységét?”) három válaszlehetőséget adtunk meg, a CSR elmélet kapcsolódó elhatárolásai alapján. A felajánlott válaszlehetőségek egyike sem nyert valódi megerősítést. A kitöltők legkevésbé azzal értettek egyet (68% elutasító választ adott), hogy „a CSR programoknál elengedhetetlen a nyereségességi követelmény is”. 61% nem tartja jellemzőnek, 26% semleges választ adott, és csupán 13% tartja igaznak, hogy a CSR javítja a vállalat hatékonyságát (például csökken az erőforrás felhasználás, a hulladék, a káros kibocsátások mennyisége, csökken a költség, nő a munkavállalók elkötelezettsége). A válaszadók leginkább azzal az állítással értettek egyet (bár itt is 50% körül van az egyet nem értők aránya), hogy a CSR jótékonykodás növeli a vállalati reputációt, de eközben nem jelenik meg profit cél.

A tevékenységbe bevont belső és külső érintettek, és a velük kapcsolatos felelősségek érvényesülése

A kiteljesedett vállalati CSR tevékenység lényegéből fakadóan a vállalat és környezetének interakcióin keresztül valósul meg, mely interakciókban a belső érintetteknek különböző

szerepe lehet. Következő lépésként a minta alapján áttekintjük, hogy a vállalkozások milyen belső és külső érintetteket vonnak be a tevékenységbe és hogyan gondolkodnak az egyes érintettekről kapcsolatos felelőségek szempontrendszeréről.

Az érintettek bevonása

A vonatkozó kérdés: „Milyen belső és külső érintetteket vonnak be a CSR tevékenységbe? Mennyire fontos az ő bevonásuk?”

A fenti kérdésre az egyes érintettek esetében jelentősen eltérő válaszok érkeztek. A kérdéseket a jelenre és a jövőre vonatkozóan is megfogalmaztuk, így lehetővé válik a két időszék összehasonlítása is. A megkérdezettek jelenleg a felsőszintű vezetők bevonását tartják a legjellemzőbbnek, ezt követik hasonló átlagos értékekkel a tulajdonosok, részvényesek, közép és operatív szintű vezetők, valamint a munkavállalók csoportjai. Ezután az átlagos értékek csökkenésének sorrendjében a vevők, beszállítók és a társadalmi vállalkozók következnek. Utóbbival egyező fontossági szintre kerültek a civil szervezetek, magánszemélyek, szolgáltatási/fejlesztési intézmények. A sor végén a versenytársak és a munkavállalói érdekképviseltek állnak. A konkrét arányokat tekintve a felsővezetők bevonását 40% tartotta jelentősnek és 45% nem jellemzőnek. A versenytársak esetében 7% és 74% ugyanez a két arányszám. A jövőre vonatkozóan ugyancsak a felsővezetők szerepét látják a legjellemzőbbnek és legfontosabbnak a válaszadók, ugyanakkor a versenytársak magasabb fokú bevonását prognosztizálják (15%-al magasabb az átlagos érték), ezzel a versenytársak a társadalmi vállalkozók, civil szervezetek, magánszemélyek, szolgáltatási/fejlesztési intézmények szintjére kerültek. A többi kategória lényegében megőrizte pozícióját a fontossági sorrendben, de az átlagos értékeket tartalmazó skála a nagyobb számok felé tolódott, tehát a (felsorolt) partnerek bevonását általában is jellemzőbbnek és fontosabbnak ítélik meg a megkérdezett szervezetek a jövőben.

A vállalkozás érintettjeivel kapcsolatos felelőségekről alkotott vélemények

A válaszadók az egyes érintettekkel kapcsolatban felmerülő szempontok mindegyikénél háromfokozatú skálán választhatták ki, hogy mennyire tartják annak érvényesülését jelentősnek.

A vonatkozó kérdés: „Hogyan ítélik meg az alábbi szereplőkkel kapcsolatos felelőségek érvényesülését a jelenben?”

- A válaszadók a **vevőkkel kapcsolatos felelősség** kérdésében legfontosabbnak a tisztességes árakat és a megfelelő termék- és szolgáltatásminőséget tartották. Előbbit a megkérdezettek több mint 68%-a, utóbbit 67%-a tartotta jelentős mértékben érvényesülőnek. Ugyanígy magas pontszámot kaptak a korrupciómentes kapcsolatok fenntartásának, a korrekt tájékoztatásnak és a biztonságos termék/szolgáltatás kínálatnak a szempontjai is.

A jövőre vonatkozóan a legjelentősebb változás, hogy a válaszadók a korrekt tájékoztatás nagyobb térnyerését prognosztizálták, (a továbbra is élen maradó tisztességes árak és megfelelő termék- és szolgáltatásminőséggel azonos átlagos pontszámmal).

- A **munkavállalókkal kapcsolatos felelősség** kérdésében a megkérdezett szervezetek legjellemzőbb prioritásnak a munkahely biztosítását, a biztonságos, egészséges munkakörülmények megteremtését és a korrekt szerződési feltételek biztosítását tartják. Valamivel alacsonyabb, de relatíve szintén magas pontszámot kaptak a tisztességes fizetések meglétére, a zaklatásmentes munkahelyi légkörre, valamint az oktatás/fejlődés elősegítésének lehetőségére, az esélyegyenlőségre vonatkozó

szempontok. A megkérdezettek szerint kevésbé látszanak elkötelezetteknek a vállalkozások a munkaerő sokszínűségének biztosítása és a leépítések, átszervezések humánus menedzselése tekintetében.

- A legkisebb felelősséget a **fogyatékosok/megváltozott munkaképességűek** foglalkoztatása terén tapasztaltuk. A válaszadók 43%-a szerint nem meghatározó az ilyen jellegű munkaadói felelősség, és csupán 30%-uk szerint viseltetnek nagyobb felelősséggel a munkaadók ezen a területen.

A jövőre vonatkozóan a tisztességes fizetések kerültek a sorrend élére a biztonságos, egészséges munkakörülmények és a munkahely biztosításának fontossági szintjére. A leépítések, átszervezések humánus menedzselése tekintetében a jövőben sem látszik változás, a megkérdezettek kevesebb mint a fele tartja meghatározónak a jövőre nézve (49%). A sort a munkaerő sokszínűségének biztosításával és a fogyatékosok/megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásával kapcsolatos felelősség zárja. Utóbbiak esetében látszik némi pozitív irányú elmozdulás, a jövőre vonatkozóan már „csupán” 31% nem tartja várhatónak érvényesülését (a jelenre vonatkozóan ez az arány 43%) és 32% számít a vállalkozások ilyen jellegű felelősségének megjelenésére.

- A **beszállítókkal, üzleti partnerekkel kapcsolatos felelősség** területén a válaszadók legnagyobb arányban a korrekt szerződési feltételek biztosítását látják megelégedésnek (69%-uk jelentősnek tartja). Második helyen a tisztességes kiválasztási gyakorlat áll. A társadalmi, környezeti, etikai szempontok figyelembe vételét a beszállító/üzleti partnerválasztásban a legkevesebbet érzékelik (50 %), miközben 25% kifejezetten nem tartja jelentősnek a jelenség érvényesülését.

A jövőre vonatkozóan lényegesen eltérő értékeket kapunk. A korrekt szerződési feltételek jelentősége még nagyobb teret nyer: 84% tartja jelentősnek. A jövőben a tisztességes kiválasztási gyakorlat megjelenésére a vállalkozásoknak már 78%-a számít. A társadalmi, környezeti, etikai szempontok figyelembe vételét a beszállító/üzleti partner választásban a jelenbeli 50% után, a jövő tekintetében 67% látja reálisnak.

- A **versenytársakkal való kapcsolatok** tekintetében a kérdések két témakörre terjedtek ki. Ezek alapján a vállalkozások valamennyivel általánosabbnak tartják a tisztességes verseny szabályainak betartását, mint a legális és etikus információszerezést a versenytársakról (előbbit 59, utóbbit 47% tartja jelentős jelenségnek).

A jövőre vonatkozó válaszok esetében magasabb elköteleződés feltételezését látjuk mindkét esetben, a tisztességes verseny szabályainak betartása 73%, a legális és etikus információszerezés 63% szerint válik prioritássá.

- A **tulajdonosi kapcsolatokkal összefüggő felelősség** vonatkozásában legjellemzőbbnek a valóságnak megfelelő információ szolgáltatását tartják a megkérdezettek (74% tartja jelentősnek), de viszonylag magas pontszámot kapott a hosszú távú megtérülésre való törekvés is.

A jövőre vonatkozóan ismét reménytelibb arányokat találunk, a vállalkozások 83%-a várja a valóságnak megfelelő információk szolgáltatásának érvényesülését, de hasonló arányban nőtt a hosszú távú megtérülésre való törekvés melletti elköteleződés feltételezése is.

- A **helyi közösséggel kapcsolatos felelősség** esetében a helyi munkaerő alkalmazása, illetve az egészség megőrzés/fejlesztés támogatása áll az első két helyen. A válaszadók 42%-a a három fokozatú skálán hármast, 36%-uk kettést, 22%-uk egyest adott arra a kérdésre, hogy mennyire tartja jelentősnek a helyi munkaerő alkalmazását. Az egészség megőrzés esetében ettől jobban megoszlottak a válaszok (hozzávetőleg

egyharmadnyi választ kapott mindhárom fokozat). Hasonló átlagos értéket kaptak a „munkahelyteremtés”, a „helyi adóbevételek növelése”, az „infrastrukturális beruházások”, az „oktatás támogatása”, a „közösségi programokban való részvétel”-re vonatkozó válaszok is. Az előzőektől kevésbé, de relatíve jellemzőnek tartják a válaszadók a társadalmi felzárkózás elősegítésének, a kultúra támogatásának, a sport programok támogatásának előfordulását. Utóbbit 41% nem tartja jelentősnek, és csak 21% tartja annak.

A jövőre vonatkozóan a helyi munkaerő alkalmazása még magasabb értékekkel vezeti a képzeletbeli rangsort, (57% várja jelentősnek). Az egészség megőrzés / fejlesztés támogatása a második helyre került az oktatás támogatása és a munkahelyteremtés szempontjaival egy szintre, utóbbinál ez szignifikáns jelentőségnövekedést jelent. A sort a jelenbeli preferenciákkal megegyező módon a kultúra, a sport és a társadalmi felzárkózás elősegítése zárja. A sport esetében kiegyenlítettebbé váltak az eredmények, a válaszadók körülbelül egyharmada látja szerepét meghatározónak és jelentéktelennek is, és egyharmad válaszoló semleges választ adott.

- **A társadalommal és környezettel kapcsolatos felelősség** esetében kimagasló pontszámokat kapott a természeti környezet helyreállításának és védelmének ügye, ezt az emberi jogok védelme és a korrupció elleni harc elősegítése követik. Megoszlottak a vélemények a vállalkozásindítás, fejlesztés és az innováció elősegítése, a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok segítése, a hátrányos helyzetű régiók segítése, a globális és nemzeti társadalmi problémák megoldásának elősegítése kapcsán felmerülő felelőségek megjelenéséről. Utóbbi tényezőket többen tartják háttérbe szorulónak, mint jellemzőnek.

A természeti környezet helyreállításának és védelmének ügye a jövőre vonatkozó válaszok alapján is kimagasló szerepet vetít előre, komoly változás látszik ugyanakkor a korrupció elleni harc elősegítése területén. A válaszadók 37%-a tartja jelentősnek a jelenben, a jövőre vonatkozó válaszok esetében 67%-ra nőtt ez az arány.

A CSR tevékenység fokozásának/kiterjesztésének legfontosabb akadályai

A „Melyek a vállalati társadalmi felelősségi (CSR) tevékenység legfontosabb akadályai?” kérdésre adott válaszok valamelyest eltérnek az általunk feltételezettől. A vállalkozások legkevésbé azt tartják akadálnak, hogy a CSR tevékenységek végzése versenyhátrányt jelentene (60% nem ért egyet), és ugyanígy nem tartják erős visszatartó erőnek azt sem, hogy nincsenek jó ötletek, vagy, hogy nincs felelőse a „feladatnak”. A társadalmi elvárások hiányát sem érzékelték számottevő akadálnak. Érdekes fejlemény, hogy jelentős az egyet nem értők aránya a CSR tevékenység vállalaton belüli fontosságának hiányát okoló lehetőséggel, mely szerint a CSR jellegű aktivitás akadály, hogy „nem tekintik azt fontosnak a vállalaton belül”. Ugyanígy nem értettek egyet a megkérdezettek azzal, hogy a valódi akadály az, hogy a szervezetnél úgy gondolják, „a vállalatoknak nem ez a dolga”. Mindkettőt 30% körüli csoport cáfolta. (Igaz, 30% körüli azok aránya is, melyek az említett két tényezőt valódi akadálnak tartják.) Jelentős szórással, de már inkább egyetértettek a válaszadók a következő magyarázatokkal: „nem eléggé kommunikált a sajtóban”, „együttműködési lehetőségek/potenciális partnerek ismeretének hiánya”, „hosszú távú szemlélet hiánya”, „környezettudatosság / társadalomtudatosság hiánya”. 43% szerint jelentős hatással bír és ezzel a második legjelentősebb akadályozó tényező a CSR-ral kapcsolatos ismeretek hiánya. Legnagyobb arányban (53%) a vállalati pénzügyi erőforrások esetében gondolják úgy a vállalkozások képviselői, hogy jelentős akadályozó tényezőt jelentenek a CSR tevékenység folytatására vonatkozóan.

A CSR tevékenység fokozásának/kiterjesztésének elősegítése

A jelenbeli jellemzők és jövőbeli elképzelések, illetve várakozások feltérképezése után arra kerestük a választ, hogy milyen módon lenne fokozható a vállalatok CSR tevékenysége.

A vonatkozó kérdés: „Milyen tényezők ösztönöznék a vállalati társadalmi felelősség (CSR) tevékenység fokozására?” – az adott szervezetet.

A kapott válaszok alapján a legnagyobb átlagos pontszám az „adókedvezmény” lehetőségre adódott, miszerint 54% jelentős hatásúnak tartja és csupán 27% gondolja csekély befolyásoló erejűnek az adókedvezményekkel való CSR ösztönzést. Az előzőtől valamivel alacsonyabb és hasonló átlagos érték adódott a „jó ötletek”, a „legjobb gyakorlatok megismerése” és a „hatékony együttműködési formák” ösztönzési módszerek hatékonyságára. Ezeket a nagyobb sajtóvisszhang és az ingyenes CSR oktatás követi a sorban. Utóbbit a válaszadók 21%-a gondolja jelentős hatásúnak, míg 44%-a ilyen szempontból nem tartja hasznosnak. Az előzőektől nem sokkal lemaradva a CSR teljesítmény mérése, mint lehetőség, a külső visszajelzések szolgáltatása és a vállalati társadalmi felelősségi díj odaítélése zárják a sort. A CSR teljesítmény mérését 41% tartja lényegében haszontalannak és csupán 15% tartja ösztönző erejűnek. Ez részben talán tulajdonítható a válaszadók ide vonatkozó feltételezett ismerethiányának is, meglehet, ennek tesztelésére nem végeztünk vizsgálatot.

A kérdőíves felmérés legfontosabb következtetései

- A válaszadók a Cserehát legsúlyosabb problémáinak a munkanélküliséget és a szegénységet tartják.
- A mintabeli vállalkozásoknak csupán 16%-a folytatott CSR tevékenységet, de ettől 10 százalékponttal több (26%) azon szervezetek aránya, melyek tervezik, hogy a jövőben CSR tevékenységbe kezdenek.
- A CSR mibenlétének megítélése kapcsán a válaszadók leginkább azzal az állítással értettek egyet, hogy a CSR jótékonykodás növeli a vállalati reputációt, de eközben nem jelenik meg profit cél. Csupán 13% tartja igaznak, hogy a CSR javítja a vállalat hatékonyságát.
- A megkérdezettek a vállalaton belülről a felsőszintű vezetők bevonását tartják a legjellemzőbbnek, ettől kevésbé és hasonló mértékben tartják jellemzőnek a tulajdonosok, részvényesek, közép és operatív szintű vezetők, valamint a munkavállalók csoportjainak részvételét. A jövőre vonatkozóan ugyancsak a felsővezetők szerepét látják a legjellemzőbbnek és legfontosabbnak a válaszadók, ugyanakkor a versenytársak magasabb fokú bevonását prognosztizálják. Külső szereplőként leginkább a vevők, beszállítók és a társadalmi vállalkozók, mint partnerek bevonását látják kívánatosnak. A jövőben egyértelműen nagyobb nyitottságot és több együttműködést prognosztizálnak a külső csoportokkal.
- A társadalommal és környezettel kapcsolatos felelősség esetében kimagasló pontszámokat kapott a természeti környezet helyreállításának és védelmének ügye. A jövő esetében a helyi munkaerő alkalmazása magasan vezeti a képzeletbeli rangsort. A helyi közösséggel kapcsolatos felelősség esetében a helyi munkaerő alkalmazása, illetve az egészség megőrzés/fejlesztés támogatása áll az első két helyen. A munkavállalókkal kapcsolatos felelősség kérdésében a megkérdezett szervezetek legjellemzőbb prioritásnak a munkahely biztosítását, a biztonságos, egészséges munkakörülmények megteremtését és a korrekt szerződési feltételek biztosítását tartják. A legkisebb felelősséget a fogyatékosok/megváltozott munkaképességűek

foglalkoztatása terén tapasztaltuk. A jövőre vonatkozóan a tisztességes fizetések kerültek a sorrend élére a biztonságos, egészséges munkakörülmények és a munkahely biztosításával egy rangra.

- A megkérdezettek 60%-a kifejezetten nem ért egyet azzal, hogy a CSR tevékenységek végzése versenyhátrányt jelentene. Nem tartják erős visszatartó erőnek azt sem, hogy nincsenek jó ötletek, vagy, hogy nincs felelőse a „feladatnak”. Egyharmaduk elutasította azt a feltételezést is, miszerint a CSR tevékenységet a szervezeten belül nem tartanák fontosnak, igaz, ezzel másik egyharmaduk egyetértett. Legnagyobb arányban (53%) a vállalati pénzügyi erőforrások hiányát jelölték meg fő akadállyal, jelentős gátló tényezőnek tartották továbbá a CSR-ral kapcsolatos ismeretek hiányát.
- A legtöbben úgy gondolják, hogy a vállalati CSR tevékenység fokozását/kiterjesztését adókedvezményekkel lehetne a leginkább elősegíteni. Ettől elmaradva, de valós lehetőséget látnak különböző jó ötletek és legjobb gyakorlatok megismerésében/megismertetésében, valamint a hatékony együttműködési formák kialakítása területén.

3.3. A megvalósítás lehetséges forgatókönyve - A fókuszcsoportos megkérdezés eredményei

A fókuszcsoportos megkérdezés hallgatói TDK munka keretében zajlott (Szeghő, 2015). Az interjú során 3 témáról kérdeztük meg a résztvevőket:

1. Milyen CSR kezdeményezéseket tartana perspektivikusnak a Cserehát fejlesztésére?
2. Milyen javaslatok vannak a CSR térkép kezdeményezése kapcsán?
3. Részt tud-e venni vállalata/szervezete a Cserehát fejlesztésére irányuló CSR kezdeményezésben, illetve a CSR térkép megalkotásában? Ha igen, miben? Ha nem, kérjük, indokolja miért nem!

A fókuszcsoportos megkérdezésre 2015.10.16.-án került sor a „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia keretében. A konferenciát Lillafüreden rendeztük meg és a megkérdezés a 3. szekció: Társadalmi Innováció (T-MODELL) II. előadások közben és után zajlott le.

A kutatás résztvevői olyan személyek voltak, akik a CSR/társadalmi innováció területén vezető beosztással és/vagy szakmai kompetenciával bírtak. A meghívott szervezetek listáját a 2. táblázat tartalmazza. Két alkalommal küldtünk ki meghívólevelet, az esetek többségében a meghívást telefonon is megerősítve.

A fókuszcsoportos megkérdezésre meghívott szervezetek

1. táblázat

Vállalat / szervezet
Abauj Térségének Fejlődéséért Egyesület
Alteo Nyrt.
BHIM RAO Egyesület
BOCS Alapítvány
Bódva-völgyi Közéleti Roma Nők Egyesülete

Borsodchem Zrt.
Borsodi Sörgyár Kft.
Chinoín Zrt.
Fux Zrt.
HELL Energy Magyarország Kft.
Holcim Hungária Zrt.
MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt.
Robert Bosch Power Tool Kft.
SZIROM Egyesület
TAKATA Safety Systems Hungary Kft.

Forrás: Saját szerkesztés

A meghívottak, és azok CSR tevékenységének a bemutatása:

BOCS Alapítvány: Bódva-völgy Cserehát Mozgalom

A Svájci Civil Alap támogatásával 2014-ben indult mozgalom első kezdeményezése a Bódva-völgy - Cserehát Mentorprogram volt. A projekt célja a térségben élő vagy innen elszármazott, jelentős üzleti, kulturális, művészeti, tudományos vagy sport eredményeket elért sikeres emberek, valamint az ezeken a területeken kiemelkedően tehetséges, 14-35 év közötti fiatalok összegyűjtése. A már sikeres szakemberek 9 hónapon át mentorként tevékenykedtek, segítették mentoráltjaikat céljaik elérésében. A program célja a fiatalok fejlesztése és ösztönzése volt.

A BOCS Alapítvány újabb kezdeményezése a Cserehádi Mozgalom nevet kapta, mely azt tűzte ki célul, hogy 2020-ig 100 diplomás embert hozzon haza vidékre (bodvavolgy-cserehat.hu).

Bódva-völgyi Közéleti Roma Nők (romanok-edeleny.hu)

A szervezet céljairól a roma nők jogainak képviselését, a hátrányos helyzetűek társadalmi felemelkedését, gyermekek védelmét, illetve a társadalmi esélyegyenlőség megteremtését tűzte ki. Tevékenységük megjelenik a családsegítésben, például az idősek gondozásában, gyermekvédelemben, a nevelés és oktatás területein, a kultúra megővésében és a hátrányos helyzetűek foglalkoztatásában.

Rendezvények: sportnap, családi egészségnap, a Családi Hálópont szervezésében rajzpályázat.



1. kép. Családi egészségnap

Forrás: http://romanok-edeleny.hu/?page_id=1206

SZIROM Egyesület

A Szikszói Roma Nők Egyesülete (Szirom Egyesület) célja egy olyan szervezet működtetése, amely lehetővé teszi a roma nők érdekeinek érvényesítését, a legszélesebb értelemben vett társadalmi integrációjuknak a megteremtését, foglalkoztatási, oktatási-képzési, egészségügyi és lakhatási programokon keresztül. A társadalmi integráció fontosságát a társadalmi csoportok (romák, nők, fogyatékkal élők, stb.) tevékenységeinek támogatásával ösztönzi.

Szirom Anyaklub, Szikszó ún. „mindenki nappalija”, teret ad az értelmes időtöltéshez, tanuláshoz igyekszik segítséget nyújtani, elsősorban hátrányos helyzetű (de nem felétlenül roma) kisgyermekes nők, családok számára.

BHIM RAO Egyesület (bhimrao.hu)

Az egyesület neve: Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Hátrányos Helyzetű Ifjak (Magyarok, Romák) Azonos Szintű Oktatásáért Szociális, Kulturális, és Oktatási Egyesület.

A Bhim Rao Egyesület kiemelten közhasznú társadalmi szervezet, amely 2002-ben jött létre. Az Egyesület alapvető célja a hátrányos helyzetű cigány és nem cigány fiatalok általános iskolából középiskolába, illetve középiskolából a felsőoktatás intézményeibe való bejutásának, valamint ezen intézményekben való sikeres helytállásának elősegítése és támogatása.

A fentiekhez kapcsolódó műveltségfejlesztő és szociális munka - valamint egyéb olyan tevékenységek szervezése és végzése, melyek szintén elősegítik az Egyesület fő céljának megvalósítását.

A Bhim Rao Egyesület a célcsoport hatékony oktatási és képzési tájékoztatását, intézményi kapcsolatfelvételét, felzárkóztatását segíti, illetve kulturális és szabadidős programok szervezését vállalta fel.

Küzd a diszkrimináció, a hátrányos megkülönböztetés és a szegregáció ellen. Az Egyesület stratégiai célja, hogy a hátrányos helyzetű, általános iskolás fiatalok lehető legszélesebb körét elérje, vagy elérésükhöz hozzájáruljon, s őket a középiskola elvégzéséhez, szakma és végbizonyítvány megszerzéséhez hozzásegítse, kialakítva egy olyan oktatási rendszert, amely meggátolja a hátrányos munkaerőpiaci helyzet újratermelődését a roma társadalomban.

Abaúj Térségének Fejlődéséért Egyesület

Az Összefogás Abaújért Közhasznú Egyesület célja Szikszó és Abaúj társadalmi és gazdasági fejlődésének előmozdítása, a Szikszón és Abaújban élő romák életminőségének javítása, valamint Szikszó és Abaúj megtartó erejének növelése. Célja továbbá a társadalmi kohézió és a roma népesség társadalmi integrációjának erősítése, elősegítése. Tevékenységei közé tartozik a pályázati tanácsadás, konzultáció biztosítása a térségbeli szervezetek számára.

A Tehetségekért a Szikszói Kistérségben Tehetségsegítő Tanács célkitűzése, hogy a Szikszói Kistérségi Többcélú Társulás területén összefogja az óvodák és iskolák tehetségsegítő kezdeményezéseit, és egyeztető, döntéshozó, véleményformáló fórumként kialakítsa a tehetségsegítő tevékenységek optimális együttműködését, valamint a Tehetségnapok és a különböző programok szervezése, térségi összehangolása érdekében horizontálisan és vertikálisan is együttműködik a településen működő intézményekkel és más szervezetekkel.

A Tanácsban a tehetségsegítés iránt elkötelezett szakemberek, a Társulási Tanács képviselője, illetve a tehetségek segítését közvetlenül támogató közoktatási intézmények és vagy civil szervezetek képviselője kapott helyet, ezzel is növelve a széleskörű társadalmi együttműködés lehetőségét.

Hell Energy Magyarország Kft.

A szikszói székhelyű Hell Energy Magyarország Kft. az egyik leggyorsabban növekvő energiatel gyártó cégek közé tartozik az egész világon. A vállalat nemzetközi sikereinek ellenére sem feledkezik meg a Borsod-Abaúj-Zemplén megye és a szikszói térség támogatásáról:

- „HELL-sősegély bulizóknak”: Helperek Önkéntes Segítők Közhasznú Egyesülete
- Borsodban segíti a bűnmegelőzést és a rendőrség prevenciós feladatait
- Hozzájárult a szikszói Bethánia kert megújulásához
- Robogós mentőszolgálat segítése
- Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Kórház és Egyetemi Oktató Kórház Általános Sebészeti Osztályának adományoz hárommillió forintot
- Hell Miskolci Judo Klub
- Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Közhasznú Rendőr Sportegyesület támogatása
- Mikulás ünnepek Szikszón
- Angyalok Erdejéhez: felhívja a figyelmet a hátrányos helyzetű észak-magyarországi régióban élők problémáira. (Egészséges Abaújért Alapítványra)
- Élményosztó Nap (hellenergy.com/hu/)

Robert Bosch Energy and Body Systems Kft.

Magyarországi alapítása 1991-ben történt meg a vezető műszaki és szolgáltató vállalatnak, azóta 9 telephellyel rendelkezik a cég hazánkban. (bosch.hu)

A társadalmi felelősség vállalási programjai:

Felelősségvállalás és fenntarthatóság:

- Felelősen cselekszünk a vállalatunk érdekében és eközben tekintettel vagyunk a társadalmi és környezeti hatásokra

Társadalom

- German School Award
- “Dementia Patients in Hospital” segítő program
- Újságíróknak gyakorlati lehetőség biztosítása
- Knowledge Factory – Companies for Germany
- Környezeti katasztrófa esetén segélyezés

Magyarországi vonatkozások:

- Távgyógyászati támogatás
- Ökológiai globalizáció:
 - Bioüzemanyag
 - Napkollektor
 - Szélerőmű

“Projektjeink szorosan hozzájárulnak Magyarország társadalmi, gazdasági és területi kohéziójának erősítéséhez, valamint maximálisan szem előtt tartják a környezet, a társadalom és a gazdaság harmonikus, fenntartható fejlődését. Beruházásaink jelentősen előre mozdítják a régió felzárkózását, infrastrukturális ellátottságának növelését. Célunk e területen továbbra is a többletkapacitás kiépítése, új munkahelyek teremtése. A jövőben fejleszteni kívánjuk az alkalmazott gyártási technológiákat, munkatársaink kompetenciáit, törekszünk a piaci igények és a régió adta lehetőségek összehangolására.” (bosch .hu)

A Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt.

A MOL Nyrt. egy nemzetközi, független olaj- és gázipari vállalat Magyarországon, amely vezető pozíciót tölt be a Közép-Kelet-Európai piacon. A vállalat nagyon sokrétű CSR kezdeményezéssel rendelkezik, honlapján a legnagyobb magyarországi adományozóként és legnagyobb társadalmi kezdeményezés támogatóként jelenik meg (molgroup.info).

Megvizsgálva a vállalat tevékenységeit valóban kijelenthető, hogy nagy mértékben próbálnak hozzájárulni az ország fejlődéséhez, valamint a társadalmi problémák leküzdéséhez.

A MOL Nyrt. CSR kezdeményezései (mol.hu):

Kultúra:

- Magyar Nemzeti Galéria (MNG) és a Szépművészeti Múzeum:
 - MÚZEUMI esték
 - A MOL által támogatott kiállítások
- Magyar Olajipari Múzeum
- Café Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál 2011
- Budapesti Tavasz Fesztivál 2010
- A Producerek a Madách Színházban Musical 2006
- A Kossuth-díjas Muzsikás együttes támogatása
- Tankcsapda zenekar támogatása

Sport:

- Budapesti Olimpia Mozgalom
- MOL Dakar Team
- Férfi vízilabda- válogatott
- EVO NEO gyorsulási versenyek

Környezet és egészség:

- Magyar Vöröskereszt Véradó Kamionja
- Mátrakeresztesi Árvíz
- Máltai Szeretet Szolgálat
- Vízütemők Magyarországi Szakszolgálata
- MOL BUBI

Oktatás:

“Biztonságosan közlekedni egy életúton át” program: “Az országjáró kamion több napot tölt egy-egy városban, ahol a szervezett iskolai programokon kívül a szülők is kipróbálhatják, fejleszthetik tudásukat.” (mol.hu)

Pályázatok:

A Zöld Övezet Program: “Törekszünk rá, hogy minden egyes, a vállalat által támogatásba befektetett forint további 4 forint értéket teremtsen a társadalom számára. (A Zöld Övezet Program esetében az 1 Ft-os MOL támogatás 4 Ft-ot generál, ami egyéb pénzügyi adományból és önkéntes munkából keletkező érték.)” (mol.hu)

A MOL Nyrt CSR kezdeményezései láthatóan nem térségspecifikusak, hanem az egész országot behálózó tevékenységet próbálnak folytatni. Ebből kifolyólag Borsod-Abaúj-Zemplén megyei vonatkozású támogatást, csak egyet tudunk kiemelni, a Zöld Övezet Program keretében, amelyben egy miskolci társasház is részt vett és nyert is.

Miskolc Holding Zrt. (miskolcholding.hu)

A Miskolc Holding Önkormányzati Vagyonkezelő Zrt. Miskolc város egyik legnagyobb, legtöbbszörösebb vállalatcsoportja, a város gazdasági életének meghatározó szereplője. Széleskörű, a gazdaságfejlesztési területeket is felölelő tevékenysége a város dinamikus fejlődésének záloga. Tagvállalatai biztosítják a mindennapi élethez szükséges szolgáltatásokat, üzemeltetik a távhőszolgáltatást, víz- és csatornaszolgáltatást, a hulladékkezelést, a közösségi közlekedést, valamint a parkolási rendszert. Tevékenységének szerves része a városfejlesztés, a városkép megújítása, a városgondozás és a belvárosi rehabilitáció koordinálása.

Miskolc Megyei Jogú Város Önkormányzata pályázatot nyújtott be a „Diósgyőr-Lillafüred komplex kulturális és ökoturisztikai fejlesztése” című projekttel kapcsolatban, melynek leghangúlyosabb részét a Diósgyőri vár fejlesztése alkotja. A projekt tartalmazza továbbá a vár mellett a Lovagi tornák tere és a Vásártér kialakítását, illetve a lillafüredi függőkert felújítását, új funkciókkal való megtöltését. A pályázat sikeres volt, a támogatási szerződés aláírására 2012 június 10-én került sor.

Holcim Hungária Zrt (cementgyar.hu)

A Holcim a világ vezető cement-, kavics- és betongyártó vállalatainak egyike. A svájci eredetű, közel egy évszázados múltra visszatekintő vállalkozást ma az építőanyag-világpiac egyik legerősebb szereplőjeként tartják számon, amely a Föld több mint hetven országában képviselteti magát és nyolcvanezernél is több embernek ad munkát.

A Holcim Zrt. 350 millió euró értékű beruházással Európa legkorszerűbb és legkörnyezetkímélőbb cementgyárát építi Nyergesújfalun. A gyár 52 új munkahelyet teremt. A gyár építése az eredeti tervekhez képest előreláthatólag 2 évet csúszik.

A Holcim programja képviselte Magyarországot a legnagyobb európai CSR találkozón Brüsszelben 2010. október 28-án. Itt a világ meghatározó vállalatai megismerhették egymás CSR programjait. Magyarországot ebben az évben a Holcim Hungária Zrt. 'Holcim Hungária

Otthon Alapítvány' programja képviselheti, amely keretében a vállalat 141 családot juttatott otthonhoz.

- Holcim Hungária Otthon Alapítvány - A Holcim az Alapítványt 2005-ben hozta létre azzal a céllal, hogy segítő kezet nyújtson az önkormányzatok bérlakás építési programjához. Az Alapítvány fő célkitűzései közé tartozik az otthonteremtés elősegítése az önkormányzatok bérlakás-építési programjainak támogatásán keresztül, a hátrányos helyzetben lévő családok, vagy családalapítás előtt álló fiatalok otthonteremtését segítő programok támogatása és a már meglévő, használaton kívüli épületek lakássá történő alakításának támogatása

Fux Zrt (fux.hu)

A vállalat fő profilja a hőskorban az emelő- és darukötelek gyártása és forgalmazása volt, valamint a villamosiparban használatos alumínium szabadvezetékek gyártása, szabad- és szigeteltvezeték-gyártása. A Társaság mintaboltjában a műanyag emelőkötelek és rakományrögzítők teljes választékát kínálja, és megvásárolhatók a drótkötél szerelvények, a különböző teheremelő eszközök is. Miskolc északi ipartelepén a dolgozói létszám 150 főre emelkedett. A FUX Zrt. az Európai Üzleti Díjak a Környezetvédelemért pályázaton termék kategóriában indult.

A lehetséges CSR kezdeményezések a Cserehát fejlesztésére a fókuszcsoportos megkérdezés eredménye alapján

A fókuszcsoportos megkérdezésen 15 fő vett részt, kérésünkre a kiosztott kérdésekre közülük 8 írásban is kifejtette véleményét. A fókuszcsoportos megkérdezés kerete, azaz a CSR-ról és a társadalmi innovációról szóló előadás, valamint az elhangzott Cserehátra és fejlesztési lehetőségeire vonatkozó előadások releváns információkat nyújtottak és gondolat-ébresztőül szolgáltak az azt követő beszélgetéshez.

A kutatás korlátját jelentette, hogy annak ellenére, hogy a meghívó levélben hangsúlyoztuk, hogy a kutatás során fejlesztési ötleteket, kezdeményezéseket és lehetséges résztvevőket gyűjtünk, és a részvétel semmilyen kötelezettséggel nem jár, a meghívottak közül négy vállalat és egy civil szervezet vett részt a kutatásban. Viszont a fókuszcsoportos megbeszélésen részt vettek a szekció előadói és a szekcióban résztvevő, gazdasági felsőoktatási intézmények oktatói, aminek eredményeként többféle nézőpont érvényesült, gazdagítva ezzel az eredményeket.

A fókuszcsoportos megkérdezés eredményei alapján a megkérdezetteknek eltérő véleménye volt a CSR tevékenységekkel kapcsolatban. Az első kérdésre, azaz „Milyen CSR kezdeményezéseket tartana perspektivikusnak a Cserehát fejlesztésére?” a válaszadók válaszait 6 csoportba lehet rendszerezni.

1. A térség fejlesztésére elsősorban az **adományozások és a társadalmi befektetések ösztönzése** volt a jellemző. Kiemelendő ezen a belül a jótékonyági programok szervezésének fontossága, például rendszeres pénzbeli adományokkal a helyi óvodák, iskolák, és rendezvények (például falunapok) támogatása, ezen felül különböző civil szervezetek támogatása.
2. A megkérdezettek másik megközelítése szerint az **infrastruktúra fejlesztésével** érhető el fejlődés a térségben. Ennek elősegítésére programok szervezését javasolták, valamint ezen kezdeményezések támogatását, mely javíthatná az ellátottságot. Itt a térségben kialakítható lenne egy írországi székhelyű cég a

Voidstarter CSR kezdeményezésének mintájára egy kezdeményezés. A Voidstarter munkanélküli fiatalokat alkalmazva üres, romos épületeket újíttott fel. Ezzel munkahelyeket teremtetett és társadalmi értéket hozott létre, kapcsolatokat alakított ki civil szervezetekkel és a lakossággal. A felújítások végétével az épületeket visszaadták a helyi önkormányzatoknak (Bővebben lásd European Commission (2014).

3. Népszerű válasz volt a vállalatok CSR kezdeményezésekkel kapcsolatos segítése annak érdekében, hogy a vállalatok hatékonyabban tudjanak segíteni a társadalmon, valamint a **társadalmi vállalkozások** kialakulásának segítése is fontos kérdés. Példaként hozhatjuk fel a Citibank Zrt. egyik korábbi kezdeményezését, amely keretében a vállalkozási ismeretek fejlesztését végezték. A program társadalmi vállalatok számára volt elérhető. A társadalmi vállalkozások módszere a társadalmi probléma leküzdésére a vállalkozói megközelítést alkalmazta. „A társadalmi vállalkozók olyan egyének, akik rendszereket megváltoztató megoldásokat valósítanak meg, reflektálva a világ legsürgetőbb társadalmi problémáira. Rendkívül tehetséges, kreatív és innovatív személyiségek, akik kivételes alkotóerővel és elszántsággal tevékenykednek, tehetségüket a társadalmi problémák széleskörű megoldásának szentelik, aktív szerepet vállalnak a társadalomban” (Ashoka, 2015).
4. Ezen felül lényeges kiemelni a **vállalkozások létrejöttének támogatását** a térségben, ami csökkenthetné a munkanélküliséget, és amely által akár helyi termékek is kifejleszthetők. Erre a legjobb példa „Bioszentandrás” amelyet a település egy 2009-ben elnyert biogazdálkodás oktatására elnyert pályázattal alapozott meg. A 18 hónapos program 2012 májusában zárult. 2013 tavaszára Hernádszentandrás – ez a kicsi, halmozottan hátrányos település - az északi régió egyik legnagyobb öko-gazdaságává vált. A megkérdezettek kiemelték a helyi beszállítók helyzetének erősítését. Fontos lenne a megyének, hogy a helyi nagyvállalatok inkább helyi beszállítóktól szerezzék be alapanyagait, ezzel is támogatva a régió gazdaságát.
5. Következő csoportként említhető meg a **turisztikai fejlesztések** javaslata, mivel a megyének megvannak az adottságai erre vonatkozóan, de ezek nincsenek kihasználva. A megkérdezettek javaslatai alapján a marketing ismeretek bővítésével lehetne javítani a helyzeten elsősorban. A térség és a települések identitási gondokkal küzdenek, így érthető, hogy nem *tudják* kihasználni a bennük rejlő potenciált. Gyakorlati fejlesztésekre példa a válaszadók szerint a térségi túraútvonalak (vízi és gyalogtúra) kialakítása, valamint az egészségturizmusba való befektetés.
6. Az utolsó típusú válaszkategóriaként a **megújuló energiaforrások** használatát ajánlották a válaszadók, mint a térség fejlesztésének egyik sarokköve. Példaként említhető az Alteo Csoporthoz tartozó Sinergy Kft.. A cég Felsődobszán és Gibárton 2 vízi erőművet is üzemeltet valamint Tiszaújvárosban egy biomassza kazánt is.

Nem alakult ki egyetértés azzal kapcsolatban, hogy kinek kellene a társadalmi problémák megoldására az ösztönzővé válnia. A különböző szereplőknek a CSR tevékenység szempontjából megvannak mind az előnyeik mind a hátrányaik. A fókuszcsoportos megkérdezésen elhangzottak szerint vagy az állam, az önkormányzat, a vállalkozások, a nagyvállalatok vagy a civil szervezetek felelőssége a társadalom segítése. A megoldás valószínűleg a társadalmi vállalkozások kialakításában rejlik, hiszen ezen intézmények a probléma megoldása mellett profitot is termelnek ezzel segítve a gazdaság fejlődését is.

CSR térkép

A fókuszcsoporthoz tartozó megkérdezés második részében a kutatócsoportunk által létrehozott ötletéről, a fókuszcsoporthoz tartozó megkérdezés bevezető előadásban bemutatott CSR térkép kezdeményezéséről volt szó. A CSR térkép ötlete egy CSI (vállalati társadalmi innováció) kezdeményezésnek tekinthető, mely összeköti a társadalmi valamint az üzleti innováció fogalmát. A CSI alkalmazásával a vállalatok célja a társadalmi problémák segítése és ez által nyereséghez való jutás. A vállalati társadalmi felelősség vállalás ugyanis társadalmi innovációt hozhat létre.

A CSR térkép egy CSR partnerközvetítő szervezet online térkép formájában. Olyan széles kapcsolatrendszerrel rendelkező hálózat, melynek célja társadalmilag felelős vállalatok, civil szervezetek, önkormányzatok, iskolák és egyéb szervezetek, valamint magánszemélyek egymásra találásának elősegítése, akik készek aktív szerepet vállalni a térség fejlesztésében a rendelkezésre álló erőforrásaik és tudásuk révén, és akik összefogásával a fejlődést valóban támogató, sikeres programok valósíthatók meg.

A térkép ötlete abból a meglátásból eredt, hogy ki kellene alakítani egy olyan felületet ahol a vállalatok, a civil szervezetek és a társadalom szereplői egymással kapcsolatba tudnak lépni. Korábban már indult egy hasonló kezdeményezés, a CSR Market-place, amely egy fórum formájában valósult meg, ahol a vállalatok bemutathatták CSR tevékenységüket. Ennek a programnak a hátránya, hogy a résztvevők mindössze 1 napig vannak kapcsolatban, valamint a társadalmi szereplők sincsenek bevonva a kezdeményezésbe.

A CSR térkép megvalósításához egy olyan online térkép létrehozása a javaslat, amelyen megjelenhetnek a vállalatok, önkormányzatok és civil szervezetek is. A vállalatokra kattintva a térképen megtudhatjuk azok CSR kezdeményezéseit és elérhetőségeit. Az önkormányzatok és civil szervezetek pedig itt kifejezhetik mely problémák megoldására lenne igény a társadalom számára.

A térkép feladata a szereplők és az együttműködők összekötése, a sikeresen megvalósított programok leírása, továbbá a programok eredményeinek feltüntetése.

A kezdeményezés várható hatásai közé tartozik például a térség gazdasági fejlődése, a munkanélküliség csökkenése, környezetbarát termékek és szolgáltatások szélesebb körű elterjedése.

A fókuszcsoporthoz tartozó megkérdezés második kérdése „Milyen javaslatai vannak a CSR térkép kezdeményezésére kapcsán?” lehetőséget biztosított a meghívottaknak a CSR térkép tökéletesítésére. Legfontosabbnak a térkép egymásra találási funkcióját tartották, mely által a kapcsolattartás folyamatos lehet az intézmények között. Javaslataik szerint a térképen ne csak a vállalatok jelenjenek meg, hanem civil szervezetek, önkormányzatok esetleg iskolák - amelyeknek segítségére van szüksége - legyenek feltüntetve a térképen.

A „Részt tud-e venni vállalata/szervezete a Cserehát fejlesztésére irányuló CSR kezdeményezésben, illetve a CSR térkép kezdeményezésben? Ha igen, miben? Ha nem, kérjük indokolja miért nem!” a megkérdezés harmadik és egyben utolsó kérdése volt. Már a megkeresés fázisában volt olyan vállalat, amely jelezte, hogy jelenleg nem támogatja a tárgyban szereplő programot: „Társadalmi felelősségvállalásunkban mások a prioritások és az irányok, ez a támogatás hiányának oka.” A meghívott civil szervezetek közül a résztvevők alacsony száma is csalódásra adott okot, és érdektelenségre utalt. Viszont a kutatásban válaszadó szervezetek képviselői mindenképpen pozitívan reagáltak a kezdeményezésre, azonban voltak, akik a projekt megvalósításával kapcsolatban aggályaikat fejezték ki. Ennek oka, hogy azt tapasztalták, a fejletlen térségekben sokszor csak a külső segítségre várnak és nincs meg a saját kezdeményezőkézség, nincs meg a pozitív gondolkodás, és hiányzik az összefogás alapvető feltétele a bizalom. A résztvevők véleménye megegyezett abban, hogy a

vállalatok, vállalkozások jelenthetik a kiutat, és ezek összefogása a társadalom többi szereplőjével.

4. Összegzés, következtetések és javaslatok

A kutatás új és újszerű eredményeit az alábbiakban foglaljuk össze:

1. *A Csereháti kistérséget jelentős természeti, gazdasági és társadalmi problémák jellemzik:*

- Természeti szempontból a legnagyobb gondot az áradások és a belvizek, a nehéz megközelíthetőség, valamint a környezetszennyezés jelentik.
- Gazdasági szempontból jelentősen az országos átlag alatti GDP jellemző, ugyanakkor ez magas munkanélküliségi rátával párosul. Az ország egyik legelmaradottabb térsége a vállalkozások sűrűségét tekintve. A természeti adottságai ellenére kiaknázatlan a turizmus.
- Társadalmi szempontból problémát jelent, hogy csökken a lakónépeség, elöregedés figyelhető meg. Az itt élőkre jellemző az alacsony képzettség, a szegénység, az országos átlagnál rosszabb egészségi állapot. Megjelenik a cigány lakosság szegregált koncentráltága a térségen belül.
- **A Cserehát legsúlyosabb problémái a munkanélküliség és a szegénység.**

2. A megye CSR tevékenységének jellemzői

- A vállalkozásoknak csupán 16%-a folytat CSR tevékenységet, de biztató, hogy 26% azon szervezetek aránya, melyek tervezik, hogy a jövőben CSR tevékenységbe kezdenek. A CSR mibenlétét abban látják, hogy a CSR jótékonykodás növeli a vállalati reputációt, de közben nem jelenik meg profit cél. Nagyon kis arányban (13%) gondolják úgy, hogy a CSR javítja a vállalat hatékonyságát.
- A felsőszintű vezetők bevonása jellemző a CSR tevékenységbe, ettől kevésbé jelenik meg a tulajdonosok, részvényesek, közép és operatív szintű vezetők, valamint a munkavállalók csoportjainak részvétele. A jövőre vonatkozóan ugyancsak a felsővezetők szerepe perspektivikus a térségben. A külső érintettek közül leginkább a vevők, a beszállítók és a társadalmi vállalkozók, mint partnerek bevonása kívánatos. A jövőben egyértelműen nagyobb nyitottság és több együttműködés várható.
- Kiemelkedő téma a természeti környezet helyreállításának és védelmének ügye, a helyi munkaerő alkalmazása, az egészség megőrzés/fejlesztés támogatása, a munkahelyek biztosítása, a biztonságos, egészséges munkakörülmények megteremtése és a korrekt szerződési feltételek. A legkisebb felelősséget a fogyatékosok/megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása terén tapasztaltuk.

3. *A Csereháton a CSR tevékenység legfőbb akadályozó tényezői:*

- Az Észak-magyarországi régió vállalatai lemaradást mutatnak a magyarországi vállalatok CSR tevékenységéhez képest, a környezetvédelem mellett inkább csak a közösségi tevékenységek folytatása jellemző. A fejlődés gátja, hogy nem érzik üzleti előnynek a CSR tevékenység folytatását, ennek egyik oka a régióra jellemző kevésbé CSR tudatos fogyasztói és üzleti partneri réteg. Ugyanakkor a megkérdezettek többsége (60%) nem ért egyet azzal, hogy a CSR tevékenységek végzése versenyhátrányt jelentene.

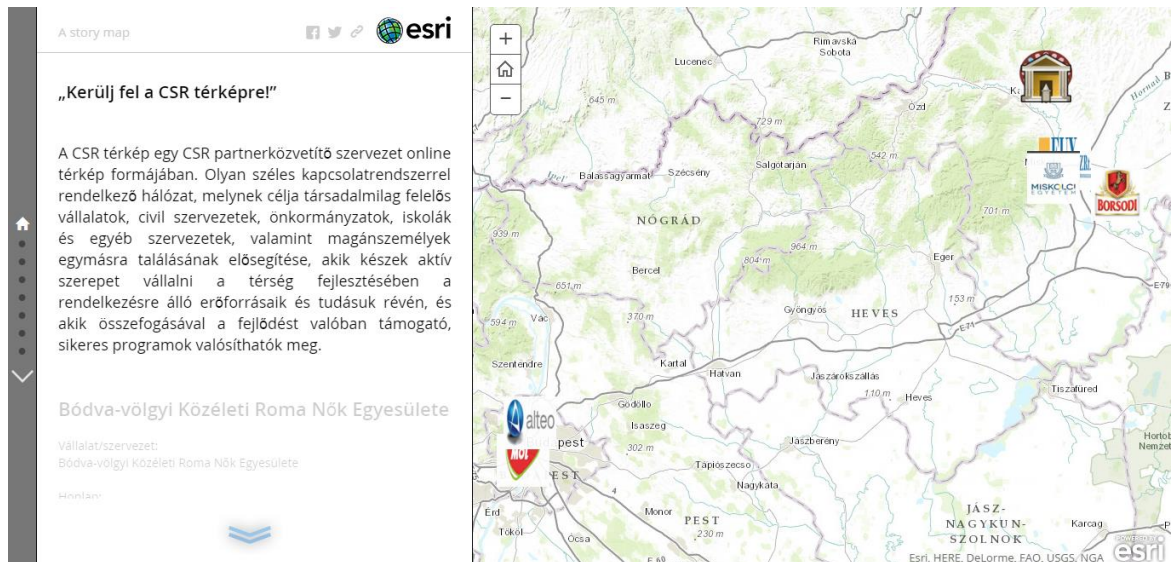
- Nem tartják erős visszatartó erőnek azt sem, hogy nincsenek jó ötletek, vagy, hogy nincs felelőse a „feladatnak”. Egyharmaduk elutasította azt a feltételezést is, miszerint a CSR tevékenységet a szervezeten belül nem tartanák fontosnak, igaz, ezzel másik egyharmaduk egyetértett. Legnagyobb arányban (53%) a vállalati pénzügyi erőforrások hiányát jelölték meg fő akadállyal, jelentős gátló tényezőnek tartották továbbá a CSR-ral kapcsolatos ismeretek hiányát.
 - A legnagyobb probléma véleményünk szerint, hogy a régió érintetteinek többsége csak elvárja a CSR tevékenység keretében jövő segítséget, nem képes és/vagy hajlandó aktív kezdeményezésre, bizalmon alapuló közreműködésre, összefogásra.
4. *A Cserehát fejlesztését elősegítő CSR kezdeményezések lényeges területei a következők:*
- Adományozások és a társadalmi befektetések ösztönzése. Az infrastruktúra fejlesztése kapcsán olyan külföldi példák adaptálása, amelyek csökkentik a munkanélküliséget is.
 - A fejlődés kulcsa a vállalkozások ösztönzése, segítése, különös tekintettel a társadalmi vállalkozásokra. Ehhez lényeges a helyi beszállítók igénybevétele, a vállalkozási és a társadalmi vállalkozási ismertek bővítése, amiben sokat tehetnek a nagyvállalatok CSR programjaik keretében. A vállalkozások kulcstényezője lehet a helyi termékek és a biotermékek kifejlesztése, valamint a turisztikai tevékenységek, különösen az egészségturizmus.
 - A természeti adottságok kihasználásnak további módja a megújuló energiaforrások, például vízi erőmű, biomasszában rejlő lehetőségek kiaknázása.
5. A legtöbben úgy gondolják, hogy a vállalati CSR tevékenység fokozását/kiterjesztését adókedvezményekkel lehetne a leginkább elősegíteni. Ettől elmaradva, de valós lehetőséget látnak különböző jó ötletek és legjobb gyakorlatok megismerésében/megismertetésében, valamint a hatékony együttműködési formák kialakítása területén. A legjobb CSR gyakorlatok a kistérségre a különböző érintettek közötti hatékony hálózat kiépítésével terjeszthetők ki. A fejlődés kulcsa azonban nem a segítségvárás, hanem a saját kezdeményezőkézség, a pozitív gondolkodás, a lehetőségek felkutatása, a vállalkozás és a különböző szereplők összefogása.

Társadalmi innováció: „Kerülj fel a CSR térképre!

Kutatásunk eredménye egy társadalmi innováció, a „Kerülj fel a CSR térképre! című kezdeményezés. A CSR térkép elkészült a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának munkatársai, a CSR munkacsoport és a csatlakozó szervezetek segítségével.

A térkép megtalálható az arcgis.com weboldalon. Az oldal leírása szerint az oldal összeköti a térképet (adatok és alkalmazások) és az embereket, amely elősegítheti az okosabb és gyorsabb döntések meghozatalát. Lehetővé teszi, hogy felfedezzünk, készítsünk vagy megosszunk térképeket bármilyen platformon, bárhol és bármikor (arcgis.com).

A térkép fenntartásának költsége körülbelül kétszáz és háromszáz ezer forint körül mozog. A térkép elérhető 2015 december végéig, amely után remélhetőleg a Miskolci Egyetem vállalja a további költségeket, s tovább fog fejlődni a kezdeményezés. Az elkészült térkép (2. kép) internetes címe: <http://arcg.is/1Wz18oF>



2. kép. „Kerülj fel a CSR térképre!”

Forrás: <http://arcg.is/1Wz18oF>

A CSR térkép kezdeményezéséhez eddig 7 résztvevő csatlakozott. Ezek név szerint: Bódva-völgyi Közéleti Roma Nők Egyesülete, MOL Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt., Fux Zrt, Borsodi Sörgyár Kft., ALTEO Energiaszolgáltató Nyrt., Miskolci Egyetem és az Edelenyi Kastélysziget. A CSR térkép tartalmazza a résztvevők nevét, honlap címét, eddigi CSR kezdeményezéseit, és a Cserehát fejlesztésére irányuló lehetséges kapcsolódási pontokat. A cél további szereplők megjelenítése a térképen, valamint az alkalmazásban rejlő lehetőségek kihasználásával annak lehetővé tétele, hogy az egyes szereplők közötti összefogás is megjelenjen a térképen, ezzel ösztönözve a további résztvevőket a csatlakozásra, illetve további összefogásokra.

A további társadalmi innovációk generálása csak a résztvevők képességeinek, készségeinek együttes alkalmazásával és széles körű összefogással valósítható meg. A kutatás folytatása ezen összefogásban rejlő lehetőség kiaknázására kell, hogy irányuljon.

Irodalom

- AMCHAM MEMBERS (2006): Társadalmi felelősségvállalásban a dolgozók a legfontosabbak, Sajtóközlemény Forrás: www.amcham.hu/press/pr_20060612_csr.aspx idézi Csáfor (2009).
- Ashoka (2015): Társadalmi vállalkozók. <http://hungary.ashoka.org/t%C3%A1rsadalmi-v%C3%A1llalkoz%C3%B3k> Letöltés: 2015. 10. 22.
- Carroll, A. B. (1979). A Three Dimensional Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, Vol. 4 (4):497-505
- Carroll, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, July-August 1991
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Chandler, G. (2001). "Defining Corporate Social Responsibility," Ethical Performance Best Practice, Fall 2002, cited in "What is Corporate Social Responsibility?" Catalyst Corporation and U.S. Agency for International Development (USAID), http://www.rhcatalyst.org/site/DocServer/CSRO_A.pdf?%20docID=103 Letöltés: 2012. 09. 24.
- Crane, A. and D. Matten (2004). *Business Ethics: A European Perspective*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Csáfor Hajnalka (2009): Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalása, Regionális Vizsgálat Az Észak-Magyarországi Régióban (Doktori értekezés). http://www.kornygazd.bme.hu/doktori/phds/DSZ0709/CsaforH/Csafor_e rtekezes.pdf Letöltés: 2015.10.15.
- Dodd, E. M. Jr.: 1932, 'For Whom are Corporate Managers Trustees?', *Harvard Law Review* 45(7), 1145–1163.
- Epstein, E. M. (2006): The "good company," rhetoric or reality? Corporate social responsibility and business ethics redux. <http://www.stthomas.edu/cathstudies/cst/conferences/thegoodcompany/Finalpapers/Epstein,%20The%20Good%20Co.pdf> Letöltés: 2011. 10. 25.
- European Commission (2011): A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility.
- European Commission (2014): Three Projects Meet the European Job Challenge and Receive the Social Innovation Prize. http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7531&lang=en&title=Three-projects-meet-the-European-Job-Challenge-and-receive-the-Social-Innovation-Prize. Letöltés: 2015. 10.18.
- FIDH (2006): International Fact-finding Mission – An Overview Of Corporate Social Responsibility In Hungary. <https://www.fidh.org/IMG/pdf/hu-report1309a.pdf> Letöltés: 2015. 10.18.
- Friedman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.
- Fülöp, Gy. (2008): Stratégiai menedzsment. Elmélet és gyakorlat. Perfekt Kiadó, Budapest.
- G. Fekete É. (2014): Dél-csereháti aprófalvak innovatív fejlesztése. Miskolci Egyetem, 2014. december, ISSN 2062-2048. http://uni-miskolc.hu/kezek/downloads/SzellemesTudomany_1208.pdf
- Hopkins, M. (2011): Definition of Corporate Social Responsibility. <http://mhcinternational.com/articles/definition-of-csr> Letöltés: 2012. 09. 24.
- Index (2015): Az EU 8. legszegényebb régiója magyar. http://index.hu/gazdasag/2015/05/21/eu_regiok_legszegenyebb/ Letöltés: 2015. 08.15.

- Institute of Business Ethics (2009): How does business ethics relate to Corporate Responsibility (CR)? <http://www.ibe.org.uk/faq.htm#cr> Letöltés: 2009. 01. 31.
- Klievin, B. –Janssen, M. (2014): Developing Multi-Layer Information Infrastructures: Advancing Social Innovation through Public–Private Governance. *Information Systems Management*, 31:240–249, 2014
- KPMG (2012): Expect the Unexpected: Building business value in a changing world. <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/building-business-value.pdf> Letöltés: 2015. 07. 24.
- KPMG (2014): BREAKING THROUGH - HOW CORPORATE SOCIAL INNOVATION CREATES BUSINESS OPPORTUNITY. <http://www.kpmg.com/Ca/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Document/s/5441-KPMG-Social-Innovation-Report-FY14-web-Final.pdf>. Letöltés: 2015. 07. 22.
- KSH (2014): Szociális ellátások, szociális védelmi helyzetkép a megyékben. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/debrecenmiskolcsocialis.pdf> Letöltés: 2015. 08. 15.
- Követ (2015): CSR Piac adatbázis. http://www.csрпиac.hu/csr_adatbazis.html Letöltés: 2015. 08. 15.
- Kun, A. (2012): Kötelezettség vagy önkéntesség? A társadalmi felelősség kérdése és a jogi megfelelés kultúrája. In: Jánosik, O. – Vörös, A. (Szerk.) (2012): Társadalmi felelősségvállalás. Mit tehet a közszféra? HOPPÁ Disszeminációs füzetek 36. ISBN 978-963-89302-9-3. http://issuu.com/budapestimuvkp/docs/gsr_kiadvany_honlapra/13?e=1618624/14469561 Letöltés: 2015. 07. 30.
- Marrewijk, M.van: 2003, Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion, *Journal of Business Ethics* 44(2), 95–105. http://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/Global_Corporate_Sustainability_Report2013.pdf
- Murray, R. - Caulier-Grice, J. – Mulgan, G. (2010): The Open Book of Social Innovation. The Young Foundation. https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the_open_book_of_social_innovation.pdf Letöltés: 2015. 07. 31.
- Napi (2015): Ahol már megvalósult Orbán álma Magyarországon. http://www.napi.hu/magyar_gazdasag/ahol_mar_megvalosult_orban_alma_magyarorszagon.601086.html Letöltés: 2015. 08. 15.
- Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat (2010): Kistérségi munkaügyi adatok. <http://kisterseg.munka.hu/index.php?static=kister&lang=hungarian> Letöltés: 2015. 08. 15.
- Portfólió (2015): Elkészült Magyarország nemzetiségi térképe. 2015. június 10. http://www.portfolio.hu/ingatlan/lakas/elkeszult_magyarorszag_nemzetisegi_terkepe.215337.html Letöltés: 2015.08.15.
- Pannon Elemző Iroda Kft (2013): Értékelési jelentés - A fejlesztési források szerepe a leszakadó térségek dinamizálásában. Budapest, 2013. március 27.
- A Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Közgyűlés Középtávú Gazdasági Programja, 2015-2019. <http://www.baz.hu/hatarozat.php?id=1825> Letöltés: 2015. 08. 15.
- B.A.Z. Megyei Kormányhivatal Munkaügyi Központ (2014): Tájékoztató Borsod-Abaúj-Zemplén megye munkaerő-piaci helyzetéről, a foglalkoztatás bővítésének lehetőségeiről 2013. év http://www.baz.hu/content/cont_530a3c18bb0712.80901901/1401_04_Munkaügyi_Kp_taj.pdf Letöltés: 2015. 08. 15.

- Rangan, V. K. – Chase, L. – Karim, S. (2015): The Truth About CSR. Harvard Business Review, January–February 2015. <https://hbr.org/2015/01/the-truth-about-csr>
Letöltés: 2015. 07. 24.
- SIG (2015): What is social innovation? <http://www.sigeneration.ca/home/resources/primer/>
Letöltés: 2015. 07. 24.
- Steurer, R. – Langer, M. E. – Konrad, A. – Martinuzzi, A. (2005): Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business–Society Relations. Journal of Business Ethics (2005) 61: 263–281 Springer 2005. DOI 10.1007/s10551-005-7054-0
- Szegedi, K. (2014): Possibilities of Corporate Social Responsibility. In: Berényi L. (Ed.) (2014): Management Challenges in the 21st Century. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Szeghő V. (2015): A vállalatok társadalmi felelősségvállalásával a társadalmi innovációért Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. TDK dolgozat, Miskolci Egyetem
- The Young Foundation (2012): Social Innovation Overview: A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission – 7 th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research
- Ulrich, P. (1995): Die Unternehmung in der sozialen und ökologischen Umwelt. 2. Teil: Unternehmung und Gesellschaft. Skriptenkommission Hochschule St. Gallen.
- UN Global Compact (2015): Global Opportunity Report 2015. https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/Global_Opportunity_Report.pdf Letöltés: 2015. 07. 30.
- Unido (2014): What is CSR?. <http://www.unido.org/en/what-we-do/trade/csr/what-is-csr.html>.
Letöltés: 2014. 06. 07.
- United Nations Global Compact (2013): Global Corporate Sustainability Report. https://www.unglobalcompact.org/docs/about_the_gc/Global_Corporate_Sustainability_Report2013.pdf Letöltés: 2015. 07. 24.
- Vidékfejlesztési Minisztérium (2012): Nemzeti Vidékstratégia, 2012-2020. <http://videkstrategia.kormany.hu/download/4/37/30000/Nemzeti%20Vid%C3%A9kstrat%C3%A9gia.pdf> Letöltés: 2015. 08.15.
- Virág T. –Zolnay J. (2010): Csapdába került önkormányzatok, csapdában tartott szegények – közfoglalkoztatás a Cserehátan. Esély 2010/1. http://www.esely.org/kiadvanyok/2010_1/07virag.indd.pdf Letöltés: 2015. 08. 15.
- Volans (2013): Breakthrough Business Leaders, Market Revolutions. First Edition. ISBN 978-0-9562166-2-5 http://www.breakthroughcapitalism.com/breakthrough_report.html Letöltés: 2015. 07. 30.
- World Business Council for Sustainable Development (2000): Meeting changing expectations. Corporate Social responsibility. ISBN No. 2-94-0240-03-5. <http://www.wbcsd.org/pages/edocument/edocumentdetails.aspx?id=82&nosearchcontextkey=true> Letöltés: 2015. 07. 31.

1.Melléklet – A kutatómunka eredményeként létrejött társadalmi innováció: „Kerülj fel a CSR térképre!”



MISKOLCI
EGYETEM
UNIVERSITY OF MISKOLC



„Társadalmi Innovációk generálása Borsod-Abaúj-Zemplén megyében”

TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0009

3515 Miskolc Egyetemváros 1.
modell@uni-miskolc.hu

Tel: +36-46-565-111/20-23

e-mail: [t](mailto:t@...)

TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ KEZDEMÉNYEZÉS KONCEPCIÓ

1. Kezdeményezés címe

„Kerülj fel a CSR térképre!” - Online CSR partnerközvetítő hálózat

2. Kidolgozók (1. melléklet)

Kapcsolattartó neve és elérhetősége: Bereczk Ádám, egyetemi tanársegéd
bereczk.adam@uni-miskolc.hu
+36-30-4401080

3. Kapcsolódó térségfejlesztési prioritás (a megfelelő pont aláhúzendó)

- a) regionális integráció
- b) térségi önellátás erősítése
- c) térségi identitás és vonzerő növelése

4. Háttér (a kezdeményezést életre hívó kihívások, a megvalósítás természeti, társadalmi, gazdasági környezeti elemei, elméleti és jogszabályi keretek)

A Cserhát legnagyobb problémái: a foglalkoztatási lehetőségek hiánya és a munkanélküliség. Gondot jelent az elöregedés, ami negatív mobilitási mérleggel párosul. Jellemzően főleg a fiatal, képzettebb emberek hagyják el a térséget. Az iskolázottság elmarad a magyarországi átlagtól, ugyanez jellemző az egészségi állapotra és a szociális helyzetre is. Az infrastruktúrával kapcsolatban főként a közlekedéssel, az utak állapotával van gond, de megfigyelhető a leromlott épületállomány is. Csökkent a mezőgazdaság foglalkoztató- és eltartó képessége. Az ipar elmaradottságát főként a tőkeszegénység, a külföldi befektetők, az innovációs képesség és a vállalkozási ismeretek hiánya okozza. A kistérség aprófalvas településszerkezetű, nehéz a megközelíthetősége ezért könnyen elnéptelenedhet. Magas a romák aránya. Nagy gondot okoznak a szociális problémák, az elszegényedés és az ezekből következő szegregáció.

A Vállalati Társadalmi Innováció (CSI) hidat képez az üzleti innováció és a társadalmi innováció között. A Vállalati Társadalmi Innováció piaci alapú megoldásokat használ a nyereséges üzleti lehetőségek generálása érdekében, miközben kezeli a társadalmi igényeket és az ökológiai kényszereket. Az új megközelítés az ország, az iparági és egyéb határokon átívelő társadalmi hálózatok egyre növekvő lehetőségeit igyekszik kihasználni. A vállalatok CSR tevékenysége alkalmas lehet a társadalmi innovációk megvalósítására.

5. Megcélzott társadalmi probléma (fókusz)

Nem találkoznak a társadalmi szereplők igényei, a vállalatok CSR kezdeményezései, valamint a civil szféra társadalmi erőfeszítései egymással, így nem jönnek létre a gyakorlatban valóban hasznos társadalmi megoldások.

6. Mások példái, minták és ötletforrások

1. A **CSR Piac** (CSR Market-place) a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával a CSR Europe által 2005-ben újtárra indított kezdeményezés, mely olyan innovatív fórumot teremt, ahol informális környezetben van lehetőség a vállalati jó gyakorlatok megosztására. 2009-ben Magyarországon is elindult a kezdeményezés.

http://www.csрпиac.hu/csr_piac_kezdemenyezes.html

Hiányosság: Jó CSR gyakorlatokat tartalmazó adatbázis jött létre, a CSR piac rendezvényén csak egy napig találkozhatnak a vállalatok és civil kezdeményezések, de ez nem a folyamatos interakción alapszik. Nem jelennek meg a „piacon” a keresleti oldal szereplői sem, azaz, a vállalati CSR tevékenységre igényt tartó oldal.

2. **Másért vállalkozók** tudásbázis. A KÖVET 2008 óta kutatja ezeket a vállalkozásokat és bemutatja tevékenységüket a honlapján <http://www.kovet.hu/tudasbazis/masert-vallalkozok>

Hiányosság: A perifériák fejlesztésére használható ötletek nem találkoznak a nagyobb vállalatok CSR kezdeményezéseivel és nem ad lehetőséget a szereplők közötti interakcióra.

7. Kihívásra megfogalmazott rövid válasz (mit kellene csinálni)

CSR partnerközvetítő szervezet online térkép formájában: olyan széles kapcsolatrendszerrel rendelkező szervezet/hálózat létrehozása, melynek célja társadalmilag felelős vállalatok, civil szervezetek, önkormányzatok, iskolák és egyéb szervezetek, valamint magánszemélyek egymásra találásának elősegítése, akik készek aktív szerepet vállalni a térség fejlesztésében a rendelkezésre álló erőforrásaik és tudásuk révén, és akik összefogásával a fejlődést valóban támogató, sikeres programok valósíthatók meg."

Online térkép létrehozása, amelyen megjelennek:

1. A vállalatok, + minden egyes vállalatra rákattintva annak CSR kezdeményezései és a térségfejlesztésben alkalmazható szakmai tudása, + Kapcsolattartó neve, elérhetősége

2. Települések önkormányzatai , + arra kattintva a társadalmi-gazdasági problémái/igényei, + eddigi kezdeményezései, + erőforrásai, + fejlesztési ötletei, amelyek megvalósításához partnereket keres
3. Civil szervezetek, + arra kattintva eddigi kezdeményezései, + erőforrásai

- A térkép szereplői önálló jelentkezés és a megkérdezett adatok beírása alapján automatikusan bővíthetők.
- Amennyiben egy szereplő csatlakozni akar egy kezdeményezéshez, ezt jelzi (lájkolja).
- A térképen megjelennek az együttműködések összekötve ezáltal a szereplőket.
- A térképen megjelennek a sikeres programok, azok eredményeinek és a hatásainak a rövid leírása.

8. Miben jelent társadalmi innovációt?

- a) Új társadalmi érték, cél
- b) Társadalmi célokat szolgáló új termék, szolgáltatás
- c) Új társadalmi szervezet, szervezeti működés
- d) Új társadalmi viszony létrehozása
- e) Új partnerség, együttműködés
- f) Új műszaki technológia alkalmazása társadalmi problémák megoldására

9. Leküzdendő akadályok (max. 800 karakter)

- Megfelelő program (térkép) létrehozása (IT ismeretek, pénzügyi forrás biztosítása)
- A szereplők nem ismerik a kezdeményezést (megfelelő reklámozás)
- A szereplők nem motiváltak a csatlakozásra (nem része CSR programjuknak a Cserehát fejlesztése)

10. Az ötlet kifejtése (az akadályokra is koncentrálni)

- a) Potenciális megvalósítók (egyenkénti rövid bemutatás a 2. mellékletben)
- b) Tevékenységek
- c) Módszerek
- d) Szükséges időkeret
- e) Becsült költségek
- f) Bevonható pénzügyi források

- a) Miskolci Egyetem IT-hez értő munkatársai, + a CSR munkacsoport, + a csatlakozó vállalatok és szervezetek kontaktszemélyei
- b) A finanszírozási forrás megteremtése, a térkép létrehozása, kapcsolatfelvétel a potenciális szereplőkkel, adatok feltöltése, koordináció
- c) Módszerek:
- d) 2 hónap
- e) 300 ezer forint
- f) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, EU pályázat, vállalatok (?)

11. Szükséges külső változások (jogszabályok, felsőbb szintű politikai döntések, intézkedések)

Nem jelentenek problémát.

12. Várható eredmények

Sikeres együttműködési kezdeményezések
Életképes vállalkozások
Környezetbarát, piacképes termékek és szolgáltatások

13. Várható hatások

A munkanélküliség csökkenése
Munkaintenzív termelési kultúrák meghonosodása
A helyi termékek hozzáadott értékének növekedése
Környezetbarát megoldások elterjedése, környezettudatosság növekedése
A kistérség gazdasági fejlődése, integrálódása

14. Lehetséges ütemezés

- a) 1 éven belül indítható
- b) 2-3 éven belül indítható
- c) hosszabb idő kell az indításhoz

15. A részletes kidolgozáshoz elvégzendő szakmai feladatok

Az IT szakemberrel való konzultáció
Költségbecslés
Információszerzés a szereplőktől

16. Mellékletek jegyzéke (adatok, kiegészítések)

2. melléklet: A koncepció kidolgozásában résztvevők listája

Miskolci Egyetem munkatársai		Térségi szereplők		
név, beosztás	intézet	név, beosztás	szervezet	település
Dr. Fülöp Gyula, egyetemi tanár	Gazdálkodástani Intézet			
Dr. Szegedi Krisztina, egyetemi docens	Gazdálkodástani Intézet			
Bereczk Ádám, egyetemi tanársegéd	Gazdálkodástani Intézet			
Dr. Mélypataki Gábor, egyetemi tanársegéd	Civilisztikai Tudományok Intézete			
Kerchner András, egyetemi tanársegéd	Vezetéstudományi Intézet			

