
Vállalati méret és felelősség

Fenntarthatósági Füzetek 7.


CG & PARTNERS
KUTATÓ ÉS TANÁCSADÓ KFT.



Az adatgyűjtésben és feldolgozásban közreműködött: Dömötör Edina.

Szerkesztette: Dr. Szigeti Cecília

www.cgpartners.hu

ISSN 2061-6007

A kiadványt a Széchenyi István Egyetem hallgatói számára oktatási segédletként készítettük. A kiadvány piaci forgalomba nem kerül, jövedelemszerző célt nem szolgál, tartalma a CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft. véleményét tükrözi és nem tekinthető az érintett szervezetek hivatalos állásfoglalásának.

Bevezetés

Cégünk fő profilja a fenntarthatóság különböző dimenzióinak kutatása, partnerként közreműködtünk számos ökológiai lábnyommal, megtérülő környezetvédelmi beruházásokkal, fenntarthatósági jelentésekkel kapcsolatos kutatásban. Jövedelemszerző tevékenységünk mellett ismereteinket megosztjuk a felsőoktatás hallgatóival is, bevonva őket kutatási munkánkba.

Kiadványunk hetedik eleme a Fenntarthatósági Füzetek című sorozatunknak, mely a fontosabb, a szakmai irodalomból jelenleg hiányzó témákról tartalmaz rövid összegzéseket.

Célunk, hogy a hallgatók és más érdeklődő olvasók a fenntarthatóság kutatásának fontosabb eredményeit megismerhessék, hivatkozások alapján hozzáférhessenek az eredeti anyagokhoz, saját kutatásaikhoz, szakdolgozatukhoz jó kiindulópontot találjanak, olyan megközelítésekkel találkozzanak, amelyek gondolkodásra ösztönöznek.

„Haladó olvasóknak” szánjuk kiadványainkat, akik már ismerik a szakterület alapfogalmait, ha egyetemisták, akkor eredményesen teljesítették az alapozó kurzusokat. A szakirodalomban általánosan ismert fogalmakat ezért nem magyarázzuk, feltételezzük ezek ismeretét.

Fenntarthatósági Füzetek című sorozatunk hetedik kiadványa a környezetért és társadalomért felelős vállalati magatartás kérdéskörével foglalkozik.

Kérjük, ha kinyomtatja a kiadványt, azt a lehető legkisebb környezetterheléssel tegye, ezért javasoljuk az újrahasznosított papír használatát, valamint a kétoldalas nyomtatást. Ha már nincs szüksége kiadványunkra, adja tovább barátainak.

Összefoglaló

Tanulmányunkban a méret és vállalati felelősségvállalás (CSR) kapcsolatát vizsgáljuk. Egy nagyvállalatnak több dolgozója lehet, mint egy nagyváros lakóinak a száma, gazdasági ereje meghaladhatja egy országot. Hipotézisünk szerint a nagyvállalatnak nem csak a mérete, hanem a felelőssége is nagy. Prognosztizáljuk a jóléti rendszerekben a növekvő nagyvállalati szerepvállalást.

A vállalatok a gazdasági élet résztvevőiként, munkát adnak, erőforrásokat használnak fel, hulladékot termelnek, kötelezettséget vállalnak és jogokat szereznek. Termékeikkel, szolgáltatásaikkal az emberek életének meghatározó részeivé váltak. Szerepüket a gazdasági életben jogszabályok, gazdasági törvényszerűségek és a hagyományok határozzák meg. A vállalati felelősség egyik dimenziójaként a vállalati méret és a felelősség kapcsolatát vizsgáljuk, a fő kérdésünk, hogy lehet-e felelős egy (nagy)vállalat. Ebben a koncepcióban a hangsúly a különböző mutatószámokkal meghatározott vállalati méreten van. Tanulmányunkban az alkalmazotti létszám illetve az árbevétel és felelősség kapcsolatát vizsgáljuk.

Ezzel a kérdéskörrel a tudományos érdeklődésen messze túlmutatva, népszerű könyvek, filmek is foglalkoznak. Ilyen közismert alkotás például: Joel Bakan: The Corporation című könyve¹, amelyből filmet is készítettek. A könyv fontos kiindulási pontja, hogy a gazdasági társaságok olyan intézmények, amelyek a maguk tevékenységével, egyedi kényszerpályáival megszabják a körülöttük élő emberek életét is. Ugyanakkor létezésük és működésük, legyen az bármilyen veszélyes és fenyegető az államra nézve, jól megfogható jogi szabályozás alatt áll. A vállalatnak törvényes felhatalmazása van rá, hogy minden esetben kizárólag a saját érdekei mentén tevékenykedjen, tekintet nélkül arra, hogy ez gyakran mások számára káros következményekkel jár. Ez nem kevesebbet jelent, mint hogy a gazdasági társaságok tekintet nélkül a másoknak okozott károkra, kizárólag a saját érdekeiket követik. A társadalom és az emberek fölött kialakult hatalmukkal az óriáscégek komoly veszélyforrássá váltak.

¹ Független Média Kiadó 2005

„Embernek lenni pontosan annyit jelent, mint felelősnek lenni.

Érezni, hogy a kövel, melyet lehelyez, a világot építi tovább.”

-Antoine de Saint-Exupéry-

1. CSR fogalma, tartalma

„Napjainkban evidencia kell legyen az a megfontolás, hogy a cég céljai, értékei közé a profitmaximalizáláson túli szociális, emberi jogi, környezetvédelmi szempontokat illesszen a fenntartható fejlődés szellemében.”²

Az EU Zöld Könyve (Green Paper, 2001) megfogalmazása szerint a CSR (vállalati szociális felelősség) egy olyan koncepció, amelynek keretében a vállalatok önkéntesen szociális és környezeti szempontokat, megfontolásokat integrálnak üzleti működésükbe, és ilyen elvek fényében alakítják kapcsolataikat mindazokkal, akiket ténykedésük érint, illetve akik kihatással vannak az üzletmenetre (tehát lényegében a tágon értelmezett érdekelti körrel).³

Ligeti György szerint: „a CSR önkéntes elköteleződés a közjó fejlesztése mellett: az üzleti gyakorlaton keresztül, a cég erőforrásainak bevonásával. Ha a cég társadalom- és/vagy környezettudatos, olyan módon törekszik a jelenben a sikerre, hogy nem éli fel a jövő lehetőségeit: a szociális, a környezeti és az üzleti szempontokat egymástól elválaszthatatlannak tekinti.”⁴

„A CSR tehát egy komplex eszköz, amely önmagában még semmit nem jelent, használható jól is, rosszul is.”

Amennyiben egy vállalat felelősen tevékenykedik, a közjó fejlesztése melletti önkéntes elkötelezettséget jelent, mely az üzleti gyakorlaton keresztül a cég erőforrásainak bevonásával valósul meg. CSR alatt nem bizonyos szabályoknak való megfelelést értünk, hanem olyan üzleti magatartást, amely során olyan juttatásokhoz és előnyökhöz juttatja a vállalat a dolgozóit illetve a szűkebb és tágabb környezetét – a természeti környezetet is ideértve – amelyekkel azok jólétét pozitív irányban befolyásolja. Itt nem konkrétan anyagi támogatást kell érteni, a jólét alakulását egyéb

² <http://jesz.ajk.elte.hu/kun17.html> Letöltés ideje: 2012. március 2.

³ <http://jesz.ajk.elte.hu/kun17.html> Letöltés ideje: 2012. március 2.

⁴ Ligeti György: CSR vállalati felelősségvállalás 18. o., Kurt Lewin Alapítvány 2007.

mutatókkal is kifejezésre juttathatjuk. Mint például: új típusú makromutatók, ökológiai lábnyom, a humán fejlődés indexe, valamint a komplex környezeti indikátorok.⁵

„A (Green Paper) alapján 3 fő dimenzióban vizsgálhatjuk a CSR témakörét: vállalaton belül, vállalaton kívül és gyakorlatias, holisztikus aspektusban.”

A vállalaton belüli dimenzió:⁶

- humán erőforrás menedzsment (képzett munkaerő, élethosszig tartó tanulás, munka-család-pihenés arányának megfelelő kiegyensúlyozottsága, női egyenjogúság tükröződése a karrierlehetőségekben, fizetésben),
- munkahelyi egészség és biztonság (a jogi megalapozottságon túl megfelelő szabályozási rendszer kialakítása a kapcsolódó paraméterek mérésére, ellenőrizhetőségére, szabályozhatóságára),
- a változásokhoz történő alkalmazkodás, illetve az átalakulások, átszervezések, leépítések, krízishelyzetek menedzselése (a leglényegesebb e tekintetben, hogy a stratégia kidolgozása, megvalósítása során ilyen esetben a lehető legfelelősebben járjanak el),
- a környezeti kihatások kezelése, természetes erőforrások preferálása, környezetvédelem (ennek előmozdítása érdekében célszerű olyan akcióprogramok, iránymutatások pontjainak figyelembevételével történő változásvezetés, amelyek a vállalat nyereségességének, versenyképességének növelésével összehangoltan végzik a környezettudatosabb magatartás irányába való elmozdulást).

A vállalaton kívüli dimenzió:

- helyi közösségek (jó kapcsolat kialakítására való törekvés a következő eszközökkel: munkavállalók gyermekeiről való gondoskodás, „jótékony” akcióprogramok, helyi kulturális és sport élet finanszírozása),
- üzleti partnerekkel, szállítókkal és fogyasztókkal történő együttműködés (nagyvállalatok által kisebb cégek tevékenységének, indulásának támogatása, finanszírozása),

⁵ Szilágyi János: Fenntartható környezet- és erőforrás-gazdálkodás 132. o., KJK Budapest, 2005.

⁶ <http://jesz.ajk.elte.hu/kun17.html> Letöltés ideje: 2012. március 2.

- az emberi jogok kérdésköre (meghatározó a vállalat szempontjából, hogy az országban, ahol jelen van, mennyire elterjedt az emberi jogok figyelembevétele, ellenőrizhetősége, ezen túlmenően a korrupció kérdésköre is felvetődik),
- globális környezetvédelmi megfontolások (a környezetvédelmi kérdések szabályozása, kezelése nem marad országhatáron belül, a piacok integrálódása következtében e kérdéskör kezelése megköveteli a nemzetközi szintű fellépést, hiszen a multinacionális vállalatok olyan nagy tőkeerővel, hálózattal rendelkezhetnek, ami már csak ilyen szinten befolyásolható).

A CSR kérdés gyakorlati aspektusai:

- a menedzsment CSR-irányultságának, beállítódásának egységesítése (a környezetvédelmi szemléletmód, gondolkodás irányába történő egyre erőteljesebb elmozdulás már-már szinte megköveteli a vállalatoktól, hogy menedzsmentjében speciálisan e terület szakértői is jelen legyenek, megfelelő tudással, képzettséggel, és gondoskodnia is szükséges folyamatos fejlesztésükről, szervezetbe való integrálásukról),
- „reporting-auditing” (a legfontosabb a jelentések, ellenőrzések területén azok egységesítésére irányuló törekvés, ami elősegíthetné a valóban felelős magatartás világméretekben történő összehasonlíthatóságát, ellenőrizhetőségét),
- a munka minőségének javítása (a cég környezetvédelmi szempontok iránti elkötelezettsége befolyással lehet a munkahelyi légkör, hangulat alakulására is)
- szociális és öko címkék, termékjelzések (főként a tehetősebb fogyasztókat célozza, akiknek módjuk van a környezettudatosság jegyében a drágább termékek priorizálására, ugyanakkor itt is megfigyelhető a sokszínűség, uniformizálatlanság, aminek csökkentésére való törekvés célkitűzés),
- szociálisan felelős beruházások, befektetések (teret nyernek napjainkban olyan befektetői alapok, amelyek a jövedelmezőségre irányuló törekvéseiken túl társadalmi, szociális, fenntarthatósági szempontoknak való megfelelésre is igyekeznek, viszont ez is egy olyan terület, ahol az egységesség még nem figyelhető meg, és ajánlatos ennek fokozatos bevezetése).

2. Társadalmi felelősségvállalás értelmezése a XXI. században

Itt abból a megállapításból indulunk ki, hogy e század kutatói szinte mondhatni általánosan elfogadottnak tekintik, hogy a vállalatok társadalmi felelősségvállalása és versenyképessége között pozitív kapcsolat van. Ugyanakkor az is egyértelműsíthető, hogy ezek az előnyök nem rövidtávon jelentkeznek a vállalat életében. A korrelációval kapcsolatban felmerül a tyúk-tojás kérdéskör. A társadalmi-környezeti felelősségvállalás és a pénzügyi eredményesség összefüggéseiben három álláspont van érvényben:

- A társadalmilag felelős cégek jövedelmezőbbek.
- A jövedelmezőség az, ami a társadalmi felelősségvállalásra motiválja a vállalatokat, és csak azok a vállalatok aktívak a CSR területén, amelyek profitábilisan tevékenykednek.
- A társadalmi felelősségvállalás és a jövedelmezőség között interaktív, kölcsönösen pozitív kapcsolat áll fenn.

„Just walk! Azaz tegyük felelősen a dolgunkat, s azzal csak mellékesen törődjünk, hogy ez milyen előnyhöz juttat minket.”⁷

„<< A tudatos fogyasztók száma növekszik a XXI. század elején, a vevők döntéseit világszerte mind jobban befolyásolja a vállalatok felelős tevékenysége. A világcégek tehát bárhol is tevékenykedjenek, meg kell teremteniük saját CSR-stratégiájukat annak érdekében, hogy hosszú távú és tartós sikereket érhessenek el.>>” (Kinrad et al., 2003)⁸

⁷ Tóth Gergely: A valóban felelős vállalat 83.o., Környezettudatos Vállalatirányítási Egyesület Budapest, 2007.

⁸ Szlávik János szerk.: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása 44-45. o., Complex Kiadó Budapest, 2009.

Miért legyek én tisztességes? Kiterítenek úgyis!

Miért ne legyek tisztességes? Kiterítenek úgyis.”

- József Attila -

3. Elmélkedés a vállalatok felelősségéről

Ebben a pontban arra szeretnénk ráirányítani a figyelmet, hogy globalizált világunk társadalmi szakadékanak mélyülésében, a környezeti feltételek megváltozásában, egyenlőtlenségek minél nagyobb kialakulásában milyen események játszanak szerepet. Ezen túlmenően rávilágítunk arra is, hogy milyen lépések, cselekedetek szükségesek ezen állapotból való elmozdulás szándéka mentén.

„Az etika olyan cselekvésekkel foglalkozik, amelyeknek jelentős hatása van másokra. Ezek a „mások” lehetnek emberek vagy azok csoportjai, de a természeti környezet vagy akár a jövő generációk is. Nyilvánvaló, hogy az üzleti szervezetek tevékenysége jelentős hatással van az alkalmazottakra, a fogyasztókra, a tulajdonosokra, a versenytársakra, a lakóhelyi közösségre és általában a természeti környezetre. Ezért a vállalatok és vállalkozások működése etikai szempontból is vizsgálható, sőt vizsgálendő.”⁹

Az etikai értékek és normák tekintetében nem könnyű meghatározni bizonyos sorrendiséget. Ettől függetlenül fontosságuk nem megkérdőjelezhető. Ezen etikai szempontok kapcsán merül fel a felelősség fogalma. Vagyis döntéseinkért, tetteinkért önmagunk és mások előtt is jól kell álljunk.¹⁰

Ezzel összefüggésben említhető a vállalat stakeholdereinek, vagyis érintettjeinek csoportja. De kik is ők? Ligeti György meghatározása szerint: „mindazon emberek és csoportok, akikre a vállalat tevékenysége, egyáltalán a léte bármilyen hatással lehet. Így mindenekelőtt a befektetők és tulajdonosok, a fogyasztók és a potenciális fogyasztók. Ezen felül pedig a disztribútorok, beszállítók és alvállalkozók, munkavállalók, a legkülönbözőbb hatóságok és ellenőrző – európai uniós, kormányzati és önkormányzati – szervek, civil szervezetek. És persze ne feledkezzünk el arról, hogy a vállalatnak van telephelye, legalább egy, de inkább számos, így annak a közvetlen fizikai környezetében lévő lakosság, intézmények,

⁹ Zsolnai László: Ökológia, gazdaság, etika 97. o., Helikon Kiadó Budapest, 2001.

¹⁰ Szlávik János szerk.: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása 27. o., Complex Kiadó Budapest, 2009.

egyház, kisebbségek, civilek.”¹¹ „Az ISO 14001 vállalati környezetközpontú irányítási rendszer szerint a környezetmenedzsment vonatkozásában: érdekelt fél olyan személy vagy csoport, akit vagy amelyet egy szervezet környezeti teljesítménye érdekel vagy érint.”¹² Ők azok, akik elvárásokkal rendelkeznek a cég felé. A vállalkozás döntései meghozatala, működése során tekintettel kell legyen ezen érdekekre. Az érintetteket több csoportba sorolhatjuk. Belső és külső érintettek, „kvázi belső” érintettek, és potenciális érintettek. Ez utóbbiba sorolható a természeti környezet (amelyet nem minden vállalat tekint stakeholderként, illetve amely érdekeinek figyelembevétele egyéb érintettek - mint pl. NGO-k, szabályozók – közvetítésével történik), valamint a fenntartható fejlődés megközelítésében kulcsszerepet kapó „jövő generációk”.¹³

„A felelősség többféle értelmezésben ismert. Az üzleti világban négyféle felelősségről beszélhetünk. Alapvető a gazdasági felelősség, amely nem más, mint a piaci szükségletek jó minőségű kielégítése haszontermelés útján. Általánosnak tekinthető a jogi felelősség, amely az előzőn túlmenően azt is tartalmazza, hogy teljesíteni kell a jogrend követelményeit. Ezekre épül, ezt követi az etikai felelősség, amely a jogi felelősségen túl a társadalmi normák követését is tartalmazza. Filantropikus, speciális, egyéni, megkülönböztetett (diszkrecionális) felelősségvállalás, mint például adományozás, amely akár a nem teljesen átlátható társadalmi elvárásokat és reményeket hivatott szolgálni. Ez utóbbi a vállalat és döntéshozói elhatározásán múlik, a külső körülmények ebben nem meghatározók. A felelőségek piramisszerűen épülnek egymásra. Alapnak és egyben a legszélesebbnek (legáltalánosabb) a gazdasági felelősséget lehet tekinteni, erre épül a többi.”¹⁴

¹¹ Ligeti György: CSR Vállalati felelősségvállalás 53. o., Kurt Lewin Alapítvány Budapest 2007.

¹² Szilávik János szerk.: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása 81. o., Complex Kiadó Budapest, 2009.

¹³ Szilávik János szerk.: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása 83-84. o., Complex Kiadó Budapest, 2009.

¹⁴ Angyal Ádám: Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás 40-41. o., Kossuth Kiadó Budapest, 2009.

1. ábra: Felelősség az üzleti világban



*Forrás: Angyal Ádám: Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás c. könyv
41. o. ábrája alapján saját szerkesztés*

Azonban azt tapasztalhatjuk a vállalatok viselkedését tekintve, hogy az etika gyakorta háttérbe szorul.

Korten szerint: „a rendellenes társadalmakban a pénz váltotta fel a kulturális értékeink és kapcsolataink alapjául szolgáló szellemi kötődéseket.”¹⁵ Az a folyamat, amely a pénzszerzést tekinti elsődleges céljának, és ehhez mérten szervezi intézményrendszerét is, hogy annak köszönhetően is ezt a célt helyezze mindenek fölé, az csak fokozza a válság elmélyülését, tartósságát. Az intézményi mechanizmusok ellenőrzésén túl további tényezők is szerepet játszanak abban, hogy a nagyvállalatok kezében mind nagyobb hatalom összpontosuljon. Ilyen tulajdonságuk pénzteremtő erejük, továbbá a termelési eszközök birtoklása. A globalizáció következtében egyre nagyobb a függősége a helyi közösségeknek a világszintű intézményektől. A hatalom az ő kezükben összpontosul, akár az erőforrások gyarmatosításától sem zárkoznak el, ha érdekeik úgy kívánja. „A hatalom egyre inkább a globális pénzügyi piacok és tőkés társaságok markába kerül, amelyek ténylegesen bolygónk kormányzó intézményeivé tették magukat.”¹⁶ „A nemzetközi nagyvállalatokban összpontosuló, eddig példátlan hatalom, amely

¹⁵ David C. Korten: Tőkés társaságok világuralma 325.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

¹⁶ David C. Korten: Tőkés társaságok világuralma 327.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

nem kötődik nemzethez, helyhez vagy célhoz, aláássa a demokráciát, eltorzítja a gazdasági célok kijelölését, és hozzájárul a gazdaság olyan koncentrációjához, amely rombolja a társadalmat”.¹⁷ „A globalizált gazdasági rendszer eredendően kedvez a nagynak, a globálisnak, a versengőnek, az erőforrás-felhasználónak és a rövidtávúnak.”¹⁸ A kiszolgáltatottság következtében a helyi közösség mind nehezebben tudja a problémáit kezelni, amennyiben számára hátrányokkal jár a multik profitszerző tevékenysége.

„Korunk alapvető ellentmondása, hogy a piaci verseny nevében olyan rendszert teremtettünk, amely egyesíti a tőkés társaságokat, az embereket viszont megosztja és világméretű versenybe kényszeríti a tőkés társaságok kegyeinek elnyeréséért.”¹⁹

„Nem működhet eredményesen az a gazdaság, amely elébe helyezi a pénzvilág spekulánsainak érdekeit a keményen dolgozó emberekének és a helyi vállalkozásokénak.”²⁰ „Ha az üzleti szervezetek tekintettel vannak partnereik érdekeire, ha kielégítően informálják fogyasztóikat, ha tiszteletben tartják alkalmazottaik személyiségi jogait, ha nem teremtenek elfogadhatatlan és méltánytalan technológiai kockázatot a helyi lakosság számára, ha nem szennyeznek és pusztítják el a természeti környezetet, akkor ezzel súlyos költségektől és konfliktusoktól mentesítik a társadalmat.”²¹ Kérdés, hogy kinek az érdekei szerint rendezzük be társadalmunkat? Az emberek avagy a tőkés társaságok preferenciái szerint? „A gazdaság rendbehozatala azzal a felismeréssel kezdődik, hogy a válság gyökere morális természetű. Gazdasági intézményeink és szabályaink, sőt, még a mutatóink is, melyekkel a gazdasági teljesítményt mérjük, következetesen fontosabbnak tartják a pénzügyi értékeket az élet értékeinél. Ezek valójában csak

¹⁷ David C. Korten: Tőkés társaságok világhuralma 184.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

¹⁸ David C. Korten: Tőkés társaságok világhuralma 327.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

¹⁹ David C. Korten: Tőkés társaságok világhuralma 327.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

²⁰ David C. Korten: After the Meltdown: Economic Redesign for the 21th Century c. cikke alapján David C. Korten Gyilkos vagy humánus gazdaság 180. o., Kairosz Kiadó Budapest, 2009.

²¹ Zsolnai László: Ökológia, gazdaság, etika 97.o., Helikon Kiadó Budapest, 2001.

arra alkalmasak, hogy a már eleve gazdagoknak még több pénzt csináljanak.”²² Ha olyan irányba alakítjuk világunkat, ahol annak szereplői az élet minőségét a fogyasztás mennyiségénél magasabbra értékelik, akkor tudunk a fenntarthatóság irányába haladni, és teremthetünk jobb, élhetőbb körülményeket mindenkinek. „Az egyéni döntéseken sok múlik.”²³ Ugyanakkor „sokszor elfelejtett, fontos szempont, hogy egy sor megteendő lépés a Földünkkel való egyensúly eléréséhez inkább kollektív döntéseken alapul, mintsem egyénin. Ha jól döntünk, akkor az életminőség javulása bőven kárpótol bennünket a meghozott áldozatokért.”²⁴ Ebből eredendően pedig a változásban meghatározó szerepe van a társadalmi tőkének, amely Fukuyama szerint az a képesség, hogy csoportokban és szervezetekben együtt tudunk dolgozni embertársainkkal a közös célok elérése érdekében.²⁵

1. fénykép: CSR összefogás



Forrás: http://agrostratega.blog.hu/2010/07/02/hol_tart_ma_a_csr

²² David C. Korten: After the Meltdown: Economic Redesign for the 21th Century c. cikke alapján David C. Korten Gyilkos vagy humánus gazdaság 180. o., Kairosz Kiadó Budapest, 2009.

²³ David C. Korten: Tőkés társaságok világalma 350.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

²⁴ David C. Korten: Tőkés társaságok világalma 344.o., Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

²⁵ Fukuyama: Bizalom c. könyve alapján, 2007.

4. Nemzetközi szintű szabályozás

A globalizáció előnyei mellett az előbbi oldalakon feltüntetett megannyi hátrányos velejárója mérséklése, megszüntetése érdekében lépni volt szükséges, még hozzá világszinten.

1983-ban kezdte meg működését az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottsága, amely olyan gazdasági fejlődés elérésén munkálkodik, ami a fenntartható fejlődés globális megvalósítására épít, megőrzi a természeti erőforrásokat, valamint megoldásul szolgálhat a fejlődő országok nagy részében diadalmaskodó szegénység leküzdésére. 1987-ben kiadott, „Közös jövőnk” elnevezésű jelentése szerint a fenntartható fejlődés fogalma: „a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket.”

A fenntartható fejlődést szolgáló intézkedéseket tartalmazó stratégiák kidolgozása során annak mindhárom pillérét (szociális, gazdasági és környezeti) szükséges figyelembe venni. A fenntartható fejlődés, mint stratégiai cél már megtalálható nemzetközi konferenciák, szervezetek dokumentumaiban, valamint a nemzeti kormányok cselekvési programjaiban.²⁶

„A nemzetközi szabályozásba több szervezet is csatlakozott. A felelős magatartást befolyásoló legfontosabb források, köztük elfogadott egyezmények közül néhány közismert, használatos (ezek legtöbbjéhez Magyarország is csatlakozott)”²⁷ (Leipziger 2003, Kóródi 2007):

- OECD irányelvek a multinacionális szervezetek számára (OECD Guidelines for Multinational Enterprises, 1994)
- Sullivan átfogó elvei társadalmi felelősségről (The Global Sullivan Principles of Social Responsibility, 1977)
- Az ENSZ Globális Egyezménye (The UN Global Compact, 2000)
- Az emberi jogok egyetemes nyilatkozata (The Universal Declaration of Human Rights, 1948)
- A biztonság és emberi jogok önkéntes elvei (The Voluntary Principles on Security and Human Rights, 2000)

²⁶ <http://www.ff3.hu/fejlodes.html> Letöltés ideje: 2012. március 6.

²⁷ Angyal Ádám: Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás 61-62. oldala alapján, Kossuth Kiadó Budapest, 2009.

- Nemzetközi vállalkozások és egyéb üzleti szervezetek felelősségi normái az emberi jogokra való tekintettel (The Norms on the Responsibility of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights, 2003)
- ENSZ Munkaügyi Szervezetének háromoldalú nyilatkozata a nemzetközi szervezetekről és társadalmi politikájukról (International Labour Organisation: Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy, 1977)
- Tisztességes Munka Szövetsége munkahely működtetési szabályok (Fair Labor Association: Workplace Code of Conduct, 1996)
- Riói nyilatkozat a környezetről és a fejlődésről (The Rio Declaration on Environment and Development, 1992)
- A Környezetért Felelős Összefogás elvei (Coalition for Environmentally Responsible Economies – The CERES Principles, 1989)
- A természetes lépés (The Natural Step, 1994)
- OECD-megállapodás a megvesztegetés ellen a közszolgálatokban a nemzetközi üzleti tevékenységben (The OECD Convention on Combating Bribery of Foreign Public Officials in International Business Transaction, 1999)
- A megvesztegetések elleni fellépés elvei (The Business Principles for Countering Bribery, 2002)
- OECD elvei a vállalati kormányzásról (Organisation for Economic Cooperation and Development Principles of Corporate Governance, 1999)
- SIGMA vezetési irányelvek (The Sustainability: Integrated Guidelines for Management – SIGMA – Project, 1999)
- Agenda 21 (AGENDA-21), az ENSZ távlatos terve kormányok, vállalkozások és civil szervezetek számára az emberi tényezők szerepéről (1992)
- ENSZ Pekingi Nyilatkozata a nők jogairól (UN Declaration of Women's Rights, 1995)
- Egyezmény a biológiai sokféleség (biodiverzitás) védelméről (Convention on Biological Diversity 1992, a riói egyezmény melléklete)
- ENSZ Felelős Befektetések Elvei (Principles for Responsible Investment, 2006)
- Wolfsberg Pénzmosás Elleni Elvek (Wolfsberg Anti-Money Laundering Principles, 2000)

- Zöld Könyv a vállalatok társadalmi felelősségének európai (értelmezési) keretei ajánlásáról (Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, 2001) EU COM 366
- EU Zöld Könyv ajánlások véglegesített változata (Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility, 2002) EU COM 347

Ezt követően az Európai Bizottság 2002 júliusában publikálta CSR-stratégiáját. 2006-ban, majd 2011 októberében újat hozott nyilvánosságra, utóbbi a 2011-2014. évekre vonatkozóan fogalmazza meg célkitűzéseit. A stratégia 8 területet foglal magában:

- a CSR figyelem középpontjába való állítása valamint a jó gyakorlatok megosztása
- a vállalkozásokkal szembeni bizalom javítása
- magatartási kódex kidolgozása a szabályozás javítása érdekében
- piaci előnyök CSR javára való kihasználása
- szociális és ökológiai információk nyilvánosságra hozatalának szabályozása
- a CSR képzésekbe, kutatásokba való integrálásának tovább erősítése
- CSR-stratégia jelentőségének növelése nemzeti és regionális szinten
- globális és európai szintű stratégiák harmonizálásának megteremtése²⁸

²⁸http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_de.htm Letöltés ideje: 2012. március 2.

5. Szabályozás Magyarországon

A társadalmi felelősségvállalás Magyarországon csak jóval a rendszerváltás után kezdett hangsúlyossá válni. A legnagyobb problémát a cégek számára a CSR-elemek vállalati működésbe való integrálása jelenti.²⁹

A Kormány 2006 márciusában tette közzé első CSR-kormányhatározatát, mely az uniós szabályozással összehangoltan készült el. Ebben említést tesznek a felelős munkáltatói magatartásról, az esélyegyenlőség biztosításáról a fogyatékkal élők, nők, kisebbségek vonatkozásában. Egyéb területekre nem térnek ki.

Továbbá a Kormány támogatását hangsúlyozza a vállalkozások részére a külföldi technikák hazai gyakorlatba való átültetésére.³⁰ Ugyanakkor az, hogy „külföldön már bevált módszereket és eszközöket átveszünk, még nem jelent felelős működést.”³¹

A Magyarországon leginkább alkalmazott CSR stratégiák – a teljesség igénye nélkül – a következők:

- Egyetemi és kutatói ösztöndíjak,
- Szelektív hulladékgyűjtés,
- Alternatív energiaforrások használata,
- Munkaerő-piaci egyenlőtlenségek elleni harc (pl. nemi és etnikai különbségek),
- Minőségbiztosítás,
- Csapatépítő programok,
- Sport és kulturális programok támogatása³².

²⁹ Felszeghy Zoltán – Dr. Takács Ildikó: A CSR új elemei Magyarországon <http://www.slideshare.net/ZoltanFelszeghy/a-csr-j-elemei-magyarorszgon> Letöltés ideje: 2012. március 2.

³⁰ Szlávik János szerk.: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása 77. o., Complex Kiadó Budapest, 2009.

³¹ Felszeghy Zoltán – Dr. Takács Ildikó: A CSR új elemei Magyarországon <http://www.slideshare.net/ZoltanFelszeghy/a-csr-j-elemei-magyarorszgon> Letöltés ideje: 2012. március 2.

³² Felszeghy Zoltán – Dr. Takács Ildikó: A CSR új elemei Magyarországon <http://www.slideshare.net/ZoltanFelszeghy/a-csr-j-elemei-magyarorszgon> Letöltés ideje: 2012. március 2.

„A nagyság ára a felelősség.”

W. Churchill

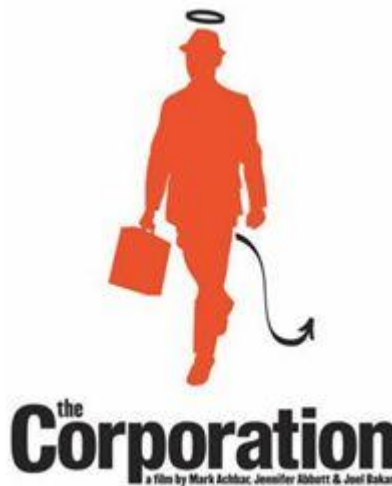
6. Vállalati méret és felelősség

A vállalatok a gazdasági élet résztvevői, munkát adnak, erőforrásokat használnak fel, hulladékot termelnek, kötelezettségeket vállalnak és jogokat szereznek. Termékeikkel, szolgáltatásaikkal az emberek életének meghatározó részeivé váltak. Szerepüket a gazdasági életben jogszabályok, gazdasági törvényszerűségek és a hagyományok határozzák meg.

A vállalati felelősség első dimenziójaként a vállalati méret és a felelősség kapcsolatát vizsgáljuk, a fő kérdés, hogy lehet-e felelős egy (nagy)vállalat. Ebben a koncepcióban a hangsúly nem a vállalati tevékenység jellegén, vagy a mindennapi gyakorlaton van, hanem a különböző módon meghatározott vállalati méreten.

Ezzel a kérdéskörrel a tudományos érdeklődésen messze túlmutatva, népszerű könyvek, filmek is foglalkoznak.

3. ábra: A Corporation című film borítója



Ilyen közismert alkotás például Joel Bakan: The Corporation című könyve³³, amelyből filmet is készítettek. A könyv fontos kiindulási pontja, hogy a gazdasági társaságok olyan intézmények, amelyek a maguk tevékenységével, egyedi kényszerpályáival megszabják a körülöttük élő emberek életét is. Ugyanakkor létezésük és működésük, legyen az bármilyen veszélyes és fenyegető az államra

³³ Független Média Kiadó 2005

nézve, jól megfogható jogi szabályozás alatt áll. A vállalatnak törvényes felhatalmazása van rá, hogy minden esetben kizárólag a saját érdekei mentén tevékenykedjen, tekintet nélkül arra, hogy ez gyakran mások számára káros következményekkel jár. Ez nem kevesebbet jelent, mint hogy a gazdasági társaságoknak törvényes felhatalmazásuk van arra, hogy tekintet nélkül a másoknak okozott károkra, kizárólag a saját érdekeiket kövessék. A társadalom és az emberek fölött kialakult hatalmukkal az óriáscégek komoly veszélyforrássá váltak.

6.1. Foglalkoztatottak száma és a vállalati felelősség

A vállalati méret meghatározására, közgazdasági kategóriaként nincs egységes mérőszám, több tényező (dolgozói létszám, árbevétel, mérlegfőösszeg) együttes elemzése során határozható meg, hogy nagy- közép-, kis- vagy mikrovállalkozásról beszélhetünk-e. A létszámmal, mint a méret egyik mérőszámával kapcsolatos vállalati felelősséget jól mutatja Csermely Péter írásának³⁴ alábbi részlete:

„Az emberi agy hihetetlenül alakítható, plasztikus. Agykapacitásunknak igen nagy része arra szolgál, hogy a kapcsolataink leltárát őrizgesse. Ismerem-e ezt a személyt, mit tudok róla, mit tud ő rólam, mit mondtam neki a múltban, erre ő hogyan reagált, mit szeret, mit nem szeret, mit ígértem neki - és millió más dolog. Ez rengeteg információ. Nem csoda, hogy baráti körünk létszámát igen drasztikusan le kell faragni ahhoz, hogy a jellemek, helyzetek, elvárások és emlékek erdejében el tudjunk igazodni. Ez az oka annak, hogy 5, 15, 35, 80 és 150 ember koncentrikus köreiben éljük életünk (Dunbar, 1998). Ezek a körök megfelelnek a családuknak/legjobb barátainknak (5 fő), közeli barátainknak (15 fő), munkatársainknak és közeli ismerőseinknek (35 fő), olyan távolabbi ismerősöknek, akikkel rendszeresen találkozunk (80 fő) és a falunknak (150 fő). Érdekes, hogy a legtöbb ember - akkor is, ha elképesztően nagy városban él, mint mondjuk Budapest vagy New York - úgy alakítja a környezetét, hogy maximum 150 fős "faluja" legyen. Miért? A válasz egyszerű. Egy átlagos ember nem tud több arcot megőrizni a könnyen előhívható memóriájában. A kapcsolati leltár jól kezelhető, ha a társadalmi hálózat változatlan, stabil. A kis falvak, a zárt közösségek évszázadok alatt finomíthatják a hagyományaikat egészen odáig, hogy a mindennapi élet rendkívül szabályozottá, biztonságossá és könnyűvé válik. A modernizáció ennek az idillnek véget vetett.

³⁴ <http://www.termesztetvilaga.hu/szamok/tv2005/tv0504/csermely.html>

Napjaink nagyvárosának társadalmi hálóját percről percre átalakul. Új emberek tolakodnak bele, a régi tagok közül meg jó pár hipp-hopp egy kontinenssel odébb települ.”

Az 1. táblázatban Európa legtöbb dolgozót foglalkoztató cégei találhatók. Mellettük azok a városok láthatók, amelyek közel azonos nagyságú lakossággal rendelkeznek, mint a cégeknél foglalkoztatottak száma.

1. táblázat: Európa legnagyobb foglalkoztatói

Cég (ország, ágazat)	Helyezés 2009-es adatokkal	Foglalkoztatottak száma 2010	Város (ország)	Lakosságszám 2007-2009
Carrefour (francia, kiskereskedelem)	1.	471 755	Antwerpen (Belgium)	472 071
Compass (brit, élelmiszer-ipari szolgáltatás)	5.	428 202	Bratislava (Szlovákia)	428 791
Deutsche Post (német, postai szolgáltatás)	3.	418 946	Szczecin (Lengyelország)	406 941
Siemens (német, energetika)	4.	402 700	Tallinn (Észtország)	401 389
Volkswagen (német, autóipar)	8.	399 381	Palma de Mallorca (Spanyolország)	396 570
Gazprom (orosz, gázipar)	6.	393 000	Palma de Mallorca (Spanyolország)	396 570
Tesco (brit, kiskereskedelem)	2.	384 389	Las Palmas (Spanyolország)	381 123
Sodexo (francia, élelmiszer-ipari szolgáltatás)	7.	379 137	Bochum (Németország)	378 596

Forrás: vállalati adatok: HVG 2011 (Fortune adatai alapján), városok adatai: EUROSTAT

urban audit <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

2. fénykép: Antwerpen látképe



Forrás: <http://www.contrailo.de/news/wasser/did1356528/hafen-antwerpen-plant-hinterland-entwicklung.html>

A 2. táblázatban a legnagyobb magyarországi foglalkoztatókat hasonlítjuk össze a magyar városok méretével.

2. táblázat: Legtöbb alkalmazottat foglalkoztató magyarországi cégek

Helyezés 2010	Helyezés 2009-es adatokkal	Cégnév	Ágazat	Létszám (fő)	Hasonló méretű város lakosságszáma 2010-ben (fő)
1.	1.	Magyar Posta Zrt.*	postaszolgáltatás	35 021	Vác (34 085)
2.	2.	Mol Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt.**	energia ipar	32 394	Orosháza (32 339)
3.	3.	OTP Bank Nyrt.**	pénzüintézet	30 367	Mosonmagyaróvár (30 443)
4.	4.	Tesco-Global Áruházak Zrt.	kiskereskedelem	21 477	Dombóvár (21 226)
5.	5.	Magyar Államvasutak Zrt.	fuvarozás	18 929	Csongrád (19 064)
6.	6.	Spar Magyarország Kereskedelmi Kft.	kiskereskedelem	13 861	Pomáz (14 030)
7.	7.	Budapesti Közlekedési Zrt.*	fuvarozás	12 928	Dorog (12 943)
8.	9.	Magyar Telekom Távközlési Nyrt.**	távközlés	10.258	Szeghalom (10 278)
9.	10.	Richter Gedeon Vegyészeti Gyár Nyrt.**	gyógyszeripar	10 176	Isaszeg (10 171)
10.	8.	GE Hungary Kft.	elektronikai ipar	9 913	Jánoshalma (9 939)

**Konszolidált adatok, **IAS/IFRS adatok*

Forrás: vállalati adatok HVG 2011 (CREDITREFORM Kft. adatai alapján), városi adatok:

<http://www.turabazis.hu/telepules.php>

3. fénykép Vác város látképe



Forrás: <http://www.galeria.vac.abbcenter.com/>

A legnagyobb cégek tulajdonosainak és vezetőinek felelőssége, abban is lemérhető, hogy városnyi ember sorsáért felelnek. Amíg egy város vezetőit választják és a választók a demokratikus intézményeken keresztül ellenőrzik, addig a magán tulajdonban levő cégek vezetése független az ott dolgozók akaratától, sőt akár érdekeitől is és ellenőrzésükre korlátozott a lehetőség, ahogy ezt a következő alfejezetben látni fogjuk.

6.2. Gazdasági erő és felelősség

A vállalati méret második dimenziójaként a forgalom/GDP nagysága alapján elkészítettük Európa legnagyobb gazdaságainak toplistáját. A 3. táblázatban a vállalati méret másik dimenziójaként a forgalom/GDP nagysága alapján elkészítettük Európa legnagyobb gazdaságainak toplistáját. A táblázatban az egyes országok a GDP, a vállalatok (kiemelve) az éves forgalom alapján csökkenő sorrendben szerepelnek. Az első tíz legnagyobb gazdaságban csak országokat találunk, a második tízben már két vállalat szerepel, a harmadik tízben fele-fele arányban szerepelnek³⁵ a vállalatok és az országok, a negyedik tízes csoportban pedig már csak vállalatok szerepelnek. Ennek alapján azt mondhatjuk, hogy Európa 40 legnagyobb gazdaságából 17 vállalat, vagyis vannak olyan vállalatok, amelyek

³⁵ A lista alapötlete David Kortentől származik, magyar nyelvű feldolgozása ismeretem szerint először Tóth Gergely (2007): A Valóban Felelős Vállalat című könyvében olvasható

nagyobb gazdasági erővel bírnak, mint egy ország. A lista természetesen a világ országaira és a világ összes vállalatára kiterjeszthető.

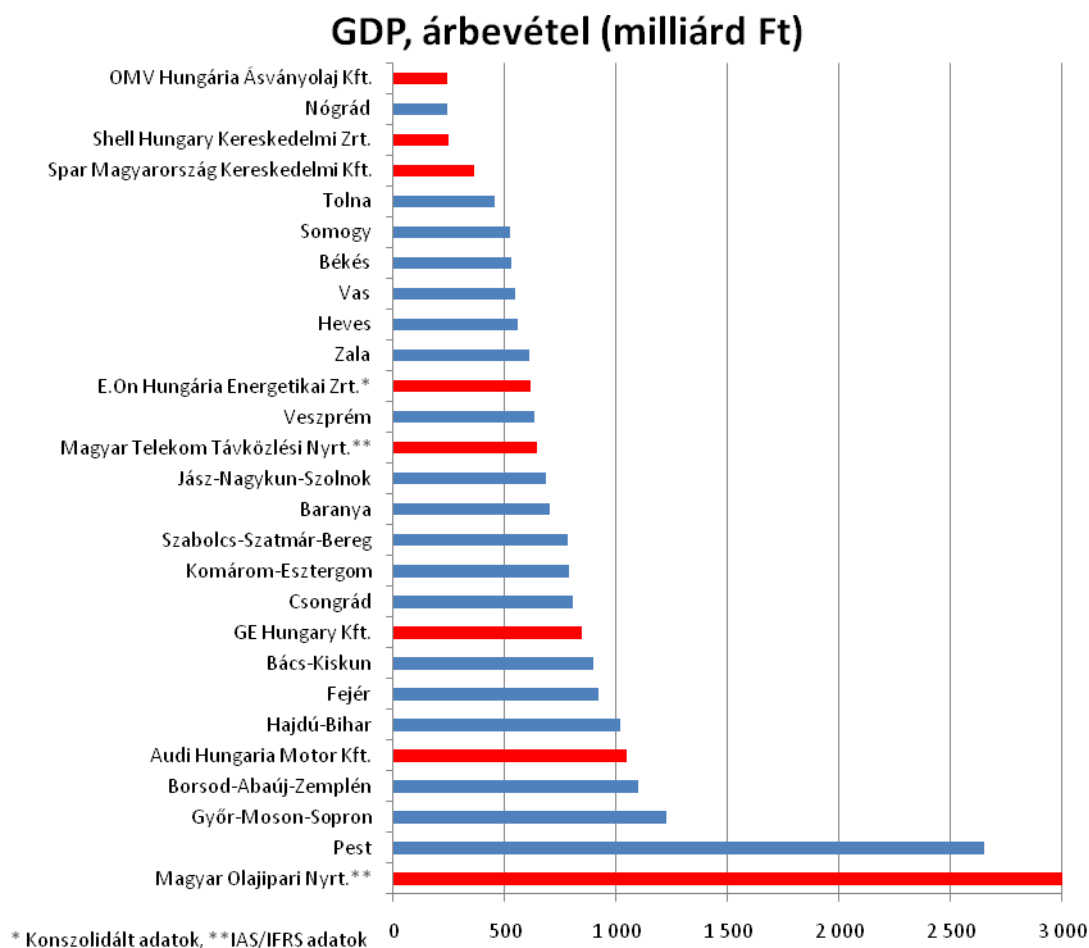
3. táblázat: Európa 40 legnagyobb gazdasága

Helyezés 2010	Helyezés 2008-as adatokkal	Ország /Vállalat	GDP, forgalom (millió \$) 2010
1.	1.	Németország	3 286 451
2.	2.	Franciaország	2 562 742
3.	3.	Nagy-Britannia	2 250 209
4.	4.	Olaszország	2 055 114
5.	5.	Oroszország	1 479 825
6.	6.	Spanyolország	1 409 946
7.	7.	Hollandia	780 668
8.	8.	Törökország	735 487
9.	11.	Svájc	527 920
10.	9.	Lengyelország	469 401
11.	10.	Belgium	467 779
12.	12.	Svédország	458 725
13.	13.	Norvégia	412 990
14.	17.	Royal Dutch Shell (brit-holland)	378 152
15.	14.	Ausztria	377 382
16.	16.	Dánia	309 866
17.	20.	BP (brit)	308 928
18.	15.	Görögország	305 415
19.	19.	Finnország	239 177
20.	21.	Portugália	229 154
21.	18.	Írország	206 985
22.	22.	Csehország	192 030
23.	28.	Total (francia)	186 055
24.	29.	Volkswagen (német)	168 041
25.	25.	AXA (francia)	162 236
26.	23.	Románia	161 629
27.	26.	ING Group (holland)	147 052
28.		Glencore International (Svájc)	144 978
29.		Kazahsztán	140 047
30.	24.	Ukrajna	137 934
31.	34.	ENI (olasz)	131 756
32.	27.	Magyarország	130 421
33.	37.	Daimler (német)	129 481
34.	30.	BNP Paribas (francia)	128 726
35.	32.	Allianz (német)	127 379
36.	35.	E-ON (német)	125 064
37.	33.	Carrefour (francia)	120 297
38.	31.	Assicurazioni Generali	120 234
39.	36.	GDF Suez (francia)	111 888
40.		Nestlé (Svájc)	105 267
41.	38.	Crédit Agricole (francia)	105 003

Forrás: IMF 2011 adatbázis és HVG 2011 (FORTUNE alapján)

Az 2. ábrán a 3. táblázatnál ismertetett módszertan szerint a legnagyobb magyar gazdaságok (megyék és vállalatok) szerepelnek. Több magyarországi vállalatnál láthatjuk, hogy éves forgalmuk nagyobb vagy akkora, mint egy-egy megye GDP-je, vagyis az európai óriásvállalatokra jellemző helyzet nálunk is megfigyelhető

4. ábra: Magyar megyék és vállalatok éves GDP-je és forgalma



Forrás: KSH és HVG 2010. november 20., 46. szám adatai alapján saját szerkesztés

Amíg egy ország esetén a demokratikus intézményrendszerek és jogrendszer garanciákat adhat a pénz felhasználására, addig az óriásvállalatok ellenőrzésének lehetőségei rendkívül korlátozottak. Ennek oka többek között az, hogy néhány vállalat jóval nagyobb gazdasági erőt képvisel, mint azok az országok, amelyekben működnek. Ez a probléma fokozottan jelenik meg akkor, ha a cég székhelyét jelentő település és a vállalat erőviszonyát vizsgáljuk. A város gyakran jelentősen kisebb érdekérvényesítő erővel rendelkezik, és ha elvileg rendelkezésére is állnának eszközök, amelyekkel kontrollálni tudja a vállalati működést, nem biztos, hogy ezeket tudja, vagy akarja alkalmazni. Ebből levonható az a következtetés, hogy a

nagyvállalat nem lehet felelős. A kérdés megközelíthető azonban a másik oldalról is, a nagy gazdasági erő nagyobb felelősséget, de nagyobb lehetőséget is jelenthet a felelős viselkedésre.

6.3. Vállalati tevékenység és felelősség

A vállalati felelősség következő megközelítési módja a vállalat alapvető tevékenységére koncentrálni, függetlenül a vállalati mérettől vagy tevékenységének mindennapi gyakorlatától. Meghatározónak azt tartják, hogy mi a vállalat alaptevékenysége, milyen termékeket, szolgáltatásokat forgalmaz. Ebben a megközelítésben egy fegyvergyár, vagy egy pornó filmet gyártó filmstúdió soha nem lehet felelős vállalat. A besorolás azonban itt sem teljesen egyértelmű, gondoljunk csak az alkohol kérdésére. Az alkohol általában egészségre káros, függőség kialakulásához vezető élvezeti cikk. Szenvedélybetegség, bűnözés, egészségi és szociális problémák kialakulásának egész sora köthető az alkoholfogyasztáshoz, ezért a felelős vállalatok köréből ki kellene zárni az alkoholt előállítókat. Másik oldalon azonban az a borászat a nemzeti kultúra része és a borfogyasztás kis mennyiségben kedvező élettani hatásokkal járhat, ezért egy hagyományos, jó minőségű terméket előállító vállalkozást felesleges lenne kizárni a felelős vállalatok köréből. Az előbbi példa más esetekre is igaz lehet, többek közt a pálinka vagy cigaretta gyártásban, de még a fegyvergyártásban is, hiszen a fegyvereket sportoláshoz is használják, és az öttusa egyike nemzeti büszkeségeinknek. A tevékenység és felelősség kapcsolatát a felelős befektetéseken keresztül mutatjuk be³⁶.

6.3.1. Felelős befektetések

A befektetési döntéseket a mainstream közgazdasági iskola szerint a hozam és a kockázat, illetve az egyéni kockázatviselési hajlandóság alapján határozzuk meg, azaz az ízlésünknek leginkább megfelelő hozam-kockázat párost adó lehetőségbe invesztálunk. A neoliberális gondolkodás kritikája ezt a megközelítést is elérte, ugyanis manapság egyre többen komplexebb rendszerként tekintenek a gazdasági életre is, és befektetési döntésüknél más, jellemzően etikai szempontokat is

³⁶A következő alfejezetek forrása: Keressen sokat tiszta lelkiismerettel!
http://ecoline.hu/piac/20080203_sri_etikus_befektetes_pofit.aspx

figyelembe vesznek. Ebből alakultak ki a társadalmi felelősségvállaláson alapuló befektetési eszközök (socially responsible investment, azaz SRI).

Az ilyen érzékenységről tanúbizonyságot tevő befektetők körében nincs teljes egyetértés a stratégia konkrét megvalósításáról, de jellemzően azokat a vállalatokat preferálják, amelyek figyelemmel vannak a környezetvédelmi, az esélyegyenlőségi és a minőségbiztosítási megközelítésekre is. Miközben gyakran egész szektorokat - mint például az alkohol és a cigaretta üzletágat, a szerencsejátékot, illetve a hadiipart és bizonyos esetekben az abortuszhoz vagy akár az össejtkutatáshoz kapcsolódó szektorokat - kizárnak a befektetési célpontok közül.

Szűk értelemben vett SRI-alapok nincsenek Magyarországon. Ugyanakkor, ha tágan értelmezzük a társadalmi felelősségvállalást, akkor több alap is beléphet a körbe: ilyen például a Budapest Bank-csoport által indított Budapest Klíma Alap.

6.3.2. Történelmi háttér: kvékerek és metodisták

A sokak által egyszerűen csak a fenntartható fejlődés pénzügyi piaci megjelenési formájának tartott SRI-k történelmileg a 18. századi kvéker mozgalomhoz köthetőek (a kvékerek 1758-ban Philadelphiában megtiltották tagjaiknak a rabszolga-kereskedelemben való mindennemű részvételt), de sokan a 19. században az Egyesült Államokban egyes egyházak azon parancsát tartják az alapnak, amely szerint a hívek nem fektethették a pénzüket alkohol-, cigaretta-, illetve fegyvergyártással foglalkozó vállalkozásba.

A modern SRI-k közül az első 1971-ben jelent meg a piacon, ekkor indította el ugyanis két metodista lelkész, Luther Tyson és Jack Corbett a pacifista "Pax World Fund" befektetési alapot, amely azóta egész befektetésialap-családdá nőtte ki magát.

A lakosság szélesebb körei akkor kezdtek igazán etikai szempontból tekinteni egyes vállalatokra, amikor a vietnámi háború idején, 1972 júniusában egy kilencéves kislány fotója járta be a világot, amelyen a napalmbomba által okozott komoly égési sérülések is láthatóak voltak - a kép nyilvánosságra hozatala hatalmas

felháborodást váltott ki, a célpont pedig mindenekelőtt a napalm gyártója, az egyesült államokbeli Dow Chemical társaság volt.³⁷

4. fénykép: Vietnami háborús fotó



Forrás: http://hvg.hu/vilag/20100518_vietnami_haborus_foto_kislany

6.3.3. SRI stratégiák

Az SRI-k csoportján belül több alcsoportot is el lehet különíteni, jellemzően annak függvényében, hogy milyen kritériumok alapján választják ki az alapkezelők a befektetési célpontokat.

- A fenntartható fejlődési alapok a legjővedelmezőbb cégeket keresik a fenntartható fejlődéshez köthető szektorokban, a stratégiát ennek megfelelően gyakran illetik a "best in class" elnevezéssel. A történelmi hagyományokhoz leginkább kötődő alapok egyes szektorokat teljesen kizárnak, miközben vannak olyan alapok, amelyek csak egy-egy konkrét vállalattal kapcsolatban alkalmazzák ezt a radikális eljárást.
- Az SRI-k némelyike azon vállalatokba fektet, ahol a társadalmi felelősségvállalás a hangsúlyosabb.

³⁷ Dr. Fogarassy Csaba szerk.: Karbongazdaságtan 15. o., Szent István Egyetemi Kiadó Gödöllő, 2009.

- Vannak úgynevezett szolidaritási alapok is, amelyek egyes társadalmi-környezeti-etikai elvárásuk teljesítése érdekében akár a profit egy részéről is lemondanak.
- Dinamikus fejlődést mutatnak az SRI-hez egyes szektorok elutasításában hasonló, de sokban mégis attól jelentősen eltérő iszlám alapok és befektetési lehetőségek, az iszlám pénzügyi piac eszközértéke 500 milliárd dollárra tehető, és éves szinten 10-15 százalékos a növekedési prognózis. A saria (az iszlám vallási előírásai) szabályainak megfelelően befektető Dow Jones Islamic Fund 1 éves hozama csaknem 16 százalék, de 5 éves távlatban is több mint évi 10 százalék. Az 5. képen olvasható szlogen: Markets Fluctuate...Principles Don't (vagyis: a piacok ingadoznak, az alapelvek nem) jól tükrözi a szemléletbeli különbséget a hagyományos befektetések és az iszlám alapok között.

5. fénykép: Iszlám alap



Forrás: <http://www.investaaa.com/>

Az SRI-k többek között pénzügyi megfontolásokból is követik azt a stratégiát, amit választanak, az ilyen investícióknak ugyanis az az alapja, hogy a nem pénzügyi kritériumok közép-, illetve hosszú távon javítják a megtérülést. Az SRI manapság az egyik legdinamikusabban fejlődő vagyonkezelési szegmens, főleg Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban. Érdekes módon az SRI-piac legfontosabb szereplői között ott találjuk azokat az európai (jellemzően észak-európai) állami alapokat, amelyek kezelői az állampolgári és politikai nyomás "kényszerít" a társadalmi felelősség vállalására

Nem mindenki ért egyet az SRI-stratégiával, sőt legalább egy olyan befektetési alap - a Vice Fund - is létezik, amely a társadalmi felelősségvállalási megközelítéssel épp

ellentétesen kezeli a rá bízott vagyont, és tendenciózusan kizárólag a hadiiparba, az alkohol- és dohányiparba, illetve a szerencsejáték üzletbe investál.

6. fénykép



Forrás: <http://www.usamutuals.com/vicefund/phil.aspx>

Az alapkezelőnek azt is érdemes mérlegelni, hogy külön SRI-alapot érdemes-e létrehozni, vagy inkább a teljes befektetési döntéshozatal részévé tegyék az SRI-kritériumokat a hagyományos alapoknál is. Ez a kérdés azért merülhet fel, mert egyes vélemények szerint ambivalens, ha egy társaság egyszerre kínálna "kevésbé etikus" és SRI-alapot is.

6.4. Vállalati felelősség és jó gyakorlat

A szakirodalom rendszeresen „best practice” megnevezéssel utal azokra a módszerekre, gyakorlatokra, amelyek beváltak, eredményesnek bizonyultak és átvehetők, adaptálhatók. A koncepció jellemzője, hogy nem azt vizsgálják mekkora a cég, vagy mi az alaptevékenysége, hanem arra koncentrálnak, hogyan viszonyul belső és külső környezetéhez. Fontos azonban, hogy csak akkor tekinthető a vállalat felelősnek, ha a környezetvédelmi, karitatív stb. tevékenységei beépülnek a vállalati stratégiába. Ennek megfelelően egy multinacionális sörgyár is lehet felelős, ha megfelel ezeknek a kritériumoknak. Az MRPSZ (Magyar Public Relations Szövetség) 2011-ben egy vállalatnak adományozott VFV (Valóban Felelős Vállalat) címet, és

nyolc vállalati projektet ismert el, illetve öt vállalkozás kapta meg a CSR Best Practice címet az MPRSZ Best Practice 2010 pályázatán.³⁸

Díjazott projektek:

- ARKON Zrt.
- Budapest Airport Zrt.
- Budapest Bank Nyrt.
- Budapest Bank Nyrt.
- Coca-Cola HBC Magyarország Kft.
- Coop Hungary Zrt.
- Dreher Sörgyárak Zrt.
- Jabil Circuit Magyarország Kft.

Best Practice kategória győztesei:

- Budapest Bank Nyrt.
- Jabil Circuit Magyarország Kft.
- KPMG Hungária Kft.
- SAP Hungary Kft.
- Tchibo Budapest Kft.

Valóban Felelős Vállalat címet kapta:

- Grundfos Magyarország Gyártó Kft.

A listát áttekintve áthatjuk, hogy a felelős vállalati listában gyorsétterem, kereskedelmi lánc, üdítőital gyártó is található, vagyis a korábban bemutatott mindkét felelősségi koncepció szerint ki kellene zárunk őket a felelős vállalatok közül.

38

http://os.mti.hu/hirek/72365/tizenegy_vallalat_tizennegy_projekttel_nyert_a_megujult_csr_best_practice_2010_palyazaton Letöltés ideje: 2012. március 18.

6.5. A felelősség nem(csak) méret kérdése³⁹

A felelős működés nem mérethez kötött. Bár az erre vonatkozó adatok összegyűjtése a nagyvállalatok körében inkább intézményesült, és egyszerűbbnek mondható. Kisvállalatoknál ez a funkció sok esetben kevésbé kialakult, és legtöbbször nincs erre a feladatra kijelölt munkatárs sem. A leggyakoribb kategóriák, mutatószámok, amelyek alapján rangsorolhatók a vállalkozások, a (teljességre való törekvés igénye nélkül) következők:

- Irodák zöldítése: szelektív hulladékgyűjtés kialakítása
- Energiafelhasználás (összesen/ 1 főre vetítve)
- CO₂-kibocsátás vállalati szinten
- Női munkavállalók aránya a szervezetben
- Képzések, konferenciák, tréningek (egy főre jutó éves átlagos képzési óraszám)
- Rugalmas munkaidő biztosítása a munkavállalók számára, részmunkaidősök aránya
- Egészséges munkahely program készítése
- Támogatott civil szervezetek, adományozások
- Önkéntes munka vállalása

Példaként említünk a magyar elismerések közül kettőt, az Üzleti Etikai és a „Zöld Béka” díjat, amelyek a magyarországi felelős magatartást tanúsító vállalatokat jutalmazzák.

Az Üzleti Etikai Díjat 2000-ben alapították magyarországi székhelyű, legalább három éve működő vállalkozások számára. Évente egy alkalommal kerül kiosztásra, minimum három vállalat számára ítélik oda. A legfontosabb szempontok, amit odaajándékozásánál figyelembe vesznek:

- A cég etikai magatartása alkalmazottai felé
- A cég tulajdonosainak etikai magatartása tulajdonosi jogosítványaik gyakorlása közben

³⁹Géring Zsuzsanna, Simon Gyöngyi szerk.: A társadalmi felelősségvállalás könyve – Magyarországi vállalatok rövid CSR jelentései 82-88. oldala alapján, Braun&Partners Network 2009.,

- Ügyfelekkel, üzleti partnerekkel szembeni etikus üzleti magatartás
- Társadalmi felelősségvállalás
- A környezettel szembeni felelős magatartás szempontjai⁴⁰

4. táblázat: Az Üzleti Etikai Díj eddigi nyertesei kategóriánként

Év	Multinacionális vállalat	Nagyvállalat	Középvállalat	Kisvállalat	Zsűri különdíja
2011	E-ON Hungária Zrt.	Tisza Volán Zrt.	Nyírségvíz Zrt. és SZ+C Stúdió Kft.	Bakosfa Kft.	
2010	Dreher Sörgyárak Zrt.	HAJDU Hajdúsági Ipari Zrt.	Zalavíz Zrt.	Ronix Szervező és Szolgáltató Kft.	Debreceni Hőszolgáltató Zrt.
2009	TEVA Gyógyszergyár Zrt.	Fővárosi Csatornázási Művek Zrt.	Gödöllő Coop Zrt.	Vírusbuster Kft.	Vodafone Magyarország Zrt.
2008	Electrolux Lehel Kft.	Alföldi Nyomda Zrt.	Nav N Go Kft.	Sándor Vendéglő	Philips Magyarország Kft.
2007	Magyar Telekom Nyrt.	Csiki-Bege Cégcsoport	Vill-Korr Hungária Kft.	Hajtás Pajtás Futárszolgálat	Számalk Zrt.

Forrás: www.piacessprofit.hu adatai alapján saját szerkesztés

A Közép-Európai Környezeti Jelentés Díjat, ismertebb nevén a Zöld Béka díjat a Deloitte Magyarország hozta létre a legjobb éves környezeti vagy fenntarthatósági jelentést készítő közép-kelet-európai vállalatok részére. Egy, a Deloitte által felkért független nemzetközi zsűri ítéli oda az elismerést, amely bírálati szempontjai az EU hasonló pályázatával megegyezők.⁴¹

⁴⁰konferencia.piacessprofit.hu

konferencia.piacessprofit.hu/.../UED_Demcsak_Maria_Prezentacio.pp... Letöltés ideje: 2012. március 10.

⁴¹ www.deloitte.com alapján Letöltés ideje: 2012. március 10.

A győztesek sora a következőképp alakult:

5. táblázat: Zöld Béka díj nyertesei

Év	Győztes
2011	MOL
2010	Dreher Sörgyárak Zrt.
2009	Audi Hungária Motor Kft.
2008	CIB Bank Zrt.
2007	ATEL Csepeli Vállalatcsoport
2006	Audi Hungária Motor Kft.
2005	Magyar Villamos Művek Rt.
2004	Dreher Sörgyárak Zrt.
2003	Budapesti Erőmű Rt.,
	Denso Gyártó Magyarország Kft.
2002	Nem osztottak ki díjat
2001	Budapesti Erőmű Rt., Opel Magyarország Autóipari Kft.

Forrás: www.deloitte.com adatai alapján saját szerkesztés

6.6. Fenntartható vállalatok top 100-as listája

A Corporate Knights Inc., vagyis a társadalmi felelősségvállalás folyóirata idén immáron nyolcadjára készítette el a fenntartható vállalatok top 100-as listáját (Global 100 Most Sustainable Corporations in the World). Itt azon vállalatok szerepelnek, amelyek legtöbbet tesznek a fenntartható fejlődésért. A rangsort az Innovest Strategic Value Advisors Inc., befektetési kutató és tanácsadó cég elemzése alapján állítják össze, több mint 1800 nagyvállalat közül. Az élmezőnyben legjobban az Egyesült Királyság teljesít, 16 vállalata is megtalálható, azt követi Japán 12-vel, és láthatunk 8-8 céget Franciaországból és az Egyesült Államokból a leginkább fenntartható működést tanúsítók között.⁴²

6. táblázat: Top 10 fenntartható vállalat

Helyezés	Cég	Ország	Ágazat
1.	Novo Nordisk A/S	Dánia	Gyógyszergyártás
2.	Natura Cosmetics SA	Brazília	Szépségápolás
3.	Statoil ASA	Norvégia	Energia
4.	Novozymes A/S	Dánia	Biotechnológia
5.	ASML Holding NV	Hollandia	Chipgyártás
6.	BG Group plc	Egyesült Királyság	Energia
7.	Vivendi SA	Franciaország	Telekommunikáció
8.	Umicore SA/NV	Belgium	Gyártástechnológia
9.	Norsk Hydro ASA	Norvégia	Alumíniumgyártás
10.	Atlas Copco AB	Svédország	Ipari eszközök gyártása

Forrás: saját szerkesztés <http://global100.org/annual-lists/2012-global-100-list.html?sort=rank> adatai alapján

⁴² <http://www.figyelo.hu/hetilap/20120207/cegfigyelo/> Letöltés ideje: 2012. március 14.

Felhasznált irodalom:

A fenntartható fejlődés honlapja <http://www.ff3.hu/fejlodes.html>

Angyal Ádám: Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás, Kossuth Kiadó Budapest, 2009.

Corporate Knights Inc. honlapja

Csermely Péter (2005): A rejtett hálózatok ereje Hogyan stabilizálják a gyenge kapcsolatok a világot?
<http://www.termeszettvilaga.hu/szamok/tv2005/tv0504/csermely.html>

CSR ajánlás honlapja <http://csrajanlas.wordpress.com/>

David C. Korten: Tőkés társaságok világuralma, Magyar Kapu Alapítvány Budapest, 1996.

Deloitte Magyarország honlapja:: www.deloitte.com

Dunbar, R. I. M. (1998): Grooming, gossip and the evolution of language. Harvard University Press.

Európai Bizottság hivatalos honlapja:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_de.htm

Felszeghy Zoltán – Dr. Takács Ildikó: A CSR új elemei Magyarországon
<http://www.slideshare.net/ZoltanFelszeghy/a-csr-j-elemei-magyarorszagon>
Letöltés ideje: 2012. március 2.

Figyelő hetilap honlapja

Fogarassy Csaba szerk.: Karbongazdaságtan avagy a tervszerű üvegházgáz csökkentés és emissziómenedzsment gyakorlati kérdései, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő 2009.

Francis Fukuyama: Bizalom, Európa Könyvkiadó, 2007.

Géring Zsuzsanna, Simon Gyöngyi szerk.: Good CSR 2009, A társadalmi felelősségvállalás könyve, Braun&Partners Network Kiadó 2009.

<http://global100.org/>

HVG Trend - A legnagyobb hazai cégek

IMF adatbázis www.imf.org

