

# CSR GYAKORLATOK A TAMÁSI KISTÉRSÉGBEN

## CSR PRACTICES IN TAMAS MICRO-REGION

NEMES HAJNAL tanulmányi előadó

SÁRINÉ DR. CSAJKA EDINA egyetemi docens, tanszékvezető, mb. dékán

Kaposvári Egyetem Pedagógiai Kar Felnttktképzési Tanszék

### Abstract

In Our research we analyse CSR activities – Corporate Social Responsibility –, in small communities of Tamási micro-region's settlements. During the analyses we got information's about the existence of CSR activities in Least Developed micro-regions which is frequent in the Western European countries, and also for the question: If yes, in what form does it exist?. We could be informed about the effects of CSR activities by questionnaires and in-depth interviews.

This study has timeliness in the fact that expansion and publicity of companies social responsibilities can help society to improve outlook in a life, morals and relation between people and companies. The next generation can be grown by the attitude of helping to others with publicity of Corporate Social Responsibility. They will can take it for granted to find solutions for basic social problems or just contribute to reduce them.

### 1. Bevezetés

Kutatásunkban a CSR tevékenységek, vagyis a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának közösségekre gyakorolt hatását vizsgáljuk a Tamási kistérség településeinek kisközösségeiben. Vizsgálatunkat a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség leghátrányosabb helyzetű kistérségekkel foglalkozó programirodaja által meghirdetett „A leghátrányosabb helyzetű kistérségek és a felsőoktatás együttműködési programja” keretében megkötött Tamási és Simontornya Városkörnyéki Önkormányzatok Többcélú Kistérségi Társulás – Kaposvári Egyetem együttműködésében folytattuk.

A társadalmi felelősségvállalás már több ezer éve ismert, azonban figyelemmel kísérése és kutatása csak a 19. század közepén indult meg.

Egy CSR tevékenység kivitelezése során az adott társadalmi probléma felkarolása mellett közösségfejlesztés, közösségépítés is megjelenik, mind a vállalaton belül, mind az adott településen, településrészen vagy intézményben, ahol az megvalósul. Ezáltal az adott vállalati közösség – és a külső környezet is – fejlődik, összekovácsolódik és megerősödik, elősegítve ezzel a vállalaton belül a hatékony munkavégzést, mely a vállalat munkafolyamatára és profitszerzésére is pozitív hatással lehet.

Vizsgálatunk megkezdése előtt három hipotézist állítottunk fel, amelyek egyéni interjú és kérdőíves vizsgálatunk alapjául szolgáltak:

- ✓ A Tamási kistérségben is jelen van a CSR tevékenység, de elsősorban nagyvállalatok kezdeményezésé-ként és nem a helyi vállalkozók által.
- ✓ A lakosság döntő többsége nincs tisztában a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának jelentésével, céljával.
- ✓ A CSR tevékenységnek van közösségre gyakorolt hatása.

### 2. Fogalmi meghatározás

A CSR, Corporate Social Responsibility angol kifejezésekből megalkotott mozaikszó, amely magyarul a *Vállalatok társadalmi felelősségvállalását* (VTF) jelenti.

A CSR több irányzata alakult ki a 19. század közepétől napjainkig. A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának több értelmezése még ma is párhuzamosan él egymás mellett. Ez azzal magyarázható, hogy a CSR nagyon összetett fogalom, amelynek meghatározása területenként és országonként is eltérő, attól függően, hogy történeti, szabályozási, gazdasági vagy társadalmi oldalról közelítik meg. De érint etikai, értékrendbeli kérdéseket is.<sup>1</sup>

Kérdőíves kutatásunk során az Európai Bizottság Zöld Könyve által elfogadott definíciót vettük alapul, mert ezt éreztük a legátláthatóbbnak, így a kérdőívet kitöltők lábjegyzetként ezt a fogalmi meghatározást olvashaták. Az Európai Unió Zöld Könyve szerint:

„A CSR egy olyan megközelítés, amely szerint a vállalatok önkéntes alapon környezeti és társadalmi szempontokat építenek be üzleti tevékenységükbe és az érdekelt felekkel való kapcsolatukba.”<sup>2</sup>

A Fenntartható Fejlődés Üzleti Világtanácsa (WBCSD) CSR értelmezése szerint:

„A CSR a vállalkozásnak az a tartós elkötelezettsége, hogy etikusán viselkedjék és hozzájáruljon a gazdasági fejlődéshez, miközben javítja a munkavállalók és családtagjaik, valamint a helyi közösség és az egész társadalom életminőségét.”<sup>3</sup>

A két kiválasztott definíció csupán töredéke a különböző szervezetek által megfogalmazott értelmezéseknek.

### 3. A CSR feltételrendszere és elterjedése hazánkban

A 2006-ban kiadott Közlemény szerint az Európai Unió CSR-politikája akkor tudna jól érvényesülni, ha a vállalatokkal szemben olyan elvárások lennének, hogy nem csak a megtermelt profit, hanem egyes társadalmi problémák megoldásában való segítségnyújtásuk alapján is értékelnék a vállalatok teljesítményét.<sup>4</sup> Az Európai Unió CSR – politikai törekvései összhangban vannak a magyar célokkal, automatikusan, változtatás nélkül érvényesek hazánkban is. A piactudásra való áttéréssel és a CSR területén nagy tapasztalattal rendelkező multinacionális vállalatok megjelenésével párhuzamosan ment végbe az integráció, így feltételezhetjük, hogy a nagyvállalatok tapasztalatai is hozzájárultak a CSR fogalom népszerűvé válásához, térhódításához. Hazánkban ezt a feltevést támasztja alá, hogy 2004-től egyre nagyobb médiafigyelmet kap a kérdés, egyre több rendezvényen jelenik meg, és egyre több vállalat tevékenységébe épül be társadalmi felelősségvállalás.<sup>5</sup>

A CSR feltételrendszerét a PESTEL-analízissel vizsgálják,<sup>6</sup> tehát a politikai (Political), gazdasági (Economic), társadalmi (Sociocultural), technológiai (Technological), környezeti (Environmental) és jogi (Legal) környezet szemszögéből.

1. *Politikai sajátosságok:* A rendszerváltást megelőző szocialista rendszerben a vállalatvezetők korlátozott döntési jogkörrel rendelkeztek. Ennek köszönhetően a korábban állami tulajdonú vállalatok esetében a társadalmi és pénzügyi felelősségvállalás tradíciói hiányoznak. Ugyan ez a jelenség figyelhető meg az újonnan alapított cégek esetében is, mivel ezeknél – a megalapításukat követően – a piacra való bejutás és bennmaradás kerül előtérbe, a CSR rovására.<sup>7</sup>

A rendszerváltást követő időszakban a lakosság és az üzleti élet szereplői a CSR terjedésének lehetőségét az Európai Unióhoz való csatlakozásunkat követően az Unió CSR-politikájában látták, mivel az uniós szintű szabályozás iránt nagyobb volt a bizalom.<sup>8</sup>

2006-ban a kormány is felismerte a CSR jelentőségét, ezért a Gazdasági és Közlekedési Minisztériumon belül létrehozta az ún. CSR Igazgatóságot. A szerv fő feladata a roma vállalkozások gazdasági integrációjának támogatása, az adózási morál javítása, a vállalatok környezeti teljesítményének javításában való közreműködés, valamint a munkahelyi diszkrimináció csökkentése. Célul tűzték ki, hogy a multinacionális vállalatokkal összefogva segítik elő a CSR terjedését.<sup>9</sup>

2. *Gazdasági környezet:* Az 1980-as, '90-es évek politikai változásai magukkal hozták a nyugat-európai életszínvonal, fogyasztási szint iránti igényt. Az új alapítású vállalatok vagy kényszervállalatok voltak, vagy a tulajdonos-menedzsment rendelkezett hiányos tapasztalattal, azonban mindkét esetben elmondható, hogy a legalacsonyabb felelősségi szintnek, a pénzügyi és jogi felelősségnek sem tudtak eleget tenni.<sup>10</sup>

A gazdasági környezet másik komponense a vállalatok szempontjából a termékek iránti kereslet. Vagyis, hogy a vállalat jó környezeti teljesítménye, a társadalmi felelősségvállalása mennyire befolyásolja a versenyképességet, a CSR-ban élen járó vállalatok termékeiért, szolgáltatásaiért, a környezetbarát termékekért hajlandóak-e a fogyasztók magasabb árat fizetni.<sup>11</sup>

3. *Társadalmi jellemzők:* A rendszerváltást követően addig nem tapasztalt társadalmi problémák kerültek felszínre, mint például a munkanélküliség. A globális környezeti problémák a nyugathoz képest kevésbé foglalkoztatták a lakosságot. Főként olyan problémákkal foglalkoztak, amelyek közvetlen környezetüket, vagy településüket érintették. Mára ez a rossz tendencia javult, a lakosság vállalatokkal szembeni elvárásai nőttek. A BCSDH (Business Council for Sustainable Development in Hungary – Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért) 2006-os vizsgálata során a megkérdezettek csupán 9%-a szokott minden vásárlásnál figyelni a tudatosságra, és a válaszadók 62%-a vásárlásakor soha sem veszi figyelembe a terméket gyártó, vagy szolgáltatást nyújtó cég felelős tevékenységének meglétét. A reprezentatív felmérésből az is kiderült, hogy a tudatos fogyasztók leginkább a magas jövedelemmel rendelkező, jól képzettek köréből kerültek ki.<sup>12</sup>

4. *Technológiai környezet:* A technológiai környezetet a vállalatok környezeti teljesítményére való hatása tekintetében vizsgálják. Az 1950-es évektől végbemenő iparosítás kezdetben nem vette figyelembe a környezetvédelmi szempontokat, amelynek alapja egy kommunista ideológia, a „természet legyőzése” volt. A piactudásra való áttérést követően a környezetkárosító technológiák nagy részét lecserélték. A megszűnt termelési kapacitás részleges pótlása lehetővé tette a környezetvédelem szempontjából legkorszerűbb technológiák kialakítását, bevezetését.<sup>13</sup>



A technológiai környezet másik területe a környezeti infrastruktúra fejlettsége, amely a rendszerváltást követően ugyan javult, de bizonyos mértékben még mindig hátráltató tényező a szervezetek környezeti teljesítményét tekintve.<sup>14</sup>

**5. Környezeti jellemzők:** A környezet terhelése nagymértékben csökkent a nehézipar összeomlását követően, amit a növekvő fogyasztás, hulladéktermelés, a személygépkocsik számának emelkedése részben ellensúlyozott. A károsanyag-kibocsátás mennyisége csökkent, ennek pozitív hatásai mellett negatív is megjelent, hiszen ezzel a vállalatokkal szembeni elvárások is csökkentek. A környezeti infrastruktúra hiányosságai is akadályozták a cégek környezeti teljesítményének javítását, ezt azonban az EU-hoz való csatlakozásunk után a fejlesztéseknek köszönhetően mérsékelni tudtuk.<sup>15</sup>

**6. Jogi környezet:** A jogi szabályozás számos területen változott Magyarország 2004-es Európai Unió csatlakozását követően, mivel az uniós jogrendszerrel harmóniába kellett hozni a miénket, ami sok módosítással járt. Ennek a változtatásnak a következtében a CSR-gondolatok bizonyos elemei bekerültek egyes törvényekbe és határozatokba.<sup>16</sup>

A CSR szempontjából kiemelt fontossággal bír, hogy 2003/51/EC direktíva bevezetésével a Magyar Számviteli Törvénybe lehetővé vált a vállaltok számára, hogy hivatalos fenntarthatósági vagy CSR jelentést bocsássonak ki.<sup>17</sup>

Az 1025/2006-os Kormányhatározat „A munkáltatót társadalmi felelősségének erősítéséről és ezt ösztönző intézkedésekről” a CSR szempontjából egy fontos állomás, mivel ebben fogalmazták meg a CSR népszerűsítésének és a társadalom általi elfogadottságának szándékát. A határozat az egyes minisztériumok feladatai közé is besorolja a CSR-t. Célja, hogy ösztönözze a munkáltatók önkéntességen alapuló felelős gazdálkodói magatartását.<sup>18</sup>

## 4. A kutatás és eredmények

### 4.1. A kutatás módszertana

A szekunder kutatás során összegyűjtöttük, rendszerezte és kritikusan elemeztük a témáról szóló hazai és külföldi szakirodalmat.

A primer kutatási fázis több lépésben zajlott. Első lépésként a Kaposvári Egyetem oktatói által 2011. szeptember 22–24-én, 2011. november 14–15-én, valamint a 2012. március 27–29-én szervezett kutatótáborokban hálóba módszerrel végzett megkeresések alapján tudtuk meg, mely településeken folyt vagy folyik CSR tevékenység. Ennek során a bevont hallgatók, jómagunk is bejártuk a kistérség 32 települését és közelítőleg 160 helyi szereplővel került sor beszélgetésre. Második lépésként kvalitatív, vagyis minőségi, és kvantitatív, vagyis mennyiségi kutatást végeztünk. Minőségi kutatásunk eszköze az egyéni interjú volt, a Tamási kistérség településein. Kvantitatív kutatásunk kérdőíves vizsgálat volt, olyan kistérségbeli intézményekben, ahol CSR tevékenység folyt, vagy jelenleg is folyamatban van. A kérdőíves vizsgálatba 58 főt vontunk be.

#### *Az egyéni interjú bemutatása*

A kvalitatív interjú jellege félig strukturált volt, amely során csak a feltétlenül érinteni kívánt kérdésköröket és szempontokat fogalmaztuk meg. Ennél a kötelezően felteendő kérdések mellett az interakció során előkerült információk pontosabb rákérdezésére is lehetőség van.<sup>19</sup>

#### *A kérdőív bemutatása*

Kvantitatív kutatásunk során önkitöltős kérdőívvel dolgoztunk. A célcsoport a CSR által érintett helyi intézményekben dolgozók voltak. A kérdőív zárt és nyílt kérdéseket egyaránt tartalmaz. Egy szöveges ismertetővel indult. Itt fogalmaztuk meg, hogy kik vagyunk, milyen kutatást végzünk, majd a végén tájékoztattuk a kitöltőt arról, hogy a kérdőív kitöltésével hozzájárul annak a kutatás során történő felhasználásához.

Az interjú és a kérdőív felépítésének rendszere:

1. Bevezető, ráhangoló kérdések: céljuk, hogy az alany is rá tudjon hangolódni a témára.
2. A témához kapcsolódó kérdések: a kutatáshoz szükséges adatok felvételére szolgálnak.
3. Levezető kérdéssel: saját vélemény nyilvánítására adnak lehetőséget.

### 4.2. A terepgyakorlatok és az egyéni interjúk

A három terepgyakorlat során alaposan sikerült feltérképeznünk, hogy mely településeken volt példa CSR tevékenységre. A Pannon GSM Távközlési Zrt. Magyarkeszin, Nagyszékelyben, Ozorán és Kisszékelyben végzett önkéntes akciókat.

2008-ban a vállalat „karitatív csapatépítés” címszóval tíz hátrányos helyzetű településen, több mint 700 alkalmazottjával, összesen 45 millió Ft értékben végzett karitatív munkát annak érdekében, hogy a helyi játszó-

terek, parkok, óvodák és iskolák megszépüljenek, megújuljanak. Rászorultság alapján választotta ki a szervezet a tíz települést, amelyek közé a Tamási kistérségből *Magyarkeszit, Ozorát és Nagyszékelyt* is beválogatták. Mindhárom faluban új játszótérrel építettek a helyi közösség és vállalkozók bevonásával.<sup>20</sup>

2009-ben a cég a Masped Kft.-vel „Rászorulókat segítése” elnevezésű társadalmi felelősségvállalási programja során adományokat gyűjtött a 2008-as karitatív csapatépítésük helyszínein élő hátrányos helyzetű családok számára. A két szervezet dolgozói közül közel 1700-an vettek részt a gyűjtésben, közel tíz konténerrel megtöltve gyermek- és felnőttruhákkal, játékokkal. A Tamási kistérségben Kisszékely, Magyarkeszi, Nagyszékely és Ozora hátrányos helyzetű családjai részesültek az adományozásban.<sup>21</sup>

Ezen négy település mellett az elvégzett terepkutatások alkalmával az alábbi településeken kerültek felszínre további megvalósult CSR tevékenységek: Iregszemcse, Pincehely, Tamási és Simontornya.

*Iregszemcse* polgármesterével, Süvegjártó Csabával folytatott beszélgetés során kiderült, hogy a településen is folyt CSR tevékenység, de nem a település szintjén valósult meg, hanem egy, a megye által kihelyezett gyermekotthonban.

*Pincehelyen* Sölleiné Pöcz Marianna anyakönyvvezető asszony elmondása szerint egy helyi vállalkozó saját költségen felújította a háza előtt lévő düledező kis kápolnát, és egy azóta már meghalt fafaragó készítet a gyerekeknek játékokat a játszótérre.

*Tamásiban* az Aranyerdő Társult Óvoda és Bölcsődében a Philips cég helyi telephelye végzett CSR tevékenységet. Az intézmény egyik épületének fénycsőveit cserélték ki 1 millió Ft értékben. A kezdeményezés ötlete, egy a cégnél dolgozó apuka javaslatára született meg.

*Simontornyán* Dr. K. Németh András a Simontornyai Vármúzeum igazgatójának és Máté Imréné múzeum-pedagógus elmondása alapján a Vak Bottyán Általános Művelődési Központban a Techno-vill Gyártó és Értékesítő Kft. jóvoltából a településen élők bevonásával valósult meg az intézmény elavult, biztonsági előírásoknak már nem megfelelő épületi rendszereinek teljes cseréje. Hozzáértették, hogy állandó a helyi vállalkozások, és vállalkozók anyagi és tárgyi jellegű adományozása rendezvényekkor, valamint a Paksi Atomerőmű ajándékozott a városnak ügyeleti autót is.

A három kutatócsoportban gyűjtött információk alapján végeztük egyéni interjúk és kérdőíves vizsgálatunkat *Tamásiban* és *Simontornyán*. Választásunk mögött több indok is szerepel. Mindkét intézményben hasonló CSR tevékenység ment végbe, így a kapott eredmények összehasonlítása is könnyebb, ráadásul mindkét esetben tervezik más épületben folytatni a kezdeményezést.

*A Simontornyai Vak Bottyán Általános Művelődési Központ:* A művelődési központ iskolai épületében a Techno-vill Gyártó és Értékesítő Kft. CSR tevékenység keretében kicserélte az épület elektromos hálózatát, amely így már a törvényi előírásoknak is megfelel, nagyobb terhelést bír el. A projekt előzménye az volt, hogy az épület elektromos hálózatát korszerűsíteni kívánták, azonban az erre a célra fordítandó összeg, korán sem tudta fedezni az anyagköltséget sem. A vállalkozás ekkor ajánlotta fel, hogy a rendelkezésre álló összegből az intézmény vegyen annyi alapanyagot, amennyit tud, felhasználva a Kft. kedvezményes alapanyag vásárlási lehetőségeit, a többit ők állják, valamint elengedik az ilyenkor szokásos munkadíjukat. Több héten keresztül, hétvégén végezték a munkálatokat más helyi kisvállalkozók (pl. festő) és a szülők bevonásával. A projekt során nagy érdeklődést és segítséget, a közösségre gyakorolt pozitív hatást tapasztaltak. A központ más intézményeiben is végre kívánják hajtani az átalakítást, hasonlóan az elsőtől, CSR tevékenység körében.<sup>22</sup>

*Az Aranyerdő Társult Óvoda és Bölcsőde:* Az intézmény két épületegyüttesből áll, amelyek közül a Philips vállalat az egyik épület fénycsőveit cserélte ki takarékos izzókra, míg a másik épületben a jövőben tervezik. A Philips cégnél dolgozó egyik apuka ötlete volt a fénycsővek cseréje, majd a vezetőség erre felbuzdulva szívesen adott rá engedélyt. A hivatalos átadó 2012. március 26-án volt.<sup>23</sup>

### **4.3. A kérdőíves vizsgálat alapadatai**

#### *Tamási Aranyerdő Társult Óvoda és Bölcsőde:*

Az intézmény dolgozóival 13 kérdőívet sikerült kitöltetnünk, az ott dolgozók körülbelül felével. A nemek és a lakhely tekintetében az egyhangúság jellemző, mind 37 és 60 év közötti tamási nő volt. A legmagasabb iskolai végzettség tekintetében 1 fő szakmunkás végzettséggel, két fő érettségivel, 9 fő főiskolai oklevéllel és egy fő egyetemi diplomával rendelkezik.

#### *Simontornyai Vak Bottyán Általános Művelődési Központ:*

Az intézmény munkatársai közül negyvenötöt töltötték ki kérdőívünket, amely a körülbelül 60 fős alkalmazotti gárda közel 80%-át jelenti. A 28 és 61 év közötti válaszadók túlnyomó többsége nő volt, közülük csupán három férfi volt. Hárman rendelkeznek szakmunkás bizonyítvánnyal, négyen érettségivel, két főnél megjelenik a felsőfokú szakképzés is. A többség (23 fő) főiskolai oklevéllel rendelkezik, megelőzve a 13 fős egyetemi diplomával rendelkezőket.



#### 4.4. A kérdőívekből kapott eredmények

A kérdéssor ötödik kérdésével kezdődnek a konkretizáló kérdések, amelyek a hipotézisek (lásd 1. fejezet) körbejárását szolgálják.

A kérdőív ötödik kérdése mérte fel, hogy hallottak-e a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról, ha igen, hol, és hogyan fogalmaznák meg a jelentését.

A tamási óvodában sajnos egyetlen válaszoló sem hallott a CSR-ről, így természetesen arra sem kaptunk választ, hogy hol hallhattak róla, vagy hogyan fogalmaznák meg a definícióját.

Ezzel szemben a simontornyai válaszadók 56%-a, 25 fő hallott már róla, míg 42%-uk még nem, egy személy pedig nem válaszolt a kérdésre. Fontos megjegyezni, hogy bár 25 fő hallott már erről a fogalomról, közülük csupán kilencen nevezték meg, hogy hol. Korlátlan számú lehetőség írása mellett megfigyelhető, hogy a média különböző szegletei kapták a többségi jelölést, összesen kilencet,<sup>24</sup> míg 3-at az internet, egyet pedig a városforum, mint információszerezési csatorna. Az internet alacsonyabb megjelölése kicsit meglepő, hiszen az informatika és az internet korszakában már könnyen hozzá tudunk férni, mégis a kapott eredmény megmagyarázható a válaszadók életkorával. A Simontornyan megkérdezettek átlag életkora 47 év (28–61 év közöttiek), az internet világa pedig inkább a fiatalabb korosztályt vonzza, ők innen tájékozódnak, míg a középkorúak a különböző médiumokból, így lehet magasabb az arra adott válaszok száma.

A válaszadók 58%-a nem tüntette fel, hogy számára mit jelent a vállalatok társadalmi felelősségvállalása, míg 42%-a igyekezett definiálni. Ezt a kérdést a megadott válaszokban leggyakrabban előforduló szavak számának oldaláról közelítettük meg (lásd 1. táblázat).

Ennek alapján az alábbi szavak jelentek meg leggyakrabban a válaszadók leírásaiban:

1. táblázat. A leggyakrabban előforduló kifejezések (n = 15 fő)  
Table 1. The most common expressions (n = 15 persons)

	Leggyakoribb válaszok	Kapott válaszok száma (db)
1.	Események, rendezvények támogatás	26
2.	Cégek, vállalatok, vállalkozók	19
3.	A közjót szolgálja	13
4.	Önkéntesen	8
5.	Megkeresésre, kérésre	5
6.	Környezetvédelem, környezet és a jövő	3
7.	Adományok	1

Forrás: saját szerkesztés

A két intézményben a kérdésre adók válaszai alapján, az ezen alapuló hipotézis „A lakosság döntő többsége nincs tisztában a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának jelentésével, céljával” beigazolódt. Az 58 válaszoló közül összesen 39 fő nem ismeri a CSR fogalmát, így a körülbelül 67%-os ismeretlenség beigazolja az állított előzetes feltevést.

A kérdőív hatodik kérdése az alábbi volt: *Tud a településen megvalósult CSR tevékenységről? Ha igen, mi volt az, és mely szervezet hajtotta végre?*

Tamásiban a 13 válaszoló közül 12 személy a nem választ adta erre a kérdésre, a maradék egy fő pedig semmit sem írt.

A simontornyai központ alkalmazottjai közül 14 fő, 31% nem tud a településen megvalósult társadalmi felelősségvállalásról, de a többség, 31 fő igen választ adott. Pozitívum továbbá az is, hogy a pozitív választ adók közül mindenki tudott precedenst mondani. Az erre a kérdésre adott válaszokat is a leggyakoribb előfordulás módszerével értékeltük ki és állítottuk fel azt a rangsort, amely alapján meg tudjuk határozni, a legismertebb vállalatokat, vagy vállalkozásokat és az általuk megvalósult CSR tevékenységeket. A felállított rangsor a 2. táblázatban látható.

A 2. táblázat eredményei jól mutatják, hogy a válaszolók többsége tud a Techno-vill Kft. által az intézményben megvalósult társadalmi felelősségvállalásról. De írták a Paksi Atomerőművet, a SIMONTRADE Kft.-t, a helyi vállalkozókat nagy számban is. A listában szerepel a Paksi Atomerőmű, mint nagyvállalat, de a városban jellemzőbbek a helyi vállalatok, vállalkozók CSR kezdeményezései. Ennek a megállapításnak a következtében csupán félig igazolódtott be a hipotézisünk. Beigazolódtott, hogy jelen van a CSR a településen, azonban a kapott eredményekből egyértelműen látszik, hogy a helyi kezdeményezések, és a kisebb volumenű (tombola felajánlások, adományok, városépítési akciókban való közreműködés stb.) társadalmi felelősségvállalások vannak többségben, és nem a nagyvállalatok akciói.

A kérdőív hetedik és nyolcadik kérdése keresi a választ a harmadik hipotézisre, egyben a kutatás fő témájára is, arra, hogy a CSR tevékenységeknek van-e közösségekre gyakorolt hatása, illetve ha van, az pozitív vagy negatív-e, és mely hatások ezek.

2. táblázat. A legismertebb CSR tevékenységet folytató vállalatok, vállalkozások Simontornyán (n = 31 fő)  
Table 2. The most active companies in CSR, enterprises Simontornya (n = 31 persons)

Vállalat, vállalkozás neve	Megnevezett alvállalkozás	Megvalósult társadalmi felelősségvállalás megnevezése	Választ adók száma (fő)
<b>Techno-vill</b>		Az iskola elektromos rendszerének cseréje.	21
<b>SIMONTRADE</b>		Karácsonyi ünnepi világítás biztosítása a városnak.	20
		Megváltozott munkaképességűek alkalmazása.	1
<b>Helyi vállalkozók</b>		Helyi és iskolai rendezvények támogatása.	17
	Varga Pékség		10
	HUSIMIX		5
	Mayer and Mayer Kft.		1
<b>Paksi Atomerőmű</b>		Rendezvények támogatása.	3
		Központi orvosi ügyelet támogatása.	2
		Városközpont rehabilitációjának támogatása.	1
<b>B10 Bio üzem</b>		Környezetvédelem.	3
<b>SIMOVILL</b>		Ipari szövetkezet biztosítása.	2
<b>Vöröskereszt</b>		Bútor-, és ruhaosztás.	1
<b>Bőrgyár</b>		Bölcsőde kialakítása.	1
<b>Zsóka Virág</b>		„Virágos Simontornya”	1

Forrás: saját szerkesztés

Tamásiban ennél a kérdéspárnál is folytatódott a válaszadás hiánya. Arra a kérdésre, hogy pozitív és hosszú, pozitív, de rövid, vagy negatív hatása van-e a tevékenységeknek a közösségre nézve senki sem adott választ. Nyilván ebből kifolyólag 12 fő, 92% nem nevezett meg hatást a következő kérdésre, míg a maradék egy személy is azt írta, hogy nem tapasztal hatást.<sup>25</sup>

A simontornyai válaszadók 60%-a választotta a pozitív, hosszú hatást, közel 7%-uk mondta azt, hogy pozitív, de rövidtávú a CSR tevékenységek hatása, míg a maradék 33% nem adott választ erre a kérdésre. A hatások kiértékelésénél ismételten a leggyakoribb előfordulás módszerét vettük alapul. Megvizsgáltuk, hogy a kérdésre válaszoló 34 fő, milyen hatásokat említ kérdőívében, és az előfordulás gyakorisága alapján állítottunk fel egy rangsort. A rangsor eredményeket a 3. táblázatban foglaltuk össze.

3. táblázat. A CSR tevékenységek közösségre gyakorolt hatásai (n=34 fő)  
Table 3. The impact of CSR activities in the community (n = 34 persons)

	Hatás	Válaszolók száma (fő)
1.	A közösségi összefogás, az aktivitás erősödött, kapcsolatok épültek ki.	20
2.	Közös célok és kezdeményezések jelentek meg.	16
3.	Nincs hatás.	5
4.	Kisgyermekes anyák és a megváltozott munkaképességűek alkalmazása	2

Forrás: saját szerkesztés

A 3. táblázatban látható eredmények jól mutatják, 20-an, vagyis a válaszolók 59%-a írta azt, hogy a közösségi összefogás, az aktivitás erősödött, kapcsolatok épültek ki. 16 fő mondta azt, hogy közös célok és kezdeményezések jelentek meg a közösségben. A választ adók 15%-a, vagyis öten nem tapasztaltak semmilyen hatást.

Összességében elmondható, hogy az 58 kérdőív többségében pozitívan vélekedtek a közösségre gyakorolt hatásról, sőt több példát is tudtak rá írni. Azonban a válaszok többsége azt sugallta, hogy a közösség alatt nem csak az intézményekben szerveződő közösséget értik, hanem a település egészét. Így részben igazolódt be az előzetes feltevésünk, hisz hatása van, de az nem megállapítható, hogy az intézményi kisközösségre – amelyet mi vizsgáltunk – vagy a városokéra.

## 5. Összegzés, következtetések

A három alkalommal végzett terepkutatás fontos első állomása volt kutatásunknak. Az ott összegyűjtött információk alapján szerkesztettük meg az egyéni interjú kérdésköreit, valamint a kérdőívet is.

A kérdőívek alapján kapott eredmények tükrében elmondható, hogy a Tamási kistérség településen jelen van a CSR tevékenység, leginkább a helyi vállalatok, vállalkozások által, de nagyvállalat, mint a Paksi Atomerőmű is hajt végre ilyen kezdeményezéseket. Beigazolódott az a feltevésünk, hogy a lakosság, a közösség tagjai nem tudják mit is jelent a vállalatok társadalmi felelősségvállalása. Ezt magyarázhatja talán az is, hogy



Magyarországon jelenleg még nem kap annyi figyelmet a CSR, habár egyre több cég él ezzel a lehetőséggel, gyakran ők maguk sem tudva azt, hogy az általuk végzett adományozás, segítség valójában milyen fogalom alatt van a szakirodalmakban megnevezve. Az nyilvánvalóvá vált a kérdőívekben adott válaszokból, valamint az interjúkból, hogy a közösségekre nézve pozitív és hosszú hatása van az ilyen fajta jelenségeknek,

A kutatásunkat szeretnénk a későbbiekben kibővíteni. A dolgozat során felmerült CSR tevékenységet végző vállalatok oldaláról is meg szeretnénk vizsgálni, hogy az ottani közösségekre milyen hatása lehet az általuk végzett CSR tevékenységnek.

## Jegyzetek

1. Szlávik János (szerk.) (2009): A vállalatok társadalmi felelősségvállalása, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest.
2. EUROPEAN COMMISSION (2001): Promoting a European framework for corporate social responsibility – Green Paper Office for Official Publications of the European Communities, COM (2001)366, 2001. p. 8.
3. Üzleti Világutánc a Fenntartható Fejlődésér (1999): Corporate Social Responsibility. Meeting Changing Expectations (Conches-Geneva), (2011. 08. 01. 12:23) <http://www.wbcsd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf> p. 3.
4. EUROPEAN COMMISSION (2006): Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee, COM(2006) 136.
5. Szlávik János (szerk.) (2009): i. m.
6. Csáfor Hajnalka (2009): Vállalatok társadalmi felelősségvállalása, regionális vizsgálat az Észak-magyarországi régióban, Doktori értekezés, Budapest (2012. 01. 10. 19:05) [http://kornygazd.bme.hu/doktori/phds/DSZ0709/CsaforH/Csafor\\_ertekezés.pdf](http://kornygazd.bme.hu/doktori/phds/DSZ0709/CsaforH/Csafor_ertekezés.pdf)
7. Csigéné Nagypál Noémi (2008): A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és kapcsolódása a fenntarthatósághoz, Doktori Értekezés, Budapest, (2012. 01. 10. 18:57) [http://www.omikk.bme.hu/collections/phd/Gazdasag\\_es\\_Tarsadalomtudomanyi\\_Kar/2009/Csigene\\_Nagypal\\_Noemi/ertekezés.pdf](http://www.omikk.bme.hu/collections/phd/Gazdasag_es_Tarsadalomtudomanyi_Kar/2009/Csigene_Nagypal_Noemi/ertekezés.pdf)
8. Csigéné Nagypál Noémi (2008): i. m.
9. Csigéné Nagypál Noémi (2008): i. m.
10. Szlávik János (szerk.) (2009): i. m.
11. Csigéné Nagypál Noémi (2008): i. m.
12. Szlávik János (szerk.) (2009): i. m.
13. Csigéné Nagypál Noémi (2008): i. m.
14. Csigéné Nagypál Noémi (2008): i. m.
15. Szlávik János (szerk.) (2009): i. m.
16. Szlávik János (szerk.) (2009): i. m.
17. Csigéné Nagypál Noémi (2008): i. m.
18. (A Kormány 1025/2006. (III.23.) Korm. határozata 2006)
19. Sántha Kálmán (2009): Bevezetés a kvalitatív pedagógiai kutatás módszertanába, Eötvös József Könyvkiadó, Budapest.
20. Pannon GSM Távközlési Zrt. 2009.
21. Horváth (2009).
22. Interjú – Kossa István Techno-vill Kft. projektkoordinátora, 2012.03.28.
23. Interjú – Fülekiné igazgató asszony, Aranyerdő Társult Óvoda és Bölcsőde, 2012. 03. 27.
24. Rádió 1 db; televízió 5 db; újság 3 db.
25. Ezt az eredményt cáfolja némileg Fülekiné igazgató asszony interjújában adott válasza erre a kérdésre, aki szerint természetesen van hatása.

## Felhasznált irodalom

- Csáfor Hajnalka (2009): Vállalatok társadalmi felelősségvállalása, regionális vizsgálat az Észak-magyarországi régióban, Doktori értekezés, Budapest (2012. 01. 10. 19:05) [http://kornygazd.bme.hu/doktori/phds/DSZ0709/CsaforH/Csafor\\_ertekezés.pdf](http://kornygazd.bme.hu/doktori/phds/DSZ0709/CsaforH/Csafor_ertekezés.pdf)
- Csigéné Nagypál Noémi (2008): A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és kapcsolódása a fenntarthatósághoz, Doktori Értekezés, Budapest, (2012. 01. 10. 18:57) [http://www.omikk.bme.hu/collections/phd/Gazdasag\\_es\\_Tarsadalomtudomanyi\\_Kar/2009/Csigene\\_Nagypal\\_Noemi/ertekezés.pdf](http://www.omikk.bme.hu/collections/phd/Gazdasag_es_Tarsadalomtudomanyi_Kar/2009/Csigene_Nagypal_Noemi/ertekezés.pdf)
- EUROPEAN COMMISSION (2001): Promoting a European framework for corporate social responsibility – Green Paper Office for Official Publications of the European Communities, COM (2001)366, 2001.
- EUROPEAN COMMISSION (2006): Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee, COM(2006) 136.
- Magyar Köztársaság Kormánya (2006): Kormányhatározat a Munkáltatók társadalmi felelősségének erősítéséről és ezt ösztönző intézkedésekről: 1025/2006. (III. 23.) Kormányhatározat (2012. 02. 21. 16:45) <http://www.kkdsz.hu/userimage/1025kormh.doc>
- MITE: A leghátrányosabb helyzetű kistérségek és a felsőoktatás együttműködési programja című prospektus.
- Sántha Kálmán (2009): Bevezetés a kvalitatív pedagógiai kutatás módszertanába, Eötvös József Könyvkiadó, Budapest.
- Szlávik János (szerk.) (2009): A vállalatok társadalmi felelősségvállalása, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest.
- Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésér (1999): Corporate Social Responsibility. Meeting Changing Expectations (Conches-Geneva), (2011. 08. 01. 12:23) <http://www.wbcsd.org/DocRoot/hbdf19Txhmk3kDxBQDWW/CSRmeeting.pdf>