

Vállalati felelősség – fogyasztói felelősség

A CSR, mint közös felelősség

Győri Zsuzsanna

BCE Gazdaságetika Központ

A kutatás

- 40 vállalat (ebből 9 jó példaként)
- 15 szervezet

Feltérképezni: szereplők, események,
ösztönzők és gátak

– pozitív mellékhatás: figyelemfelhívás

CSR helyzet Magyarországon

- ma divat CSR-ról beszélni: 2007-ben mintegy 20 témába vágó konferencia volt
- Fő motiváció: reputáció, költségmegtakarítás
- Sajátosság: itt vállalatok kezdik – talán ezért a kommunikációja néha fontosabb, mint maga a tevékenység
- Nő a fogyasztói tudatosság – erősödő stakeholderek
- Gond: hitelesség, bizalom

CSR

Vállalatoktól követeljük meg a társadalmi felelősség vállalását

Okok:

Információs aszimmetria

Aszimmetrikus alkupozíciók és hatalom

Társadalmi, gazdasági berendezkedés

Stakeholderek

- Szocializmus után piacgazdaság
 - Túlfogyasztás
 - Beleragadás az alárendelt szerepbe
- Bizalmatlanság
 - Szükséges a hitelesség növelése
- Idegenkedés „közösségi”-vel szemben
- Érdektelenség
 - Tudatosság növelése
 - Informálás, figyelemfelhívás, társadalmi nevelés
- Szervezetlenség

Információ – küldés és fogadás

Küldés: vállalati

- transzparencia
- elszámoltathatóság
- összehasonlíthatóság

Fogadás: fogyasztói

- akarat, érdekelismerés és -érvényesítés
- utánajárás
- odafigyelés, tudatosság

Vállalati és fogyasztói magatartás

Vállalati magatartás	nincs CSR	instrumentális	elkötelezett	
KKV	Nincs lehetőség	Beszállító	Kis elkötelezett	
Nagyvállalat	Nincs akarat	Nagy instrumentális	Nagy elkötelezett	Paternalista

Fogyasztói magatartás	nincs CSR	instrumentális	elkötelezett	
KKV	Előíró, támogató, szankcionáló	Felügyelő, támogató	Elismerő, együttműködő, méltányoló	
Nagyvállalat	Előíró, megkövetelő, szankcionáló	Hitelesség? - felügyelő, szankcionáló	Elismerő, támogató, méltányoló	Artikuláló, érdekérvényesítő

„Nem az igazi kérdéseket teszik fel. A kutya nem várja el, hogy itt valaki felelősséget vállaljon a környezetért, hogy legyenek civil megnyilvánulások, hogy polgár módjára gondolkodjanak az emberek. Néhány megszállott örült, aki ötven éve Dunát ment, de a nagy többség szép csendesen beleengedi a mocskot a Dunába, meg kidobja az autóból a szemetet. A társadalmi felelősség innen indul, kidobom-e a szemetet, ahol nem lehet, rágyújtok-e ott, ahol nem dohányoznak. Ezek az igazi fő kérdések. Más irányba kell a közgondolkodást formálni, de bízom benne, hogy válaszaim is hozzájárulnak ahhoz, hogy valódi kérdéseket vessenek föl.” (egy szolgáltató vállalat vezetője)

Jó példák - tanácsok

- Szponzoráció – nem mindegy, hogy mit
- Munkavállalók bevonása – adakozás, önkéntes munka, véleménykérés
- Stakeholder párbeszéd – pl. fenntarthatósági szótár, magyarul kommunikálni, beszámoló
- Etikai intézmények –strukturális megjelenés
- Diszkrimináció-mentesség
- Jó minőségű, hasznos termék, méltányos áron
- Komplex CSR

Kérdések, ajánlások

- Kommunikáció?
- Minősítés?
- Tudás, nevelés – emberi erőforrás, környezeti szemlélet
- “Core competences” és CSR eszközök konvergenciája biztosítja a CSR integrációját az üzleti stratégiába.
PI: adományvonal, kedvezményes tarifák non-profitoknak, kórházaknak

Közös felelősség, feladat

- Stakeholderok: érdekek kifejezése, érvényesítése – tudatos fogyasztás
- Állam: kedvező környezet, kiszámítható szabályozás, támogatás, társadalmi nevelés, adókedvezmény
- Vállalati szervezetek, NGOk: tréning, tanácsadás
- Média: társadalmi nevelés, tájékoztatás, figyelemfelhívás, tényfeltáró újságírás