

A gazdasági társaságok társadalmi felelősségvállalása

„A CSR egy olyan megközelítés, amely szerint a vállalatok önkéntes alapon környezeti és társadalmi szempontokat építenek be üzleti tevékenységükbe és az érdekelt felekkel való kapcsolatukba” (Európai Bizottság, 2001.)¹

1. Bevezetés

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása vagy más néven a vállalati felelősségvállalás (*Corporate Social Responsibility, CSR*) lényege, hogy a vállalatok a gazdasági szempontokon túlmenően a társadalom érdekeit is figyelembe veszik üzleti, gazdasági magatartásuk során. Ennek a magatartásnak számos része lehet, így figyelemmel lehetnek üzletfeleikre, beszállítóikra, alkalmazottaikra és az őket körülvevő természeti környezetre, környezetvédelemre.

Az Európai Unió által elfogadott értelmezés szerint a CSR azt jelenti, hogy a vállalatok önkéntes alapon társadalmi és környezeti megfontolásokat építenek be üzleti gyakorlatukba és az érintettekkel való kapcsolatrendszerükbe. Míg a hetvenes években a vállalatok szerepével foglalkozó legelismertebb közgazdászok egy része, például Milton Friedman is eretneknek tartotta ezt a gondolatot², mára a vállalati és szakpolitikai körökben is általánosan elfogadottnak mondhatjuk. Az egykori szkepszis mindkét lényegi magyarázata: vagyis, hogy egyrészt a cégek nem engedhetik meg maguknak a „tulajdonosok vagyonával való jótékonykodást”, másrészt pedig, hogy egyébként a társadalom számára sem előnyös, hogy a cégek döntenek még abban is, hogy hogyan „tegyenek jól” a társadalommal, mára érvényét veszítette. Az Üzleti Világtanács

* Dr. Szuchy Róbert, egyetemi adjunktus, Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, Kereskedelmi Jogi és Pénzügyi Jogi Tanszék, Budapest

¹ Commission of the European Communities: *Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*, p. 8.

² Friedman, M: *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, The New York Times Magazine, 1970. szeptember 13. pp. 32-33., pp. 122-126.

a Fenntartható Fejlődésért (*World Business Council for Sustainable Development, WBCSD*) 1998-ban indult kétéves, a CSR jobb megértését célzó programjának záródokumentuma szerint például: „*A vállalatok társadalmi felelősségvállalása a vállalat folyamatos elkötelezettsége az etikus viselkedésre és a gazdasági fejlődéshez való hozzájárulásra, miközben a munkavállalói és családjuk valamint a helyi közösségek és a tágabb társadalom életminőségét javítja*”³

2. A CSR megjelenése és elterjedése

Az 1950-es, -60-as években kezdődött a mai értelemben vett CSR meghatározása az Amerikai Egyesült Államokban, azonban kezdetben nem a vállalat, hanem az „üzletember” személyes felelősségén volt a hangsúly. Milton Friedman a vállalati társadalmi felelősségvállalás első kezdeményezéseire reagálva 1970-ben még azt állítja, hogy a vállalatok egyedül a profit növeléséért felelősek⁴. Érvelését úgy is értelmezhetjük, hogy az ettől eltérő magatartást tartja felelőtlennek, hiszen a vállalati többletkiadások például a környezetvédelemre vagy a hátrányos helyzetűek foglalkoztatására véleménye szerint a tulajdonosok vagyona-nak pazarlását jelentik.

Valójában a 70-es évek után a multinacionális vállalatok befolyásának erősödése figyelhető meg, és sokan ma már úgy látják, hogy egyes vállalatok komoly gazdasági befolyásuk révén a politikai intézményrendszer-nél komolyabb hatást gyakorolhatnak a globális folyamatokra. A másik ok, amiért Friedman érvelése napjainkra érvényét veszttette, hogy a vállalatok társadalmi felelősségvállalása – egyre több példa ezt igazolja – hosszú távon mára elengedhetetlen a profitabilitás biztosításához. Az ipari balesetek, a vállalati botrányok, fogyasztói bojkottok sok vállalat pénzügyi eredményességét rendítették meg. A defenzív megközelítésen túllépve egyre több vállalat lát lehetőséget új vevőkör megnyerésére környezeti, társadalmi felelősségvállalásának hirdetése révén.

Az 1980-as években Carroll a vállalati társadalmi felelősségvállalás kialakulását és területeit vizsgálva a felelősség négy szintjét különböztette meg⁵:

³ <http://www.wbcscd.ch/home.aspx>

⁴ Friedman, M.: *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago, 1962;

⁵ Carroll, Archie B.: *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, 34 (4), 1991, pp. 39-48.

Az első szint nem más, mint a pénzügyi felelősség, vagyis Friedman véleményének is megfelelően a vállalat működésének alapja a profit. A következő szint a jogi előírásoknak való megfelelés. Ez egyfelől konfliktusban is lehet az első céllal, másfelől az első szint elérhető a második teljesítése nélkül is (például a környezetvédelem esetében bírság fizetése esetén.) Az Európai Unió által elfogadott értelmezés szerint az első két szint teljesítése még nem tartozik a CSR körébe, hiszen csak a szabályozáson túlmutató tevékenységet sorolják ide. A harmadik szint a társadalom által elvárt etikus viselkedés, amely a jogi előírásoknak való megfelelésen túlmutat. A legfelső szint, a filantropikus felelősség végül nem alapvető elvárás, inkább csak kívánalom a társadalom vagy egyes csoportok részéről, azt jelenti, hogy a vállalat önkéntesen visszaforgat valamit a közösségbe, ahol működik, illetve ahonnan bevételei származnak⁶.

A kezdetben Észak-Amerikában elterjedt CSR az utóbbi években kiemelt figyelmet kapott Európában is mind a vállalati, mind a kormányzati, mind pedig az akadémiai szektor részéről⁷. Ennek egyik első jele az Egyesült Királyságban a „*Business in the Community*” nevű szervezet megalakulása a 80-as években. A szigetország azóta is élen jár ezen a területen, 2000 óta önálló CSR minisztériuma is van. 1996-ban a „CSR Europe” nevű szervezet is létrejött, amelynek célja a CSR népszerűsítése, elterjesztése az európai vállalatok körében. Az Európában elfogadott megközelítést alapul véve a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának két lényegi eleme az önkéntesség, vagyis a szabályozáson túl vállalt kötelezettségek és a vállalati érdekelt felekkel való kapcsolat szem előtt tartása.

3. Az állam szerepe a CSR-ban

A CSR – mindazok ellenére, hogy az EU számos ajánlást adott ki ebben a témában – egy önkéntes magatartás a vállalatok részéről. Az önkéntes felelősségvállalás természetesen nem válthatja ki a szabályozást, a jogi kereteket, csupán kiegészíti, támogatja a jogi szabályozás és

⁶ Kovács Eszter: *A környezeti jelentések szerepe a vállalatok környezeti és társadalmi felelősségének előmozdításában*. Doktori (PhD) értekezés, 2000, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola, 7. o.

⁷ *Matten, Dirk; MOON, Jeremy: 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility*, *Academy of Management Review*, 2008 Vol. 33, No. 2, elérhető: <http://ssrn.com/abstract=978942>.

a gazdasági eszközökkel való befolyásolás céljainak elérését. Erre egyik példa lehet a környezetvédelem. Az állami szabályozás meghatározza a környezetvédelem elsődleges és kötelező érvényű szabályait és ezt a szabályrendszert egészíti ki például a zöld közbeszerzés. Zöld közbeszerzésnek nevezzük az olyan közbeszerzést, amely során az ajánlatkérő a beszerzési folyamat minden szakaszában figyelembe veszi a környezetvédelem szempontjait, és az életciklusuk során a környezetre lehető legkisebb hatást gyakorló megoldások keresésével és előnyben részesítésével ösztönzi a környezetbarát technológiák elterjedését és a környezetbarát termékek előállítását.⁸

A CSR másrésztől hozzájárulhat a legjobb gyakorlatok terjesztéséhez. Az IPPC (Integrált Szennyezés Megelőzés- és Csökkentés) rendelet például előírja, hogy egyes tevékenységek esetében az elérhető legjobb technikát (BAT) kell követni. Az integrált megközelítés a korszerű környezetvédelem egyik alapelve, ami azt jelenti, hogy a különböző környezeti elemek terhelését és szennyezését nem külön-külön, hanem együttesen kell vizsgálni. A levegőbe, vízbe vagy talajba történő kibocsátások egymástól elkülönült kezelése ugyanis inkább a szennyezés egyik környezeti elemből a másikba történő átvitelére ösztönözhet, mintsem a környezet egészének védelmére. Az integrált megközelítés érvényre juttatását a jogszabály által előírt elérhető legjobb technika alkalmazása biztosítja, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a folyamatok (tervezés, engedélyeztetés, megvalósítás, üzemeltetés, tevékenység felhagyása) során a kibocsátásoknak már eleve a forrásnál történő csökkentésére és a természeti erőforrások hatékony felhasználására kell törekedni.⁹

Szintén érdemes megemlíteni, hogy a CSR területén vezető szerepet vállaló vállalatok elismerése, ösztönzés nyújtása is egyre nagyobb szerepet kap. A környezetvédelmi díjak, elismerések jó példát jelentenek erre.¹⁰

4. A CSR mérésének és meghatározásának lehetőségei

Mindazonáltal, hogy a CSR-t nehéz mérni és számszerűsíteni, egyre több olyan mérési-, jelentési- és keretrendszer létezik napjainkban, amelyek elsődleges célja a CSR mérhetősége. Kifejezetten a vállalatok

⁸ <http://www.kozbeszerzes.hu/jogi-hatter/zold-kozbeszerzes-3/>.

⁹ <http://www.ippc.hu/>.

¹⁰ Mint például: <http://www.kovet.hu/szakmai-munka/csr-vallalatok-tarsadalmi-felelossege/csr-award#no1> vagy <http://www.csrhungarydij.eu/>.

társadalmi felelősségvállalására és a fenntarthatósági jelentéstételre koncentrál a Global Reporting Initiative (GRI), az ENSZ által létrehozott szervezet¹¹. A több tízezer főre kiterjedő szakértői gárda munkacsoportokban tevékenykedik.

A GRI fejlesztette ki a világszerte legszélesebb körben alkalmazott fenntarthatósági jelentés útmutatót, a Jelentéstételi Keretrendszert (*Reporting Framework*). A megfogalmazott alapelvek garantálják a jelentés minőségét, a bemutatott információk hitelességét. A Fenntarthatósági Jelentés Útmutató (*Sustainability Reporting Guidelines*)¹² a keretrendszer egyik sarokköve, amely meghatározza a jelentés módját, a megjelenítendő témaköröket, illetve a vállalat profiljához illeszkedő további szükséges információkat. A G3 az Útmutató harmadik verziója, amely 2006-ban került kiadásra. Ma már több mint 1500 vállalat alkalmazza az Útmutatót világszerte, így az a fenntarthatósági jelentéstétel globális standardjává vált. A teljesítményindikátorok a gazdasági, környezeti és társadalmi teljesítmény bemutatását segítik, amelyek két jellemző csoportba oszthatóak. Az alapindikátorok olyan mutatók, amelyek a legtöbb szervezet szempontjából relevánsak, míg a kiegészítő indikátorok jellemzően csak a társaságok egy része számára lényegesek, a tevékenységi kör, nemzeti sajátosságok vagy a méret függvényében. Az iparági különbségekből fakadó sajátosságok megjelenítése érdekében a GRI folyamatosan ad ki szektorális kiegészítéseket, amelyek az egyes iparágakban felmerülő fenntarthatósági, felelősségi kérdések bemutatására tesznek ajánlást.

5. A CSR, mint vállalati értékteremtés

Az értékteremtő CSR csak akkor lehet releváns, ha valóban képes értéket teremteni a vállalat és a társadalom számára. Több, mint 30 éve vizsgálják a vállalatok pénzügyi teljesítménye és a vállalatok társadalmi felelősségvállalása közötti kapcsolatot. Orlitzky megállapította, hogy a CSR nemcsak az üzleti kockázatot csökkenti, hanem növeli a köztisztelést, a belső erőforrások és kompetenciák hatékonyságát, vonzza a jobb minőségű munkaerőt is, mindezzel javítva a vállalatok pénzügyi teljesítményét.¹³ Ugyancsak ebből kifolyólag pozitív hatást gyakorol a befekte-

¹¹ <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>.

¹² <https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>.

¹³ Orlitzky, M; Schmidt F. L.; Rynes, S. L.: *Corporate Social and Financial Performan-*

tökre is. Azonban ezen hatások nem egyik napról a másikra, hanem hosszabb folyamat eredményeként jelentkehetnek csak. A vállalatok hosszú távú részvényesiérték-maximalizálásának elve és a vállalatok társadalmi felelősségvállalása – bizonyos feltételekkel – kiegészítik egymást, és nem zárják ki azt, hogy egy vállalat párhuzamosan teljesítse mindkét célt.¹⁴

6. CSR folyamat a vállalatokban

A vállalaton belül a CSR hatásának eléréséhez három lépésre van szükség¹⁵: az elkötelezettség kialakulására, a stratégiaalkotásra és a bevezetésre. Az elkötelezettség kialakulásának szakaszában a vállalat elismeri felelősségét a különböző fenntarthatósági kihívásokkal kapcsolatban. Célkitűzéseket fogalmaz meg, amelyeket be kell építeni a vállalat víziójába illetve értékrendjébe. A stratégia kialakításának szakaszában az elkötelezettséget operacionalizálja a vállalat, közép- és hosszú távú terveket dolgoz ki, amelyekben specifikálja a célokat a fenntarthatósági kérdések hatékony kezelése érdekében. Az elkötelezettség kialakulása és a stratégiaalkotási szakasz után a bevezetés, implementáció fázisa következik. Ebben a szakaszban történik a stratégia realizálása programok, folyamatok definiálásával, erőforrások allokálásával, a kiválasztott CSR eszközök bevezetésével. Tágabban értelmezve a bevezetéshez tartozik a szervezeti struktúrák kialakítása, a felelősök kinevezése, az ellenőrzési folyamatok felállítása is.

7. CSR az Európai Unióban

7.1. A CSR szabályozásának kialakulása az Európai Unióban

Európában az utóbbi évtizedben óriási figyelmet kapott a CSR mind a vállalatok, mind a politikusok, mind pedig a kutatók részéről¹⁶. Az Európai Unió számára fontos a CSR népszerűsítése a vállalatok körében, a lisszaboni cél – „*a világ legversenyképesebb, dinamikus tudás*

ce: *A Meta-analysis*, Organization Studies, 2003, 24 (3), SAGE Publications, London, pp. 403–441

¹⁴ <http://ado.hu/rovatok/szamvitel/a-csr-es-a-kontrolling-egyesitese#>

¹⁵ Wheelen, T. L.; Hunger, D. J. (2004): *Strategic Management and Business Policy*. Pearson, pp. 9-16

¹⁶ *Matten*, i.m.

alapú társadalmává válni” – elérésének egyik fontos eszközét látják benne. Az Európai Bizottság 2001-ben egy zöld könyvet tett közzé a CSR-ra vonatkozóan¹⁷.

A CSR problématerületein belül megkülönböztethetünk a vállalatokat közvetlenül érintő, belső tényezőket és a külső stakeholdereket érintő tényezőket. A belső tényezők a következők: emberi erőforrás menedzsment, munkahelyi egészség és biztonság, a változásokhoz való alkalmazkodás, valamint a környezeti hatások és természeti erőforrások. A külső tényezők közé tartozik a helyi közösséggel való kapcsolat, az üzleti partnerek, beszállítók és vevők, az emberi jogok és a globális környezeti problémák.

A zöld könyv megjelenése után egy évvel a Bizottság egy Közleményben¹⁸ összegezte az EU CSR stratégiáját. A CSR egyfajta egységesítésére való törekvés mellett az Európai Unió törekszik a kis- és középvállalatok bevonására is. Majd 2006-ban újabb Közlemény¹⁹ jelent meg, amelynek címe: *„Európa mint kiválósági központ a vállalatok társadalmi felelőssége terén”*. Míg az előző közleményben elsősorban a fenntarthatóság megvalósításának fontos vállalati eszközét látták benne, a 2006-os dokumentum a versenyképesség előmozdításában és a munkahelyteremtésben betöltött szerepét emeli ki. A Bizottság támogatását fejezte ki a vállalkozások társadalmi felelősségére vonatkozó európai szövetség létrehozásához. Az új szervezet célja, hogy politikai ernyőszervezetként szolgáljon a nagyvállalatok és a KKV-k, valamint érdekelt partnereik vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos új, illetve meglévő kezdeményezéseihez.

*„Az Európai Parlament 2007. március 13-i állásfoglalása a vállalatok társadalmi felelősségéről: új partnerség”*²⁰, amely Richard Howitt brit képviselő javaslatára került elfogadásra. A Howitt-jelentés szerint a CSR esetleges EU szintű szabályozásakor tekintettel kell lenni

¹⁷ Zöld Könyv a vállalatok társadalmi felelőssége (CSR) európai keretének előmozdításáról, COM(2001) 366 végleges, 18.7.2001

¹⁸ European Commission (2002): Communication from the Commission concerning corporate social responsibility: A business contribution to sustainable development.

¹⁹ Európai Bizottság (2006): A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak és az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak - A növekedési és munkahelyteremtési partnerség megvalósítása: Európa, mint kiválósági központ a vállalatok társadalmi felelőssége terén

²⁰ Report on corporate social responsibility: a new partnership, 2006/2133(INI), elérhető: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/a6/p6_a%282006%290471_p6_a%282006%290471_en.pdf.

a tagállamok közötti jelentős különbségekre, vagyis „*a vállalati magatartásra egyetlen modellt alkalmazni kívánó egységes módszer nem helyénvaló*”. A CSR területeivel kapcsolatosan megállapításra került, hogy „*a vállalatok társadalmi felelősségének olyan új területekkel is foglalkoznia kell, mint például az élethosszig tartó tanulás, a munkaszervezés, az esélyegyenlőség, a társadalmi integráció, a fenntartható fejlődés és az etika*”.

Az Unió CSR-politikája tehát a 2000-es évektől aktivizálódott, jelenlegi lényeges törekvései a KKV-k bevonása, a szakpolitikai integráció, a civil szféra bevonása és az egységesítés, az egyértelmű tájékoztatás a fogyasztók számára, mindez a tagállamok közötti különbségek szem előtt tartásával.

7.2. Az Európai Bizottság közleményei a CSR-ról

Az Európai Bizottság megfogalmazása alapján a vállalatok társadalmi felelősségvállalása nem más, mint amikor a vállalatok üzleti tevékenységük során - annak ellenére, hogy nem kötelező – környezeti és szociális szempontokra is figyelemmel járnak el (Ez a fogalom az Európai Bizottság 2001-es közleményében²¹ jelenik meg először az EU-ban.).

A gazdasági környezet rohamos léptékű fejlődése stabilitást hozott a modern, jóléti társadalmakban. A fejlődéssel párhuzamosan ugyanakkor számos probléma merült fel (mint például munkanélküliség). Világossá vált, hogy egy hatékony szabályozási keret önmagában nem tud megoldást nyújtani. Az európai vállalkozások aktív részvétele is szükséges a fenntartható fejlődés, a gazdasági stabilitás valamint a több és jobb minőségű munkahely kialakításához. A vállalatokkal történő együttműködés segítése, valamint a vállalati társadalmi felelősség vállalás széles körű elterjedése érdekében az Európai Bizottság létre kívánt hozni egy politikai ernyőszervezetet, az ún. európai CSR szövetséget.

A szövetség három területen kíván változásokat elérni:

- Tudatosítás, ismeretterjesztés, fejlesztés;
- Nyitott együttműködési koalíciók létrehozása;
- Vállalkozásbarát környezet és beszámolás.

A vállalati társadalmi felelősséggel kapcsolatban elért eredmények nem kaptak ez idáig kellő nyilvánosságot. Az Európai Bizottság

²¹ Zöld Könyv a vállalatok társadalmi felelőssége (CSR) európai keretének előmozdításáról, COM(2001) 366 végleges, 18.7.2001.

így kiemelten támogatni kívánja azokat a kezdeményezéseket, amelyek célja az érintettek közötti közvetítés. Elengedhetetlenül fontos ugyanis, hogy a bevált gyakorlatok, tapasztalatok eljussanak a vállalatok társadalmi felelősségvállalás témakörében érintett valamennyi szereplőjéhez, azaz a vállalatokhoz, befektetőkhez, munkavállalókhöz, fogyasztókhoz, politikai döntéshozókhoz és a szélesebb közönséghez. A tudatosító kampányok mellett a vállalatok is hatékonyan hozzá tudnak járulni a CSR népszerűsítéséhez, például ha CSR gyakorlatukat a laikusok számára is érthető módon teszik közzé. A széleskörű tájékoztatás és információcsere mellett szükség van arra is, hogy a vállalatok társadalmi felelősségvállalása által gyakorolt hatások folyamatosan elemzésre kerüljenek. A felmerülő kérdések megoldásába egyetemek, szakértők bevonása is szükséges, ugyanis a CSR fejlődéséhez nagymértékben hozzájárulhatnak az általuk végzett kutatások. Az Európai Bizottság a jövőben nagyobb hangsúlyt kíván fektetni a CSR-ral kapcsolatos témák oktatásának meghonosítására az egyetemeken, főiskolákon, egyéb szakirányú tanfolyamokon.

A vállalkozások fejlődését, növekedését elősegítő környezet kialakítása ez európai növekedési és foglalkozási stratégia egyik jelmondata. Emellett az Európai Bizottság a kis-és középvállalkozásokat (továbbiakban: KKV-k), elismerve a társasági felelősségvállalásban betöltött szerepüket, szintén „pártfogása” alá veszi, és támogatásáról biztosítja. Az Európai Bizottság ezen kívül a vállalatok társadalmi felelősségvállalás területén elért eredményeinek időről-időre történő közzétételének és azok egyeztető fórumokon történő megvitatásának fontosságát is kiemeli. Hiszen az európai szövetség léte nem váltja ki az érintett felekkel folytatott párbeszédet.

Az Európai Bizottság arra számít, hogy ez a szövetség hatékonyan tud majd hozzájárulni a vállalati társadalmi felelősségvállalás fejlődéséhez. Ehhez azonban valamennyi érintett fél aktív részvétele, együttműködése és elkötelezettsége szükséges.²² A CSR szereplőit az Európai Bizottság ugyanakkor nem kötelezi arra, hogy üzleti kapcsolataikban szociális és környezeti szempontokat is figyelembe vegyenek. Az

²² Az Európai Közösségek Bizottságának közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak és az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak: A növekedési és munkahely-teremtési partnerség megvalósítása: Európa mint kiválósági központ a vállalatok társadalmi felelőssége terén, COM(2006) 136 végleges, 22.3.2006.

ön szabályozó rendszer viszont csak akkor fog megfelelően működni, ha a vállalkozások nem lépik át a jogszabályok által szabott korlátokat.

Az Európai Bizottság az előbbieken felvázolt célok megvalósításának lépcsőfokaként létrehozta az Unió még csak három hivatalos nyelvén (angol, francia és német) elérhető CSR honlapot²³. Külön a kis- és középvállalkozások számára szól az az internetes kampány, amely szintén a CSR népszerűsítését szolgálja, és már magyar nyelven is elérhető. Az oldal a KKV-k számára egy eszköztár segítségével mutatja be és magyarázza közérthetően a CSR „jelenséget”²⁴. Az oldalon közzé tett útmutató, kérdőív valamint esettanulmányok segítenek a KKV-k számára megtenni a kezdő lépést egy felelősebb vállalatirányítás kialakítása felé.

7.3. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság álláspontja

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság²⁵ (továbbiakban: „EGSZB”) egy interneten elérhető, a vállalkozások bevált gyakorlatait összegyűjtő ún. „CSR Praxis-tár” felállítását javasolta. Az érintettek ezen keresztül könnyen hozzáférhetnek a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatos információikhoz. Az EGSZB szerint ez a tájékoztatás nem korlátozódhat pusztán a fogyasztási cikkekkel szemben elvárt közegészségügyi követelmények gyakorlati megvalósulásának a nyomon követésére. A fogyasztóknak tudniuk kell, hogy az általuk megvásárolt termék előállítás, forgalmazása során érvényesültek-e a CSR-rel kapcsolatban megfogalmazott környezeti-, és szociális elvárások. A befektetők döntésében is egyre nagyobb hangsúlyt kell kapnia a CSR-elvek vállalkozáson belüli érvényesülésének. Az ipar számos területén már kialakultak társadalmi felelősségvállalásról szóló normák (például az építőiparban a „kiváló környezetbarát minőség” címke használata) - állapítja meg az EGSZB. Ezek példaként szolgálhatnak más iparágak szakmai képviselői számára is.

²³ Lásd. http://ec.europa.eu/enterprise/csr/index_en.htm.

²⁴ Lásd bővebben: http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/documentation/index_hu.htm#toolkit.

²⁵ Az Európai Szociális és Gazdasági Bizottság véleménye, tárgy: a Bizottság közleménye A növekedési és munkahely-teremtési partnerség megvalósítása: Európa mint kiválósági központ a vállalatok társadalmi felelőssége terén, COM(2006) 136 végleges, SOC/244, 14.12.2006

Az EGSZB véleménye szerint ugyanakkor „az európai típusú vállalatok társadalmi felelősségvállalása nem emberbaráti döntés, hanem a vállalat valamennyi élő erőforrásával valamennyi hierarchikus szinten lefolytatott párbeszéd eredménye”²⁶. Azaz a CSR csak akkor működhet hatékonyan, ha a vállalati stratégia részét képezi. Az EGSZB emellett kiemeli, hogy a CSR „a törvényeken túlmutató önkéntes gyakorlat, amely magába foglalja és meghaladja a kötelező érvényű jogszabályokat”²⁷.

7.4. A Howitt-indítvány

Richard Howitt a CSR-ra vonatkozó hatékony szabályozás kialakításával kapcsolatban 2006 decemberében terjesztett elő az Európai Parlament elé egy indítványt, amely 2007 márciusában elfogadásra is került.²⁸

Az indítványt megelőzően is folytak egyeztetések az Európai Bizottság közleményével kapcsolatban az Európai Parlamenten belül. A Foglalkoztatási és Szociális Bizottság egyik munkadokumentuma²⁹ (szintén Richard Howitt nevéhez fűződik) a közlemény kritikájaként azt hozza fel, hogy az Európai Bizottság csak kevés újító kezdeményezést javasolt, viszont az Európai Parlament által megfogalmazott több intézkedésnek nem tett eleget. Például, hogy készüljön egy ún. feketelista azokról a vállalatokról, amelyek vesztegetést követtek el, így a listára került, rosszhiszeműen eljáró vállalkozások a közbeszerzési eljárásokban nem vehetnének részt. Nem tartották egyértelműnek azt sem, hogy Európa a CSR nemzetközi vitájában betölteni kívánt vezető szerepét az Európai Bizottság milyen konkrét lépésekkel kívánja biztosítani.

Az indítvány több témakörön át haladva elemzi az Európai Bizottság CSR-al kapcsolatos eddigi teljesítményét, különösen a fentebb bemutatásra került közleménnyel kapcsolatban. Az indítvány emellett, hogy bírálja a közleményt, számos javaslatot is felvet a CSR unión belüli

²⁶ Hivatkozás az EGSZB SOC/244. sz. véleményéből.

²⁷ Hivatkozás az EGSZB SOC/244. sz. véleményéből.

²⁸ Jelentés a vállalatok társadalmi felelőssége: új partnerség, A6-0471/2006, Európai Parlament, Plenárisülés- dokumentum, 20.12.2006.

²⁹ Az Európai Parlament Foglalkoztatási és Szociális Bizottságának munkadokumentuma: A vállaltok társadalmi felelőssége: növekedés és munkahely-teremtési partnerség megvalósítása, PE 378.258v01-00, 31.8.2006.

és globális szintű előmozdítása érdekében. Ezek a megállapítások a következőképpen foglalhatók össze:

Az indítvány szerint nem járul hozzá a CSR elveinek hatékony megvalósulásához az a tendencia, ha valamennyi vállalkozást a CSR-ra vonatkozó, egyazon minta alkalmazására szólítják fel, figyelemmel kell lenni ugyanis a piac sokszínűségére (eltérő vállalati formák, eltérő fejlettségi szinten álló vállalatok jelenléte). A CSR fejlődésére, amíg egy egységes modell negatív, addig a fogyasztói tudatosság növelése pozitív hatással bírhat. Hiszen ha a fogyasztói társadalom döntési mechanizmusaiába beépülnek a CSR elvek, úgy az a termelést is egy felelősségteljesebb irányba terelheti majd.

A hatékonyság érdekében az indítvány új témaköröket is felvet a vállalatok társadalmi felelősségével kapcsolatban, úgymint: élethosszig tartó tanulás, munkaszervezés, esélyegyenlőség (külön kiemelve a férfiak és nők közötti egyenlő bánásmód elvét), társadalmi integráció, fenntartható fejlődés, etika.

Az európai CSR szövetség létrehozatalában, működésében az Európai Bizottságtól aktívabb részvételt kíván meg az indítvány. Nem elég ugyanis a szövetséget útjára bocsátani, pontos ütemtervre, stratégiára, a tagi kör kiszélesítésére van szükség.

Az indítvány a CSR és a versenyképesség közötti kapcsolat vizsgálata során amellet, hogy elismeri a CSR szerepét a lisszaboni célok megvalósításában, arra hívja fel az európai vállalatokat, hogy jelentéseikben külön arra is térjenek ki, hogy ezekhez a célokhoz hogyan járulnak hozzá. A munkaerőpiacon felmerülő problémákra (például a munkavállalás során jelentkező esélyegyenlőtlenségre) is megoldást nyújthat, ha a vállalatok CSR elveket alkalmaznak. Az indítvány ugyanakkor problematikusnak tartja, hogy amíg a beszámolók fontossága elméleti síkon egyre nagyobb hangsúlyt kap, addig ugyanez a tendencia nem jelenik meg párhuzamosan a vállalatok gyakorlatában.

Az indítvány egyebek mellett az alábbiakat javasolta:

– A legalább 1000 munkavállalót foglalkoztató vállalatok igazgatói kötelesek legyenek (és emiatt felelősséggel is tartozzanak) a vállalat tevékenysége folytán keletkező, káros társadalmi és környezeti hatások csökkentésére.

– A helyes CSR gyakorlat elterjedéséhez a címkézési rendszerek nagymértékben hozzájárulnak. Az indítvány szerint ugyanakkor nem újabb címkéket kell a gyakorlatba bevezetni, hanem a már meglévő kezdeményezéseket kell egymáshoz igazítani. A nemzeti termékszabványok

és a termékcímkézési rendszerek ugyanis sok esetben ellentmondanak egymásnak, és ez a fogyasztói tudatosságra is hátrányosan hat. Az új szabványokra, címkézésre történő átállás pedig a vállalatokat is megterheli, különösen pénzügyi szempontból. Az emberi és alapvető munkavállalói jogok azonban még nem részei a címkézési rendszereknek, így ennek mihamarabbi pótlására szólít fel az indítvány.

– A célok hatékony megvalósításához járulhat hozzá az ún. CSR-ért felelős ombudsman, aki egyéni kérelmek alapján vizsgálná meg a CSR-ra vonatkozó kérdéseket.

– Nagyobb hangsúlyt kell fektetni a befektető vállalatok társadalmi felelősségvállalásában betöltött szerepére, és foglalkozni kell a társadalmilag felelős beruházások témakörével kapcsolatban felmerült problémákkal is.

Amíg az Európai Bizottság közleményében inkább az önszabályozó rendszerek felállítására mellett érvel, addig az indítvány a megfelelő jogi szabályozási keret fontosságát helyezi előtérbe.

Az indítvány a közleményhez hasonlóan a magas szintű CSR gyakorlat elterjedésének egyik legfontosabb eszközeként az oktatást nevezi meg. A különböző oktatási intézmények munkájának segítése céljából az indítvány egy olyan központ felállítását szorgalmazza, amely a CSR-ral kapcsolatos témaköröket feldolgozó tansegédletek gyűjteményét tartalmazná. Emellett a CSR és a fenntartható fejlődéssel kapcsolatos szakkifejezések online szótára is az indítvány javaslatai között szerepel.

A közlemény a CSR-ral alapvetően az Európai Unió és annak tagállamai szintjén foglalkozik, és csak egy rövid kitekintés erejéig lép át nemzetközi „területre”, amikor az ENSZ (United Nations - Egyesült Nemzetek Szervezete), az ILO (International Labour Organization - Nemzetközi Munkaügyi Szervezet), és az OECD (Organization for Economic Co-operation and Development - Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet) alapelvek és nyilatkozatok tiszteletben tartására hívja fel a vállalkozásokat. Az indítvány azonban ennél tevékenyebb cselekvést vár az Európai Bizottságtól, valamint a tagállamoktól és a vezető európai vállalatoktól a harmadik országokkal folytatott együttműködések vonatkozásában.

Az indítvány a CSR-t a felelős vállalatirányítás (*corporate governance*) szerves részének tekinti, mivel véleménye szerint „a CSR-t nem lehet mesterségesen elválasztani a vállalatok elszámoltathatóságától és a vállalatirányítástól”.

7.5. Az European Coalition for Corporate Justice javaslatai³⁰

A brüsszeli titkársággal működő szervezet 2005-ben azért jött létre, hogy a korábban külön-külön, de ugyanazon céllal működő civil szervezeteket összefogja a hatékonyabb eredmény elérése érdekében. A szervezet a társaságok működésének átláthatóvá tételével, elszámoltathatóságával (*corporate accountability*) és a vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatos uniós szintű kérdésekkel foglalkozik. Az European Coalition for Corporate Justice-ban (ECCJ) 16 európai ország civil szervezete, 3 európai szervezet és egy nemzetközi szervezet képviselteti magát (A honlapjukon szereplő adatok szerint egyetlen magyar civil szervezet sem vesz részt a szervezet munkájában.). Az ECCJ egy olyan jövőképet küzd, amelyben a fenntartható világ vállalkozásainak profit-maximalizációs törekvéseit a társadalmi érdekek valamint szociális és emberi jogok ellensúlyozzák.

7.6. A CSR hatályos szabályai az Európai Unióban

Az Európai Bizottság által korábban adott meghatározás alapján a vállalati társadalmi felelősségvállalás alatt azt az üzleti koncepciót értjük, melynek értelmében a vállalatok – önkéntes alapon – társadalmi és környezetvédelmi szempontokat érvényesítenek üzleti tevékenységük során és partnereikkel fenntartott kapcsolataikban³¹. Az Európai Bizottság új stratégiája alapján³² a vállalkozások versenyképességének szempontjából egyre nagyobb jelentőséggel bír a vállalati társadalmi felelősségvállalás stratégiai szempontú megközelítése. Egy ilyen megközelítés a kockázatkezelésre, a költségmegtakarításra, a tőkéhez való hozzáférés-

³⁰ Corporate Social Responsibility at EU level- proposals and recommendations to the European Commission and the European Parliament, letölthető:

http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/dv/eccadvocacybriefing112006_/eccadvocacybriefing112006_en.pdf.

³¹ European Commission Green Paper: *Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility*, COM(2001)366.

³² A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, a Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a vállalati társadalmi felelősségvállalásra vonatkozóan, Brüsszel, COM(2011) 681, 2011.11.25.

re, az ügyfélkapcsolatokra, az emberierőforrás-menedzsmentre és az innovációs kapacitásra nézve egyaránt előnyös lehet³³.

A Bizottság új meghatározást javasolt a vállalati társadalmi felelősségvállalásra, amely „*a vállalkozásoknak a társadalomra gyakorolt hatásuk iránti felelőssége*” megfogalmazásban testesült meg. E kötelezettségvállalás teljesítésének előfeltétele az alkalmazandó jogszabályok betartása, illetve a szociális partnerek között létrejött kollektív megállapodások tiszteletben tartása. Ahhoz, hogy a vállalkozások teljes mértékben eleget tudjanak tenni társadalmi felelősségvállalásuknak, az érintett területeket képviselő érdekelt felek szoros bevonása mellett ki kell alakítaniuk a társadalmi, környezeti, etikai, emberi jogi és fogyasztói kérdések üzleti tevékenységükbe és alapstratégiájukba való beépítését szolgáló folyamatot a következő célokkal: egyrészt a tulajdonosaik/részvényeseik és a többi érdekelt fél, valamint tágabb értelemben véve a társadalom számára a lehető legtöbb közös érték előállítása, másrészt a tevékenységük révén felmerülő lehetséges negatív hatások felismerése, megelőzése és enyhítése.

8. A CSR szabályozása Magyarországon

8.1. CSR megjelenése Magyarországon

A 2006-ban kiadott Közlemény szerint „*a CSR kulcsszerepet játszhat a fenntartható fejlődésben, miközben javítja Európa innovációs potenciálját és versenyképességét*”. Ezen célok a 2004-ben csatlakozott tagállamokban legalább annyira relevánsak, mint a többi országban, Magyarország esetében például megjelennek a fejlesztési elképzelésekben is. Mindezek alapján könnyen arra a következtetésre juthatunk, hogy az EU CSR-politikai törekvései teljesen összhangban vannak a magyar tendenciákkal, tehát mintegy automatikusan, bármilyen változtatás nélkül érvényesek. Sőt, azt a következtetést is levonhatjuk, hogy a CSR hozzájárulhat az integrációs folyamat sikeréhez. Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni, hogy az új tagállamokban, köztük Magyarországon a társadalmi-gazdasági feltételrendszer lényeges eltéréseket mutat a korábban csatlakozott EU tagállamokhoz képest, ezért nem célszerű az Unió CSR politikájának automatikus átvétele.

³³ 2008. évi európai versenyképességi jelentés (COM(2008)774) és a jelentést kísérő szolgálati munkadokumentum SEC(2008) 2853.

8.2. A CSR és az új Polgári Törvénykönyv³⁴

Az Új Ptk., hasonlóan a korábbi szabályozáshoz, a CSR-t a felelős vállalatirányítás (*Corporate Governance*) részének tekinti, és külön nem rendelkezik róla. Amennyiben a részvénytársaság részvényei a Budapesti Értéktőzsdén (BÉT) bevezetésre kerültek, az igazgatóság az éves rendes közgyűlésen a számviteli törvény szerinti beszámolóval együtt terjeszti a közgyűlés elé a felelős társaságirányítási jelentést. A jelentésben az igazgatóság összefoglalja a részvénytársaság által az előző üzleti évben követett felelős vállalatirányítási gyakorlatot és nyilatkozik arról, hogy milyen eltérésekkel alkalmazta a Budapesti Értéktőzsde Felelős Társaságirányítási Ajánlásait. A jelentést a részvénytársaság honlapján közzé kell tenni. A jelentés elfogadásáról a közgyűlés külön határoz. Ha a részvénytársaságnál felügyelőbizottság működik, a jelentés a felügyelőbizottság jóváhagyása nélkül nem terjeszthető a közgyűlés elé³⁵.

Az Új Ptk. szabályozása³⁶ rendkívül hasonló a korábbi szabályokhoz, azonban némi eltérést tartalmaz. A korábbi szabályok a BÉT-re bevezetett társaságokra vonatkoznak, az új szabályok szerint azonban minden Nyrt.-re vonatkoznak. Bár kétségtelen tény, hogy az Új Ptk. alapján Nyrt.-k csak a „szabályozott piacokra” bevezetett társaságok lehetnek, azonban ez nem szükségszerűen a BÉT, hanem akár más tőzsde is lehet.

A szabályozás alapján az Nyrt. igazgatósága köteles az éves rendes közgyűlés elé terjesztetni a részvénytársaság társaságirányítási gyakorlatát bemutató, az adott tőzsde szereplői számára előírt módon elkészített jelentést. A jelentés elfogadásáról a közgyűlés dönt. A közgyűlés határozatát és az elfogadott jelentést a részvénytársaság honlapján közzé kell tenni. Így tehát látható, hogy a közzététel, mint transzparenciális szabály, felerősödik, azonban az elfogadásra vonatkozó szabály továbbra is megmarad. Egyúttal, kógens szabályként, az Új Ptk. kimondja, hogy semmis az alapszabály azon rendelkezése, amely ettől a szabályozástól eltér.

Azonban az Új Ptk. sem tartalmaz további rendelkezéseket a CSR vonatkozásban, azt meghagyja a vállalatok számára meghatározott

³⁴ 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről („Új Ptk.”).

³⁵ 2006. évi IV. törvény a gazdasági társaságokról, 312. § (1)-(3) bekezdések.

³⁶ Új Ptk. 3:289. §.

ajánlások szintjén. Így tehát az állam e területen – néhány kivételt leszámítva, mint például a korábban vizsgált zöld közbeszerzések tárgyköre –továbbra sem kíván aktívabban beavatkozni, a vállalatokra bízva, hogy kívánnak-e, illetve ha igen, akkor milyen eszközökkel kívánnak CSR tevékenységet folytatni.

9. A CSR rövid kritikája

A CSR-t – annak kialakulásától kezdődően – számos kritika érte. A CSR ellenzői úgy vélik, hogy az nincs összhangban az üzleti világ alapvető céljával³⁷; vagy az egész nem más, mint figyelemfelkeltés (vagy éppen marketing-fogás), mások szerint pedig önmagában azt a célt szolgálja, hogy az egyébként káros (pl. környezetszennyező) multinacionális nagyvállalatok a CSR segítségével próbálják elterelni az államok figyelmét alaptevékenységük kártékony hatásairól³⁸.

10. Konklúzió

Az Európai Unió elismerte a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának a jövő generációjára gyakorolt hatását. Az Európai Unión belül nincs egyetértés a tekintetben, hogy a jogszabályi háttérnek milyen szerepet kell játszania a fenntartható vállalkozási gyakorlat kialakításában. Szintén nem tisztázott az sem, hogy az unió hogyan válhat a globális CSR-viták irányítójává. Ahhoz, hogy az Európai Bizottság által előirányzott tervek a gyakorlatban is megvalósuljanak, valamennyi vállalkozás számára nagyobb segítséget kellene nyújtani az elvek alkalmazásához. Érdeemes lenne ugyanakkor megfontolni, hogy hogyan lehetne a vállalatokat ösztönözni a helyes gyakorlat követésére. Erre nyújthatna talán megoldást, ha a vállalkozások számára több olyan útmutató is rendelkezésére állna, amely egyszerre tartalmazza a CSR hosszútávon várható hatásait, és annak eléréshez szükséges konkrét lépéseket.

Az uniós szinten megfogalmazott „kívánalmak” hatékonyabb megvalósulását szolgálhatná a CSR fejlődésére tekintettel módosított jogszabályi háttér is. Az elvek kialakítása, módosítása során azonban

³⁷ Milton, F: *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, The New York Times Magazine, 13.09.1970

³⁸ McKibben, B.: *Hype vs. Hope: Is Corporate Do-Is Corporate Do-Goodery for Real?*, Mother Jones, 2006. november 12., elérhető: <http://www.motherjones.com/politics/2006/10/hype-vs-hope>.

érdemes megfontolni a Howitt-jelentés indokolásában szereplő gondolatot³⁹: nem vezet célra, ha az európai vállalkozásokat szigorú keretek közé szorítják, szemben a kontinensen kívüli versenytársakkal, tehát a CSR problémát nemzetközi szempontokra figyelemmel kell értelmezni.

³⁹ Report on corporate social responsibility: a new partnership, i.m., pp. 25-27.