

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Gazdálkodástani Doktori Iskola

Veres Edit

**A CSR - gyakorlat vizsgálata a romániai nagy - kis és középvállalkozói
szférában**

Doktori értekezés tézisei

Témavezető: Dr. Bélyácz Iván

Pécs, 2017.

Tartalomjegyzék

A témaválasztás indoklása és a kutatási cél megjelölése	3
Az értekezés szerkezete.....	6
Kutatási módszer és hipotézisek	8
Az értekezés kutatási eredményei és a hipotézisek igazolása	11
A jelöltnek a kutatás témakörben megjelent publikációi	17

A témaválasztás indoklása és a kutatási cél megjelölése

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának létjogosultságát mára már kevesen vonják kétségbe, természetesen nemcsak a '70-es években (Friedman, 1970) voltak, hanem manapság is vannak kontra érvek a CSR tevékenységeket illetően főleg az abból származó hasznot, eredményességet mérve. Másrészt kritikaként jelenik meg néhány szerző esetében az, hogy a vállalat képtelen egyszerre több vállalati célfüggvényt teljesíteni (Jensen, 2002), továbbá a menedzsment elsődleges feladata a shareholders érdekeinek a képviselése és másodlagos a stakeholders igényeinek figyelembe vétele.

2012-ben, amikor komolyabban elkezdtem foglalkozni a társadalmi felelősségvállalás koncepciójával, a valóban felelős vállalatok tevékenységével, érdekelték azok a megoldások, amelyek révén jobbá válhat, az a környezet ahol élünk valamint milyen megoldások vannak arra, hogy közös értéket teremtsünk.

A vállalatok részéről most már nem csak ajánlott, hanem 2014-es EU-s Direktívák szerint szükséges is beszámolni adott év CSR tevékenységéről. Továbbá a valóban felelős tevékenységek végzéséhez nem kielégítőek a reaktív megoldások, a jótékonykodás, hanem proaktív, stratégiai megfontolásokra van szükség, beágyazódásra a társadalmi, gazdasági, környezeti szférákba.

A CSR koncepció sokszor nagyon pozitívan van feltüntetve, etikus, becsületes és felelős viselkedésnek titulálják a vállalatok részéről, máskor „kis zöld hazugságnak, marketing trükknek, a menedzserek üres kérkedésének” (Piercy & Lane, 2009) vélik, ami javítja a hírnevet, de túl sokba kerül. Nem létezik egységes definíció a CSR meghatározására, Dahlsrud (2008) tanulmánya során 37 definíciót azonosított és a fogalmat társadalmi konstrukcióként kezeli. Felvetődhet a kérdés: a CSR tevékenység jobbá fogja-e tenni a környezetünket és a koncepció vállalása miatt etikusabbak lesznek-e a vállalatok? Úgy gondolom, hogy ez nem egy eldöntendő kérdés, mivel hogy az etikát, az erkölcsöt nem lehet szabályozni, nem társadalmi nyomás vagy kormányzati szabályozás miatt lesznek a vállalatok felelősek és nem az EU-s irányelvek és kötelezővé tett társadalmi beszámolók hatására és nem csak a versenyképesség javítása miatt fogják végezni ezt a tevékenységet. Meggyőződésem, hogy annak ellenére, hogy 2011-ben az EB egy teljesen új meghatározást tett közzé, és pedig: vállalati társadalmi felelősségvállalás a vállalkozásoknak a társadalomra gyakorolt hatásuk iránti felelőssége, a vállalatok leginkább az előírásoknak, a szabályozásoknak fognak megfelelni. Viszont szükség van bajnokokra (Jenkins,

2006) és vannak bajnokok mind a nagyvállalatok mind a kis- és középvállalatok között, amelyek önkéntes alapon, meggyőződésből fognak etikus üzletvitelt folytatni.

A gyakorlatban az tapasztalható, hogy mind a nagyvállalatok mind a KKV-k körében vannak olyan szervezetek, amelyek nem kizárólag a társadalmi nyomás hatására vagy a kiélezett versenyhelyzet miatt alkalmaznak olyan üzleti tevékenységet, amelynek hatására szigorú társadalmi és környezeti szempontokat önként vesznek figyelembe, amelyek meghaladják akár az adott ország követelményrendszerét vagy az EU-s irányelveket. Az empirikus kutatásomban az egyik jellemzett nagyvállalat esetében is jól látható, hogy az EU-s előírások előtt már öt évvel készített társadalmi felelősségvállalásról szóló beszámolót illetve erre a tevékenységre alokált éves pénzösszeg meghaladja az éves nettó profitja 1%-át. Továbbá a kvalitatív kutatásoknál is tapasztaltam a mélyinterjúk során, hogy a KKV tulajdonosok legtöbb esetben elkötelezettek azzal a közösséggel szemben, amelyben tevékenykednek és pénzügyi helyzetükhöz mértén meggyőződéssel támogatják azt.

Annak ellenére, hogy a társadalmi felelősségvállalás szakirodalma főleg az ezredforduló után számottevően gyarapodott és a kutatók figyelme már a KKV-k CSR tevékenységére is kiterjedt mégis kevés olyan kutatás van, amely a fejlődő országok kis- és középvállalatait célozza meg. Ezen kutatások leginkább kvantitatív módszerek révén vizsgálják a vállalatok CSR tevékenységét, kevés azon kvalitatív kutatásoknak a száma, amelyek az okokat kutatják.

Disszertációmban a társadalmi felelősségvállalás gyakorlati megvalósulását vizsgáltam Románia egyik nyugati megyéjében (Bihar megye) működő KKV-k esetében, kvantitatív és kvalitatív kutatási módszerek alkalmazása révén. A kvantitatív kutatás mellett azért került sor kvalitatív módszer alkalmazására is, mert nem csak a mit-re kerestem a választ, hanem a hogyanokat, az okokat, a célokat illetve a felelősségvállalás hiányának az okát is szerettem volna feltárni.

A következő kutatási célok mentén épült fel az értekezés szerkezete:

C1: A társadalmi felelősségvállalás előzményeinek, társadalmi, etikai háttérének a megismerése

C2: A társadalmi felelősségvállalás szakirodalmi, fogalmi háttérének és fejlődéstörténetének a vizsgálata

C3: A KKV-k társadalmi felelősségvállalásának történeti áttekintése, lehetőségek, akadályok vizsgálata és a romániai CSR fejlődéstörténete

C4: Céлом volt feltárni azokat a támogatott területeket, amelyeket a nagyvállalatok CSR tevékenységeik révén finanszíroznak valamint azoknak a partnerkapcsolatoknak és motivációknak a feltérképezése ahová a közösségi befektetések irányulnak

C5: Céлом volt megismerni azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják a vállalatvezetők CSR iránti attitűdjét

C6: Céлом volt megismerni a KKV-K vezetőinek/tulajdonosainak motivációit, nézeteit, attitűdjét, érzéseit a társadalmi felelősségvállalás tekintetében

A kutatás motivációja, hozzájárulni a romániai vállalatok CSR tevékenységének feltárásához, különösen a KKV-k esetében, egy magyarázó és két leíró kutatás révén. Gazdagítani a menedzserek CSR iránti tudását, hogyan tevékenykedhetnének hatékonyabban ezen a területen. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak, azon mintának a megalapozásához, amely segítséget nyújthatnak azon KKV-k vezetőinek, akik még nem definiáltak és alkalmaztak CSR eszközöket. Azonban alapot szolgálhat azon vállalatoknak is, akik már társadalmi felelősségvállalással bírnak tevékenységük során.

Az értekezés szerkezete

A kutatási célok kijelölésének megfelelően alakult ki az értekezés tartalmi felépítése. A disszertáció alapvetően két részre tagolódik, az első részben a szekunder irodalomkutatással foglalkozok, a második részben a szakirodalom részletes analízise után a primer kutatáshoz kapcsolódó céljaimat fogalmaztam meg.

Tartalmi értelemben négy szerkezeti egységből tevődik össze, az első három részben a társadalmi felelősségvállalás szakirodalmi háttérét kutattam, míg a negyedik részben különböző primer kutatási eljárások révén a román vállalatok CSR iránti elkötelezettségét tártam fel.

Az **első** részben, a szekundér irodalomkutatás révén nem csak a CSR történeti áttekintésének a megismerése volt a célom, hanem a mélyebb okokat véltem feltárni, mint a gazdasági, társadalmi problémák, az etika, az egyház társadalmi tanítása. Világos képet akartam kapni azokról az alapokról, amelyekre felépül a mai értelemben vett társadalmi felelősség.

Az értekezés **második** fejezetében egyrészt a társadalmi felelősségvállalás szerteágazó definícióit, a felelősségnek különböző változatait összegeztem az irodalom feldolgozás során. Másrészt a CSR fejlődéstörténetét elemeztem napjainkig, továbbá csoportosítási lehetőségeket, előnyöket, akadályozó tényezőket és mérési módszereket vettem górcső alá. Megvizsgáltam a társadalmi felelősségvállalás EU-s szabályozását, kitekintvén a Bizottság által közétett stratégiákra és cselekvési programokra. E fejezet utolsó részében a vállalati kormányzás, mint a nagyvállalatok irányítási rendszere és a CSR közötti összefüggéseket tártam fel.

A disszertáció **harmadik** fejezetében a kis-és középvállalatok társadalmi felelősségvállalását vizsgálom, feltérképezvén, hogy milyen előnyökre tehetnek szert, amennyiben a CSR koncepciót beépítik, üzletvitelükbe valamint kitérek az akadályozó tényezőkre is. Fontosnak véltem elemezni a nagyvállalatok és a KKV-k közötti különbségeket, hisz az utóbbiak esetében óriási hátrányt jelenthet, ha hasonló elvárásokat fektetnek velük szembe. Mivel az empirikus kutatásom a román vállalatokra fókuszált, ezért a társadalmi felelősségvállalás román szakirodalmát is áttekintettem, külön kitértem azokra a tanulmányokra, amelyek a nagy- valamint a kis-és középvállalatokat vizsgálták.

A **negyedik** fejezetben bemutatom az általam alkalmazott kutatási módszereket. A disszertáció primer adatai tekintetében egy magyarázó és két következtető kutatást végeztem. Két romániai nagyvállalat társadalmi felelősségvállalásának vizsgálatára került sor az éves beszámolóik elemzése révén. Kvantitatív és kvalitatív kutatási eljárást alkalmazván a Bihar megyében (Románia) működő KKV-k CSR tevékenységét elemeztem.

Az értekezés négy szerkezeti egységének egymásutánosságára azért volt szükség, mert primer kutatási céljaimat a CSR előzményeinek, szakirodalmi, fogalmi háttérének ismerete nélkül nem tudtam volna megfogalmazni. Továbbá a KKV szektor CSR szakirodalmának fejlődéstörténeti elemzése, a fejlődő országok és a romániai helyzetkép megismerése lehetővé tette a primer kutatás megfelelő kivitelezését.

Kutatási módszer és hipotézisek

A disszertáció primer adatai tekintetében egy magyarázó és két következtető kutatásra került sor (lisd.:1. táblázat).

1. táblázat: Alkalmazott kutatási módszerek

Kutatási módszerek		
Magyarázó kutatás	Következtető kutatás: Leíró kutatás	
Kvalitatív kutatás	Kvantitatív kutatás	Megfigyeléses módszer, szekunder vállalati adatok elemzése
Mélyinterjú	Kérdőíves megkérdezésből származó adatok	

Forrás: saját szerkesztés

A **magyarázó kutatás** esetében kvalitatív kutatási eljárást alkalmaztam, nevezetesen mélyinterjút, ahol személyes beszélgetésre került sor a megkérdezett 10 vállalatvezetővel. Cél a válaszadó motivációinak, nézeteinek, attitűdjének és érzéseinek a feltárása volt adott kérdések vonatkozásában. A mélyinterjú oka a kvantitatív kutatás során adott semleges válaszok pontos megismerése és a mögöttes bonyolult magatartás feltárása. A kvalitatív kutatások ritkábbak ebben a témában, viszont szükségszerűek, mert olyan társadalmi összefüggéseket tárhatnak fel, amelyeket kvantitatív eszközök révén nehéz azonosítani. A kutatásban részt vett vállalatok különböző iparágakat képviselnek: négy termeléssel foglalkozó vállalat, egy kereskedelemmel, két mezőgazdaságban tevékenykedő és 3 szolgáltató vállalat.

Az interjú egy irányított, szabad beszélgetés alkalmával igyekezett feltárni a vezetők attitűdjét. A beszélgetésről a résztvevők jóváhagyásával hangfelvétel készült, amely utólagos visszahallgatással szintén kiértékelésre került. Az interjú az esetek nagy többségében egy órát vett igénybe. A mélyinterjú kérdéseit négy részre osztottam: először bemutatásra került a vállalat, tevékenységi köre illetve a vezető feladatköre; másodsor a CSR-re vonatkozó kérdéseket tettem fel a vezetőknek, harmadszor a vállalatvezetők CSR iránti magatartására voltam kíváncsi; negyedszer egyéb kérdések hangzottak el, amelyek kiegészítették adott esetben a korábban elhangzottakat vagy segédkérdéseként alkalmaztam őket.

A **következtető kutatás** területén, leíró kutatás révén kvantitatív eljárást alkalmaztam, egyrészt megkérdezésből származó adatokat, másrészt megfigyeléses módszer révén szekunder vállalati adatokat elemeztem.

A **kérdőíves megkérdezésnél** az összehasonlító skálázási technikák közül, a diszkrét értékelő skálából, a Likert skálát alkalmaztam, ahol a válaszadónak, az 5 válaszkategóriából az „egyáltalán nem ért egyet” és a „teljes mértékben egyet ért” kategóriák közül kellett választania. Előnyei, hogy a válaszadók könnyen megértik a használatát és könnyű összehasonlítani és alkalmazni.

Ez a módszer megfelelőnek bizonyult arra, hogy megismerhető legyen a válaszadók gondolkodása, véleményalkotási folyamata és attitűdje. Kérdőíves felméréssel igyekeztem megismerni a Bihar megyei kis- és középvállalatok társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos attitűdjét. A megkérdezettek mintájába olyan válaszadók (vállalati vezetők) kerültek, akik jelenleg is működő KKV-kat irányítanak (250 főnél kevesebbet foglalkoztatnak, kevesebb, mint 50 millió euró a forgalma, kevesebb, mint 43 millió euró a mérlegfőösszege) Bihar megye területén. A kényszervállalkozások és a nem működő vállalatok pontos száma ismeretének hiányában nem tudjuk, hogy az adott földrajzi területen hány aktív vállalat van e vállalati kategóriában. Egy több mint 500 vállalatból álló merítésből került ki a 75 vállalatból álló megkérdezett vállalatok listája.

A kutatás három fő pillére épül. Az első részben a vállalati jellemzőket és a vállalatvezetők demográfiai jellemzőit vizsgáltam. A vállalati jellemzők képet adnak a vizsgált szegmens gazdálkodási formájáról, fő tevékenységi területéről, termékeik/szolgáltatásaik piacáról, alkalmazotti köréről. A vezetők demográfiai jellemzőinek kutatása rávilágít a nemek közötti eloszlásra a vállalat igazgatását illetően, a vezetők iskolázottságára, lakhelyére, külföldi munkatapasztalataikra, családi szerepükre. A második részben a válaszadó a vállalatra vonatkozó állításokat olvashat, ezen társadalmi felelősségvállalásra vonatkozó állításokból ki kell választani azokat, amelyek leginkább jellemzik vállalata tevékenységét és értékelni kell azokat az 5 pontos Likert skála segítségével. Ez lehetőséget biztosít a vezetők prioritási sorrendjének kialakításában a társadalmi felelősséget illetően. A harmadik részben a vállalatvezetők értékrendszerére voltam kíváncsi, itt a vállalat vezetőjének értékelnie kell a felelős vállalatra vonatkozó állításokat, akkor is, ha azok nem vonatkoznak a saját vállalatára. Itt a vezetők magatartását vizsgálom és ezen attitűdök hatását a vállalatok tevékenységére.

Megfigyeléses módszer révén a romániai nagyvállalatok közül két különböző területen működő vállalat társadalmi felelősségvállalási tevékenységét elemeztem az általuk publikált adatok alapján. A strukturált megfigyelési módszer révén az Orange Románia (amely mobil, internet és

televíziós kommunikációs lehetőségeket kínál) és a Raiffeisen Bank Románia (amely egyike a legnagyobb banki szolgáltatásokkal és befektetésekkel foglalkozó vállalatnak Ausztriában, illetve nemzetközileg is vezető pozícióban van Közép- és Kelet-Európában) vállalati társadalmi felelősségvállalási gyakorlatait vizsgálom meg, az éves beszámolóik elemzésével.

Hipotézisek

A hipotézisek megfogalmazására a szakirodalmi háttér tanulmányozása valamint az empirikus kutatások áttekintése és a kutatási kérdések megfogalmazása után került sor.

Értekezésemben a romániai KKV-k társadalmi felelősségvállalásának mikéntjére helyeztem a hangsúlyt, nemcsak a mit-re kerestem a választ, hanem a hogyanokat, az az okokat, célokat kutattam. Ezért került sor a kvantitatív kutatás után egy kvalitatív kutatásra, ahol a felelősségvállalásnak és a hiányának az okát véltem feltárni. Ezek tükrében fogalmaztam meg a hipotéziseimet.

H1: A KKV-k társadalmi felelősségvállalásának intenzitását meghatározza a különböző iparágakhoz való tartozásuk

H2: A KKV-k társadalmi felelősségvállalása leginkább a belső érintettek közül is az alkalmazottak felé nyilvánul meg

H3: A KKV-k a profitmaximalizálást tartják a legfőbb vállalati célnak és legtöbb esetben a CSR-t egy marketing eszközként fogják fel

H4: A CSR gyakorlat a KKV-k esetében reaktív módon valósul meg, kevés esetben beszélhetünk proaktív, akár stratégiába épülő CSR döntésekről

H5: Az életkor meghatározza a külföldi tanulmányi és munkatapasztalatot ezáltal a felelős viselkedést is

H6: CSR programok alkalmazása a KKV-k számára kivitelezhetetlen, mert túlságosan lekötik őket a napi operatív feladatok

Az értekezés kutatási eredményei és a hipotézisek igazolása

Kutatási hipotézisek	A kutatási eredmények révén a hipotézisek
H1: A KKV-k társadalmi felelősségvállalásának intenzitását meghatározza a különböző iparágakhoz való tartozásuk	✓ igazolták
H2: A KKV-k társadalmi felelősségvállalása leginkább a belső érintettek közül is az alkalmazottak felé nyilvánul meg	✓ igazolták
H3: A KKV-k a profitmaximalizálást tartják a legfőbb vállalati célnak és legtöbb esetben a CSR-t egy marketing eszközként fogják fel	❖ részben igazolták
H4: A CSR gyakorlat a KKV-k esetében reaktív módon valósul meg, kevés esetben beszélhetünk proaktív, akár stratégiába épülő CSR döntésekről	✓ igazolták
H5: Az életkor meghatározza a külföldi tanulmányi és munkatapasztalatot ezáltal a felelős viselkedést is	❖ részben igazolták
H6: CSR programok alkalmazása a KKV-k számára kivitelezhetetlen, mert túlságosan lekötik őket a napi operatív feladatok	✓ igazolták

Az empirikus kutatások eredményeiben észrevehető, hogy a CSR fontossága egyre erősödik országunkban is. Nagyvállalatok és KKV-k egyformán érzik a változások szükségességét, annak ellenére, hogy különböző megvalósítási lehetőségeket használnak ki.

Következtetésként elmondható, hogy a KKV-k vezetői, annak ellenére, hogy nem rendelkeznek olyan elméleti háttérrel, mint a nagyvállalatok vezetőinek esetében ez rendelkezésre áll, ahol sok esetben külön részleg végzi a CSR tevékenységet, mégis igyekeznek a tőlük telhető legjobban megfelelni azoknak a normáknak, amelyeket önmaguk elé állítanak, megfelelni bizonyos erkölcsrendnek, értékrendnek. Annak következtében, hogy számos esetben ezek a KKV-k a vezetője szülőföldjéhez, lakhelyéhez közvetlenül kapcsolódik, a vezető és az alkalmazottak

közötti kapcsolat sokkal közelebb, mélyebb, melyből adódóan, ezek az emberek a vezető számára fontos stakeholder csoportot alkotnak. A kapcsolatok közelebbnek, a felelősségvállalás őszintébbnek tűnik az ő esetükben.

Nem lehet ugyanazt a fogalomhasználatot alkalmazni a két vizsgált vállalat csoportra, sőt a szakirodalomban a KKV-k esetében, ezekről írt tanulmányokban azt boncolgatják, hogy szükségeszerű lenne kitalálni egy új fogalmat, mint felelősvállalat vagy közösségi értékképviselő. Továbbá az EB-nek (Európai Bizottságnak) is ki kellene dolgoznia egy teljesen új stratégiát a KKV-ra vonatkozóan, abból is kiindulva, hogy az EU-ban 99,8%-ban működnek a fent említett vállalatok. Az egységes stratégia ebben a témakörben nem működőképes.

Szemponatok, amelyek miatt nem összehasonlítható a NV és a KKV-k felelősségvállalása:

- a tulajdonos és a vezető/menedzser legtöbb esetben ugyanaz a személy
- nagy a társadalmi, lokális beágyazottság
- kevesebb az export tevékenység, legtöbb esetben hazai piacra gyártanak, szolgáltatnak
- fontosak a kapcsolatok (interpersionális kapcsolatok), legtöbb esetben nem formális, inkább baráti kapcsolatokról beszélhetünk
- sok a mikro és családi vállalat, amelyeknél nem beszélhetünk formális kapcsolatrendszerrel
- elkötelezettek a városuk, községük, iskoláik, egyházuk iránt, anyagi forrásaikhoz mérten támogatják azokat és nem számolnak a profit adó kedvezményekkel vagy adómentes támogatási keretekkel, hol ott a nagy vállalatoknál megfigyelhető ezen szempontok figyelembe vétele a szponzor tevékenységeknél
- a humánus, empatikus jelzők megmaradnak- azért is mert túl kicsik, ahhoz, hogy ne ismerjék őket, másrészt a stakeholdereikkel való kapcsolataik legtöbb esetben személyes, baráti kapcsolatok

A nagyvállalatok felelősségvállalása sokkal színesebb, több eseményt foglal magában, ám előtérbe a külső érintettek kerülnek. Ez annak is betudható, hogy rengeteg cég használja fel a CSR eszközöket PR és marketing célokra, így a jóval látványosabb külső stakeholdereket érintő projekteknek nagyobb lehet az anyagi hozadéka. Ha összevetjük az erre felhasznált összegeket a vállalat profitjával, azt vehetjük észre, hogy ezek általában 1% alá esnek. Ez jól látszik az Orange Románia nagyvállalat esetében is, amely a vizsgált évben (2014) beszámolója alapján közel 400.000 eurót költött CSR tevékenységre, amennyiben ezt az összeget összevetjük az éves nettó profittal, az nem éri el az előbbi 1%-át. Továbbá a másik vizsgált nagyvállalat, a Raiffeisen Bank Románia közösségi befektetései esetében is jól látszik, hogy a mért hét éves időszakban átlagosan 1% fölött van az arány a nettó profithoz képest, de nem éri el a két százalékot.

Úgy a nagyvállalatoknak, mint a kis- és középvállalatoknak nagyon sokat kell még tanulniuk a külföldi mintákból a felelősségvállalásról. Proaktív, stratégiai lépéseket kell bevezetniük, hiszen az még nagyon ritka országunkban, legtöbbször reaktív intézkedéseket látunk csak. A jövő és a jelen fiatal vállalkozóinak már megvan a lehetősége arra, hogy akár külföldi oktatási vagy szakmai gyakorlat lehetőségekkel élve, a kommunizmus utóhatásait leküzdve hozzanak létre olyan szervezeti kultúrákat, amelyek pozitív hatással lehetnek a társadalom egészére.

Az értekezés **1. hipotézise** maradéktalanul igazolódott.

A kvalitatív kutatás eredményei bizonyították, hogy a vállalatok különböző iparágakhoz való tartozása meghatározza a CSR tevékenységüket. Mindezek mellett a vállalatvezetők elkötelezettsége, jövőorientációja meghatározza a vállalat CSR politikáját. Megvizsgálva a vállalatvezetők nézeteit a különböző tevékenységű vállalatokban, jól látszik, hogy az alaptevékenység meghatározza a társadalmi felelősségvállalás irányultságát. A termelő vállalatok tevékenységükből is kiindulva inkább a környezeti problémákat próbálják „orvosolni”, ezek annak is tudhatóak be, hogy tevékenységük révén környezeti károkat okozhatnak, amelyeket jó vállalati polgárként, támogatásai révén enyhítenek. Továbbá a megfelelő munkakörnyezet, alkalmazotti lojalitás megőrzése szerepel CSR tevékenységeik között. A mezőgazdasággal foglalkozó vállalatok, kevesebb saját földterülettel rendelkeznek, mint amennyit bérelnek magán- illetve önkormányzatoktól, az ő esetükben, tevékenységükből kifolyólag, a társadalmi beágyazottság magas, ezért a helyi közösségek támogatását látják felelősségüknek. A kereskedelmi vállalat esetében, amely könyvkereskedéssel és könyvkiadással foglalkozik, adott az alaptevékenység révén, de az ő esetében beszélhetünk akár elhivatottságról is, ami a felnövekvő nemzedék olvasás és irodalom szeretetét hivatott növelni. Szolgáltató vállalatok esetében, ismételten kijelenthető, hogy a profil meghatározza a CSR tevékenység alapját, itt leginkább a jól működő partnerkapcsolatokon van a hangsúly, becsületes, transzparens üzleti kapcsolatok.

A fent leírtak eredményeként az első hipotézis igazolt és az első tézis alapját adja:

1. tézis: A KKV-k különböző iparágakhoz való tartozása meghatározza a társadalmi felelősségvállalás intenzitását

A **2. hipotézisben** foglaltak alapvetően igazolódtak, a tényet alátámasztják a kvantitatív és kvalitatív kutatások eredményei. A kvantitatív kutatás I.11. kérdésre adott válaszok alapján megkérdezettek több mint háromnegyede teljes mértékben egyetértett azzal, hogy megfelelő munkakörülményeket biztosítsanak az alkalmazottak számára. Ez annak tudható be, hogy a vállalatvezetők a legfontosabb érdekelti körének tekintik az alkalmazottakat és mivel a többi kérdésre adott válaszokból kiderül, hogy pénzügyi lehetőségeik korlátozzák őket az egyéb CSR

tevékenységek végzésében, ezért a munkavállalói elégedettség és hűség fenntartása érdekében megbecsülik őket.

A válaszadók úgy vélik, a II.11. állítás értékelését tekintve, hogy a munkavállalók szívesebben dolgoznak egy olyan vállalatnál, amely figyelembe veszi a társadalmi, környezeti és etikai normákat. A megkérdezettek 88 %-a számára egyértelműnek tűnt ez az állítás. A munkavállalói elégedettség hozzájárul a cég jó hírnevéhez és pozitív értékeléséhez, ami a CSR tevékenység egyik fontos eredménye. Amikor a mélyinterjú során a vállalatvezetőket a CSR tevékenységükről kérdeztem a válaszokat külső és belső érintettekkel szembeni felelősségvállalási kategóriákba igyekeztem felosztani. Arra a kérdésre, hogy kinek melyik az a része a felelősségvállalásnak, amelyikben komolyabban részt vállal, a tíz vállalat közül kettő volt, amely inkább kifelé végez CSR tevékenységet, van egy, aki kifelé és befelé is erőteljesen tartja magát, és a többi vállalat számára a belső érintettek, az alkalmazottak a legfontosabbak.

A fenti eredmények értelmében a második hipotézis igazolódott, így a második tézis megfogalmazására kerül sor.

2. tézis: A KKV-k társadalmi felelősségvállalásának legfontosabb érintettjei az alkalmazottak

A **3. hipotézis** állítását részben igazolták az eredmények. Ezen hipotézis felállításánál kifejezetten a KKV-ra gondoltam, a nagyvállalatok esetében inkább igazolódott volna.

A nagyvállalatok felelősségvállalása sokkal színesebb, több eseményt foglal magában, ám előtérbe a külső érintettek kerülnek. Ez annak is betudható, hogy rengeteg cég használja fel a CSR eszközöket PR és marketing célokra, így a jóval látványosabb külső stakeholdereket érintő projekteknek nagyobb lehet az anyagi hozadéka. A kvantitatív kutatás alábbi két kérdése részben igazolja a fenti hipotézist. A II. 4. úgy hangzott, hogy egyetértenek-e azzal, hogy a társadalom csak akkor várhatja el a szociális problémák támogatását, hogyha az egyértelműen megegyezik a vállalat alapvető érdekével, ami a profitabilitás. A válaszadók 41 %-a hajlott arra, hogy egyetért, 30 % pedig arra, hogy nem ért egyet, míg a maradék 30 % semleges maradt a válaszadás során. A II.13. állítást a válaszadók 42 % részben és 38 % teljes mértékben pozitívan értékelték, miszerint a társadalmi felelősségvállalást a vállalatok jól kommunikálható marketing eszközként fogják fel. A kvantitatív kutatás eredményei részben igazolják azt a tényt, hogy a vállalatok jól kommunikálható marketing eszközként alkalmazzák a társadalmi felelősségvállalást, viszont nincs teljes egyetértés ebben a kérdésben. Továbbá a mélyinterjúk során inkább az ellenkezője derült ki. A válaszadók úgy érezték, hogy a KKV-k felelősségvállalása jelentősebb összehasonlítva a nagyvállalatok felelősségével, mert valódi felelősségvállalásnak tekinthető, pénzügyi lehetőségeikhez mérten elkötelezettek különböző társadalmi szférákkal szemben.

A fenti eredmények tükrében, csak részben igazolható a 3. hipotézis, ezért nem ad kellő alapot a tézis megfogalmazására.

A **4. hipotézisben** állítottak igazolódtak a KKV-k esetében. A kvalitatív kutatások eredményei alapján, a kifelé végzett felelősségvállalás (társadalommal szemben, eseményeken való megjelenés, szponzorálás, stb.) eseti jellegű ezeknél a cégeknél, ám a belső érintettekkel kapcsolatban részben stratégiai megfontolású felelősségvállalásról beszélhetünk. A kvantitatív kutatás és a kvalitatív kutatás eredményei a I.7.; I.13.; II.1; II.7. kérdések esetében összecsengnek (lsd.4.4.4. fejezet- részletes kifejtés), vagyis a kvalitatív kutatás eredményei megmagyarázták a fenti kérdésekre adott negatív válaszok okát. Minden egyes kérdésre adott bizonytalan válasz háttérében a szűkös pénzügyi források állnak, ez egyértelműen bizonyítja, hogy nem beszélhetünk stratégiába ágyazott proaktív felelősségvállalásról. A helyi közösségek részére nyújtott támogatások eseti jelleggel, reaktív módon megjelennek, ha igényt érzelnek a közösségek részéről, de ez az attitűd nem jellemzi általánosan a vállalatok mindegyikét.

A hipotézisre adott válaszok bizonyították az állítás igazságosságát, az eredmények alátámasztják a 3. tézis megfogalmazását.

3. tézis: A KKV-k CSR tevékenysége esetében nem beszélhetünk stratégiai megfontolásokról, proaktív lépésekről, a társadalmi felelősségvállalás reaktív módon valósul meg

Az **5. hipotézisben** foglaltakat a kvalitatív kutatási eredmények részben alátámasztják. A külföldi tapasztalatokat a megkérdezett vállalkozók egyöntetűen fontosnak tartják, továbbá hogy tanuljunk a „nyugati kultúrától”, ahol már bevett szokás a felelősségvállalás, az önkénteskedés és nagyobb a társadalmi elvárás is. Az életkorra vonatkozó kérdés hatását illetőleg a társadalmi felelősségvállalásra nincs teljes egyetértés. Erre az interjúalanyok nagyrészt ugyanazt válaszolták: nem annyira a kor, mint a kultúra, a környezet, amiben felnőnek. Így a fiatalok, akik a rendszerváltás után születtek, nőttek fel, tevékenykednek, azok már látták a felelősségvállalási mintát, míg a kommunizmus ideje alatt ezt senki sem sajátíthatta el, ennek nálunk még nincs saját kultúrája. A vállalatvezetők szerint igazán ez akkor fog látszani, amikor a rendszerváltás után született gyerekekből is vállalatvezetők lesznek. A kvantitatív kutatásból az derül ki, hogy a 75 megkérdezettből, 35 fő rendelkezik külföldi tanulmányi és munkatapasztalattal, ebből 17 fő, 1980 előtt született és 18 fő 1980 után. Azt feltételezhetnénk, hogy a külföldi tapasztalatok hatást gyakorolnak a vállalatvezetők felelősségvállalási attitűdjére, de ezt sem a kvalitatív, sem a kvantitatív kutatások nem igazolták egyértelműen.

A fenti eredmények nem képeznek alapot a következő tézis megfogalmazásának.

A **6. hipotézisben** foglaltak szerint a KKV-k számára kivitelezhetetlen a CSR programok alkalmazása, mert túlságosan lekötik őket a napi operatív feladatok. Az eredmények alapján a hipotézis igazoltta vált. Annak ellenére, hogy ezt a problémát saját bőrükön tapasztalhatják a gazdasági tevékenységük során, vegyes válaszokat adtak. A KKV-k mindennapi tevékenységük során beleütköznek pénzügyi akadályokba, ezt II.14. állítás konkrétan igazolja, 44 fő ezzel teljesen vagy részben egyetért, emellett mindössze 7 állította teljesen vagy részben ennek ellenkezőjét valamint 24 fő bizonytalan volt a kérdés eldöntését illetően. Sok akadályt kell legyőzniük, melyek között az erőforrások (anyagi és nem anyagi), illetve az eszközök, útmutatók, KKV-nak szóló felelősségvállalási intézkedések és gyakorlatoknak a hiánya. A kvalitatív kutatás alatt tapasztaltam, több vállalkozó hangsúlyozta, hogy annak ellenére, hogy a szándék sokszor nem hiányzik, szívesen végeznének különböző felelősségvállalási tevékenységeket, legtöbbször anyagi akadályokba ütköznek. Itt, is mint a 4. hipotézis esetében a I.7.; I.13.; II.1; II.7 kérdések alátámasztják, hogy a KKV-k CSR tevékenysége reaktív módon jelenik meg, tehát eseti jelleggel, ennek az az oka, hogy a szűkös anyagi háttér nem teszi lehetővé a stratégiai szemléletváltást ezen a területen.

A hipotézisre adott válaszok alátámasztották az állítást, ezért a fenti eredmények alapján megfogalmazhatóm a dolgozat 4. tézisét.

4. tézis: A KKV szűkös pénzügyi lehetőségeik korlátozzák a CSR tevékenységeik kivitelezését

A jelöltnek a kutatás témakörben megjelent publikációi

Folyóirat cikkek, tanulmányok

Nagy, E.- Szász, E. (2012): *A kkv-k társadalmi felelősségvállalásának kihívásai*. Vállalkozói és gazdasági trendek a Kárpát-medencében: I-III. / szerk. Fejér - Király Gergely, Lázár Ede, Csíkszereda, 2012. ISBN: 978-606-8052-76-2, p.267-280

Nagy, E.- Szász, E (2013): *The challenges of CSR among SMEs (Small and Medium-Sized Enterprises*, 4th International Conference of Economic Sciences, 9-10 May 2013-Kaposvár-Hungary pp.140-146, ISBN 978=963-9821-62-0

Nagy, E. Szász, E. Fogarasi J. Bernáth, K. (2014): *Corporate social responsibility in the small and medium enterprises*, 11th Annual International Conference on Economics and Business, Global Challenges local answers, Sapientia University, ISBN 978-973-53-1287-9, Risoprint, Cluj –Napoca, CNCSIS B

Nagy, E- Szász, E. (2014): *Understanding Corporate Social Responsibility of the Small and Medium- Sized Enterprises in Bihor County*, Conference Proceedings Volume III, Economics & Tourism, pag.757-764, ISBN:978-619-7105-27-8, ISSN 2367-5659, Published by STEF92 Technology Ltd.,1"Andrey Lyapchev" Blvd., 1797 Sofia, Bulgaria

Szász, E. Nagy, E. (2014): *Financial Crises and Accounting scandals- could they have a common roots?* Conference Proceedings Volume II, Finance, pag. 287-294, ISBN 978-619-7105-26-1, ISSN 2367-5659 Published by STEF92 Technology Ltd.,1"Andrey Lyapchev" Blvd., 1797 Sofia, Bulgaria

Nagy, E (2015): *A vállalatok társadalmi felelőssége (corporate social responsibility), történeti áttekintés*, Dunakavics, A Dunaújvárosi Főiskola online folyóirata 2015. III. évfolyam I. Szám, pag.53-67, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0051, ISSN 2064-5007, DUF Press, a Dunaújvárosi Főiskola kiadója

Nagy, E - Szász, E. (2015): *Technical efficiency, operational performance examination in case of enterprises carrying out CSR activities in the hospitality industry in bihor county (Transylvania)*, pag. 501-510, Proceedings of the 5th International Conference of Economic Sciences and 5th Climate Change, Economic Development, Environment and People (CCEDEP) Conference of the Alliance of Central-Eastern European Universities (ACEU) Kaposvár University – Kaposvár – Hungary - 7-8 May 2015 ISBN 978-963-9821-86-6, Published and distributed by Kaposvár University, Faculty of Economic Science H-7400 Kaposvár, Guba Sándor u. 40. Electronic publishing

Nagy, E- Szász, E. (2016): *The assuming of corporate responsibility of large Romanian companies in telecommunication sector and in banking sector*, 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science & Arts, SGEM 2016, Conference Proceedings Volume V, Economics&Tourism, pag.717-724, ISBN:978-619-7105-76-6, ISSN 2367-5659, Published by STEF92 Technology Ltd.,51"Alexander Malinov" Blvd., 1712 Sofia, Bulgaria, DOI: 10.5593/SGEMSOCIAL2016/B25/S07.094

Nagy, E- Szász, E. (2016): *The similarities and differences in taking responsibilities of large companies and SME's*, 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science & Arts, SGEM 2016, Conference Proceedings Volume V, Economics&Tourism, pag.889-896, ISBN:978-619-7105-76-6, ISSN 2367-5659, Published by STEF92 Technology Ltd.,51"Alexander Malinov" Blvd., 1712 Sofia, Bulgaria, DOI: 10.5593/SGEMSOCIAL2016/B25/S07.116

Veres, E. (2016): *A nagyvállalatok és KKV-k vezetőinek attitűdbeli hasonlósága és különbözősége a társadalom iránti felelősségvállalásban*, Dunakavics, A Dunaújvárosi Főiskola online folyóirata 2016. IV. évfolyam IX. Szám, pag.27-39, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0051, ISSN 2064-5007, DUF Press, a Dunaújvárosi Főiskola kiadója

Veres, E (2017): *Social behaviour of companies executives in case of SME`s in Bihor county*, 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences& Arts, SGEM 2017, Conference Proceedings, Book 1, Modern Science, Volume V, Business and Management, pag.847-855, ISBN:978-619-7408-17-1, ISSN:2367-5659, Published by STEF92 Technology Ltd.,51"Alexander Malinov" Blvd., 1712 Sofia, Bulgaria, DOI: 10.5593/sgemsocial2017/15

Konferencia előadások

Nagy, E.: *The concept of CRM (cause related marketing) and its influence upon the young generation*. 2nd International Conference on Emerging Economies, Partium Christian University, 27-29 October 2011.

Nagy, E.: *CSR and strategic marketing: a Romanian approach* 3rd International Conference of Economic Sciences Sustainable economics – community strategies, Kaposvár University, Kaposvár – Hungary, 19-20 May 2011.

Nagy, E - Szász, E.: *A kkv-k társadalmi felelősségvállalásának kihívásai*. Vállalkozói és gazdasági trendek a Kárpát-medencében. Sapientia EMTE, Csíkszereda, 2012. április 20-22.

Nagy, E - Szász, E.: *A kis- és középvállalkozások társadalmi felelősségvállalásának vizsgálata Erdélyben*. A Magyar Tudomány Napja Erdélyben 11. Fóruma, A regionális tudományi kutatások 21. század eleji eredményei és távlatai Erdélyben, EME, Kolozsvár, 2012. december 8.

Nagy, E.: *CSR approaches, CSR in domestic enterprises*, Human capital-based economics and human-scale values, 3rd International Conference on Emerging Economies, Oradea, 14-15 November 2013.

Nagy, E - Szász, E: *The challenges of CSR among SMEs (Small and Medium-Sized Enterprises)*, 4th International Conference of Economic Sciences, Kaposvár University, Kaposvar-Hungary, 9-10 May 2013.

Nagy, E.-Fogarasi, J. Szász, E.: *Methodological aspects of investigating the relationship between entrepreneurial performance and CSR*, Researches in Didactics of Mathematics and Computer Sciences, Oradea, 25-27 January 2013.

Nagy, E- Szász, E.: *Understanding Corporate Social Responsibility of the Small and Medium-Sized Enterprises in Bihor County*, International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts, Section Economics&Tourism, Albena, Bulgaria, 3-9 September 2014.

Nagy, E - Szász, E: *Financial Crises and Accounting scandals- could they have a common roots?* International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences & Arts, Section Finance, Albena, Bulgaria 3-9 September 2014.

Nagy, E. Szász, E. Fogarasi J. Bernáth, K.(2014): *Corporate social responsibility in the small and medium enterprises*, 11th Annual International Conference on Economics and Business, Global Challenges local answers, Sapientia University, 16-17 May, 2014.

Nagy, E. Szász, E. Fogarasi J. Bernáth, K.: *Understanding Corporate Social Responsibility of the Small and Medium- Sized Enterprises in Bihor County*, 11th Annual International Conference on Economics and Business, Global Challenges local answers, Sapientia University, 16-17 May, 2014.

Nagy, E - Szász, E.: *Technical efficiency, operational performance examination in case of enterprises carrying out csr activities in the hospitality industry in bihor county (transylvania)*, 5th International Conference of Economic Sciences and 5th Climate Change, Economic Development, Environment and People (CCEDEP) Conference of the Alliance of Central-Eastern European Universities (ACEU) Kaposvár University – Kaposvár – Hungary - 7-8 May 2015.

Nagy, E. - Szász, E.: *The Influence of Individual Value System of CEOs on Corporate Social Responsibility*, MIC 2015- International Conference on Managing Sustainable Growth, University of Primorska, Faculty of Management Eastern European Economics and Society for the study of Emerging Markets, Portoroz, Slovenia, 29-30 May 2015.

Nagy, E.- Szász, E.: *The Impact of Individual Value System of CEOs on Corporate Social Responsibility*, 12 th Annual International Conference on Economics and Business Challenges in the Carpathian Basin Sapientia Hungarian University of Transylvania Faculty of Economic and Human Sciences, Miercurea-Ciuc Value changes in a transforming economy, 5-6 JUNE, 2015.

Nagy, E.-Szász, E.: *CSR activities of the enterprises in the hospitality industry in Bihor county*, International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts SGEM 2015, Congress Centre “Flamingo Grand”, Albena, Bulgaria, 24 August-02 September 2015.

Nagy, E. - Szász, E.: *The impact of personal value system of CEOs on Corporate Social Responsibility*, International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences and Arts SGEM 2015, Congress Centre “Flamingo Grand”, Albena, Bulgaria, 24 August-02 September 2015.

Nagy, E- Szász, E.: *The assuming of corporate responsibility of large Romanian companies in telecommunication sector and in banking sector*, 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science & Arts, SGEM 2016, Congress Centre “Flamingo Grand”, Albena, Bulgaria, 22-31 August 2016.

Nagy, E- Szász, E.: *The similarities and differences in taking responsibilities of large companies and SME's*, 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Science & Arts, SGEM 2016, Congress Centre “Flamingo Grand”, Albena, Bulgaria, 22-31 August 2016.

Veres, E.: *The commitment of Bihor county's entrepreneurs towards social programs*, MIC 2016- International Conference Managing Global Changes, University of Primorska, Faculty of Management, Pula, Croatia, 1-4 June 2016.

Veres, E.: *Factors which influences the social behaviour of companies executives*, 13th Annual International Conference on Economics and Business Challenges in the Carpathian Basin Integration and modernization opportunities on the edge of Europe, Sapientia Hungarian University of Transylvania, 20-22nd October, 2016.

Veres, E.: *The Influence of Executives' Individual Values on CSR, Case Study Among SME's in Bihor County*, A Magyar Regionális Tudományi Társaság XIV. Vándorgyűlése, társszervező: Partiumi Területi Kutatások Intézete, Nagyvárada, , 2016.szeptember.15-16.

Veres, E.: *A vállalatvezetők társadalmi magatartását befolyásoló tényezők vizsgálata*, Tudományos Hét, Dunaújvárosi Egyetem, Közgazdaságtudományi szekció, 2016.november.7-10.

Veres, E- Szász, E.: *A Bihar megyei vállalkozók CSR-attitűd vizsgálata*, A Magyar Regionális Tudományi Társaság XIV. Vándorgyűlése, társszervező:Partiumi Területi Kutatások Intézete, Nagyvárad, 2016.szeptember.15-16.

Veres, E: *Factors which influences the social behaviour of companies executives, case study among SME`s in Bihor county*, 6th International Conference of Economic Science, Kaposvár University – Kaposvár – Hungary - 4-5 May 2017.

Veres, E.: *Social behaviour of companies executives in case of SME`s in Bihor county*, 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences& Arts, SGEM 2017, Congress Centre “Paradise Blue”, Albena, Bulgaria, 24-30 August, 2017.