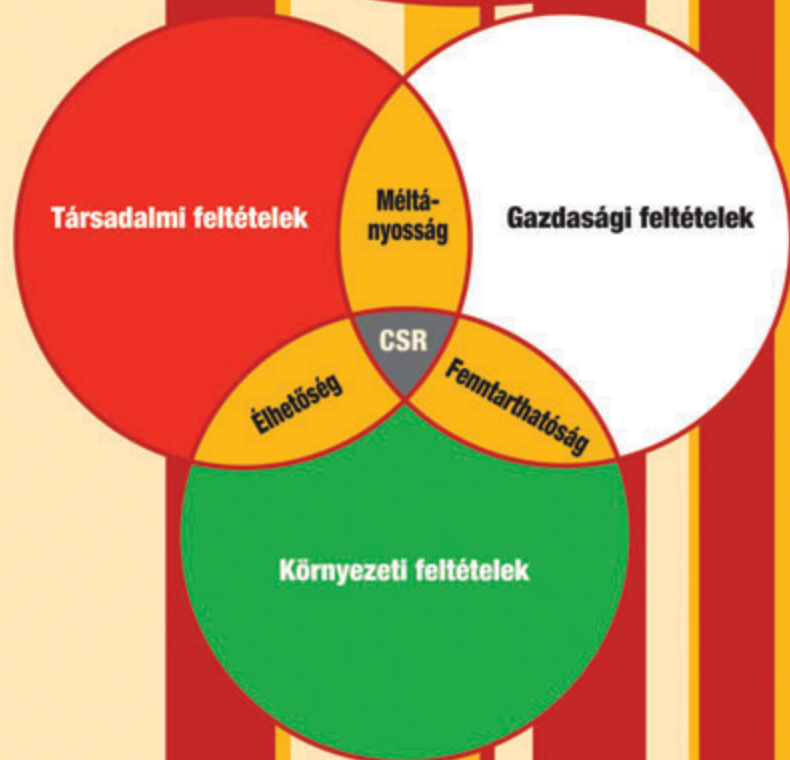


Angyal Ádám

VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGE, FELELŐS TÁRSASÁGIRÁNYÍTÁS

(Corporate social responsibility)



Angyal Ádám

VÁLLALATOK
TÁRSADALMI FELELŐSSÉGE,
FELELŐS TÁRSASÁGIRÁNYÍTÁS

Angyal Ádám

VÁLLALATOK
TÁRSADALMI FELELŐSSÉGE,
FELELŐS TÁRSASÁGIRÁNYÍTÁS

(Corporate social responsibility)

KOSSUTH KIADÓ / BUDAPEST

TARTALOM

Előszó és köszönetnyilvánítás	11
Bevezetés	13
I. A VÁLLALATI KORMÁNYZÁS ÉS A FELELŐSSÉG ÉRTELMEZÉSI KERETEI	18
A felelős vállalati magatartás értelmezése	20
Fogalmak, definíciók	22
A vállalatok társadalmi felelősségének dimenziói	26
A társadalmi felelős magatartás elvi problémái	28
A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának kialakulása	28
A társadalmilag felelős vállalati magatartás a vezetéstudományban	29
A felelős magatartás elméletéhez	36
Etikai paradigmák	41
Fenntartható fejlődés	43
Nézetek az üzleti szervezetek társadalmi szerepéről	44
II. A FELELŐS VÁLLALATI POLITIKA ALKALMAZÁSÁNAK EGYES PROBLÉMÁI	52
A társadalmi felelősség értékelése	54
Az önkéntesség mint a felelősségvállalás forrása	65
A korrupció	69
A felelős magatartás kockázatai	71
A felelős magatartás motorjai	74
A felelős magatartás mint üzleti megfontolás	79
Mire terjed ki a társadalmi szerepvállalás	82
A közhatalom szerepe a felelős magatartás alakításában	86
Vállalati polgár, vállalati lelkiismeret, társadalmi párbeszéd és szerepvállalás, kapcsolt marketing	88
Haszonélvező vagy együttműködő	93
A felelős magatartás divatja és mozgalmi jellege	95
A felelősség néhány különös intézménye	98
A társadalmilag felelős magatartás ellenérvei	100

III. A FELELŐS MAGATARTÁS KIALAKÍTÁSA	103
Stratégia, kultúra, kontingenciák	103
Szervezeti tanulás	108
Vállalati felelősség mint érték	113
Az értékek tudományai	113
A gazdálkodástudomány értékfelfogásai	115
Egy kitekintés: az axiológia	118
Az új láthatatlan kéz	121
A felismerés	124
A felismerés természete	126
A szervezeti magatartás és a felelősség kapcsolata	128
A szervezeti kulturális magatartás természete	130
A szervezeti kultúra összekötő elemei	134
A szervezeti kultúra és az erkölcs kapcsolata	138
A szervezeti kultúra etikai stratégiája	141
A felelős magatartás tanulása	142
A felelős magatartás elsajátításának fokozatai	147
A felelős gazdálkodást befolyásoló szervezeten kívüli tényezők	152
A felelős magatartás állapotának modelljei	153
IV. A FELELŐS MAGATARTÁS MEGSZERVEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKELÉSE	157
A felelős magatartás önértékelésének általános módszerei	161
Általános Beszámoló (General Reporting Initiative, GRI)	161
Európai Kiválósági Rendszer (European Foundation for Quality Management, EFQM)	162
Módszerek a felelős magatartás értékelésére	163
A felelős magatartás állapotának mérése és elemzése a telekommunikációs iparágban	167
A felelős magatartás állapotának mérése és elemzése a logisztikai iparágban ..	169
Vezetői önértékelő modell (SAIP)	171
Kis- és középvállalatok felelős magatartását támogató intézmények vizsgálata	176
Vállalati bűnözésre való hajlam kiszűrése – FSGO-értékelés	179
A hazai felelős vállalati gyakorlat jellemzői	181
ÖSSZEFOGLALÁS	187

V. MELLÉKLETEK	191
1. A kis- és középvállalatok felelős magatartása intézményeinek kutatása	191
2. A telekommunikációs iparág nagyvállalatának felelősségi viszonyait értékelő kérdéslista (checklist) kiértékelése	197
3. A logisztikai iparág nagyvállalatának felelősségi viszonyait értékelő kérdéslista (checklist) kiértékelése	202
4. Négy nagyvállalat felső vezetői önértékelésének (SAIP) részletes adatai ...	207
5. A felelős magatartás fokozatainak (tanulásának) értelmezési példája	213
6. Kivonat a Magyar Olaj- és Gázipari Nyrt. honlapjának Társadalmi Felelősségvállalás oldalából (2006)	217
7. Kivonat a Magyar Telekom Nyrt. GRI-elvek szerint készített Fenntarthatósági Jelentéséből (2007)	222
8. Kivonat a Nyírségvíz Zrt. Európai Kiválósági Díj pályázatából (2008)	239
Felhasznált irodalom	257
Tárgymutató	265

*Ne azt kérdezd, mit tett érted a Haza.
Az a kérdés, mit tettél Te a hazáért.*
(Több szerzőnek is tulajdonított mondás)

ELŐSZÓ

ÉS KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

2001-ben megjelent a *Vállalati kormányzás*, 2003-ban a *Nézetek az erkölcsről* című könyvem. Egyetemi oktatásban tankönyvként használják őket, erre a célra készültek. Mindkét kötet végső soron ugyanazzal a kérdéssel foglalkozik: a vállalatok vezetése hogyan alkalmazkodik a nem kifejezetten gazdasági, gazdálkodási problémákhoz. Ilyenek például a tulajdonosok elképzelései, a demokrácia, a kollektív vezetés vagy az erkölcs kihívásai. Ezeknek folytatása ez a kötet. Az üzleti szokások és a társadalmi elvárások egyre határozottabban, látványosabban készítenek arra a vezetőket, hogy a szűkebben vett gazdasági célok mellett más, szélesebb, társadalmi, közösségi célokat is kitűzzenek. A gazdaságtudományokban egyre erőteljesebben érvényesülnek olyan nézetek, amelyek tükrözik a vállalatok gyakorlatát: nem csak a profit, a piaci érvényesülés, a növekedési vágy, a tulajdonosok gazdagítása hajtja őket. Összefoglalóan *felelős társadalmi magatartásnak* (corporate social responsibility, CSR) nevezik az olyan vezetést, amelyik a pénzcsináláson túl más – sokak szerint nemesebb – közösségi célokat is el akar érni. Ez a könyv erről a folyamatról, jelenségről szól. Úgy tűnik, nemcsak a tudósok, de a gyakorló vezetők körében is egyre elfogadottabb, hogy a vállalatok az üzleti célok elérése mellett a helyi közösségek és a társadalom egészének állapotáért is felelősek.

A társadalmilag felelős magatartás több ezer év óta ismert, az ezzel kapcsolatos üzleti gyakorlatot is több száz éve ismerjük. A modern gazdaságtudományokban azonban csak a 20. század végén jelenik meg e probléma igényes elméleti vizsgálata. A felelős vállalati magatartás gyakorlata – néhány korábbi úttörő vállalattól eltekintve – csak a harmadik évezred elejétől honosodik meg szélesebb körben.

Az 1998-ban bővített kiadásban megjelent Backwell Encyclopedic Dictionary of Organizational Behaviour sem a „felelősség”, sem a „vállalatok társadalmi felelőssége” címszót nem tartalmazta. „Vállalat társadalmi teljesítménye” (corporate social performance) címszó alatt azonban már olyan jelenségeket ír le, amelyek a társadalmi felelősség fogalmához közelítenek. (A későbbiekben még hivatkozunk más nemzetközi szótárakra is, amelyek ugyancsak mostohán bánnak a társadalmi felelősség fogalmával.)

A különböző tudományos megközelítések közül a vezetéstudomány mellett a jog, a környezettudományok és a szociológia járulnak hozzá a legnagyobb mértékben a társadalmi felelősség értelmezéséhez. A hazai – egyébként nem túl gazdag – vállalati felelősségi

szakirodalom is ezeken a területeken a legigényesebb. A mi megközelítésünk* a vezetés-tudomány oldaláról indult ki, elsősorban a vezetőképzésben használható munkát szándékoztunk írni.

A felelős magatartással kapcsolatos nemzetközi források ma már kiforrottak. Az Oxford University Press 2008-ban már két összefoglaló kötetet – handbook, illetve critical introduction néven – is kiadott a vállalatok társadalmi felelőssége témában, de a világhálós szakirodalmi keresők is százszámra kínálnak feldolgozásokat, kutatásokat. Magyarországon azonban egy viszonylag friss tudományos és gyakorlati probléma önmeghatározásának korát éljük. Könyvünkkel hozzá kívánunk járulni a felelős társadalmi magatartás elméletének fejlesztéséhez és ezzel az oktatás, a kutatás és a gyakorlati alkalmazás terjesztéséhez is.

Ennek a kötetnek az elkészítése során igen sok hazai kutató, szerző írásait használtuk. Nevüket a Felhasznált irodalom című rész tartalmazza, felsorolásuk egyben munkájuk méltánylása is. E helyen külön köszönetünket és elismerésünket fejezzük ki azért, hogy a járatlan úton elindultak. Köszönet illeti azokat a szervezeteket, vállalatokat és vezetőiket – nevüket e kötetben leírtuk –, akik, illetve amelyek gyakorlatukkal, magatartásukkal vagy más hozzájárulásukkal segítettek a felelős viselkedés terjesztésében. Igen sok nemzetközi – elsősorban angolszász és frankofon – forrást néztünk át, és részt vettünk olyan hazai és nemzetközi rendezvényeken is, ahol tanulni lehetett a felelős magatartást. Meg kell említeni a Corvinus Egyetemet, ahol támogatták e munkát, lehetőséget teremtettek a kutatások folytatására és a nézetek terjesztésére. Összességében, noha én vagyok e könyv szerzője, nagyon sok szerző, kutató, vállalat, szervezet segített a munka összeállításában, amiért köszönet illeti őket.

* A magyar nyelv szabályai szerint egyes szám első személyben kellene fogalmazni, ha saját véleményemről közlöm. A szakirodalomban elfogadottak szerint azonban többes szám első személy a megszokott. Ez kifejezi, hogy a szerző saját gondolatai megalapozásában mások is szerepet kaptak. Éppen ezért alkalmazkodtam a gyakorlathoz, és saját véleményemet is többes szám első személyben fogalmaztam. A nyelvhelyességi megjegyzéshez tartozik, hogy e könyvben az egyre általánosabbá váló szokásokkal ellentétben igyekeztem a szakkifejezések magyar változatát használni. Az egyértelműség kedvéért – miután néhány fogalom hazai megfelelője (fordítása) még nem tisztázott – esetenként az angol kifejezést is bemutatom. Arra biztatom kollégáimat, hogy a magyar nyelvű szakirodalomban használjuk saját nyelvünket.

BEVEZETÉS

Szervezetek és szervezett folyamatok működésének elemzésére sokféle megközelítés alakult ki. A vezetés és szervezés tudománya többtucatnyi különféle irányzatot, iskolát különböztet meg (Kieser, 1995). Mindezek egyik fontos – valószínűleg a legáltalánosabb – alapvetése, hogy miként lehet a szervezeteket eredményesebbé, sikeresebbé, hatékonyabbá tenni. Holisztikus megközelítésben a szervezetek alapvető célja a siker elérése. Annak ellenére, hogy a siker kifejezés sokkal általánosabb, mint a vezetésstudomány foglomtára, azt úgy értelmezhetjük, mint a résztvevők és érintettek tetszését, elégedettségét kiváltó körülményt. A sikert lehet pozitív eredményként is értelmezni.

A szervezeteket a sikergyártás oldaláról vizsgálva három olyan áramlatra figyelhetünk fel, amelyek jelentősen eltérő forrásokból eredően, de a mindennapi gyakorlatban egyre erőteljesebben összefonódva és együtt hatva érvényesülnek – elsősorban a nyereségérdekelt, azaz az üzleti szervezetek vezetésében. Az egyik a vezetés sajátos megközelítése, a vállalati kormányzás vagy más néven társaságirányítás (corporate governance, CG). A másik a vállalatok társadalmi felelősségének erősödő érvényesítése, mely elsősorban a vezetés játéktere. Ezt ugyancsak elfogadott angol szóhasználattal corporate social responsibility-nek, CSR-nek nevezik. A harmadik a szervezeti tanulás (organizational learning), amely azzal foglalkozik, hogyan képes a szervezet és vezetése változni, felkészülni a változásokra.

Munkánk arra irányul, hogy a fentebb említett három főirány – a tanulás, a CG és a CSR – miként érvényesülhet együtt. Ezen belül elsősorban a vállalatok társadalmi felelősségének érvényesülésére összpontosítunk. Figyelmünket az elméleti problémákon túl a valós üzleti folyamatok megismerése, felderítése iránti igény fókuszálta ebbe az irányba. Nem kétséges, hogy azok a viták is befolyásoltak, amelyek a CG és a CSR megközelítést összegegyeztetetetlennek, antagonisztikusnak, de legalábbis kettős, egymást nem kiegészítő viszonyban, dichotómiának értelmezik. Minden elméleti vizsgálódást megelőzően kijelentjük, hogy miután a gyakorlatban a vállalati kormányzás és a szervezetek társadalmi felelőssége közösen érvényesül, ezért a két fogalom összegegyeztetetlenségével nem értünk egyet.

Az elméletinek tűnő vita mélyén az a kérdés lapul, hogy lehet-e egyáltalán az üzleti érdekek közepette etikai, a vállalati érdekeken túlmutató megközelítéseket is tartalmazó egyéb érdekviszonyokat találni. A pontosság kedvéért rámutatunk, hogy az erkölcsi megközelítés, tágabban a társadalmi szempontok érvényesítése gazdaságfilozófiai viták témája. Az alapkérdés az, hogy a vállalati önérdék (individuális érdekek) és a közösségi (kollektív) szempontok együttesen képesek-e érvényesülni a kapitalizmus, a piacgazdaság keretei közt. A mai uralkodó nézetek szerint a siker egyik fontos tünete és egyben mércéje is, hogy egy cég miként tud közösségi céloknak is megfelelni.

A vezetéstudomány azon képviselőihez tartozunk, akik minden létező, működő megoldást – mint elméletileg is lehetségest – elfogadnak. Ebben a megközelítésben a CG és a CSR együttesen se nem útkeresztvezető, se nem útelágazás, se nem párhuzamosság, hanem összefonódás, együttes érvényesülés. Erre jellemző a változás, a tanulás, azaz a nem stabil állapotok, hanem a dinamikus folyamatok elemzése.

Mind a vállalati kormányzás, mind a felelős magatartás igen hosszú, mondhatni történelmi múlttal rendelkezik. Vállalati kormányzásról mint üzleti szervezetek irányítási módszeréről azóta beszélhetünk, amióta társas – tőke- vagy személyegyesítő – vállalkozások, például részvénytársaságok, szövetkezetek, közös vállalkozások léteznek, azaz a 15. századtól. Az első közös vállalkozások történelmileg a kereskedelem és szállítmányozás (hajózás, karavánszervezés) területén alakultak ki. A társulások oka nemcsak a jelentős tőkeigény volt (ennél nagyobb erőforrások is voltak már egy kézben), hanem legalább ennyire a kockázatmegosztás több érdekelt között (Monks–Minow, 2001). A felelős viselkedés nyomai a gazdaságtörténetben mindig is tetten érhetők. Az alattvalókról való gondoskodás a történelem minden önkényuralmi rendszerében bizonyos értelemben elvárt szokás, sőt törvény is volt. Hasonlóképp a szegények vagy a művészetek támogatása, az adományozás a tehetősebbek részéről évezredek hagyomány. Azt a közgazdaságtan története már a korai kapitalizmusban is feljegyezte (lásd a későbbiekben Adam Smith gondolatait), hogy az üzletember nemcsak haszongyártó, hanem társadalomalkotó felelős személy is.

Az etikai méltányossági megfontolások igen régóta ismertek. Az antik római szokások leírásában fellelhetők olyan megjegyzések (Szepessy, 1998), amelyek a szolgálkorról – azaz alkalmazottakról – való gondoskodásról, ellátási kötelezettségről szólnak. Ez lényegében fennmaradt a manufaktúrák, céhek vállalkozási világában, amely az ipari forradalomig a gazdasági szervezetek szinte kizárólagos formája volt. Már a 17. század Angliájában voltak szegénnytörvények, amelyek a megfelelő jövedelemmel nem rendelkezők sorsát kezelték. A kései 1770-es években elégedetlenségi hullám bontakozott ki az angol gyáripárban, amely nyomán reformmozgalmak is születtek. A világon a szociális problémákat érintő első brit törvény, a Factory Act 1819-ben született. Az első korlátozott társadalombiztosítási intézmény a korántsem vajszívűségéről ismert Bismarck kancellár nevéhez fűződik, aki a szociáldemokratákkal kötött egyezségben vállalt szociális intézkedéseket.

Az üzleti etikai megnyilvánulások jelentős része visszavezethető a méltányossági elvek alkalmazására. Az elmélet mellett azonban a gyakorlat is bővelkedik filantróp megoldásokban. A vezetéstudományban gyakori az olyan esetek leírása, amelyben vállalkozók és cégek jelentős lépéseket tettek az alkalmazottak megbecsülése érdekében. Ezek az intézkedések többnyire azzal a szándékkal születtek, hogy növeljék a teljesítményeket, vagy más foglalkoztatási, gazdasági célt érjenek el. Angliában az 1770-es évek végi munkáselégedetlenségek nyomán született reformmozgalom híres eleme volt a Wilberforce néven elhíresült rabszolga- (más értelemben: kizsákmányolás-) ellenes mozgalom. A II. József által 1785-ben megalkotott jobbágy (felszabadítási) rendelet, amely a Habsburg Birodalom országaira vonatkozott, a gazdasági célokon (adónövelésen) túl nem nélkülözötte az olyan humanitárius és politikai elemeket sem, mint a szabadságjogok kihirdetése.

Az egyik első átfogó szociális intézményi kezdeményezés Skóciában történt. New Lanark városában ma is látható azoknak az ipari lakótelepeknek egy része, melyeket a 19. században munkásoknak építettek, és amelyekben a korábbi nyomorvedekhez képest emberi léptékű lakások, iskolák, gyermekintézmények, sportlétesítmények és kulturális lehetőségek is voltak. A gyáros és utó-

pista szocialista Robert Owen fejlesztette ki a telepet mintegy 2500 ember számára. Itt tilos volt a tíz éven aluli gyermekek dolgoztatása (ez az első lépés a gyermekfoglalkoztatás tilalmára), az anyákat pedig gyermekgondozók segítették, hogy dolgozhassanak. Akkoriban nagy meglepetést okozott, hogy a munka hatékonysága nőtt, és a gyár felvirágzott.

1912-ben Ford autógyáraiban jelentősen (közel négyszeresére) emelték az órabéretet, és ezzel a korábbi, éves szinten közel 60 százalékos munkásfluktuációt lényegében megszüntették (ráadásul az emelt munkabér lehetőséget teremtett a Ford autók vásárlására. Sokan ezt tekintik az amerikai középosztály születésének). 1912-ben elkészült egy kvéker befektetési intézmény (bank), a Penney Corporation alapító okirata, amely talán elsőként a kapitalista szervezetek közt etikai megfontolások alapján kinyilvánította, hogy a szesz- és dohányiparba nem fektet be és nem hitelez számukra. Híressé váltak a hawthorni kísérletek, melyeket a Western Electric cég Chicago melletti telepén 1927 és 1932 között folytattak. Ezek elsősorban azt igazolták, hogy a munkakörülmények javítására tett intézkedések növelik a teljesítményt. Ezeket követték a Cadbury-féle Bourneville és a Rowentree által létrehozott New Earswick települések, amelyek normális életlehetőségeket biztosítottak a munkásoknak.

Ezek és más példák azt mutatják, hogy a felelős viselkedés elemei már igen régóta megjelentek a kapitalista vállalatok vezetésében, noha a társadalmi felelősség gondolata még korántsem volt kiforrott. Igen jelentős tett volt Carnegie végrendekezése, amelyben az amerikai multimilliomos több száz millió dollárt hagyott nemes közcélokra, többek között az azóta méltán világhíressé vált Carnegie Hall koncertterem megépítésére is. A New York-i Szabadság-szobor felújítására indított gyűjtéshez az American Express közel kétfélmillió dollárral járult hozzá (a hitelkártya-használók és újkártya-megnyitók után fix összeget adott a felújításhoz).

A gyakorlat mellett a gazdasági gondolkodás elmélete is gazdag az erkölcsi megközelítésekben. Adam Smith, a modern közgazdaságtan egyik alapító atyja egész nézetrendszerét lényegében etikai megfontolásokra építette. 1759-ben – fő művét tizenhat évvel megelőzően – megírta az *Erkölcsei érzelmek elmélete* című értekezését, amely a híres *A nemzetek gazdagságának* előfutára. Ebben arra a következtetésre jut, hogy jóakarát (benevolence) a mindenkit érintő közös jólét (benefit for all) táplálója.

A vállalatok társadalmi felelősségének elmélete tulajdonképpen a 20. század ötvenes éveiben jelent meg. Első jelentős képviselője H. R. Bowen volt. Figyelemre méltó, hogy mind 1991, mind 1998 közgazdasági Nobel-díjasa, R. H. Coase, illetve A. Sen lényegében hasonló eredményre jutott. Úgy tűnik, az erkölcsi alapvetések közgazdasági felismerése annak ellenére általános és elismert, hogy létjogosultságát sokan vitatják.

A hosszú történelmi múlt ellenére a vállalati kormányzás és a felelős vállalati viselkedés tudományosan is értékes elemzése csak a 20. század utolsó harmadában került előtérbe. Manapság a tanuló szervezet, a változásvezetés és más menedzsmentdivatok és -irányzatok is egyre többet foglalkoznak a fentebb említett két jelenséggel és azok együttes érvényesülésével. A figyelem arra is irányul, hogy miként jön létre, fejlődik ki egy szervezetben a felelős magatartás, hogyan válik a szervezeti és működési stratégia egyre markánsabb részévé.

Munkánk célja: a társadalmilag felelős magatartás természetének, elsajátításának és gyakorlatának leírása. Ennek érdekében támaszkodunk a vállalati kormányzásra mint a felelős viselkedés alapvető vezetési megnyilvánulására. A szervezeti tanulás folyamatán keresztül mutatjuk be, hogyan válik egy vállalat (vagy vezetése) felelős gondolkodásúvá.

Konferenciákon gyakran hallottuk, hogy a vállalatok felelős magatartása, a társadalmi problémák megoldásában való részvétel „rossz lelkiismeretük” következménye. Ezen érvelés szerint a vállalatok annyi bajt okoztak az emberiségnek önző, nyereséghajhász természetükkel, hogy ezt akarják orvosolni felelős magatartásukkal. Ez az érvelés (bár tetszetős) nem támasztható alá sem kutatási eredményekkel, sem általános vezetői megnyilvánulásokkal.

A történelem során kialakult a társadalom szervezőinek két nagy családja. Az egyiket nevezhetjük a társadalom mérnökeinek, más néven szakértelmiségnek. Ők azok, akik megszervezik és működtetik a társadalom mechanizmusait. A gazdaság mérnökeit szokás közgazdáknak vagy menedzsereknek nevezni. Őket tekinthetjük a makro- és mikrogazdaság üzemeltetőinek. A társadalom szervezőinek másik nagy csoportját nevezhetjük a társadalom papjainak, akik a közjő hivatott művelői, és az emberekkel, a lélekkel, az erkölcs és a humánus gondozásával foglalkoznak. Ők a művészek, egyházi és világi szociális feladatokat betöltő munkások, nevelők, jó szülők.

A „papság” fogalmát kissé más értelmezésben már bevezették a vállalatok társadalmi felelőssége elemzésébe (Porter, 2003). Eszerint a CSR területével szemben a legerősebb kritika az, hogy vallássá vált, papjai vannak, és így nincs szüksége elméletre. Sok vezető és elemző ugyanis megelégszik azzal: „jól lehet érezni, hogy a CSR jó”. Az emberbaráti akciókat egyszerűen a vezetők személyes hiedelmei (meggyőződése) vezérlik.

A tapasztalatok szerint mindkét csoport – mérnökök és papok – fontos, sőt nélkülözhetetlen a társadalom számára. Szabad értelmezésben írásunk arról szól, hogy a társadalmi mérnökök és a társadalmi papok tevékenysége mennyire hangolható össze. A vezetéstudomány többnyire a gazdaság mérnökeinek munkájával foglalkozik. Úgy tűnik azonban, hogy a társadalmi szerepvállalások okán nagyobb figyelmet kell szentelni az etikai tényezőknél. Ezeket a társadalom papjai, a közjő szolgálói képviselték eddig. Szerepüket, a felelős magatartás gyakorlása révén, a vállalkozások vezetői, tulajdonosai részben felvállalják.

A társadalmilag felelős vállalkozásoknak különleges – mondhatni történelmi – aktualitásuk is van. A 20. század közepén a nyugati országokban létrejött egy csendes megállapodás, gentlemen's agreement a piacgazdaság tulajdonosi szereplői, mondhatni a kapitalisták és az állam között. Elsősorban a kommunista világrend létezése okán, de kisebb mértékben a szociáldemokrata és szakszervezeti fellépések hatására a vállalatok különféle szociális, jóléti szerepeket vállaltak. Ezzel mintegy bizonyították, hogy a kapitalizmus nem is embertelen, hanem éppenséggel gondoskodó természetű. Ehhez társultak a jóléti állami elképzelések és intézmények. Mindezek a kilencvenes évek elejére odáig fejlődtek, hogy a vállalkozások valóságos társadalmi-jóléti szerepeket kezdtek betölteni. Amikor az államszocialista, kommunista rendszerek összeomlottak, ezek a csendes megállapodások értelmüket veszítették, nem volt kinek bizonyítani az „emberarcúságot”. Némi megtorpanás után azonban a vállalkozások ismét erőteljesebben gyakorolták felelős társadalmi szerepüket, noha az indító okok megváltoztak. A jelenlegi helyzetben már nem a kétpólusú világrendszer egyik fele bizonygatja a másikkal, hogy milyen jóságos és fele-

lősségteljes. A szabadelvű (liberális) piacgazdaságok önmaguktól, politikai indíttatás nélkül is egyre erőteljesebben vállalnak jóléti szerepeket. Ezzel kiegészítik a jóléti magatartásra sok tekintetben csak korlátozottan képes államot. Az okok, a történelmi díszlet megváltoztak, de a felelős magatartás ennek ellenére nem tűnt el, hanem éppenséggel felerősödött.

*

Könyvünk öt fő részből áll. Az első részben főleg az elméleti kereteket, fogalmi kérdéseket tisztázzuk, hogy világossá váljék: mit is értünk a vállalatok társadalmi felelőségén. A második részben azt mutatjuk be, hogy az általános vállalati politika, a stratégia miként viszonyul a felelős magatartáshoz. A harmadik rész azzal foglalkozik, hogy a felelős vállalattal kapcsolatban milyen megfontolások merülnek fel. Ezek közé tartoznak az értékekkel, a felismeréssel, a szervezeti kultúrával és a viselkedéssel kapcsolatos problémák. A negyedik rész kutatási eredményeket ismertet, amelyek a felelős magatartás megszervezésével és értékelésével kapcsolatos tapasztalatokról számol be. Az utolsó rész a mellékletek, ahol nyolc különféle felelősségi kutatásunk részleteiről számolunk be. Ezek között három, általunk példaértékűnek tekintett hazai vállalat saját önértékelésének kivonatait is bemutatjuk.