

Accelerating Corporate Social responsibility in the new EU Member States and candidate countries to promote harmonisation, competitiveness and social cohesion

Vállalati Szociális Felelősség felgyorsítása az EU-s tagállamokban és a tagjelölt államokban a harmonizáció, versenyképesség és szociális kohézió elősegítése érdekében

**Vállalati szociális felelősség (CSR) konferencia,
Berlin, 2008. március 12-14.**

A konferenciát Constanze Heimichen (GTZ/német Global Compact) nyitotta meg. A meghívottak az új és legújabb tagállamok és (Lengyelország, Bulgária, Litvánia, Magyarország,) még nem tagállamok szociális partnerei (Macedónia, Horvátország) (szakszervezeti, munkaadói és kormányzati oldal) voltak. A konferencia célja a németországi CSR gyakorlat bemutatása és a téma iránti érzékenyítés. A kibontakozó – gyakran élénk - párbeszédben a fogalom és a CSR-ért felelős szereplők felelősségének és lehetőségeinek tisztázására is sor került. Világossá vált az is, hogy bár a német jó gyakorlat hasznos, az újonnan csatlakozott és a még nem csatlakozott országaiban a CSR kibontakozásához szükséges háttér eltérő, de ennek ellenére a fogalom tisztázásra szükség van az azonos fogalomhasználat miatt.

A német minta: kormányzati és vállalati szinten

A CSR a német szociális piacgazdaság lényegéből fakad, ahol a német vállalatok döntő része szociálisan felelős módon gondolkodik és cselekszik - hangsúlyozta Raphael Neuner, a német Foglalkozási és Szociális Minisztérium „Szociális Európa” csoportjának CSR divíziójának munkatársa – ahol három és fél fő foglalkozik a CSR témával. A CSR témája – különböző szempontból - hét tárcá – köztük a munkaügyi, gazdasági, külügyi, környezetvédelmi - napirendjén szerepel. Ahhoz persze hogy ezt hatékonyan tudják tenni, a különböző tárcáknál folyó munka megfelelő összehangolására van szükség. Ehhez az első lépés a koordináció kialakítása volt, majd következő lépésként forrástanulmány készült, s ezt követően az érdekelt felekkel bilaterális majd multilaterális párbeszéd megszervezésére került sor. A bilaterális párbeszéd során a minisztériumok vállalatokkal, munkaadói szervezetekkel találkoztak. A tapasztalatok szerint a vállalatok jóval nyitottabbak volt a témára, mint ahogy ezt eredetileg várni lehetett, s mint a munkaadói szervezetek.

A CSR-nek a kormányzati és törvényhozói oldalról kellőképpen alátámasztott megvalósítása nem egyszerű, egyszerre kell a CSR lényegéből fakadó önkéntességet és az ezen önkéntesség mögött álló vagy ezt elősegítő, támogató szabályozást, törvényes hátteret kialakítani és biztosítani, mégpedig úgy, hogy azért a CSR önkéntes jellege maradjon a fókuszban.

Ha egy ország elő akarja segíteni a vállalatok szociálisan felelős magatartását, akkor az ehhez vezető első lépés az, hogy az érintett illetékesek egyformán értelmezzék a fogalmat. A következő lépés a megfelelő nemzeti stratégia kialakítása a főbb elérendő általános célok meghatározásával. A megfelelő nemzeti CSR stratégiák létrehozása pedig a politikusok, törvényhozók feladata. Ebben érhető tetten a kormányzat és törvényhozás felelőssége, s ebben a szellemben igyekszik a német kormányzat cselekedni a CSR témakörében.

A CSR sokirányú, hozzájárul a vállalat versenyképességének növeléséhez, a szociális dimenzió erősítéséhez, az európai szociális modell részét képezi. A szociális dimenzió és így a CSR fontosságát nem lehet megkérdőjelezni a globalizáció korában sem. A törvényhozók szerepe felértékelődik az olyan jellegű törvények kidolgozásában, mint a munkavédelmi szabályok.

A német kormány más egyéb konkrét eszközökkel is igyekszik a CSR alkalmazását elősegíteni, pl. a fogyasztók tájékoztatásával, irányvonalak, útmutatók kidolgozásával. Napirenden van az is, hogy a közbeszerzések elbírálásánál a CSR követését esetleg szempontnak tekintik.

A németországi CSR jellegére, volumenére és működésére jó példa az 50 országban 244 ezer foglalkoztatottal működő **Deutsche Telekom**. A Deutsche Telekom számost területen és régóta gyakorolja a szociális felelősséget. Először is azokra a kérdésekre kellett megtalálni a választ, hogy milyen haszna származik a szociálisan felelős magatartásból egy olyan vállalatnak, mint amilyen a Deutsche Telekom, és hogyan kapcsolódik a CSR az üzlethez? Szükség volt és szükség van a CSR és a piac szempontjai közötti egyensúly fellelésére és szem előtt tartására – hangsúlyozta Georg Habenicht, CSR menedzser (Corporate Responsibility Activities Worldwide, Deutsche Telekom). Lényeges az átfogó stratégia megléte is, csak így lehet eljutni az egyszerű filantrópiától az átfogó vállalati szociális felelősségig. Tehát érdemes kidolgozni a megfelelő vállalati CSR stratégiát, ami persze különbözik a szokványos üzleti stratégiáktól. Ugyanakkor nem kell félni attól, hogy ez nem fog valamikor megtérülni – igaz közvetett módon - üzleti szempontból is.

Jelentős és követendő CSR tevékenységet fejt ki a Deutsche Telekom akkor is – amikor számtalan szociális és kommunális programja mellett – energiaszükségletét teljes egészében megújuló energiaforrásokból – szél, víz, nap – fedezi!

Hogyan jut el a CSR a vállalat dolgozóihoz? A Deutsche Telekom esetében az intranet-en keresztül jut el a vállalati CSR filozófia minden alkalmazotthoz. A központi igazgatósági épületben működik a CSR osztály. Ez persze nem elég, aktívan be kell vonni a CSR tevékenységekbe a lehető legtöbb embert, a vállalaton belül és azon kívül is. A Deutsche Telekom – anyavállalat – figyeli a leányvállalatok CSR tevékenységét is.

Egy másik német transznacionális vállalatóriás, az energiaszektorban működő **RWE** is több mint egy évtizede tudatosan követi a szociálisan felelős vállalati filozófiát. Az RWE esetében a környezettudatos vállalatirányítás nőtt ki CSR stratégiává – mondta dr. Marita Hilgenstock, az RWE CSR igazgatója és a német Global Compact Hálózat irányító bizottságának tagja. Tekintettel a vállalat profiljára, az RWE különösen sokat tesz azokért a közösségeért, térségeért, ahol a vállalatai fellelhetők.

A Németországban a CSR-ban érdekelt felek közül az NGO-kat képviselő Kristina Steenbock (Germanwatch), egyben a German Global Compact irányító testületének tagja rámutatott arra a pozitív változásra, ami az utóbbi évtizedben általában a CSR területén történt: sokkal inkább árt egy vállalat hírnevének manapság az, ha nem áll a vállalati felelősség talaján, mint korábban. Egyre kevésbé kockáztathatja meg egy vállalat azt, hogy a CSR-t figyelmen kívül hagyja. Ma a vállalatok számára alapvető fontosságúvá vált a szociálisan felelős magatartás, igaz ez először a környezeti területeken vált relevánssá, s csak utóbb az emberi jogok területén. Mi annak a kockázata, ha nem veszik figyelembe a vállalatok a CSR-t? Az 1980-as évek végén az ENSZ környezetvédelmi konferenciájára még csak 135 NGO jelentkezett be, 1992-ben már 1400! A transznacionális vállalatok egyik hibája

az, hogy gyakran alábecsülik az NGO-k szerepét, nyomásgyakorló képességét, pedig nem kellene! Egy TNV reputációját érő támadás az NGO-k részről jelentős lehet üzleti szempontból. Az utóbbi években jelentős hatással van globális felmelegedés elleni fellépés számos területre, elsősorban persze arra, hogy hogyan és milyen energiaforrást használjanak a vállalatok. Ez is a vállalati szociális felelősség részét képezi. Végül, de nem utolsósorban nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy ma a nagy intézményi befektetők jelentős része NGO – pl. nyugdíjalapok – amelyek elsősorban NGO-k, és utána pénzügyi befektetők, tehát fontos számukra az, hogy azok a vállalatok, amelyekbe befektetnek szociálisan felelősek legyenek. Létrejött az Intézményes befektetők egyesülete (Association of Institutional Investors), hatalmas – 41 trillió USD – alaptőkével.

A német szakszervezet, a DGB részéről Andreas Botsch titkár és a DGB gazdasági osztályának vezetője szerint a CSR a vállalatvezetés egyik eleme, s arról szól, hogy hogyan kell egy vállalatot irányítani? A szociálisan felelős gondolkodásmódot először a vállalat felső vezetésének kell magáévá tenni, és fontos hangsúlyozni. A CSR vállalaton belüli és kívüli területei közé olyanok tartoznak, amivel a szakszervezetek is foglalkoznak, egész életen át tartó tanulás, képzés, munkavédelem, családi élet és munka összehangolása, egyenlő munkáért egyenlő bért elvének betartása, a nők munkaerő-piaci részvétele, gender mainstreaming, a határozatlan idejű szerződések, az energia hatékonyság, stb. kérdése. A CSR esetében azonban az e célok érdekében történő fellépés önkéntes, nem törvény által, vagy kollektív megállapodásban előírt. Ezért nem igaz az a feltételezés, amit esetenként hallani, hogy a CSR nem más, mint nagyon ravasz módja annak, hogy ne legyen szükség a szakszervezetekre. A magyar hozzászólásban hangsúlyoztuk, hogy a két dolog, a CSR és a szakszervezetek nem zárják ki egymást, hanem kiegészítik.

Németországban a CSR tömeges elterjedése következtében külön üzletággá vált a CSR tevékenységek szervezése. Ezzel foglalkozik az Unternehmen Partner der Jugend (UPJ), aminek képviselőjében Peter Kromminga igazgató számolt be, arról, a gyakorlatban hogyan történik a brokerage, azaz a megrendelő cégek és a tevékenységekben résztvevő NGO-k összehozása, a CSR projektek vezetése, majd a végén az értékelés. A leggyakrabban a közösségekre vonatkozó CSR tevékenységek megszervezéséről, lebonyolításáról és értékeléséről van szó.

Németországban a CSR nemcsak a nagyvállalatok sajátossága, hanem mint ahogy dr. Carmen Giese és a TÜV Rheinland Group-nak a berlini KKVk körében 2006-ban végzett felmérésből kiderült, a KKVk is gyakorolják, bár gyakran nem is tudják. A hosszú múltra visszatekintő családi vállalkozások közül számosan már generációk óta szociálisan felelős magatartás folytatnak, akkor is, ha ezt így nem fogalmazták meg maguknak. A KKVk jelentős mértékben elkötelezettek a környezetvédelem iránt, döntő részük ökológiailag nem káros energiát használ. A felmért KKVk 66 %-ában a munkavállalókat is bevonják a döntéshozásba, a KKVk jelentős részben elkötelezettek munkavállalóikkal szemben. Miért nem tudunk a KKVk szociálisan felelős magatartásáról többet? Azért, mert a KKVk nem kommunikálják ebbéli tevékenységüket megfelelően. 2008/2009-ben Berlinben 10 KKV-re kiterjedő pilot projekt kerül megvalósításra, amelynek célja tudatos és komplex CSR stratégia kidolgozása és alkalmazása a kiválasztott cégeknél.

A CSR terjedése az új és leendő tagállamokban

A CSR nem tagállamokban vagy új tagállamokban történő elterjesztésben szerepe van a UNDP BASELINE tanulmányainak. Ez a helyzet pl. Macedóniában, ahol két hónappal ezelőtt – éppen e tanulmányra alapozva – hoztak létre három minisztérium – a munkaügyi, a

gazdasági és szociális, valamint a környezetvédelmi – részvételével, valamint a szakszervezetekkel, kereskedelmi kamarákkal, az Akadémiával, a médiával és a fogyasztóvédelmi szervezettel közösen egy országos – CSR - koordináló testületet, és kezdték meg a társadalmi vitát a témáról. A szakmai háttérrel a konferencia egyik vendéglátója, a GTZ – német tanácsadó cég – biztosítja – említette Vladimir Patkovski, Cirill és Metód Egyetem.

Litvániában állami költségvetés áll rendelkezésre a CSR-ral kapcsolatos kutatások és egyéb lépések fedezéséhez. Létrehozták a CSR fejlesztését szolgáló nemzeti koordinációs testületet. (Lyra Jakuleviciene, UNDP Litvánia).

Szlovákiában a CSR intézményesítésére lenne szükség – hangsúlyozta Milan Buso, KOZSR.

Mi lehet a német szakember tanácsa a CSR fogalmával még csak barátkozó országok számára? Elsősorban az, hogy legyenek gyorsabbak, mint Németország, ahol már több mint egy évtizede napirenden van a kérdés. Valamint alapvető fontosságú a CSR-ban érintettek (munkaadók, munkavállalók, fogyasztók, környezetvédők, kormányzat, jogalkotók) koordinációjára.

Speciális kérdések: CSR és a korrupció-mentesítés

A CSR témaköréhez sajátosan kapcsolódik a korrupció-mentesítés. Hogyan győzzük le a korrupciót, milyen eszközök állnak rendelkezésre? – tette fel a kérdést Hans-Jörgen Stephan, a Control Risks GMBH igazgatója. Hogyan lehet a vállalat belső konfliktusain felülkerekedni? A vállalat belső értékei – amelyek a CSR-ral kapcsolatos értékeket is magukba foglalják - ehhez alapvetően fontosak. Lényeges a felső vezetői példamutatás („Fejétől büzlük a hal”). A kelet-európai országok vállalatainak kérdőív alapján végzett korrupciós vizsgálata során világosan megkülönböztethető két országcsoport, a korrupciós magatartás által kevésbé jellemzett kelet-és közép európai országok, és a korrupció által inkább fertőzött dél-kelet-európai országok. Lényeges azt is hangsúlyozni, hogy a korrupció inkább a vállalaton kívüli relációban előforduló, nem a vállalaton belüli jelenség (pl. közbeszerzés). Hogyan lehet ezen felülkerekedni? Fontos, hogy létrejöjjön a vállalatok azon csoportja, amely nem korrump, elindítsanak egyfajta folyamatot. De hasznos lehet az is, ha kijelölnek egy időpontot, pl. január elsejét, mint egyfajta új időszámítás kezdetét, moratóriumot hirdetve.

Összefoglalva, a németországi CSR – a körülmények különbözőségének figyelembe vétele mellett - sok tanulságot hordoz az új és a leendő tagállamok számára. Tény az is, hogy ahhoz, hogy a CSR elterjedjen az új tagállamokban nemcsak időre van szükség, hanem arra is, hogy – az alapvetően fontos kormányzati támogatás mellett - egy kritikus számú tömeghez eljusson a CSR fogalma, és szándékká váljon alkalmazása. A CSR elterjesztésében a szakszervezetek fontos partnerek lehetnek, már csak azért is, mert a CSR nem a szakszervezeteket helyettesítő eszköz. A CSR keretében megvalósított tevékenységek önkéntes alapon történnek, miközben a szakszervezetek által kötött kollektív megállapodások betartása kötelező a munkaadókra és munkavállalókra nézve. A CSR tehát több (környezeti tevékenység, helyi közösségben kifejtett tevékenység) is és kevesebb is, mint amit a szakszervezetek nyújtanak. A szakszervezetek ugyanakkor elősegíthetik, hogy az a bizonyos kritikus tömeg megismerkedjen a CSR-ral.

dr. Borbély Szilvia, MSZOSZ
2008. március 15.

