

# **Gyöngyösi Zsuzsanna**

## **A multinacionális cégek társadalmi felelőssége és lehetőségei gazdaságetikai programok megvalósításában\***

### **Bevezetés**

A XX. század második felétől egy új típusú vezetési stílus kezdett elterjedni a vállalatok körében. A hatékonyságon és profittermelésen kívül megjelentek olyan új szempontok, mint a környezet- és fogyasztóvédelem, a munkavállalók egészsége és biztonsága. A fenntartható fejlődés érdekében a vállalatoknak felelősen kell bánniuk erőforrásaikkal (legyen az akár nyersanyag, akár élők munkája) és figyelembe kell venniük a vállalat működése által érintettek (közvetlen környezet, alvállalkozók, munkavállalók, fogyasztók) érdekeit is. A társadalmi felelősségvállalás<sup>1</sup> (Corporate Social Responsibility, CSR), vagy 'társadalmi vállalati felelősség' tartalmát az Európai Közösségek Bizottsága úgy határozza meg, hogy a vállalatok önként érvényesítenek szociális és környezeti szempontokat, saját üzleti tevékenységükben, valamint alvállalkozóikkal és ügyfeleikkel fenntartott kapcsolataikban egyaránt ([http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/hu/com/2006/com2006\\_0136hu01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/hu/com/2006/com2006_0136hu01.pdf)).

Jelen tanulmány célja a gazdaságetika témakörének általános bemutatásán és történelmi áttekintésén túl annak vizsgálata, hogy milyen konkrét lehetőségei vannak a multinacionális vállalatoknak a társadalomért felelős cselekvésre, a helyi vagy szélesebb körű társadalmi problémák megoldására amellet, hogy profitorientált működésük folyamatos hatékonyságnövelésre és költséghatékonyságra ösztönzi őket. Meggyőződésem, amelyet jelen munkában bizonyítani igyekszem, hogy e két szempont összeegyeztetése lehetséges, sőt kedvező minden résztvevő fél számára.

---

\* A tanulmány a Pannon Egyetem gazdaságetikai kutatóprogramja keretében készült. Témavezető: Dr. habil. Garaczi Imre egyetemi docens.

<sup>1</sup> Magyarországon a 'társadalmi felelősségvállalás' kifejezés terjedt el (bár terjedőben van a 'köztudatos' kifejezés is), mint ahogyan azonban a későbbiekben látni fogjuk, a nemzetközi szakirodalomban számos kifejezés szerepel, amelyeket jelen tanulmányban azonos jelentésűként használok. Ilyen kifejezések: 'Corporate Social Responsibility', 'CSR', 'Corporate Citizenship', 'soziale Verantwortung'.

## 1. Gazdaságetika: elmélet és tudomány

### 1.1. A gazdaságetikai gondolkodás kialakulása és fejlődése

Bár a mai értelemben vett „gazdaságetika”<sup>2</sup>, mint önálló tudományág a XX. század hatvanas éveiben alakult, az etika és a gazdaság kapcsolatáról való gondolkodás már az ókorban sem volt ismeretlen. Jele tanulmány természetesen nem vállalkozik a gazdaságetika eszmetörténetének teljes bemutatására, mégis fontosnak tartom egyes gondolkodók elméleteinek rövid összefoglalását.

Platón<sup>3</sup> *„Állam”* című művében az igazságos állam felépítéséről elmélkedett, amely minden polgárának elégedettségét eredményezi. Emellett felismerte a gazdaságban rejlő veszélyeket, *„Törvények”* című művében annak a véleményének adott hangot, amely szerint a városok erkölcsét könnyen megronthatja az élénk kereskedelem, mivel a nyereszkesedés „szelleme” ártó hatású, ezért az államnak maximalizálnia kellene az árakat és az elérhető profitot. Tanítványa, Arisztotelész<sup>4</sup> elsősorban az egyenlőség oldaláról közelített, és úgy gondolta, hogy ugyanazért a tettért mindenki azonos jutalmazásban kell, hogy részesüljön. Fontosnak tartotta továbbá gátat szabni a mérhetetlen vagyonszerzésnek, amelynek káros következményei lehetnek, ezért az etikát a gyakorlati tudományok körébe sorolta. Később Aquinói Tamás<sup>5</sup> is foglalkozott az igazságos ár és bér fogalmaival, és veszélyesnek tartotta a monopóliumok kialakulását, amelyek indokolatlanul drágán kínálhatják áruikat. A reformáció követői már nem ítélték el magát a kereskedelmi tevékenységet, ám maga Martin Luther<sup>6</sup> fogalmazta meg, hogy „Istennek a legfeljebb 5 százalékos banki kamat a tetsző”, amelyet azonban általában ellenzett és csak kivételes esetekben engedélyezett (Csurgó: 1994).

Az újabb kori polgári gondolkodók három kulcsfogalom köré csoportosították elméleteiket, amelyek a következők: szabadság, igazság és felelősség. Thomas Hobbes<sup>7</sup> és Benedictus Spinoza<sup>8</sup> hasonló nézeteket vallottak, amelyek értelmében a kölcsönös segítségnyújtás mindenkinek alapvető érdeke, ennek révén ugyanis könnyebben tudja megteremteni a szükségleteinek megfelelő feltételeket. Ez az elmélet vezetett el az emberek

---

<sup>2</sup> A magyar tudományos szóhasználatban a gazdaságetika és az üzleti etika kifejezések általában szinonimaként fordulnak elő, jelen diplomadolgozat sem tesz különbséget a két elnevezés között.

<sup>3</sup> Platón (i.e.427-i.e.347), a görög filozófia talán legnagyobb alakja.

<sup>4</sup> Arisztotelész (i.e. 384-i.e.322), ókori görög tudós és filozófus, Platón tanítványa.

<sup>5</sup> Aquinói Tamás (1225-1274) olasz teológus, skolasztikus filozófus, etikai munkáiban megkülönböztet teológiai és kardinális erényeket, amelyek közül a kardinálisak természetes erények.

<sup>6</sup> Martin Luther (1483-1546) a protestáns reformáció szellemi atyja, gondolkodó, tudós.

<sup>7</sup> Thomas Hobbes (1588-1679) angol filozófus, egy matematikára és a kor tudományos eredményeire épülő filozófiai rendszert akart kiépíteni.

<sup>8</sup> Benedictus Spinoza (1632-1677) racionalista filozófus a felvilágosodás korában, fő műve az *„Etika”*.

közötti „íratlan” szerződések gondolatához, amelynek eredményeképpen az emberek nem ellenségként, hanem szövetségesként viszonyulhatnak egymáshoz. Az emberek ezeknek a szerződéseknek révén jogaik egy részéről lemondanak az állam javára, hogy az bizonyos feladatokat ellásson és gondoskodjon a közösségről. John Locke<sup>9</sup> hangsúlyozta azonban, hogy a tulajdonhoz és a szabadsághoz való jog mindig az egyes ember kezében kell, hogy maradjon. Ezt a gondolatot a gazdaság szempontjából nézve tehát az államnak kötelessége, hogy biztosítsa a szabad versenyt, valamint az egyének tulajdonhoz, munkához és szabadságához való jogát.

Immanuel Kant<sup>10</sup> filozófiájában az egyén belső meggyőződése kapott kulcsfontosságú pozíciót. Az emberek rendelkeznek egy bizonyos kötelességérzettel, amely alapján cselekedeteik során döntenek erkölcsi jó és rossz között. David Hume<sup>11</sup> egy veleszületett képességről beszélt, amelynek értelmében az ember magasabb célokat is el kíván érni saját anyagi gyarapodásán kívül. Ezt a képességet ’szimpátiának’ nevezte, amelyből fakadóan az egyén a jót viszonyozza jóval és mások szenvedése részvétellel tölti el. Ezzel a gondolattal elérkeztünk a polgári közigazgatás atyjának tartott Adam Smith<sup>12</sup> munkásságához. Smith felfogása szerint sem más egyének, csoportok vagy az állam nem avatkozhatnak be az egyén életébe, sem fordítva, az egyén sem avatkozhat be más egyének, csoportok szabadságába. A gazdasági életben is így kell eljárni, és miközben mindenki saját céljai eléréséért dolgozik, működésbe lép egy úgy nevezett „láthatatlan kéz”, amely a közösség haszna, a közjó felé tereli a folyamatokat. Adam Smith szerint tehát az önérdék által mozgatott szabad verseny erkölcsös. A Smith nyomán kibontakozó gazdasági liberalizmus a piac korlátlan szabadságát hirdeti. Nagyon sokáig a vállalatok egyetlen célja a profit maximalizálása volt, bármilyen úton is volt ez elérhető, az emberek és a környezet védelme, a közjó, semmit sem számított. Számos példát találunk erre a történelem folyamán, akár a nagy földrajzi felfedezéseket követő kizsákmányolásokra, akár a koraujkori első gyárakra gondolunk, ám napjainkban is tetten érhető – igaz a jog már határokat szabott ennek a hozzáállásnak.

Az a tény, hogy az ember egy közösség tagja, bizonyos kötelezettségekkel jár, ami végső soron elvezet a javak és terhek újraelosztásának problémájához. A történelem során számos elmélet született ennek megoldására. Arisztotelész álláspontja szerint az az igazságos, ha mindenki megkapja azt, ami jár neki. Ez a meglehetősen általános megállapítás nehezen

---

<sup>9</sup> John Locke (1632-1704) angol filozófus, orvos és politikus, egyike azon gondolkodóknak, akik a tapasztalatot teszik meg a filozófia alapulvénvé.

<sup>10</sup> Immanuel Kant (1724-1804) német filozófus, a német idealizmus meghatározó alakja.

<sup>11</sup> David Hume (1711-1776) skót filozófus és történész, főbb művei: *Értekezés az emberi természetről*, *Tanulmány az erkölcsök alapelveiről*.

<sup>12</sup> Adam Smith (1723-1790) skót közgazdász és filozófus, a modern közgazdaság-tudomány megteremtője.

megfogható, a gyakorlatba való átültetése pedig megvalósíthatatlannak tűnik. Mindenképpen szükség van a javak és kötelezettségek differenciált – és méltányos – elosztására, amelynél felmerült már például a képességek, az egyéni erőfeszítések és a szükséglet szerinti elosztás is, ám ezek egyike sem bizonyult megvalósíthatónak vagy célravezetőnek. A történelem során láthatunk az egyenlősítő és a teljesítmény szerinti elosztásra megvalósult példákat. A megvalósított egyenlősítő elosztás esetében például jegyrendszerrel lehetett újraosztani a javakat – ez azonban csak átmenetileg és rendkívüli helyzetekben merülhetett fel. A teljesítmény szerinti elosztás bizonyult eddig talán a legigazságosabbnak – amennyiben felállíthatók fokozatok e téren – ám ez az eljárás figyelmen kívül hagyja a különböző hátrányos helyzetű csoportokat, akik valamilyen okból, önhibájukon kívül nem tudnak az „elvárt módon” teljesíteni. Ezeknek a csoportoknak szükségük van arra, hogy külön, más elbírálás alapján részesedhessenek a javakból. Ugyanakkor azt is számos kutató megállapítja, hogy a gazdaságban működő „láthatatlan kéz” csak eszményi esetekben tud működni, ami azonban szinte sohasem fordul elő a valóságban. A problémát elsősorban az okozza, hogy a piaci résztvevők valamelyikének nagyobb hatalma, ereje van a többiekénél, ez pedig egyenlőtlen versenyhelyzethez vezet.

A XIX. század második felének jeles gondolkodói, Jeremy Bentham<sup>13</sup> és John Stuart Mill<sup>14</sup> nevéhez köthető az utilitarista<sup>15</sup> felfogás megjelenése. Bentham szerint akkor helyes egy cselekedet, ha az egy alternatív cselekvéshez képest – amely szintén megvalósítható lenne az adott szituációban – jobb következményekhez vezet. Stuart Mill az érdek nélküli odaadást hangsúlyozza, véleménye szerint az utilitarizmusban határozható meg az emberi cselekvés célja. Az utilitarista felfogás népszerűvé vált a tőkés államok gazdaságpolitikájában. Elterjedtek a költség-haszon elemzések, és a döntéshozók próbálták felmérni az egyes döntési alternatívák előnyeit, hátrányait, az érintetteket érhető károkat és előnyöket. Az utilitarista felfogás mellett az 1920-as években megjelent az a nézet, amely szerint Smith a tulajdonosi érdekeket középpontba állítva elhanyagolta a piac többi szereplőjét, pedig a társadalmi célok csak úgy valósíthatóak meg, ha a piac összes szereplőjének érdekeit egyeztetjük. A fogyasztók, a munkavállalók, munkáltatók, valamennyi szereplő érdekeinek egyensúlyban kell állniuk. A nézőpont megváltozását a háttérben az is előmozdíthatta, hogy a tulajdonjog arányai megváltoztak. A korábban jellemző többségi tulajdonjog helyett, gyakran a vállalatok

---

<sup>13</sup> Jeremy Bentham (1748-1832) angol jogtudós, filozófus.

<sup>14</sup> John Stuart Mill (1806-1873) angol filozófus, véleménye szerint a szellemtudományokban oksági törvényeket kell alkalmazni.

<sup>15</sup> Utilitarizmus: haszonelvűség, a XIX. században megjelenő angolszász etikai irányzat és cselekvésemélet, amely szerint az embereket az örömei vezeti, azaz a lehető legnagyobb öröme törekcsenek a lehető legkisebb szenvedés mellett.

legnagyobb részvényesei is mindössze a részvények 1-2 %-ával rendelkeztek. Az utilitarista cselekvéseméletet gyakran éri az a vád, hogy figyelmen kívül hagyja a szabadságjogokat, mivel azok nem számszerűsíthetők a költség-haszon elemzésekben. John Rawls<sup>16</sup> továbbá azzal bírálja az utilitarizmust, hogy lehetővé teszi egyes csoportok jogainak – köztük szabadságjogának – csorbítását (Csurgó: 1994).

Amartya Sen<sup>17</sup>, napjainkban fogalmazta meg, hogy a konzerválódott egyenlőtlenségek révén jelenleg is óriási méreteket ölt a kizsákmányolás. Példaként említi, hogy Indiában a nem megfelelő oktatási rendszer következtében magas az analfabéták száma. A kormány nem fordít kellő figyelmet a problémára, azzal indokolva ezt, hogy az érintett emberek nem boldogtalanok az analfabetizmus tényétől. Amartya Sen szerint viszont ez a jelenség „szabadságtalansághoz” vezet. Az írás-olvasás képességére számos olyan elem épül, amely az egyenlőtlenség felszámolásához vezethetne, ám ezektől a lehetőségektől az érintettek eleve el vannak zárva (Sen: 2003).

Századunk ötvenes éveiben következett be az a szemléletváltás, amely jelenleg is jellemző a gazdaságetikai hozzáállásra. Egyre nagyobb hangsúlyt kap a vállalatok környezetkárosító hatása, a kisebbségek és hátrányos helyzetű csoportok leszakadása, valamint a nemzetközi óriásvállalatok megnövekedett hatalma. A társadalom érdekében már nem elsősorban a minél gyorsabb profitszerzés áll, hanem a magasabb életszínvonal és a környezet védelmének biztosítása. Ennek szavatolását illetően eltérnek a vélemények, az egyik tábor mindenképpen szükségesnek, sőt elengedhetetlennek tartja az állami beavatkozást a gazdasági mechanizmusokba, a mások tábor viszont kifejezetten ártalmasnak értékeli az intervenciót. Fontosnak tartom kiemelni Kenneth Galbraith<sup>18</sup> és Kenneth Arrow<sup>19</sup> véleményét, amely szerint az állami beavatkozás és a nagyvállalatok nagyobb felelősségvállalása együttesen szükséges az előrelépéshez. Napjainkban a piac ritkán kiegyensúlyozott, a multinacionális nagyvállalatok hatalmuk révén sokszor olyan információknak is birtokában vannak, amelyekkel még az egyes államok vezetése sem rendelkezik, így előnytelen helyzetet tudnak teremteni, mind fogyasztóikkal, mind a kisebb vállalkozásokkal szemben. Az utóbbi évtizedekben mind többen hívják fel a figyelmet a gazdag és szegény rétegek közötti egyre mélyülő szakadékra, míg kiemelik, hogy az adott ország gazdasági növekedése alig érezteti hatását a leghátrányosabb helyzetű csoportok körében. Így sokak szerint először a

---

<sup>16</sup> John Rawls (1921-2002) amerikai filozófus, az „igazság teóriájának” filozófusaként is emlegetik.

<sup>17</sup> Amartya Sen (1933-) indiai származású, amerikai filozófus, 1998-ban közgazdasági Nobel díjat kapott a jóléti közgazdaságtanhoz való hozzájárulásáért.

<sup>18</sup> Kenneth Galbraith (1908-2005) amerikai közgazdász, diplomata, író.

<sup>19</sup> Kenneth Joseph Arrow (1921-) Nobel-díjas amerikai közgazdász.

legalacsonyabb helyzetű rétegek helyzetén kell javítani. Kenneth Arrow arra is felhívja a figyelmet, hogy mivel az egyének önkéntes adakozása esetleges és korlátozott mértékű, ezért az államnak kell magára vállalnia ezt a feladatot. Emellett azonban fontos lenne a gazdasági szereplők társadalmi felelősségvállalása is (Tanyi:2000).

A XX. század második felétől maguk a nagyvállalatok kezdtek el etikai kérdésekkel foglalkozni, mivel felismerték, hogy a dolgozók szociális körülményei – és ezek javítása – hozzájárulnak a profit növeléséhez. Az Amerikai Egyesült Államokban az 1980-as évek végére már a vállalatok 90%-ánál alkalmaztak etikai kódexet. Ezek az etikai kódexek a dolgozó ember oldaláról közelítik meg a munkaszervezet hatékonyságát, egy otthonosabb, kellemesebb munkahely például növeli a hatékonyságot.

A gazdaságetika, mint tudományág az 1960-as években kezdett el kialakulni. A tudományág egyik atyjának talán Ralph Nader<sup>20</sup> tekinthető, akinek 1965-ben megjelent *Unsafe at Any Speed* című könyve bizonyítékokkal alátámasztva írja le, hogy milyen etikátlan eszközökkel élnek egyes cégek profitjuk maximalizálásának érdekében. Nader bizonyította, hogy a monopolhelyzetben lévő General Motors piacra dobott egy hibás konstrukciójú és veszélyes terméket (autótípust), és fogyasztóit megtévesztve például biztonságát kiemelve reklámozta. A könyv hatása meglepően nagy volt, számos fogyasztóvédelmi törvény meghozatalához vezetett, a General Motors pedig visszahívta a teljes szériát. A 80-as évekig azonban „igazi áttörés” nem történt, hiszen a vállalkozások kizárólag a tulajdonosaiknak voltak felelősek, így a törvények betartása mellett elvileg „minden rendben volt”, vagyis a részvényes megkapta az osztalékot, a dolgozó a munkabért, papírforma szerint senkit nem ért sérelem. A változás a 80-as évek végére, 90-es évek elejére tehető. Egyre erőteljesebbé vált az a felfogás, hogy a vállalkozás a tulajdonoson kívül más csoportok irányába is felelősséggel kell, hogy eljárjon. Elterjedt a *stakeholder-gazdaság* fogalma, amely szerint az üzlet mindazokról szól, akiket a tulajdon működtetése közvetve és közvetlenül érint. A gazdaságetika, mint tudomány és tantárgy szintén a 80-as években szilárdult meg, az angliai Business Ethics intézet megalapításával. Magyarországon az etikai megközelítés képviselőit és támogatására 1993-ban alakult meg a Gazdaságetikai Központ.

A gazdaságetikát sokan az alkalmazott etika egyik ágának tekintik, mivel a gyakorlatban, a gazdasági életben próbálja meg az etikai elméleteket megvalósítani, alkalmazni. Zsolnai<sup>21</sup> nyomán megítélésem szerint a gazdaságetikai jóval inkább interdiszciplináris terület, amelyen a közgazdaságtan, filozófia, pszichológia, szociológia és

---

<sup>20</sup> Ralph Nader (1934-) amerikai jogász, a fogyasztói érdekvédelem egyik megalapozója.

<sup>21</sup> Zsolnai László (1958-) a Gazdaságetikai Központ megalakítója és irányítója.

akár a jogtudomány egyes területei, képviselői is sikeresen együttműködhetnek. A gazdaságetika, mint önálló tudományág kialakulásában nagy szerepe van a közgazdaságtan egyes irányzatainak és azok változásainak. A közgazdaságtanon belül Amartya Sen szerint két fő hozzáállás különböztethető meg. Az egyik alapján a közgazdaságtan etikai, a másik alapján mérnöki tudomány. Az etikai megközelítés alapkérdése az, hogy a gazdasági tevékenységek miként hatnak az emberek jólétére, a mérnöki megközelítés pedig azzal foglalkozik, hogy bizonyos célokat mely eszközökkel és ráfordítással lehet a leghatékonyabban elérni (Sen: 1987).

A kizárólag filozófiai jellegű, „öncélú” üzleti etikai elméletek mellett, amelyek nem foglalkoztak a profittal és a vállalkozások alapvető gazdasági érdekeivel és ezért megvalósíthatatlannak bizonyultak, az 1970-es évek végétől megjelentek a „megvalósítható” gazdaságetikai modellek, amelyek kidolgozását maguk a vállalatok ösztönözték, felismerve társadalmi felelősségüket. Napjaink gazdaságetikai vitáinak jelentős része a pozitív jogok biztosítása körül zajlik. A XX. századig az úgy nevezett negatív jogok álltak a középpontban, amelyek azt követelik meg, hogy a jogalany „tartózkodjon valamitől” (a lopástól, az elnyomástól...). A pozitív jogok már jóval nagyobb gondoskodást és felelősségvállalást jelentenek. Pozitív jog például az oktatáshoz, szabad vallásgyakorláshoz, táplálkozáshoz való jog. Ennek értelmében, aki hiányt szenved ezekben, jogosan kérheti ennek az állapotnak a megszüntetését. Nem elég a választás szabadsága, szükség van a lehetőségek biztosítására is, és arra, hogy az egyén képes legyen a szükséges cselekvésekre.

### ***1.3. Gazdaságetika, fejlődés, szabadság***

Amartya Sen a pozitív és negatív jogok alapján, valamint Isaiah Berlin<sup>22</sup> nyomán megfogalmaz pozitív és negatív szabadságot, és felhívja rá a figyelmet, hogy ez a kétfajta megközelítés a társadalmi szituációk nagyon eltérő értékeléséhez vezethet. Példaként említi az éhínségek megítélésének kérdését. Az éhínség egy súlyos szabadsághiány következménye, amikor az egyénnek nincsen meg az a szabadsága, hogy csillapítsa éhségét.

Amartya Sen vitathatatlanul hozzájárult ahhoz, hogy az etikai szempontok ismét hangsúlyossá válhassanak a modern gazdaságtudományban. Számottevő része volt abban, hogy egy ENSZ program (Human Development Report) módszert dolgozott ki arra, hogy az országok megítélésénél ne az egy főre jutó GDP legyen a kizárólagos mutató. Olyan

---

<sup>22</sup> Sir Isaiah Berlin (1909-1997): brit-orosz politikai filozófus, fő kutatási témái: a pluralista világ és annak kapcsolata a liberalizmussal, valamint a pozitív és negatív szabadság.

társadalmi mutatók is az összehasonlítás részét kell, hogy képezzék, mint a várható élettartam vagy az iskolázottság. Sen rendszerében kulcsfontosságú szerepe van az egyéni szabadságnak. Ennek nyomán követésére bevezette az általa alkotott „capability” fogalmat, amely az egyén számára ténylegesen élvezhető, „hozzáférhető” szabadságot jelenti. A szabadságnak két lényegesen különböző fajtája létezik, a lehetőségek szabadsága, vagyis az egyén rendelkezésére álló lehetőségek, és a cselekvés szabadsága, azaz a képesség, hogy az egyén megválasztja értékeit, döntést hoz cselekedeteiről. A szabadság hiányát, annak körülményeit és következményeit Sen a szegénység kérdéskörén keresztül vizsgálja és érzékelteti. A szegénység attól a szabadságtól való megfosztottság, hogy az egyén képes legyen elfogadható életet élni, azaz az ún. „capabilities” szintje minimális. Sen bizonyítja, hogy akár élelmiszer-túlkínálat esetén is jelen van a tömeges éhezés egyes államokban, éppen azokban az államokban, ahol az egyéni szabadság alacsony szinten áll. Az éhínség Sennél a szabadság legdurvább megsértésének a módja, a lehetőségek és képességek hiánya, aminek végső oka az adott társadalomban működő elosztórendszer.

Szemben a hagyományosnak mondható felfogással, amely a GDP vagy az egyéni jövedelmek növekedésével méri a fejlődést, Sen ezt pusztán eszköznek tartja más szintén meghatározó elemek mellett, mint például az oktatási és egészségügyi intézmények színvonala, polgári és politikai jogok, technológiai fejlődés. A fejlődéshez tehát arra van szükség, hogy a szabadsághiány legfőbb okai, mint a szegénység, a közintézmények elhanyagolása vagy az elnyomó hatalmak agressziója megszűnjenek. A gazdasági folyamatokban való részvétel lehetősége kulcsfontosságú a társadalmi élet és az alapvető szabadság szempontjából. Azok az egyének vagy közösségek, amelyek kiszorulnak a piac teremtette lehetőségekhez való hozzáféréstől, nélkülöznek, fejlődés tehát csak a piacok széles körű hozzáférhetőségével képzelhető el, ahogy azt a 3.3. fejezetben C. K. Prahalad munkássága nyomán szintén látni fogjuk. Mindkét kutató a gazdasági mechanizmusok és törvényszerűségek, eddig megszokott módszerek gyökeres újragondolását tartja szükségesnek. Az egyéni szabadság társadalmi elkötelezettséget von maga után, az emberrel valószínűleg egyidős a közösségért érzett felelősség. Sen rávilágít arra a tényre, hogy az együtt élő embereknek – ezt tágabb értelemben, globálisan is érthetjük – fel kell ismerniük, hogy problémáikat közös döntésekkel, együtt kell megoldaniuk. Felmerül azonban az a kérdés, hogy ha az ember saját tetteiért felelős, akkor miért kell másért felelősséget vállalnia – hiszen más is felelős a saját tetteiért. Egyesek kihasználják ezt a gondolatot, hogy a pusztán önérdelmet legitimálják vagy arra hivatkoznak, hogy aláássa az ember önbecsülését, ha mások vállalnak érte felelősséget. Az „igazi” társadalmi felelősségvállalás azonban sohasem



*helyettesíti* az egyéni döntéseket, csupán *segíti, lehetővé teszi* azokat. Ha valaki nem rendelkezik alapvető szabadságjogokkal és képességekkel valaminek a megtételére, nem is lehet felelős annak megtételéért. A felelősségvállaláshoz szükséges a szabadság, a szabadság a felelősség feltétele.

## **2.1. A társadalmi tőke és a nagyvállalatok**

Vitathatatlan tény, hogy a gazdasági környezet nagymértékű változáson ment át a 20. és 21. század fordulóján. A rendelkezésre álló erőforrások, a lehetőségek, a befektetések jellege, a technológiai színvonal, a normarendszer megváltozása mind új kihívást jelent a gazdaság szereplőinek. A 20. század végén kialakult egy számos szakember által új típusú gazdaságnak nevezett gazdasági helyzet. Fukuyama<sup>23</sup> három kulcsfogalommal jellemzi ezt az új típusú gazdaságot, amely álláspontja szerint információs, globális és hálózati. Ez azt jelenti, hogy a korábbinál jóval hangsúlyosabb szerepet kap, hogy az adott gazdasági szereplő milyen mértékben képes megszerezni, feldolgozni és használni az információkat (információs), milyen mértékben képes részt venni a világpiacon folyó versengésben (globális) és milyen szerepet tölt be az egész világot átszövő gazdasági és üzleti hálózatokban (hálózati) (Castells: 2005). Mi különbözteti meg mégis ezt az új gazdaságot a korábitól? Lehet-e egyáltalán újnak nevezni vagy egyszerűen arról van szó, hogy az ipari gazdaság fejlett korszakában munkaerő és kapacitás szabadul fel, amely az információfeldolgozásban kerül hasznosításra? A gazdaság kulcsfontosságú tényezője a termelékenység. Az elmúlt évszázadokban az adott idő alatt, adott ráfordítással végzett tevékenység folyamatosan egyre nagyobb hasznot hozott, a termelékenység dinamikusan növekedett, az utóbbi években azonban ez a növekedési ütem lelassulni látszik (a jelenleg is zajló világválságtól függetlenül is kimutatható ez a lassulás). Melyek az információs társadalom új termelékenységi forrásai? A termelékenység-növekedés a vállalatok és egyéb gazdasági szereplők számára nem cél, hanem eszköz a nyereségesség és a versenyképesség fokozásában. Mint ahogy már említettem, az új típusú gazdaságba való átmenet idején a termelékenység és így a nyereségesség is megtorpant, a vállalatok ezért új stratégiák kidolgozására kényszerültek. Megjelentek az olyan új eljárások, mint például a szervezeti decentralizáció. Mivel ez csupán hosszú távú megoldást jelentett, szükség volt rövidtávon eredményeket biztosító lépésekre is. Egyes vállalatok a munkaerő csökkentésével

---

<sup>23</sup> Yoshihiro Francis Fukuyama (1952- ): amerikai filozófus politikai közgazdász és író. Legismertebb műve az 1992-ben megjelent *'A történelem vége és az utolsó ember'* (*The End of History and the Last Man*).

vagy a bérek befagyasztásával esetleg redukálásával próbáltak eredményt elérni, a valódi megoldás azonban azoknak az új piacoknak a felfedezése, amelyek képesek felvenni a megnövekedett kapacitás által termelt árukat és szolgáltatásokat, mint ahogy ezt egy későbbi fejezetben, Prahalad kutatásai nyomán látni fogjuk. További fontos jellemzője az új típusú információs gazdaságnak, hogy hatalmas társadalmi, kulturális és intézményi átalakulást és alkalmazkodást követel meg, ahogy ez például az új normarendszerről szóló 2.1.4. fejezetben is olvasható.

### **2.1.1.3. Multinacionális vállalatok**

A multinacionális vállalatok olyan vállalatok, amelyek több államban is rendelkeznek telephellyel. Ezek a telephelyek – leányvállalatok – leggyakrabban 100%-ban az anyavállalat tulajdonában vannak, ám viszonylagos önállóságot élveznek. A központilag meghatározott stratégiától általában csak kis mértékben térhetnek el, és bár megfogalmazhatnak lokális stratégiát, az azonban csak nagyon indokolt eltéréseket tartalmazhat, például helyi sajátosságok miatt. A leányvállalatok egymással nincsenek közvetlen kapcsolatban, csak az anyacégen keresztül, sőt az is előfordulhat, hogy a különböző államokban található leányvállalatok egymás konkurensei vagy üzleti partnerei. Kétségtelen, hogy az 'új gazdaság' legfontosabb szereplői a multinacionális vállalatok.

A fejlődő országokban dinamikusan nő a bejegyzett multinacionális vállalatok száma, az anyavállalatok csekély száma ezekben az államokban azonban rávilágít a termelési kapacitás megoszlásának globális aszimmetriájára, ami végső soron súlyos gazdasági függőséget idézhet elő. Mindemellett azonban az is kimutatható, hogy a multinacionális vállalatok jelenléte pozitívan befolyásolja az érintett országok technológiai színvonalát, ezzel pedig hosszú távon a gazdasági növekedést is. Általánosságban elmondható, hogy az adott nemzetgazdaságok egy idő után folyamatosan függetlenedni kezdenek a határaikon belül működő multinacionális vállalatok teljesítményétől.

### **2.1.2. A társadalmi tőke**

A gazdaság etikus magatartásának, a társadalomért felelős hozzáállásnak talán legfontosabb alapfeltétele az ún. 'társadalmi tőke' rendelkezésre állása. A társadalmi tőke általánosságban az egyének számára a társadalomban a polgári részvétel révén hozzáférhető javakat jelenti, mint például a másokba vetett bizalom, kölcsönösség, a polgári

szervezetekben való tagság és a kollektív hatékonyság. Számos eltérő vélemény született már arról, hogy vajon a kapitalista társadalom és gazdaságközpontúság újratermeli-e – termel-e egyáltalán – a társadalmi tőkét, amit elhasznál. A piacon csalás áldozatává vált vállalkozó vagy ügyfél bizalma helyreállítható-e? Az emberekben továbbra is jelen van az igény az erkölcsi normák fenntartására és azok betartására, bár ezek talán veszítettek szigorukból. A társadalmi tőke legfőbb forrásai, a hagyományok és a vallás, mára veszítettek jelentőségükből, a régi normák jelentős része érvényét veszítette, napjainkban pedig az új normák születését élhetjük át. Manuel Castells<sup>24</sup> felhívja rá a figyelmet, hogy ez a folyamat akár több generáción át tarthat.

Edmund Burke<sup>25</sup> álláspontja szerint a társadalmi tőke a felvilágosodás térnyerésével párhuzamosan hanyatlani kezdett. A francia forradalom óta a társadalmak racionális szabályokkal váltják fel a hagyományokat, ez pedig azt jelenti, hogy az emberek nem tartanak többé az isteni büntetéstől, ami végső soron katasztrófához vezet. Érdekes, hogy napjainkban is vannak követői Burke ezen véleményének, így John Gray<sup>26</sup> is a felvilágosodás számlájára írja például a fejlett országokra jellemző magas bűnözési számokat. Az emberi közösségekben korábban évszázadok alatt kialakult emberi kötelekeket a rohamosan fejlődő új technológiák szétdúlják, időt sem hagyva azok újbóli megerősítésére. Ezen a ponton több szerző gondolatai is egybeesnek Gray állításával, vagyis a kapitalizmus dinamizmusa sok közösséget rombol szét azzal, hogy a nagyvállalatokat folyamatosan hol bővíti, hol karcsúsítja, vagy rövid idő alatt más országba telepíti. A személyes kapcsolatok eltűnnek a hagyományos, kis családi vállalkozások megszűnésével, helyüket a hatalmas, személytelen üzletláncok, bevásárlóközpontok veszik át.

Azok az informális normák, amelyek meghatározzák, alakítják a társadalmakat, általában a helyi, szűkebb környezetben alakulnak ki. A globalizáció hatására azonban ezek a helyi közösségek fellazulnak, folyamatosan változnak, formálódnak, jóval nagyobb ütemben, mint bármikor korábban. A piaci szempontból „kifizetődő” tényezők, mint a gyors meggazdagodás, gátlástalanság, önzőség vagy „dörzsöltség” fokozatosan felértékelődnek, és egyre értékesebb tulajdonságokként jelennek meg a felnövő generációk életében (Garaczi: 2007). Fukuyama a kapitalizmus és az etika kapcsolatát így fogalmazza meg:

---

<sup>24</sup> Manuel Castells (1942-): spanyol szociológus, fő kutatási területei az információs társadalom és a hálózatok.

<sup>25</sup> Edmund Burke (1729-1797): angol író, filozófus, politikus, a konzervativizmus atyjaként is említik.

<sup>26</sup> John Gray: angol politikafilozófus.

„... a kapitalizmus valóban gyakran pusztító, bomlasztó erő, amely szétszaggatja a hagyományos kötelekeket és kötelezettségeket. Csakhogy közben teremt is rendet és új normákat, amelyekkel pótolja az elpusztítottakat. Igazából valószínű, hogy a kapitalizmus az összegyenleget tekintve normaképző, és ily módon erkölcteremtő erő a modern társadalmakban.” (Fukuyamát idézi Garaczi: 2007, 247.o.)

Castells egyetért azzal a vélekedéssel, hogy a kapitalizmus teremt új szabályokat és normaképző szerepe is van, amellet, hogy a hagyományos kapcsolatokat valóban meggyengíti, közben felváltja őket újakkal. Ennek alapján levonhatjuk a következtetést, hogy a kapitalizmus egyszerre rombolja is és építi is a közösségek etikai viselkedését. Egy olyan fejlesztés bevezetése, amely a termelékenységet jelentősen növeli, esetleg az egész iparágra hatást gyakorol, megváltoztathat egy addig jól bevált életmódot is és közösségek életét alakíthatja ezzel át. A társadalmi szabályok jóval lassabban követik a technológiai haladást, napjainkban pedig óriási kihívással állnak szemben a hatalmas léptékű technológiai fejlődés következtében (Castells: 2005).

Sok kritika éri a nagyvállalatokat, hogy csak azért hozzák meg azokat az intézkedéseket, amelyektől igazságosnak, megbízhatónak és tisztességesnek látszanak, mert ettől nagyobb profitot remélnék, ez pedig nem valódi tisztesség, igazságosság vagy megbízhatóság, sokkal inkább számító viselkedés. E szerint az álláspont szerint csupán az etikus és erényes, ami önérdek nélküli, önzetlen és felelős. Ez a Castells által kantiánusnak nevezett gondolkodás a szándékot állítja a középpontba. Nem húzható azonban éles határ az erkölcsös és az önérdek hajtotta viselkedés közé, hiszen előfordulhat, hogy önérdekből cselekszünk, később azonban etikai megfontolásból megszokássá tesszük. Idővel a kezdetben önérdekből vagy külső kényszer hatására végzett cselekvések belső értékévé, késztetéssé alakulhatnak.

#### **2.1.2.1. A társadalmi tőke előállítása**

A gazdaság folyamatosan komplexebbé, bonyolultabbá válik, ahogy a hagyományos, ipari gazdaságot fokozatosan az információalapú, posztindusztriális gazdaság váltja fel, ez pedig új képességeket követel meg a vállalatoktól, így az emberektől is. Olyan új képességeket, mint az önszervezés, önirányítás vagy a proaktív gondolkodás, a vállalatok fejleszteni fognak alkalmazottaikban saját termelékenységük érdekében. Ezek a képességek azonban idővel az emberek belső értékeivé válnak, így a normaképző szerep vitathatatlan.

Ehhez az újfajta gazdasághoz a társadalmi tőke megléte és erősítése elengedhetetlen, a modern gazdaságok folyamatos keresletet teremtenek a társadalmi tőke iránt. James Coleman<sup>27</sup> úgy vélte azonban, hogy a társadalmi tőke közvagyon, a szabad piac ezért sohasem fogja akkora mennyiségben termelni, mint elhasználni. Úgy véli ezért, hogy a társadalmi tőke újratermelődéséről a kormányoknak, civil szervezeteknek, családoknak kell gondoskodniuk, vagyis olyan intézményeknek, amelyek nem profitorientáltan működnek. Castells szembeszáll ezzel az érveléssel, mivel véleménye szerint a társadalmi tőke nem tekinthető közvagyonnak, a piac pedig saját érdekében igenis áldozni fog a társadalmi tőke létrehozására. Ezt a következőképpen indokolja:

„Az a nagyvállalat, amelyik magas fokú tisztességet és udvariasságot követel meg ügyfélszolgálatánál, vagy az a cég, amelyik nyomban leveteti a polcokról hibás termékeit, vagy az az igazgató, aki csökkenti saját fizetését, hogy szolidaritást mutasson alkalmazottaival a recesszió idején, nem önzetlenül cselekszik: mindegyiknek hosszú távú érdeke, hogy tisztességéről, megbízhatóságáról, termékeinek minőségéről, igazságosságáról legyen híres, vagy hogy egyszerűen nagy jötevő hírében álljon. Ezek az erények gazdasági javakká válnak, s ennél fogva törekedni fognak rájuk olyan emberek és vállalatok is, akiket és amelyeket csak a nyereség érdekel.” (Castells: 2005, 342.o.)

Partha Dasgupta<sup>28</sup> csatlakozik Castells álláspontjához, a társadalmi tőkére nem közvagyonként tekint, viszont hangsúlyozza, hogy számos „járulékos” külső haszonnal jár. Az önző érdekből létrehozott társadalmi tőke pozitív hatást gyakorol az egész társadalomra. Azzal, hogy egy nagyvállalat saját megbízhatóságáról kíván híres lenni, végső soron a teljes társadalomban emeli a megbízhatóság igényét. Egyes nagyvállalatok tehát termelékenységük vagy imázsuk érdekében befektetnek vállalati kultúrájuk kiépítésébe, alkalmazottaik képzésébe, fejlesztésébe, amivel végső soron a teljes társadalomra pozitív hatást gyakorolnak.

A nagyvállalatok mellett természetesen az államnak is szerepet kell vállalnia, elsősorban közintézményei révén a társadalmi tőke termelésében és erősítésében. Az állam leghatékonyabban az oktatási rendszer révén kapcsolódhat be ebbe a folyamatba. Az iskolák ugyanis a tudásátadás mellett egyéb készségeket és képességeket is kifejleszthetnek

---

<sup>27</sup> James Coleman (1926-1995): amerikai szociológus, fő kutatási területei a társadalmi tőke, valamint annak mikro- és makrokapcsolatai, összefüggései.

<sup>28</sup> Partha Dasgupta (1942-): indiai származású angol közgazdász, fő kutatási területei a fenntartható jólét és a társadalmi tőke.

diákjaikban, valamint különböző viselkedési mintákra, kulturális szokásokra szocializálhatják őket. Ha azonban az állam nem képes garantálni állampolgárai számára a köz és a tulajdon biztonságát, azzal a bizalmatlanságot a társadalom valamennyi szintjén növeli, ez pedig a társadalmi tőke csökkenését okozza (Castells: 2005).

#### **2.1.4. Az új normarendszer**

Az értékek továbbvitele, átadása örök társadalmi probléma. Állandó generációs problémák forrása, hogy az idősebb nemzedék szerint saját értékrendszere utódai számára minta, követésre méltó és átvehető. A felnövekvő nemzedék azonban kisebb-nagyobb mértékben eltér a felkínált értékrendszertől. Ez természetes, mert az állandóan változó világ újonnan jelentkező társadalmi problémái, létkérdései kikezdi az előző generáció értékrendszerét, azok nem mindig bizonyulnak a mindennapokban használható tájékoztató pontnak, nem nyújtanak megoldást a felmerülő problémákra. Így az átörökítendő értékrendszer bizonyos elemei elhomályosulnak vagy elvesztik jelentőségüket, s helyükre új értékek lépnek. Napjainkban is hasonló jelenségnek lehetünk tanúi, ám a hálózatosodásnak, a globalizációnak köszönhetően a jelenség szinte világméretűvé vált, nem elszigetelten játszódik egyes nemzetek egyes generáció között. Az 1990-es évektől világszerte nyilvánvalóvá vált, hogy a társadalom és a gazdaság globalizációja társadalmi, politikai változásokat idéz elő, mivel a globalizáció egyaránt hat minden országra, régióra, településre és azok közösségeire. A tudásalapú termelés általánossá válása globális szinten kulturális, társadalmi és intézményi változásokat igényel, ami időbe telik – a kérés pedig a meglévő társadalmi értékek és normarendszerek hatékonyságát nagyban rontja. Az egyes társadalmakban elfogadott és alkalmazott, bizonyos helyzetekben megfelelően működő viselkedésminták többé már nem adnak megnyugtató választ arra a kérdésre, hogy az adott helyzetben mi a jó illetve mi a rossz. Castells felhívja rá a figyelmet, hogy a hagyományokra, vallásra épülő korábbi normarendszer szerepvesztése és az ennek következtében kialakuló értékválság időszakának befejeződnie látszik, hiszen már megfigyelhető az új normarendszer kialakulásának folyamata. Ennek bizonyítéka lehet, hogy a modern gazdaságú államokban jelentősen lelassult a bűncselekmények vagy akár válások számának növekedése, sőt egyes államokban csökkenni is kezdett. Nyugat-Európában és az Amerikai Egyesült Államokban a 90-es évektől ismét megnövekedett az állampolgárok bizalma a hivatalok, intézmények és egymás iránt (Castells: 2005). Fukuyama felhívja rá a figyelmet, hogy akár a gazdasági, akár a politikai korszakváltásnak a történelem során mindig szerves velejárója volt az erkölcsi

normák átalakulása, amely gyakran átmeneti erkölcsi zűrzavarral és a társadalmi tőke deficitjével jár együtt. Fukuyama ezen véleménye alapján feltételezhetjük, hogy napjainkban épp egy ilyen átmenet tanúi lehetünk. Egyrészt új normák vannak kialakulóban, másrészt egyes régi meggyengült normák újra megtalálják helyüket a megváltozott környezetben.

## ***2.2. Társadalmi felelősségvállalás és a multinacionális vállalatok***

Az euroatlanti országok jelentős részében a XX. században fokozatosan jóléti államok alakultak, amelyekben állami feladattá vált gondoskodni a teljes társadalomért, magas színvonalú betegellátással, munkanélküli segéllyel és biztos megélhetést nyújtó nyugdíjakkal. Az 1990-es évek nemzetközi politikai és gazdasági változásai azonban megkérdőjelezték a jóléti államok költségeinek szükségességét és fenntarthatóságát. Szakemberek arra hívták fel a figyelmet, hogy a jóléti állam a függőség társadalmát hozza létre, az emberek felelősségérzete saját és mások sorsa iránt jelentősen csökken. A jóléti állam szükségessége helyett az 'esélyteremtő állam' létrehozását sürgették. Európában először Anglia politikai vezetése vizsgálta felül jóléti kiadásait, ennek hatására pedig a Thatcher-kormány olyan törvényt hozott, amely lehetőséget biztosított az önkormányzatok, később pedig a magántőke nagyobb fokú részvételének a közfeladatokban. A változások számos területen ún. kvázipiacot<sup>29</sup> hoztak létre. Ez azt jelenti, hogy elvált az állami finanszírozás az állami szerepvállalástól és független magánszervezetek versenyezhetnek a szolgáltatórendszerek működtetéséért (Garaczi: 2007). Tendencia tehát, hogy a magánszféra, a gazdasági szereplők szerepe fokozatosan növekszik – sokszor a politikai, állami szereplők rovására. Ez a jelenség nem csupán az állami feladatokban való részvételben jelenik meg, hanem például a nemzetközi nagyvállalatok tevékenységében is.

Kofi Annan 1999-ben Davosban tartott beszédével megszólította a nagy multinacionális vállalatokat, hogy vegyenek részt a világméretű kezdeményezésben és tegyenek az emberi és munkavállalói jogok védelme érdekében. Egyes vállalatok megalakulásuk óta odafigyelnek környezetük szociális problémáira, mások az utóbbi időben ismerik fel a társadalmi felelősségvállalás fontosságát – talán épp az ENSZ és a civil szervezetek figyelemfelhívó akcióinak következtében.

---

<sup>29</sup> Kvázipiac: a finanszírozó és a szolgáltató különválása jellemzi, megmarad az állami finanszírozás, és az ebből finanszírozott segítségnyújtás jogáért versengenek a nonprofit és a forprofit szolgáltatások. Az államnak legfeljebb reziduális szerepköre marad.

### 2.2.1.1. Global Compact

A Kofi Annan nevével fémjelezett - a már említett davosi beszéde után néhány hónappal megalakuló – 2000 júliusában a stratégiai megvalósítás útjára lépő program célja, hogy a vállalatok együttműködve a civil szervezetekkel, önkormányzatokkal, munkügyi központokkal, helyi közösségekkel társadalmi és környezetvédelmi problémákat karoljanak fel és törekedjenek a megoldásukra. (2005 óta a program Magyarországon is elindult.) A partnerségen alapuló tevékenység a társadalmilag felelős magatartást kívánja a legszélesebb körben meghonosítani. Az ENSZ multinacionális vállalatok elnökségeivel együttműködve 9 alapelvet határozott meg, amelyek követésével a Global Compact programjához csatlakozó vállalatok aktívan közreműködnek az emberi, munkavállalói és környezetvédelmi jogok magasabb fokú érvényesülésében, ezzel kapcsolatos problémák megoldásában.

A csatlakozni óhajtó vállalat egy egyszerű az ENSZ-nek küldött levélben vállalja, hogy a jövőben bizonyos szociális és környezetvédelmi minimumokat betart és erről évente jelentést készít. A kilenc betartandó alapelv a következő:

1. az emberi jogok tiszteletben tartása, a vállalat hatáskörén belül támogatása, erősítése
2. biztosítani, hogy ne működjenek közre emberi jogok megsértésében
3. munkavállalóik jogait tiszteletben tartani, továbbá elismerni jogukat a hatékony kollektív tárgyalásokra
4. elvetik a kényszermunka minden létező formáját
5. közreműködnek a gyermek-dolgoztatás megszüntetése érdekében
6. kizárják a diszkrimináció minden fajtáját az alkalmazásban és a munkában
7. gondosan ügyelnek a környezetkárosítás elkerülésére
8. kezdeményezésekben vesznek részt a nagyobb környezettudatosság elérése érdekében.
9. előremozdítják a környezetbarát technológiák fejlesztését és alkalmazását

Utólag felvettek az irányelvek közé egy 10. pontot:

10. a vállalatoknak fel kell lépniük a korrupció minden fajtája ellen, beleértve a zsarolást és a megvesztegetést

2005 végéig 3451 résztvevő írta alá a megállapodást, köztük hozzávetőleg 2500 gazdasági társaság. Csatlakoztak ezen kívül nemzetközi szervezetek, városok önkormányzatai, állami intézmények, civil szerveződések, szövetségek, tudósok, szakszervezetek. A Global Compact intézményét gyakran az a kritika éri, hogy önkéntes alapon működik és az önkéntes résztvevőktől sem tudja megkövetelni az irányelvek betartását, a vállalatok sokszor csak reklámcélra használják a tagságot. Az ENSZ nevéhez



fűződő pozitív konnotációkat kihasználják, az éves jelentést azonban sokan nem készítik el. Az a vállalat, amely két egymást követő évben elmulasztja a jelentés elkészítését, elveszíti tagságát. (Ezt a jelenséget, az ENSZ kék színére utalva ,bluewash'-nak nevezik, vagyis ha a vállalat e programban való részvételével próbálja meg „tisztára mosni a lelkiismeretét“.)

A Global Compact hangoztatja, hogy nem vállalati kódexként kíván működni, sokkal inkább egy közösségi hálózatként, fórumként, amely lehetőséget biztosít a tapasztalatcserére, tanulásra, információszerzésre. „The Global Compact is not intended as, and does not have the capacity to be, a corporate code of conduct or a global standard-setting or monitoring body. Rather, it should be viewed as a values platform and learning network...” (Idézi Rieth: 2003)<sup>30</sup> A vállalatok három egyértelműen pozitív tapasztalatot említettek a részvétellel kapcsolatban: motiváló a résztvevők lelkesedése, rendszeres a közvetlen kapcsolat és párbeszéd a résztvevők között és sokat lehet tanulni a hálózat többi szereplőjének tudásából és tapasztalataiból. Negatívumként a megnövekedett költségeket emelték ki.

---

<sup>30</sup> A Global Compact-ot nem arra tervezték és lehetőségei sem engedik meg, hogy vállalati irányítási kódexként, globális szabályozásként vagy ellenőrző szervként működjön. Inkább úgy tekintünk rá, mint egy értékrend színtere, tanulási hálózata (a szerző fordítása).

### **3. Hogyan fejleszthető az etikus magatartás a gazdaságban?**

Az előző fejezetekben megvizsgáltam, hogy hogyan alakult ki a gazdaságetika és a társadalmi felelősségvállalás eszméje és milyen tendenciák figyelhetők meg napjainkban a multinacionális vállalatok körében. Jelen fejezet célja azon lehetőségek áttekintése, amelyet a vállalatok és vezetőik igénybe vehetnek az etikai szempontok erősítésében és a cég számára legmegfelelőbb módszerek és eszközök kiválasztásában.

#### ***3.1. Etikai tanácsadás***

Németországban már elterjedt az etikai tanácsadás, nagy számban vannak jelen etikai tanácsadó cégek a piacon. Matthias Schmidt (Schmidt: 2001) tanácsadóként számtalan interjút készített cégek felsővezetőivel, emellett pedig a kaiserslauterni egyetemen kutatásokat végez az etika gazdaságban betöltött szerepéről. Tapasztalatai alapján kijelenthető, hogy a gazdaságetika a jövőben egyértelműen nagyobb jelentőségre tesz szert és akár komoly versenypiaci tényezővé válhat. Jelentős távolság észlelhető azonban a között, hogy mit értenek az egyes szereplők gazdaságetika alatt. Attól függően, hogy valaki tudományos érdeklődéssel vagy a vállalati sikerekben érdekelt vezetőként érdeklődik a gazdaságetika iránt, jelentősen eltérnek a hangsúlyos kérdések és háttérismeretük szintje. A vállalatvezetők általában két okból foglalkoznak gazdaságetikával. Vagy több felelősséget kívánnak vállalni a rájuk bízott vállalat cselekedeteiért vagy új módszereket keresnek termelékenységük fokozására és nagyobb hangsúlyt kap alkalmazottaik érdekeinek figyelembevétele. Ezekben az esetekben nem az az elsődleges, hogy a vezető teljes alaposággal tudja, hogy konkrétan melyik elméletet követi, nem szükséges, hogy tudományos igényességgel definiálja a különböző fogalmakat, számára az a fontos, hogy tényeket fogalmazzon meg a tanácsadóval közreműködve és ezek alapján intézkedéseket hozzon. A hatékony tanácsadás tárgya tehát a vállalati és gazdasági élet és maga az adott vállalat, kihívásaival és körülményeivel együtt. Meg kell vizsgálni azokat a helyzeteket, amelyekkel a vállalatnak meg kell küzdenie, feltárni a problémát és felelős megoldásokat kidolgozni, amelyek sikere végül a vállalat eredményességén múlik. A vállalatok célja a termelékenység, valamint a fenntartható fejlődés biztosítása, ezért kíván sok vezető tudatosan nagyobb felelősséget vállalni a társadalomért.

Schmidt tapasztalatai alapján a cégvezetők gyakran nem adnak pontos indoklást, hogy miért kezdenek el fokozottan foglalkozni gazdaságetikával, sokan azzal magyarázzák, hogy az Amerikai Egyesült Államokban elterjedt tendencia hatására például etikai kódexeket kell megfogalmazniuk. Sok vállalatvezető úgy érzi, hogy a megváltozott gazdasági helyzetben nagyobb felelősség hárul a vállalatokra. A politika térvessztése következtében a vállalatok kötelessége a magasabb fokú szociális felelősségvállalás. Abban is egyetért a cégvezetők többsége, hogy a gazdaságetika a jövőben fontos versenyképességi tényezővé válik, bár ezt nem tudják pontosan megindokolni. Eltérnek viszont a vélemények annak megítélésében, hogy a gazdaságetika aktívan hozzájárul-e a vállalat eredményeihez vagy csupán olyan terület, amelynek elhanyagolása kockázatot jelent. Aktívan akkor járul hozzá a sikerhez, ha egy irányított gazdaságetikai program által a cég innovatívabbá válik vagy különleges arculatot kap, amely által hatékonyabb munkaerőt vonz, és hosszú távon képes megtartásukra. Passzív akkor a gazdaságetika, ha egyfajta „higiéniás” tényezőként hiánya negatív hatásokkal jár, megléte viszont nem jelent többletet. Összességében azonban kulcsfontosságú, hogy az etikai célok a gazdasági célokkal összeegyeztethetőek és a mindennapi vállalati környezetben megvalósíthatóak legyenek. A gazdaságetikai tanácsadásnak alapvetően 4 funkciót kell ellátnia:

- megtalálni a közös pontokat etika és gazdaság között  
(a tanácsadó ismerteti a gazdaságetikai fogalmakat és elméleti hátterüket, majd a cégvezetővel együttműködve kiválasztja a vállalati céloknak legmegfelelőbb módszert)
- egy határozott terv kidolgozása a hatékony gazdaságetika megvalósítására  
(a terv alkalmazható kell, hogy legyen a vállalatnál előforduló speciális szituációkban és hosszútávon fenntarthatónak kell lennie)
- a munkavállalók tájékoztatása a programról és várható eredményeiről, bevonásuk a folyamatba
- minden szükséges információ rendelkezésre bocsátása  
(a tanácsadó birtokában van a szükséges elméleti háttérnek, valamint értékes tapasztalatokkal rendelkezik az ügyfelek várható reakcióiról)

Fontos tehát, hogy a tanácsadó segítsen az etikát beépíteni a stratégiai célokba és képes legyen a vállalat szemszögéből megítélve a helyzetet, a gazdasági követelményeknek megfelelően erősíteni az etikai szempontok figyelembevételét az adott cégnél.

### 3.1.1. Az etikai tanácsadás fajtái

Ha egy vállalat a társadalomért felelősen akar működni, és elhatározza, hogy ennek megfelelően alakítja ki vezetését, számos lehetséges terület jöhet szóba, amelyek közül a vállalat profiljának leginkább megfelelőt érdemes kiválasztani. Ennek eldöntése azonban nem mindig egyszerű, a vállalatoknak azonban már lehetőségük van ezzel foglalkozó tanácsadó cégeket igénybe venniük.

| A vállalati szerepvállalás (CR) számos témát ölel fel   |  |  |
|---|--|--|
| Környezeti  | Társadalmi   | Gazdasági  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Klimaváltozás</li><li>▪ Kibocsátás</li><li>▪ Hulladékkezelés</li><li>▪ Nyersanyag-felhasználás</li><li>▪ Vízhatalás</li><li>▪ Energhafelhasználás</li><li>▪ A talaj kimerülése</li><li>▪ Mezőgazdasági módszerek</li><li>▪ A föld használata</li><li>▪ Biodiverzítás</li><li>▪ Monokultúras gazdálkodás</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Az emberi egészség</li><li>▪ Munkakörülmények</li><li>▪ Emberi jogok</li><li>▪ Dolgozók egészsége és biztonsága</li><li>▪ Egészségügyi ellátottság</li><li>▪ Közösségi hatások</li><li>▪ Kapacitásépítés</li><li>▪ Sokszínűség</li><li>▪ Munka és magánélet egyensúlya</li><li>▪ Magánszféra</li><li>▪ Vállalatirányítás</li><li>▪ Üzleti etika</li><li>▪ Üzleti modellek</li><li>▪ Közösségi politika</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Pénzügyi teljesítmény</li><li>▪ Befektetés: Tőke / K+F</li><li>▪ A vezetők/dolgozók kompenzálása</li><li>▪ Adófizetés</li><li>▪ Kormányzati támogatások</li><li>▪ Korruptió</li><li>▪ Szellemi tulajdon és szabadalmak</li><li>▪ GMO</li><li>▪ Termékválasztás</li><li>▪ Beszállítói lánc</li><li>▪ Stakeholderek elkötelezettsége</li></ul> |

1. ábra A vállalati szerepvállalás fajtái

Számos eltérő etikai ajánlattal találkozhatunk a piacon, amelyek azonban Badura (Badura: 2002) kutatásai alapján módszereik és célmeghatározásuk alapján nagyon hasonló elemekből épülnek fel. Ezek a következők:

- koncepcióalkotás (a vállalat irányelveinek meghatározása, az érintettek igényeinek felmérése, stratégia kidolgozása)
- megvalósítási szakasz (pontos viselkedési irányelvek meghatározása, oktatás, kommunikáció)
- auditálási szakasz (a hozott intézkedések és alkalmazásuk ellenőrzése)
- kommunikációs- és jelentési szakasz (az eredmények ismertetése vállalaton belül és kívül, beszámoló készítése)

Tartalmát tekintve 5 csoportba sorolja a felajánlott programokat:

- kockázatmenedzsmentre irányuló (a vállalatról alkotott képet és a termelékenységet veszélyeztető kockázatok feltárása és kiküszöbölése)

- kultúráközpontú (a meghatározott értékekre alapuló vállalati kultúra kialakítása)
- etikai vezetési rendszerek (egy olyan vezetési rendszer bevezetése, amelyben helyet kapnak nem anyagi értékek is)
- szabványrendszerek (egyész környezetvédelmi, beszámoló-készítési, etikai szabványnak való megfelelés vagy önálló, integrált szabvány kidolgozása)
- elvekre épülő (általános etikai elvek vállalati kódexé alakítása és ezek bevezetése a vállalatnál)

### **3.1.1.1. Az etikai kockázat kezelése**

Ahogy egy korábbi fejezetben már említettem, Németországban 1998-ban életbe lépett egy törvény, amely kötelezi a részvénytársaságokat, hogy éves beszámolójukkal együtt kockázatelemzést is leadjanak. A nagyobb nyilvánosság következtében megnőtt a reputációs kockázat. Elsősorban a nagy könyvvizsgáló cégek (mint például a PricewaterhouseCoopers) egészítették ki szolgáltatásaikat a 'reputáció-menedzsment' kiépítéséről szóló ajánlataikkal. Ennek keretében kínálnak etikai intézkedési csomagokat, ehhez kapcsolódó auditálási lehetőségeket, amelyek célja a reputációs kockázatok megelőzése és a nagy elismertségből származó előnyök kiaknázása. A módszer alapja a hagyományos kockázatelemzés alkalmazása a lehetséges etikai kockázatokra.

### **3.1.1.2. A vállalati kultúra fejlesztése**

A vállalati kultúra fejlesztését célzó ajánlatok célja egy olyan 'vállalati identitás' (Corporate Identity) kiépítése, amelynek szerves része a viselkedési normák, etikai kódex elfogadása és alkalmazása. A vállalati kultúra formális és informális szabályokra és értékekre épül, amelyek meghatározzák a vállalat és alkalmazottai hozzáállását. Ennek a programnak a keretében elsősorban szervezeti és személyi fejlesztésekre kerül sor. A vállalati kultúra fejlesztése alkalmas módszer az etikai gyakorlati megvalósítására és beépítésére a vállalat mindennapjaiba.

### **3.1.1.3. Etikai vezetési rendszerek**

Mint a legtöbb minőségbiztosítási rendszer, ez az összeállított programcsomag tartalmaz bevezetendő intézkedéseket, kódexeket, folyamatleírásokat, amelyek bevezetése biztosítja, hogy a vállalati gyakorlat bizonyos etikai irányelveket követ. Az Amerikai Egyesült Államokban már elterjedt az etikai vezetési rendszerek bevezetése, Európában az utóbbi években jelent meg és még nem ismert széles körben. Az USA-ban például büntetőeljárás során enyhítő körülmény, ha a cég rendelkezik etikai rendszerrel, így nem véletlen gyors elterjedése. A rendszer alkalmas a már meglévő egyedi környezetvédelmi, minőségügyi vagy egyéb szabályokat, irányelveket egy egységes keretbe foglalni, ellenőrizhetővé és ezáltal jól kommunikálhatóvá tenni. A veszélye abban áll, hogy egyes vállalatok esetleg mechanikusan megteszik az előírt intézkedéseket, de nem teszik ezt belső vállalati értéké, csupán „kipipálják a listán”.

### **3.1.1.4. Tanúsítás**

Az etikai tanácsadás keretei között mind gyakrabban merül fel az etikai tanúsítás lehetősége, amelynek alapvetően két fajtája különböztethető meg: a környezetvédelmi, szociális vagy fenntarthatósági szabványok, amelyek a vállalatok viselkedését értékelik és tanúsítják, valamint a beszámoló-készítési- és ellenőrzési szabványrendszerek, amelyek kötelezik a vállalatokat, hogy meghatározott keretek között és adott rendszerességgel jelentésben számoljanak be tevékenységeikről. A tanácsadó cég segít a vállalatnak a számára legmegfelelőbb szabvány kiválasztásában. Fel kell mérnie, hogy a vállalatnál és az adott gazdasági szektorban milyen etikai kockázati tényezőkkel kell számolni és mely szabványrendszer lenne alkalmas ezek kezelésére. Segíteni kell továbbá a vállalatot a szükséges intézkedések meghozatalában (mint például ellenőrző listák, alvállalkozókat értékelő kérdőívek bevezetése) és az alkalmazottak oktatásában, tájékoztatásában. Az egységes szabványrendszerek a tanácsadó cégek számára is lehetővé tesznek egyfajta minőségbiztosítást. A szabványrendszerek veszélye lehet, ha a vállalatok az intézkedések bevezetésével egyidejűleg nem honosítják meg a kívánt etikai hozzáállást és vállalati kultúrát.

### **3.1.1.5. Elméletközpontú vállalati etika**

Az eddig bemutatott módszerekkel ellentétben ez a módszer egy előre kiválasztott elméletet ültet át a vállalati gyakorlatba. Egy adott etikai elmélet morális követelményeit „lefordítja” a konkrét vállalatvezetői irányelvekké és ezek alapján fejleszti a szervezetet, stratégiai célokat és a vállalati kultúrát. A tanácsadó cég ennél a módszernél megvizsgálja a vállalat jövőképét, irányelveit a morális értékek alapján és szükség esetén változtatásokat javasol rajtuk az adott etikai elmélet alapján. A morális igények ennél a módszernél a legmagasabbak, viszont az is elmondható, hogy ezt a módszert választja a legkevesebb vállalat, mivel a leginkább ennél kerülnek háttérbe a gazdasági, versenyképességi érdekek az etikaival szemben.

### **3.2. Tanúsítási rendszerek**

Jelen fejezetben Dirk Ulbricht Gilbert (Gilbert: 2001) tanulmánya alapján egy működő szabványrendszert mutatok be, amely a multinacionális vállalatok társadalmi felelősségvállalását és etikus magatartását hivatott biztosítani. Olyan példák, mint a Petrobras cég által működtetett, a világ legnagyobb fűrőtornyának katasztrófája a brazíliai partoknál vagy a fejlődő országokban tapasztalható embertelen munkakörülmények egyre inkább ráirányítják a figyelmet a vállalatok környezeti és etikai felelősségére. Az ún. 'érintettek' (stakeholder) köre egyre erősebben igényli a gazdasági szempontok mellett a környezeti és gazdasági szempontok figyelembe vételét. 1999 novemberében tüntetők szétverték a Starbucks, a világ egyik legnagyobb kávékereskedő láncának üzletét, amiért állítólag kizsákmányolja a kávétermesztőket. Az egyre erősebbé váló gazdaságetikai párbeszédben központi helyet kapnak a multinacionális vállalatok. Az egyik leggyakrabban felmerülő kérdés, hogy milyen folyamatokat indíthatnak be ezek a vállalatok az etikus és felelősségteljes cselekvés biztosítása és a gyakorlatban való tényleges alkalmazása érdekében. A vállalati gyakorlat számos etikai intézményt alkalmazhat, mint például az etikai kódex, etikai bizottság, etikai oktatás vagy az etikai audit. Gilbert tanulmánya szerint az ilyen és ehhez hasonló etikai intézmények legújabb és talán leghatékonyabb fajtáját, az etikai tanúsítást mutatja be.

Az etikai tanúsítványok megszületésének számos oka van. Egyrészt nehéz olyan általános etikai kódexet megfogalmazni, amely globálisan elfogadható elveket tartalmaz, másrészt ezek sok esetben nem elég hatásosak. Az olyan nemzetközi nyilatkozatok és szervezetek által megfogalmazott értékek, mint például az ENSZ által 1948-ban kiadott

Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata vagy az ILO (International Labor Organization) szabványai sem érvényesíthetők világszerte. Egyrészt mivel e pénzintézményeknek nincsenek ellenőrző szervei, másrészt mivel sok esetben például kínai, japán vagy muszlim vállalatok tiltakoznak az ellen, hogy ezek az elvek túlságosan „nyugatiak”. Az etikai kódexet általában az anyavállalat fogalmazza meg és próbálja érvényesíteni leányvállalatainál. Ezeknek a vállalatoknak rendszerint nincsen beleszólásuk a folyamatba, így ezek az etikai kódexek nem veszik figyelembe az egyes államokban a vállalatok által érintettek érdekeit. Ezen kívül sokszor nem alkalmasak például a fejlődő országok problémáinak megoldására, alig 50%-uk tartalmaz iránymutatást a minimális fizetésekre vagy a munkaidőre vonatkozóan. További okként említhető egyes államokban a törvényi szabályozások változása. Németországban például 1998-ban lépett életbe egy törvény az üzleti élet ellenőrizhetőségének érdekében, amely megköveteli a vállalatoktól a kockázatelemzési- és kezelési rendszer bevezetését, hogy az általuk esetlegesen okozott hatásokat a lehető legjobban visszaszoríthassák. Ennek következtében egyre gyakrabban jelennek meg az etikai kérdésekkel foglalkozó kockázátértékelések. A szerző azonban az itt leírt okok mellett a legfontosabbnak az ’érintettek’ erősödő figyelmét és elvárásait tartja. Az utóbbi években tehát született néhány etikai tanúsítványrendszer, amelyek közül az itt bemutatásra kerülő Social Accountability 8000 (SA 8000) a leginkább átfogó<sup>31</sup>.

### **3.2.1. Az SA 8000 tanúsítványrendszer**

Az ötlet eredetileg egy amerikai fogyasztói szervezettől, a „Council on Economic Priorities”-től (CEP)<sup>32</sup> származik, amelyből megalakult a program mai központja, a „Social Accountability International” (SAI). A SAI 1997-ben alakult, azzal a céllal, hogy megalkossa az első világszerte érvényes etikai minősítési szabványt, amely arra kötelezi a vállalatokat és ügyvezetésüket, hogy aktívan etikai és szociális felelősséget vállaljanak és ezt független vizsgálókkal minősíttessék. A szabványt gazdasági szereplők, ENSZ szakértők, szállítók, szabványügyi és non-profit szervezetek képviselői dolgozták ki. A SA 8000 alap gondolata, hogy csak egy szupranacionális szinten elfogadott szabvány nyújthat a nemzetközi szinten tevékenykedő vállalatoknak megfelelő alapot, amelyek szabályozzák a munkakörülmények

---

<sup>31</sup> Egyéb etikai tanúsítványrendszerek: a holland kezdeményezésű „Clean Clothes Campaign” vagy az USA-beli RUGMARK, amely a gyermekmunka elleni küzdelem egyik lépése, ám ezek egy adott gazdasági terület számára készültek, nem alkalmazhatóak széles körben.

<sup>32</sup> CEP: non-profit kutatóintézet, amely 1969-ben alakult New Yorkban, elsősorban a társadalmi felelősségvállalással és fogyasztóvédelemmel foglalkozik.



minimális szociális feltételeit. A szabványt létrehozó testület a következő célokat fogalmazta meg:

„SAI’s mission is to enable organizations to be socially accountable by:

- Convening stakeholders to develop consensus-based voluntary standards;
- Accrediting qualified organizations to verify compliance; and
- Promoting understanding and encouraging implementation of such standards worldwide”<sup>33</sup> (idézi Gilbert: 2001)

A szabvány sikeres alkalmazását egy ún. „Third Party Audit” keretében kívánják ellenőrizni, vagyis azt egy külső, független szervezet vizsgálja és tanúsítja. Az SA 8000 gyakorlatba ültethetőségét nagyban segíti, hogy a tanúsítványrendszer épít a vállalatok meglévő tapasztalataira az ISO (International Organization for Standardization) tanúsítással kapcsolatban. Világszerte több mint 300.000 vállalat szerezte már meg az ISO valamely típusú minősítését. A 80-as, 90-es évek az ISO minőségügyi (ISO 9000) és környezetirányítási (ISO: 14000), napjainkban pedig az ISO / TS 16949 autóipari szabványa a gazdasági élet szerves részévé váltak, így az út elején álló SA 8000 logikus kiegészítésként, továbbfejlesztésként is felfogható. Az SA 8000 rendszerének megalkotása egy széles körben elérhető vitával indult, mindenki, aki érintettnek tartja magát, kifejtheti a véleményét a kezdetektől mind a mai napig. A szabvány első változatát 1997 októberében mutatták be, majd próbaképpen mexikói, hondurasi és Egyesült Államok béli termelő cégeknél lefolytatták a tanúsítási folyamatot. 1998-ban elsőként az AVON sufferni telephelye megkapta az SA 8000 tanúsítványt.

Az SA 8000 arra kötelezi a vállalatokat, hogy az általuk elérhető és ellenőrizhető területeken aktívan közreműködjenek a társadalmi felelősségvállalás fejlesztése érdekében. Ellenőrizhető területnek számítanak például a beszállító cégek és az alvállalkozók. A tanúsítványt mindig egy adott helyi telephely vagy székhely kapja meg, nem az egész vállalat és nem az egész termelői lánc. A vállalatoknak természetesen be kell tartaniuk minden nemzeti és nemzetközi törvényt, ezen felül pedig számos olyan szabványt, amelyek különböző nemzetközi dokumentumokból következnek.

Szükséges annak pontos meghatározása, hogy pontosan mi számít a szabvány szerint például beszállító cégnek, gyermekmunkának, érintettnek (stakeholder) vagy

---

<sup>33</sup> A SAI küldetése, hogy képessé tegye a szervezeteket a társadalmilag felelős cselekvésre:  
- felszólítja az érintetteket, hogy fejlesszenek ki konszenzuson alapuló önkéntes szabványokat;  
- akkreditálja az alkalmas szervezeteket, hogy igazolja teljesítményüket  
- támogatja és bátorítja az egyetértést és az ehhez hasonló szabványok bevezetését.

kényszermunkának. A minősítést megszerezni kívánó vállalatoknak a következő 9 terület követelményeit kell beépíteniük üzletpolitikájukba:

1. Gyermekmunka

A vállalatoknak tilos támogatniuk a gyermekmunkát. A 15 és 17 év közötti fiatalok foglalkoztatása megengedett, amennyiben a vállalat segíti őket esetleges tanulmányaikban.

2. Kényszermunka

Minden olyan munka, amely nem önkéntes és valamilyen nyomás vagy az azzal való fenyegetés hatására történik, kerülendő. A munkáltató nem kényszerítheti alkalmazottait adósságuk ledolgozására, nem tarthatja vissza igazolványait vagy bérük egy részét a továbbfoglalkoztatás érdekében.

3. Egészség és biztonság

A vállalatoknak biztonságos és egészséges munkakörülményeket kell biztosítaniuk és lépéseket kell tenniük a baleset-megelőzés érdekében. Ehhez szükséges, hogy a vállalat egy tagját kinevezzék munkavédelmi felelőssé.

4. Szakszervezet és bértárgyalás

A vállalatnak tiszteletben kell tartania munkavállalói azon jogát, hogy szakszervezeteket alakítsanak, abba belépjenek és bértárgyalásokat folytassanak.

5. Diszkrimináció

Alkalmazáskor, elbocsátáskor, bérezéskor, előléptetéskor, nyugdíjazáskor – és minden más esetben is – a diszkrimináció minden fajtája, rassz, kaszt, származás, vallás, nemi irányultság, szakszervezeti tagság vagy politikai tevékenység alapján való megkülönböztetés tilos.

6. Fegyelmi vétségek

Testi fenyegetés, szellemi vagy fizikai kényszer, verbális agresszió, sértegetés összeegyeztethetetlenek az SA 8000-rel. A munkaadónak tiszteletben kell tartania alkalmazottai szellemi, érzelmi és testi integritását.

7. Munkaidő

A vállalatnak minden esetben be kell tartania a munkaidőre vonatkozó nemzeti szabályozást. A munkaidő nem lépheti túl a heti 48 órát és hetente legalább 1 pihenőnapot biztosítani kell. A túlórákkal együtt sem lehet a heti munkaidő több, mint 60 óra. Túlórákat csak különleges esetben lehet elrendelni és megfelelően díjazni kell.

8. Bérezés

A béreknek legalább az országos vagy üzletági minimumot el kell érniük, tekintettel kell lenniük a munkavállalók minimális szükségleteire és semmilyen hivatkozással nem lehet a megállapodás szerinti bért csökkenteni.

#### 9. Vezetési rendszer

Ez a terület azokat a követelményeket tartalmazza, amelyeket a vezetési rendszernek teljesítenie kell. A szabvány betartását, a nemzeti és nemzetközi törvények tiszteletben tartását dokumentálni kell és a munkavállalók, valamint érdeklődés esetén a nyilvánosság számára hozzáférhetővé tenni.

### 3.2.2. Az SA 8000 kritikája

Vitathatatlan, hogy az SA 8000 máig a legfejlettebb kezdeményezés nemzetközi szinten a szociális tényezők gyakorlatban való megvalósítására. Mivel a már létező szabványokra épít, az SA 8000-nek jó esélye van arra, hogy széles körben elterjedjen. A vállalatok független visszajelzést kapnak, hogy mennyire folyik etikusán a termelésük, a nyilvánosság előtt „Good Corporate Citizen”-ként lépnek fel, így növelhetik az ’érintettek’ bizalmát, ami pedig végső soron a vállalat fejlődéséhez vezet. Az SA 8000 beépíthető a vállalati kockázatelemzésbe és csökkentheti a beszerzési költségeket beszállítóinak bevonásával. További előnye ennek a hozzáállásnak, hogy a vállalatok egy bizonyos szempontból az emberek, munkavállalóik „helyett” is felelősséget vállalnak. Az emberek – elsősorban a fejlődő országokban – gyakran nem tehetik meg, hogy egészségükkel törődve a munkakörülmények alapján válasszanak munkahelyet vagy hogy szót emeljenek a rengeteg túlóra vagy méltánytalan bérek ellen – hiszen féltik állásukat, megélhetésüket. A vállalatok viszont megteremthetik ezeket a szükséges feltételeket. A helyzet szemléltetésére Gilbert Enderlét idézi:

„the bigger the space of freedom one has, the bigger one’s responsibility is”<sup>34</sup> (Gilbert:2001, 140.o.)

Kritika éri azonban a tanúsítási rendszert, hogy megkérdőjelezhető az önkéntességen alapuló részvétel. Ha ugyanis egy multinacionális vállalat elvárja helyi alvállalkozóitól a minőség megszerzését, ők már nem teljesen önkéntesen teszik ezt – hiszen munkájukat kockáztatják. Ha viszont e „kényszer” hatására tanúsítatják magukat, kérdéses, hogy valóban

---

<sup>34</sup> „Minél nagyobb valaki szabadsága, annál nagyobb a felelőssége”.

készek-e a társadalmi felelősségvállalásra, aggályos, hogy esetleg a „kiskapukat” fogják keresni. Ezt a szabványt nem elég ugyanis pusztán „alkalmazni”, belső meggyőződéssé is kell válnia. Emellett a vállalatok arra panaszkodnak, hogy az SA 8000 bevezetése jelentős anyagi megterhelést jelent. A termelési körülmények megváltoztatása, a munkavállalók oktatása, a tanúsítás olyan költségeket jelentenek, amelyek ronthatják versenyképességüket azokkal a vállalatokkal szemben, akik nem költenek erre. Az is nehézséget okozhat, hogy a minősítési rendszer elsősorban termelő vállalatok számára született, nehezen ültethető át például a szolgáltató szektorra. A tanúsítás során pedig nem vizsgálják, hogy a vállalat *mit* termel, csak azt, hogy *hogyan*. Ambivalens a helyzet a gyermekmunka tilalmával kapcsolatban is. Egyes fejlődő országokban ugyanis a gyermekek által keresett pénz jelentősen hozzájárul a család megélhetéséhez, így tilalma akár éhezéshez is vezethet.

Mindezek ellenére az SA 8000 az eddigi legkidolgozottabb program, amely hangsúlyt fektet a gyakorlati megvalósítás megkönnyítésére, így jó eséllyel terjedhet el a vállalatok körében. Olyan multinacionális nagyvállalatok telephelyei már tanúsították magukat, mint a Toys’R’Us, az Otto vagy az Avon.

Az eddig bemutatott módszerek és eljárások, amelyekkel fejleszthető a vállalatok etikai tudatossága és társadalmi felelősségvállalása, elsősorban a vállalatok belső életére és közvetlen, szűk környezetére vannak hatással. Javítanak a munkavállalók munkakörülményein és helyzetén, befolyással vannak az alvállalkozók felelősebb működésére, az eredmények leginkább vállalaton belül és lokálisan érezhetőek. A következő fejezetben egy olyan lehetőséget szeretnék bemutatni, amely a társadalomért vállalt felelősséget jóval szélesebb körben teszi lehetővé – akár globálisan is. Ez a módszer a piaci alapon működő társadalomtudatos vállalatirányítás. Olyan eljárások és folyamatok kidolgozására épül, amelyek mellett, hogy javítják a vállalat versenyképességét és többletprofitot eredményeznek, egy széles társadalmi réteg körülményein és lehetőségein javítanak. Bebizonyosodott ugyanis, hogy azok az adományozási és jótékonyági folyamatok, amelyek egyszeri – vagy akár többszöri – anyagi vagy természetbeni juttatásban részesítenek egyes közösségeket, nem vezetnek hosszú távon eredményre, elszigetelt jelenségek maradnak, pillanatnyi hatással. Azok a módszerek viszont, amelyek a vállalatok számára is jövedelmezőek, hosszú távon fenntarthatóak és valódi segítséget jelentenek. Ahogy Sen is kifejtette, nem adományokra van szükség, hanem arra, hogy partnerként kezeljék az embereket, és hogy kiépüljenek a fenntartható együttműködés keretei.

### **3.3. Piaci alapú társadalmi felelősségvállalás**

Prahalad (Prahalad: 2006) a fogyasztói piramis alján elhelyezkedő társadalmi rétegekkel foglalkozik, azzal, hogy milyen üzleti lehetőség rejlik abban, ha egy vállalat belép erre a piacra és milyen pozitívumokkal jár ez az egyének szempontjából. A BOP-fogyasztók (BOP = Bottom of the Pyramid = a piramis alján) eléréséhez az eddigiektől merőben eltérő, újszerű üzleti modellekre van szükség, amely által lehetőséget kapnak, hogy a piac aktív résztvevőjévé váljanak és így nagyobb szabadságot élvezve, valódi döntések és választások révén változtathassanak életkörülményeiken. Ennek eléréséhez szükséges a civil szervezetek, az állami intézmények és a gazdasági szereplők összefogása, valamint az eddig általánosan elfogadott és alkalmazott üzleti modellek újragondolása.

#### **3.3.1. BOP**

A világon mintegy 4 milliárd ember él szegénységben, kevesebb, mint napi 2 dollárból. A segélyszervezetek, a civil szervezetek és a kormányok akciói, programjai mindezidáig nem tudtak hosszú távon eredményt elérni. Prahalad meggyőződése, hogy a segélyekkel nem lehet érdemben hozzájárulni a helyzet megoldásához, partnerként kell kezelni ezeket az embereket és közösen kidolgozni a megoldást jelentő módszereket.

Néhány megállapítást el kell fogadnunk kiindulópontként, hogy megvizsgálhassuk a Prahalad által javasolt módszert:

- A multinacionális és hazai vállalatok azzal ártnak a legtöbbet a piramis alján élőknek, hogy teljesen figyelmen kívül hagyják őket. Nem értékes fogyasztóként tekintenek rájuk, nem versengenek megnyerésükért, így megfosztják őket a szabad választás esélyétől. Így például a kis falvakban élők rákényszerülnek, hogy a helyben elérhető termékekkel ériék be, amelyet a helyi kiskereskedők jóval áron felül kínálnak. Ha a nagyvállalatok felismerik a piramis alján élőkben a lehetőséget és olyan stratégiát dolgoznak ki, amellyel bekapcsolhatják őket a fogyasztói társadalomba, akkor ezzel jelentős bevétel-növekedésre számíthatnak.

- A BOP-ra irányuló programok csak akkor érhetnek el valódi eredményeket, ha a szegénység felszámolása nem csupán a vállalat társadalmi felelősségvállalását érintő ügy, hanem üzleti befektetés is.

- Az uralkodó, általánosan elfogadott logikára épülő modellek nem ültethetők át a BOP-ra irányuló befektetési gyakorlatba, mind a vállalkozók, mind a piramis alján élők újra kell gondolják eddigi hozzáállásukat és nyitottabbá kell válniuk az újszerű megoldásokra. A vállalatoknak meg kell jelenniük a BOP-piacon, elérhető árú, de szintén jó minőségű

termékekkel és részt kell venniük az emberek tájékoztatásában, az embereknek pedig fel kell ismerniük, hogy nem a segélyekből való élet a megoldás, jóval tudatosabbá kell válniuk. Prahalad öt pontban foglalja össze a multinacionális vállalatok BOP-ra vonatkozó uralkodó logikáját:

- a piramis alján élők nem engedhetik meg maguknak a multinacionális vállalatok termékeit és szolgáltatásait, így nem számítanak megcélzott fogyasztónak.
- a szegények nem tudják hasznosítani a fejlett világ termékeit. Ezt a meggyőződést sokszor az a tény táplálja, hogy a jelenleg kínált formában elérhetetlenek számukra ezek a termékek.
- csak a fejlett világban hajlandóak áldozni az emberek a fejlett technológiai találmányokra, a BOP-fogyasztóknak szükségük sincsen ezekre a termékekre.
- a multinacionális vállalatok piacbővítése és növekedése szempontjából a BOP-piac nem számottevő
- a BOP-ra nehéz menedzsereket toborozni, mivel ez a terület nem nyújt számukra intellektuális kihívást.

Prahalad megkérdőjelezi ezt a hozzáállást és megmutatja a lehetséges alternatívát. A civil- és segélyszervezetek általános felfogása szerint a magánszféra, a vállalatok profitéhsége összeegyeztethetetlenek a szegénység elleni küzdelemmel. Ez a vélekedés szintén gátja a helyzet megoldásának. Fel kell ismerni az egyetlen megoldást, vagyis, hogy csakis a szereplők összefogásával és a piaci alapú megközelítéssel lehetséges érdemben felvenni a harcot a szegénységgel.

### **3.3.2. Tapasztalatok a BOP – piacokról**

A piramis alján élők igen szerény és gyakran rendszertelen jövedelemmel rendelkeznek, ám jelentős létszámot képviselnek. Bár 4 milliárd ember él kevesebb, mint napi 2 dollárból, ez összességében már egy hatalmas vásárlóerő-paritással rendelkező piacot jelent. Gyakran előfordul, hogy éppen ezek az emberek magasabb áron jutnak hozzá bizonyos termékekhez, mivel választási lehetőségek hiányában kénytelenek a helyi kereskedők önkényes árait megfizetni. Prahalad ezt a ténytet „szegénységi felár”-nak nevezi, amely fakadhat a helyi monopóliumokból, a választék hiányából, az akadozó disztribúcióból és országoként különböző mértékben minden a fogyasztói piramis alján élőt érint. Fontos tehát a disztribúciós feltételek javítása. Ez történhet az infrastruktúra fejlesztésével vagy olyan rendhagyó módszerekkel, mint például az Avon terjesztői lánc, ahol helybelieket képeznek ki a termékek

forgalmazására. Emellett fontos, hogy a fogyasztók megfelelő tájékoztatásban részesüljenek és felébredjen bennük a vásárlási hajlandóság. Mint ahogy már említettem, Prahalad felhívja rá a figyelmet, hogy a jelenleg kínált formában sok termék - különböző okok miatt - nem elérhető a piramis alján élőknek. Sokszor a mezőgazdasági munkából élő emberek heti bért kapnak, amely igen kis összegű. Ez sem a spórolást, tartalékképzést nem teszi lehetővé, sem azt, hogy nagyobb kiszerezésű terméket vásároljanak a fogyasztók. Ezt a problémát felismerve Indiában piacra dobtak sok kis kiszerezésű, „egyszer használatos” terméket, például sampont, szappant, teát vagy fájdalomcsillapítót. Pusztán az óriási eladott darabszám miatt is nagy profitra tesznek szert a vállalatok, miközben sokat javítanak az emberek higiéniai körülményein.

A következő fejezetben egy esettanulmány (Prahalad: 2006) bemutatásával igyekszem igazolni, hogy az üzleti alapú társadalmi felelősségvállalás hosszú távú megoldást jelent egyes társadalmi problémák kezelésében és felszámolásában.

### **3.3.3. Az egészség, mint áru**

Napjainkban hihetetlennek tűnhet a tény, de évente mintegy 2 millió ember hal meg hasmenéses betegségben. Különösen súlyos a helyzet Indiában, ahol egyes becslések szerint minden pillanatban a lakosság 10 %-a szenved ebben a betegségben, amelynek legfőbb okai a nem megfelelő tisztálkodási szokások és a szükséges higiéniai eszközök hiánya. A rendszeres szappanos kézmosás a legfőbb oka a hasmenéses betegségek és egyes akut légzőszervi fertőzések terjedésének. A rendelkezésre álló WHO és UNICEF által készített jelentések arról számolnak be, hogy az indiai lakosság nem egészen 29 %-ának van lehetősége modern tisztálkodási eszközök igénybevételére (Prahalad: 2006, 177.o). És bár az indiai háztartások jelentős részében található szappan, használata nem mindennapos és rendszeres. Nehéz elképzelni, hogy ha a probléma megoldása ilyen egyszerű, akkor miért nem sikerült ez az indiai államnak. Állami szinten azonban a probléma megoldása nem kapott sem kellő figyelmet, sem kellő támogatást és nem állt rendelkezésre elegendő pénzügyi forrás, így a helyzet sokáig nem javult érdemben. A megoldásra egy indiai multinacionális vállalat jött rá, amely szappangyártással foglalkozik. A vállalat jelentős profitra tehet szert, miközben hozzájárulhat egy ilyen súlyos probléma megoldásához. A Hindustan Lever Limited (HLL) így átfogó programot dolgozott ki a higiéniai szokások megváltoztatására. Felmerülhet a kérdés, hogy mit tehet egy magánvállalat, ha az állam nem tudott számottevő eredményt felmutatni. Ennek megválaszolására Prahalad a következő érveket említi:

[... a multinacionális vállalatok]

„- Nagy tapasztalattal rendelkeznek a vásárlói magatartás kutatásának levezénylése és elemzése terén ahhoz, hogy felismerjék a meglévő magatartást és előidézzék azok megváltoztatását

- Van elég marketingismeretük ahhoz, hogy kommunikálják üzeneteiket és direkt kapcsolati programokat hozzanak létre, amelyekkel elő tudják idézni a magatartásváltozást
- Van tapasztalatuk abban, hogy hogyan alakítsák a termékeik és üzeneteik képét a helyi körülményeknek, kultúráknak és hagyományoknak megfelelően
- Felelősek azért, hogy a siker biztosítása érdekében gondosan kiértékeljék a projektekbe történő beruházásokat, s így elérjék a kívánt eredményeket
- Világszerte jelen vannak, képesek arra, hogy üzeneteikkel és termékeikkel számos ország lakosait megszólítsák, és rövid idő alatt a helyi kezdeményezéseket regionális és világméretű programokká bővítsék.” (Prahald: 2006, 150.o.)

A fejlett országokban a szappanpiac nagyrészt telítődött, a BOP – piacok azonban még jelentős bővülést élhetnek meg – és remek lehetőséget jelenthetnek például a HLL-nek is. A vállalat mintegy 100 gyártó egységgel rendelkezik Indiában, amelyek termékeit egy jól kiépített terjesztői lánc értékesíti.

A HLL piackutatással foglalkozó szakemberei felismerték, hogy bár az indiai háztartások nagy részében van szappan, azt elsősorban a szépségápolás elemének tartják és nem a betegségmegelőzés egy módját látják benne. A HLL felismerte azt is, hogy igazán jelentős eredmények eléréséhez összefogásra, partnerekre van szüksége. 2000 őszén a vállalat csatlakozott egy szerveződő programhoz, amelynek tagjai voltak a Világbank, az indiai állam Víz és Közegészségügyi programja és élvezte az UNICEF, a Londoni Közegészségtani és Trópusi Egészségügyi Iskola, valamint a Bank-Netherlands Víz Partnerség nevű csoportjának segítségét. A közös célért tehát egy PPP konstrukciójú együttműködés kezdett dolgozni, kezdetben Globális Állami-Magán Partnerség a Szappanos Kézmosásért (Global Public-Private Partnership for Handwashing), majd „Kezedben az egészség – Állami és Magán Partnerség” (Health in Your Hands – A Public Private Partnership) néven. A program tudományos hitelességének megteremtése érdekében a partnerség felvette a kapcsolatot az USA-beli Járványügyi Központtal, amely az ellenőrző funkciót is biztosítja. A HLL óriási marketingismereteket vitt a partnerségbe és jelentős kutatási eredményekkel rendelkezett a fogyasztói magatartás területén. A kormányzati részvétel a már létező infrastrukturális csatornák – például iskolák és kórházak – bevonását biztosította. Ezek a tényezők együttesen járultak hozzá ahhoz, hogy a lehető legkisebb költségekkel megsokszorozzák az elérhető



ügyfelek számát. A program első lépésként az indiai Kerala tartomány kézmosási szokásainak megváltoztatását tűzte ki céljául.

Kerala India egy 29 milliós, fejlett tartománya, ahol az országos átlaghoz képest magas az oktatás és az egészségügy színvonala. A felmérések azt mutatták, hogy a szappanos kézmosás gyakorisága ebben a tartományban is alacsony és azok, akik nem használnak rendszeresen szappan, ötször akkora eséllyel kapják meg a hasmenést. A partnerség első lépésben meg kívánta változtatni a keralai polgárok szappanról kialakult meggyőződését és asszociációit. Hirdetéseikben a szappant összekapcsolták az élet fontos eseményeivel és ezeken keresztül próbálták előidézni a magatartásváltozást. Ilyen fontos esemény például a születés, egy újszülött gondozása, amelyen keresztül a hirdetések felhívták a figyelmet a szappanos kézmosásra. A program négy fő terület köré csoportosította feladatait, amelyek a következők:

- tömegtájékoztatási kampány
- közvetlen kapcsolati kampány
- kiértékelés
- kommunikációs fejlesztés

A tömegtájékoztatási kampány részei voltak például a fent említett hirdetések<sup>35</sup>. A közvetlen kapcsolati kampány elemei voltak többek között az egészségügyi központokba látogató nők megszólítása és egészségügyi-tisztasági napok rendezése az iskolákban.

A program részletes kidolgozása 2002-re fejeződött be, a tervek szerint 3 év alatt 10 millió dolláros költségvetéssel valósult volna meg. A politikai résztvevők ellenfelei és egyes civil szervezetek azonban támadást indítottak a program ellen, azzal vádolva őket, hogy a legszegényebb tartományok igazi problémáinak elkendőzése érdekében használják fel a keralai eredményeket, amely a legfejlettebb tartományok közé tartozik. A Világbank kérte a keralai kormányt, hogy szólaljon fel a kritikák ellen, ám a kormány erre belpolitikai okok miatt nem volt hajlandó. A negatív események miatt a partnerség meggyengült és módosította eredeti elképzeléseit 1 évre és 2 millió dollárra. Bár kudarcnak tűnhet, hogy így alakult a program, ennek ellenére számottevő eredményeket könyvelhet el, hiszen a tapasztalatok alapján hasonló programokat indítottak például Indonéziában, Peruban és Nepálban. A program kulcsa a közvetlen kapcsolat és a tömegtájékoztatás együttes alkalmazása a helyi sajátosságok figyelembevételével.

---

<sup>35</sup> Fontos kiemelni, hogy ezek a hirdetések nem konkrét szappanmárkát reklámoztak, nem tartalmazták egyik cég logóját sem, magát a szappanos kézmosást hirdették.

### 3.3.3.1. A HLL tevékenysége – a PPP-n belül és azon kívül

A HLL legsikeresebb terméke, a Lifebouy szappan, a piac telítődése folytán fokozatosan veszített pozíciójából, így a vállalat a már ismertetett partnerségtől remélte a megoldást, hogy újabb fogyasztókat nyerhessen meg. A szappannal korábban a 18 és 45 közötti férfiakat célozták meg és elsősorban a sporttal vagy kemény munkával kapcsolták össze, amely erős szappant igényel. A piacon megjelenő egyre újabb samponmárkák mind-mind csökkentették a Lifebouy és ezzel a HLL pozícióját. A HLL termékmenedzserei és marketingszakemberei ezért megváltoztatták stratégiájukat. Az indiai családott tették hirdetések középpontjává, arra hívva fel a figyelmet, hogy a szappan hatékonyan segíthet elkerülni sok betegség családon belüli továbbterjedését. Ezen kívül hozzáadtak a szappanok alapanyagához egy triclosan<sup>36</sup> nevű antibakteriális adalékanyagot. Az új reklámok élénkítették a Lifebouy piacát a városokban, ám a vidéki vásárlókhöz – a fogyasztók mintegy 70%-ához nem jutottak el ezek a hirdetések, ezért újabb megoldások kidolgozására volt szükség.

A HLL tanulmányokat készített a vidéki fogyasztók vásárlói szokásairól és arra a következtetésre jutott, hogy sokan a tisztaság alatt csupán „a kosz hiányát” értették, nem pedig a baktérium- és kórokozó-mentességet. A legtöbb vizsgált személy csak akkor mosott kezet, ha kezeit igazán koszosnak látta. Ha keze tisztának látszott nem mosta meg például főzés vagy evés előtt, vagy ha mégis, akkor általában csupán vízzel. Nyilvánvalóvá vált, hogy fejleszteni kell a vásárlók ismereteit a kórokozókkal és egészségkárosító hatásukkal kapcsolatban. A HLL kidolgozta tehát programját, amely a 'Csillogó Egészség' (Swasthya Chetna) nevet kapta. A program a következő üzenetet kívánta hangsúlyozni:

- a baktériumok láthatatlanok ugyan, de mindenhol ott vannak
- ezek a baktériumok betegségeket okozhatnak
- a Lifebouy szappan tartalmaz antibakteriális anyagot, ezért annak vásárlásával és rendszeres használatával elkerülhetőek a fertőzések.

Helyi oktatókat kértek fel, akik beszéltek a helyi dialektusokat és élvezték a közösség bizalmát. Ezen kívül különös figyelmet fordítottak a 7-13 éves korosztályra. Ezek a gyerekek fogékonyak az új ismeretekre és a változásra és családjukban is továbbadhatják az ismereteket. A program keretében a falvakban bemutatókat rendeznek, ahol a gyerekeknek mesés formában beszélnek a bacilusokról és a „hősökről”, akik legyőzik őket, valamint ajándék szappanokat osztanak szét. Számos kísérő elemet kapcsoltak a programhoz, az előadók pedig rendszeres

---

<sup>36</sup> A triclosan az Amerikai Egyesült Államokban és Európában már elavult antibakteriális anyagnak számít, mivel bebizonyosodott, hogy a baktériumok ellenállóvá válhatnak vele szemben és így még erősebb baktériumfajtákat hozhatnak létre.

időközönként visszalátogattak az adott településre, hogy megerősítsék a korábban elhangzottakat. A program kísérő eleme például a Lifebouy szappanok csomagolópapírjának gyűjtése, amelyek különböző ajándékokra válthatók be. A HLL falusi egészségnapokat rendezett, amelyeken vetélkedőkkel és az egészségről szóló versekkel adják át az üzenetet, valamint ingyenes egészségügyi szűrővizsgálatokat tartanak.

Az adatokat folyamatosan értékelik és elemzik, az egészségügyi hasznosság, a ráfordítás és a piaci növekedés szempontjából. Mivel mindhárom területen sikereket könyvelhetnek el, a HLL tervezi, hogy kiterjeszti a programot Bangladesre és egyéb országokra is.

#### **4. Összegzés**

E tanulmány célja egyrészt a gazdaságetika témakörének általános bemutatása és történelmi áttekintése volt, másrészt pedig annak vizsgálata, hogy milyen lehetőségei vannak a multinacionális vállalatoknak a társadalomért felelős cselekvésre, a helyi vagy szélesebb körű társadalmi problémák megoldására úgy, hogy elsődleges céljuk a folyamatos hatékonyságnövelés és költséghatékonyság a mind nagyobb profit elérése érdekében. Kiindulópontként szolgált azt a meggyőződésem, hogy a profitorientált működés nem hogy nem zárja ki a társadalomért felelős magatartást, hanem még fokozhatja is.

A történelmi áttekintés rávilágított, hogy a gazdaság és etika kapcsolatáról szóló gondolkodás szinte egyidős az emberiséggel, az ókor óta foglalkoztatja a gondolkodókat. Már Plátón és Arisztotelész felhívták rá a figyelmet, hogy a kereskedelemben tapasztalható „nyerészkedés” veszélyes lehet, oda kell figyelni az egyenlőségre, nem szabad engedni, hogy valaki igazságtalan előnyre tegyen szert mások rovására. Napjaink kiemelkedő gondolkodói az összetett nemzetközi gazdasági és jogi helyzetet elemezve tesznek megállapításokat az állam és a vállalatok szerepvállalásáról, a cselekvési lehetőségekről. Amartya Sen elsődleges fontosságúnak tartja a szabadságjogok nagyfokú biztosítását, amely lehetővé teszi a gazdasági életben való részvételt, a választás szabadságát jelenti, és amely végső soron lehetőséget teremt arra, hogy az egyén önállóan alakítsa életét, valódi lehetőségeket mérlegelve és döntéseket hozva.

Az esettanulmányok alapján véleményem szerint helytálló az a meggyőződés, hogy a társadalomért felelős hozzáállás és a profitszerzés igénye nem zárják ki, sőt akár erősíthetik is egymást. Számos vállalat számol be arról, hogy a társadalmi felelősségvállalás jegyében folytatott programjaik következtében sokat javult a vállalat külső megítélése, amely

jóképpen hatott a bevételre az elkötelezett fogyasztók számának növekedésével, nőtt a munkavállalók motivációja és lojalitása a cég iránt, amely elősegítette a legjobban képzett szakemberek felvételét és megtartását a vállalatnál. Ezek és az ezekhez hasonló pozitív tapasztalatok egyre több vállalatot győznek meg arról, hogy fokozottabban figyeljenek a társadalmi felelősségvállalásra és ezt alkalmazottaik körében is előnyben részesítsék, népszerűsítsék. A társadalomért felelős magatartás felértékelődését bizonyítja a következő álláshirdetés is, amely egy magyarországi bank honlapján jelent meg:

**Területi üzleti elemző (Üzemeltetési szolgáltatás területre)**

- Feladatok:
- Követelmények
- Elkötelezett CSR szemlélet

(<http://www.cib.hu/cibgroup/hr/ajanlatok/ajanlatok>)

Bár a piaci alapú felelős hozzáállás már több esetben bizonyította életképességét, még mindig sok kritika éri azon civil szervezet részéről, amelyek a társadalmi felelősségvállalást kizárólag jótekonyság, önzetlen adományok formájában tudják elfogadni.

Véleményem szerint, és ez egyben kutatásom konklúziója is, a társadalmi felelősségvállalás, a környezettudatos hozzáállás elengedhetetlenek a fenntartható fejlődés szempontjából. Egyre több vállalat kötelezi el magát ezen ügy mellett és egyértelműen bizonyítja, hogy összeegyeztethető a piaci alapú és a társadalomért felelős gondolkodás. Ez a fajta működés még gyerekcipőben jár ugyan és számos kritika éri, mégis úgy gondolom, hogy a jövőben széles körben elterjed és elfogadottá válik.

## Felhasznált irodalom

### *Nyomtatott források*

CASTELLS, MANUEL

[2005]: A hálózati társadalom kialakulása, Budapest, Gondolat Kiadó

CSATH MAGDOLNA

[2001]: Kiút a globalizációs zsákutcából. Budapest, Kairosz Kiadó

CSURGÓ OTTÓNÉ

[1994]: Üzleti etika, Budapest, Saldo Kiadó

ELLWOOD, WAYNE

[2003]: A globalizáció. Budapest, HVG Könyvek

FARKAS SZILVESZTER – SZABÓ JÓZSEF

[2005]: A vállalati kockázatkezelés kézikönyve. Budapest, Dialóg Campus tankönyvek

GARACZI IMRE

[2005]: Ész és sors – Modern politikabölcseleti vázlatok. Veszprémi Humán Tudományokért Alapítvány

[2007]: Önérdek és önzetlenség – Modern gazdaságetika a társadalom- és politikaelméletek tükrében. Veszprémi Humán Tudományokért Alapítvány

HAJDÚ PÉTER

[2004]: Gazdaságetikai alapismeretek középiskolások számára, Budapest, Képzőművészeti Kiadó

NAGY GYULA

[2002]: Globalizáció versus nemzeti szuverenitás, avagy a „multik” megítélésének dilemmái. In: „A struktúraváltás évtizede”: 1992-2002, Jubileumi tudományos konferencia, 2002 szeptember 9-10., Tatabánya, Modern Üzleti Tudományok Főiskolája

PRAHALAD, C. K.

[2006]: Esélyek a piramis alján. Társadalmi felelősségvállalás és profit, Budapest, HVG Könyvek

SEN, AMARTYA

[1987]: On Ethics & Economics., Oxford – New York, Basil Blackwell.

[2003]: A fejlődés, mint szabadság. Budapest, Európa könyvkiadó

SIMAI MIHÁLY – GÁL PÉTER

[2000]: Új trendek és stratégiák a világgazdaságban. Akadémiai Kiadó, Budapest

TANYI ATTILA

[2000]: Piac és igazságosság? A piaci társadalom erkölcsi következményei. Budapest, Napvilág Kiadó

ZSOLNAI LÁSZLÓ

[2001]: Ökológia - gazdaság - etika. Budapest, Helikon Kiadó.

## **Elektronikus források**

GILBERT, DIRK ULRICH

[2001]: Social Accountablity 8000 – Ein praktikables Instrument zur Implementierung von Unternehmensethik in international tätigen Unternehmen?, Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 2001/2., 123-148.o., online kiadás:[http://www.zfwu.de/ausgaben/2001/2\\_2001/Vollversionen/vollversionen.html](http://www.zfwu.de/ausgaben/2001/2_2001/Vollversionen/vollversionen.html)  
megtekintve: 2007.02.15

SCHMIDT, MATTHIAS

[2001]: Effektive Unternehmensethik muss die Sprache der Praxis lernen – Ein Erfahrungsbericht aus der Unternehmensberatung. Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 2001/2., 203-211.o., online kiadás:[http://www.zfwu.de/ausgaben/2001/2\\_2001/Vollversionen/vollversionen.html](http://www.zfwu.de/ausgaben/2001/2_2001/Vollversionen/vollversionen.html)  
megtekintve: 2007.02.15

RIETH, LOTHAR

[2003]: Deutsche Unternehmen, Soziale Verantwortung und der Global Compact. Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 2003/3., 372-391.o., online kiadás:[http://www.zfwu.de/ausgaben/2003/3\\_2003/Vollversionen/vollversionen.html](http://www.zfwu.de/ausgaben/2003/3_2003/Vollversionen/vollversionen.html)  
megtekintve: 2006.12.28.

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/hu/com/2006/com2006\\_0136hu01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/hu/com/2006/com2006_0136hu01.pdf)  
megtekintve: 2008.02.19.