

Nemzetközi jégkorong egyesületek CSR tevékenységei

CSR Activities of International Ice Hockey Clubs

MÁRTON L.

Debreceni Egyetem, Budapest Jégkorong Akadémia Kft.

Absztrakt. Nemzetközi viszonylatban elmondható, hogy napjainkra a társadalmi felelősségvállalás (corporate social responsibility – CSR) egyre nagyobb hangsúlyt kap a sportszervezeteknél. Ezzel párhuzamosan, folyamatosan nő azon nemzetközi kutatások és tanulmányok köre, melyek a CSR koncepció gyakorlatba való megjelenését vizsgálják a sportban.

Jelen tanulmány célja, hogy szakértői interjúk segítségével bemutassa, a CSR filozófia helyét, szerepét és gyakorlati megjelenését a sportban és egyes régre gyökerező, jégkorong kultúrával rendelkező finn és svéd jégkorong egyesületek esetében. Választ kaphatunk arra, hogy miként integrálták mindennapi működésükbe a környezetvédelmi tevékenységeket és a társadalom segítségét. Külföldi jó gyakorlatokat olvashatunk, melyek alapján ez a tanulmány segítséget nyújthat hazai sportegyesületeknek, CSR tevékenységük kialakításához.

Kulcsszavak: CSR, környezetvédelmi felelősségvállalás, jégkorong

Abstract. Worldwide there is a growing emphasis on corporate social responsibility (CSR) and became increasingly important for sports organisations too. At the same time the international research and study numbers increasing, which examine the practical application of the CSR concept in sport.

The study provides an insight into the importance of CSR activities in foreign hockey clubs, especially in Finnish and Swedish hockey clubs with long-rooted hockey cultures, through expert interviews and their analysis. We get an answer for how they have integrated environmental activities and helping society into their every day live. Good examples from abroad are provided, on the basis of which this study can help the Hungarian sport clubs who want to develop their organisation through CSR activities.

Keywords: CSR, environmental protection, responsibility, ice hockey

Bevezetés

A társadalmi felelősségvállalás története a 20. század közepéig vezethető vissza, amikor a gazdasági és a tudományos élet képviselői elkezdtek kutatni a gazdaság és a társadalom között fellelhető kapcsolódási pontokat. Az 1990-es évektől folyamatosan erősödik a felelős vállalati eszmékkel,

vállalatok társadalmi felelősségvállalásával való azonosulás. Napjainkra a nagyobb vállalatok sajátos stratégiákat alkotnak a CSR tevékenységeikhez, melyekhez erőforrásokat is csoportosítanak.

A „felelős” vállalat fogalmának megértése korántsem könnyű, mivel a szakirodalomban nem található egyetlen definíció, amely egyértelműen lehatárolná a jelentését. A különböző meghatározások egységesek abban, miszerint az üzletmenetben létre kell hozni az egyensúlyt a gazdasági érdekek, a társadalmi elvárások és a környezeti korlátok között. A célkitűzések között az erkölcsi alapokon nyugvó kiegészítő céloknak is szerepelniük kell, mely tendencia vezet az „érték-alapú” vagy „felelős” vállalat koncepcióhoz. (Ráthonyi-Ódor-Bácsné-Ráthonyi, 2019).

Rendszerint az Európai Bizottság 2001-es és 2011-es definícióját ismerjük el. A 2011-es definíció szerint a CSR tevékenységek „a vállalkozásoknak a társadalomra gyakorolt hatásaiért vállalt felelőssége”. (EC, 2011, 6. o.) A CSR-rel kapcsolatban elmondható, hogy hosszú távú célokat tűz ki, értéket teremt, értéket őriz (Nagy-Tóth-Győri, 2012).

A felelős magatartás megjelenése a gazdasági élet különböző szektoraiban, eltérő tevékenységek révén valósulhat meg. Napjainkban egyre nagyobb figyelmet kapó kutatási terület, a sportszektor felelős magatartásának vizsgálata (Scheinbaum – Lacey, 2015). Külföldi példák alapján jól látható, hogy a CSR mindkét pillére – társadalmi és környezeti – a sportszervezetek kiemelt fókuszterületének számít.

Nemzetközi szakirodalmak alapján (Filizöz – Fisne, 2011; Ibrahim – Almarshed, 2014; Smith – Westerbeer, 2007; Trendafilova et al., 2013) az alábbiak szerint foglalhatjuk össze, a sport és a CSR kapcsolódási pontjait:

- A sport globális méreteiből adódóan a társadalom széles rétegeihez tud információt eljuttatni.
- A fiatalok körében népszerű a sporthoz kapcsolódó CSR program.
- A sportközpontú CSR az egészséges életmód pozitív üzeneteit terjeszti.
- A sportközpontú CSR erősíti a társadalmi interakciókat.
- A sporteseményen való részvétel hozzájárul a jóllét kialakulásához.
- Sportszervezetek a fenntarthatóságot szolgáló intézkedéseikkel a környezetvédelmet támogathatják.

Jól látható, hogy a sport alkalmas a CSR koncepció mindkét aspektusának (társadalmi – környezeti) támogatására (Ráthonyi-Ódor et al., 2020).

A sportszektor társadalmi szempontú CSR intézkedéseit 4 kategóriába sorolhatjuk: (1) oktatási programok, (2) sport/egészségügyi programok, (3) társadalmi/kulturális programok és (4) jótékony programok (Nilson, 2018; Ráthonyi-Ódor et al., 2020).

A környezeti fenntarthatóság egyre nagyobb figyelmet kap a CSR koncepción belül és a környezetileg felelős üzleti gyakorlatok (pl. energiaracionalizálás, vízfelhasználás csökkentése, hulladékgazdálkodás, mérgező anyagok használatának minimalizálása) a CSR alapvető elemei váltak (Jenkins, 2011; Moghaddam et al., 2018).

Shipley (2018) szerint, ha a sportot zöldebbé akarjuk tenni, az alábbi intézkedések szükségesek:

- szervezeti formában valósuljon meg a környezetvédelem támogatása;
- a természettel és a környezettel összhangban lévő sporttevékenységek, sportprogramok kialakítása;
- a sportinfrastruktúra zöldebbé tétele;
- állami szerepvállalás e területen;
- környezetvédelmi szempontok integrálása sportszervezetek működésébe;

A CSR 2 pillérét figyelembe véve, a gyakorlatban az alábbi tevékenység típusok figyelhetők meg sportszervezetek CSR tevékenységével kapcsolatban:

- jótékonyági események és szervezetek protezsálása;
- lokális nevelő, szemléletformáló és rekreációs programok segítése;
- kulturális kezdeményezések elősegítése;
- fenntartható és a szélesebb közösség felé nyitott létesítmények építése;
- globális problémákra hívja fel a figyelmet;
- felhívja a kulturális örökség védelmére a figyelmet;
- környezetvédelmi programokat támogat, környezetbarát megoldásokat alkalmaz;
- klubok és ligák által létrehozott alapítványok támogatása (Hajdú, 2021).

Jelen tanulmány célja, hogy szakértői interjúk segítségével bemutassa, a CSR filozófia helyét, szerepét és gyakorlati megjelenését a sportban és egyes régre gyökerező, jégkorong kultúrával rendelkező finn és svéd jégkorong egyesületek esetében.

1. Anyag és módszer

A szekunder kutatás során a felelős vállalati magatartás témakörében releváns hazai és nemzetközi irodalmakat használtam fel, online folyóirat adatbázisok segítségével.

Primer kutatásom során három jégkorong egyesület, két finn és egy svéd klub, vezetőjével készítettem szakmai interjút 2021 őszén.

A Kärpät Oulu jégkorong egyesület az egyik leghíresebb Finnországban. Többszörös finn jégkorong bajnokok mind férfi, mind női mezőnyben, illetve az utánpótlás bajnokságokban is kiemelkedő eredményekkel rendelkeznek. A technikai vezető, Mika Pieniniemi telefonos interjú keretein belül válaszolt a kérdéseimre. Mika aktívan részt vesz az egyesület életében, szervezi a különböző eseményeket.

A KPK Finland nagy népszerűségnek örvendő klub Finnországban. Tanja Mäkelä válaszolta meg a kérdéseket, aki az első női vezetőedző a klub történetében. Fontos számára a környezettudatosság, így aktívan részt vesz a CSR tevékenységekben. Tanja emailen küldte meg válaszait.

A GHC Sweden egyesülettől Mikael Lundint kérdeztem meg. Ő a technikai vezetője a klubnak, szoros kapcsolatban áll a felsőbb vezetéssel és a szülőkkel, játékosokkal is. A svéd jégkorong egyesület székhelye Göteborgban található, amely egy multikulturális város. Mikael a felső vezetéssel tárgyalva, emailen küldte meg válaszait a tanulmányhoz.

A kérdéseim az alábbiak alapján épültek fel:

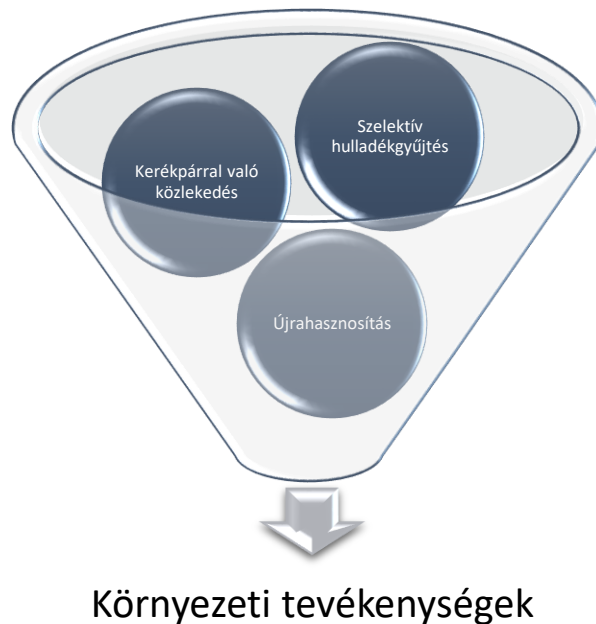
1. Milyen környezetvédelmi CSR tevékenységeket alkalmaz a klub?
2. Milyen társadalmi CSR tevékenységei vannak a klubnak?
3. Kik dolgoznak ezeken a tevékenységeken, esetleg van egy csoport, akik ezzel foglalkoznak?
4. Miért végez a klub CSR tevékenységeket? Hogyan tud ez segíteni a klubon, a munkavállalókon és a játékosokon?
5. Milyen egyéb CSR tevékenységeket szeretnétek a közeljövőben a klub életébe integrálni?
6. Hogyan és milyen média platformot használnak arra, hogy a klub CSR tevékenységeit közzé tegyék?
7. Milyen céllal kommunikáljátok a CSR tevékenységeiteket?
8. Végez a nemzeti jégkorong szövetség saját CSR tevékenységeket, esetleg kampányt? Ha igen, mik ezek?

2. Eredmények

Első kérdésem arra irányult, hogy vajon milyen környezetvédelmi CSR tevékenységeket alkalmaz a klub?

A kérdésre mindhárom egyesület hasonló válaszokat adott. Fontos számukra a környezet védelme, és a környezettudatos életmód. Hangsúlyos volt válaszukban a kerékpárral történő közlekedés, a szelektív

hulladékgyűjtés, az újrahasznosítás. Az újrahasznosításnál mind a saját jégpályájukon található étterem/büfé által felszolgált termékeket (papír tányér, fa evőeszköz), illetve a jégkorong felszerelések, ruhák, mezek felhasználását emelték ki.



1. ábra: Külföldi klubok környezeti tevékenységei (saját szerkesztés)

Érdekesnek tartottam megkérdezni, hogy milyen társadalmi CSR tevékenységei vannak a klubnak?

Minden klub rendelkezik olyan programmal, ahol anyagi támogatást nyújtanak a rászoruló családoknak, hogy a gyerekek tudjanak járni edzésekre. Ez általában az egyesületi támogatások, vagyis a tagdíjak elengedését jelentik.

Az egyik finn klub társadalmi felelősségvállalás programját emelném ki:

Az úgynevezett Small Step-programon keresztül anyagi támogatást kapnak a Finn Kulturális és Oktatási Minisztériumtól, melynek keretein belül heti egy alkalommal térítésmentesen tudják biztosítani az edzéseket a legfiatalabb jégkorongozók számára. A jégkoronghoz szükséges felszereléseket pedig az újrahasznosítás programjukon keresztül biztosítják a sportot űzni vágyóknak. Itt a régebbi, de még 100%-os védelmet nyújtó protektorokat, korcsolyákat, ütőket kapják meg a gyerekek.

Kíváncsi voltam arra is, hogy kik dolgoznak a CSR tevékenységeken, esetleg van egy csoport, akik csak ezzel foglalkoznak?

A csapatok mindegyike azonos választ adott erre a kérdésre. Nincs külön CSR-rel foglalkozó munkacsoportjuk, hanem a klub vezetőitől kezdve, minden munkavállaló részt vesz a folyamatban.



2. ábra: CSR tevékenységgel foglalkozók köre a sportegyesületen belül (saját szerkesztés)

A tevékenységeket általában a technikai vezetők, illetve a mindennapokban a vezetőedzők koordinálják. Némely tevékenységük felügyeletét pedig a szülőkre bízják, ezzel is erősítve a lojalitást a családokban.

Fontosnak tartottam megkérdezni, hogy miért végez a klub CSR tevékenységeket? Hogyan tud ez segíteni a klubon, a munkavállalókon és a játékosokon?

A skandináv államokról egyértelműen elmondható, hogy élen járnak a környezetvédelemben. Ez a természeti adottságaikból is következtethető, de a jó életszínvonal is hozzájárul ehhez. Nemcsak vállalati szinten, hanem egyéni szinten is beépült mindennapjaikba a környezet védelme (MÁRTON A., 2009).

A klubok így többségében azt a választ adták, miként ők a napi rutinjaikat követve próbálnak a munkahelyükön is minél környezettudatosabbak lenni. Ezen kívül a társadalmi tevékenységekkel próbálják a rászoruló családokat anyagilag is támogatni. A svéd klub egy remek CSR tevékenységét szeretném kiemelni:

A Klub a társadalom fejlesztésére törekszik, és a jégkorong az eszközük, nem a céljuk. Fontosnak tartják, hogy a játékosaiknak legyenek példaképei, akik közel állnak hozzájuk. A "Korcsolyázz az életért" egy

CSR tevékenység, ahol a klub játékosai pénzt gyűjtenek a gyermekkori rákkutatásra. Még ha szegény is valaki, megtanulhat pénzt adni másoknak, akiknek segítségre van szükségük.

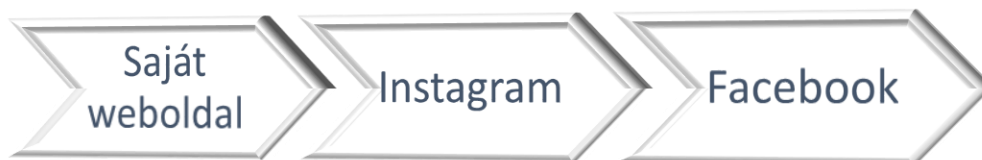
Kíváncsi voltam, milyen egyéb CSR tevékenységeket szeretnének a közeljövőben a klub életébe integrálni?

A klubok a szülőket szeretnék bevonni nagyobb felelősséggel. Külföldön több szerephez jutnak az egyesület életében a szülők, önkéntes alapon.

Az egyik finn klub 2022. tavaszán szeretne egy versenyt indítani a csapatok között, amelyben minden csapat pontokat kap, és megajándékozzák a legtöbb pontot szerző csapatot. A verseny lényege, hogy minden játékosnak kerékpárral kell edzésre mennie. A kilométer számokat összeadják, és ezek alkotják a pontokat. Ezzel a programjukkal is a környezetet szeretnék védeni, és játékos módon felhívni a figyelmüket a környezetvédelem fontosságára.

Lényegesnek tartottam megkérdezni, hogy hogyan és milyen média platformot használnak arra, hogy a klub CSR tevékenységeit közzé tegyék?

Erre a kérdésre a 21. századi tendenciának megfelelő válaszok érkeztek a kluboktól. Minden megkérdezett a közösségi média felületeket használja a tevékenységeik bemutatására. Ezek van, ahol rendszerezett körülmények között, van, ahol pedig ad hoc jelleggel kerülnek publikálásra.



3. ábra: CSR tevékenységek publikálásának platformjai (saját szerkesztés)

Érdekesnek tartottam megkérdezni azt is, hogy milyen céllal kommunikálják CSR tevékenységeiket?

Az klubok fontosnak tartják, hogy a játékosok, és a szülők lássák, hogy a szervezet elkötelezett a klímavédelem iránt. Szeretnék, ha ez is egyfajta lojalitást váltana ki az ott sportolók, és családjaik körében. Másfelől, a klubok szeretnének példát állítani a játékosaik, és családjaik részére azáltal, amit tesznek a környezetért és a társadalomért.

A legsokoldalúbb social media stratégiával a Kärpät Oulu csapata rendelkezik. Ez számos tényező miatt van így, például: a legöregebb klub az említettek közül, gazdaságilag a legjobb helyzetben lévő egyesület, itt van külön média csoport, aki kezeli a felületeket stb.

Utolsó kérdésem nem kifejezetten a kluboknak szólt, inkább érdeklődtem a nemzeti szövetségeik iránt, végez-e a nemzeti jégkorong szövetségük saját CSR tevékenységeket, esetleg kampányt? Ha igen, mik ezek?

A finn és a svéd nemzeti jégkorong szövetségek egyaránt végeznek CSR tevékenységeket. Ezek többnyire környezetvédelmi tevékenységek, de vannak társadalmi tevékenységeik is. A fontosabb környezetvédelmi tevékenységek között az alábbiak figyelhetők meg:

- jégpályák környezetvédelmi tanúsítványok megszerzése,
- kerékpározók hónapjának támogatása,
- újrahasznosítás (hulladék, jégkorong védő felszerelések)
- szelektív hulladékgyűjtés.

Az NHL 2016-ban felvette a környezetvédelmi tevékenységei közé a jégpályák zöldítését "Greener Rinks Initiative", ami elfogadott lett a csapatok körében is. (NHL, 2016).

3. Következtetés

Összességében megállapítható, hogy az általam megkérdezett két finn és egy svéd klub tudatos CSR tevékenységeket folytat. A megkérdezett sportegyesületek lokális hovatartozások következtében, miként országaik is élen járnak a környezetvédelemben, így nekik a kultúrájukból adódik a környezet megóvása iránti törekvéseik.

Megállapítható, hogy minden érintett sportszervezetben a legfiatalabb kortól kezdik a programot, hogy felnőtt korukra természetessé váljon a környezetvédelem. A progresszív CSR szemlélet korai elültetése a gyermeki közösségekben a fejlődés alapja lehet.

A családot, mint legfontosabb primer közösséget a gyermek életébe igyekeznek bevonni CSR programjaikba, így még hatékonyabbá téve ezt a szemléletet. A társadalmi érdekeket lebontják helyi CSR tevékenységekre is, ezzel a fenntarthatóság megvalósításának hatékonyságát igyekeznek növelni.

Magyarországon a szekunder kutatásaim során szinte csak társadalmi CSR tevékenységeket találtam az egyes sportegyesületeknél, illetve a faültetést tudom kiemelni, mint egyetlen környezetvédelmi kampányt. Ez megegyezik Hajdú (2021) kutatásának eredményével is.

A skandináv államok kultúrájukból fakadóan előrébb járnak a hazai sportegyesületeknél, mind a társadalmi, mind a környezetvédelmi CSR tevékenységek kapcsán, de úgy gondolom, a tanulmányban említett külföldi jó gyakorlatok segíthetnek a magyar sportszervezeteknek is elkötelezettebbé válni.

Véleményem szerint, Magyarországon kis lépésekkel is nagy változást tudunk már elérni. Fontos lenne, hogy a klubok odafigyeljenek a szelektív hulladékgyűjtésre, az áramfogyasztásra, a helyi értékek megőrzésére, valamint új értékek teremtésére.

Irodalomjegyzék:

- [1] Brietbarth T.-Harris P. (2008): The Role of Corporate Social Responsibility in The Football Business: Toward the Development of a Conceptual Model. *European Sport Marketing Quarterly*, 8, pp. 179-206.
- [2] Carroll, A.B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility. Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, Vol.34.,No.4.,pp.39-48.
- [3] Djaballah, M. – Hautbois, C. – Desbordes, M. (2016): Sponsors' CSR strategies in sport: A sense making approach of corporations established in France. *Sport Management Review*, Volume 20, Issue 2, 30. p.
- [4] Dowling, M. – Robinson, L. – Washington, M. (2013): Taking advantage of the London 2012 Olympic Games: Corporate social responsibility through sport partnerships. *European Sport Management Quarterly*, Volume 13, Issue 3, pp. 269–292.
- [5] Filizöz, B. – Fisne, M. (2011): Corporate Social Responsibility: A Study of Striking Corporate Social Responsibility Practices in Sport Management. *Procedia Social and Behavioural Sciences*, 24, pp. 1405–1417.
- [6] Ibrahim, H. – Almarshed, S. O. (2014): Sporting Event as a Corporate Social Responsibility Strategy. *Procedia Economics and Finance*, Volume 11, pp. 3 – 14.
- [7] Hajdú A. (2021): Helyi értékből globális sportvállalat, *Századvég*, 2. szám, pp.175-201.
- [8] Jenkins, H. (2011): CSR in Sport: Investigating environmental sustainability in UK Premier League Football Clubs. http://www.crrconference.org/Previous_conferences/downloads/crrc2011jenkins.pdf Letöltés dátuma: 2021. december
- [9] Kotler P.-Lee N. (2007): Vállalatok társadalmi felelősségvállalása, HVG kiadó, Budapest.
- [10] Márton A. (2009): Környezetvédelem Finnországban, *Hadtudományi Szemle*, 2. Évf. 2. sz. pp 138-147.
- [11] Moghaddam, K.S. – Abadi, B.H.-Eydi, H. (2018): Investigating Environmental Responsibilities Involved in Sport Organizations. *International Journal of Sports Science*, Vol.8., Issue 4, pp. 109-117.

- [12] Nagy Z.-Tóth G.-Győri Zs. (2012): A Sport Értékteremtő Szerepe A „Felelős Vállalati” Konceptióban, Forrás:
http://kgk.sze.hu./images/dokumentumok/kautzkiadvany2014/Nagy%20Barbara_estarsak.pdf
- [13] NHL (2016): <https://www.nhl.com/info/nhl-green>
- [14] Nilsson, L. (2018): CSR in Swedish football – A multiple case study of four clubs in
- [15] Allsvenskan. Master degree. Södertörn University. pp. 10-20.
- [16] Ráthonyi-Ódor K. (2019): Társadalmi felelősségvállalás a sportban, különös tekintettel a környezetvédelemre, Habilitációs gyűjtemény, Debreceni Egyetem.
- [17] Ráthonyi G.-Bácsné Bába É.-Ráthonyi-Ódor K. (2021): A COVID-19 pandémia hatása a munkavállalók fizikai aktivitására, *International Journal of Engineering and Management Sciences*, Vol.6. No.2.
- [18] Ráthonyi-Ódor K.-Bácsné Bába É.- Ráthonyi G. (2019): Nike vs. Adidas – Környezetvédelmi Erőfeszítések Eredményei, *Acta Carolus Robertus*, pp.133-148.
- [19] Ráthonyi-Ódor K. - Bácsné Bába É. – Müller A. – Bács Z.-Ráthonyi G. (2020): How Successful Are the Teams of the European Football Elite off the Field? – CSR Activities of the Premier League and the Primera División. *Int J Environ Res Public Health*. 2020. doi: 10.3390/ijerph17207534.
- [20] Smith, A.C.T. – Westerbeek, H.M. (2007): Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility. *Journal of Corporate Citizenship*, Volume 25, Issue 12, pp. 43-54.
- [21] Scheinbaum A.C. - Lacey R. (2015): Event Social Responsibility: A Note to Improve Outcomes for Sponsors and Events, *Journal of Business Research*, Vol.68., pp. 1982-1986.
- [22] Shiply, M. (2018): Sport and Environment. <https://www.progressiveteacher.in/sport-and-environment/> Letöltés dátuma: 2022. január
- [23] Trendafilova, S. – Babiak, K. – Heinze, K. (2013): Corporate social responsibility and environmental sustainability: Why professional sport is greening the playing field. *Sport Management Review*, Volume 16, pp. 298-313.
- [24] Trendafilova, S.-McCulloch, B. – Pfahl, M. – Nguyen, S.N. – Casper, J. – Picariello, M. (2014): Environmental Sustainability in Sport: Current State and Future Trends, *Global Journal on Advances in Pure & Applied Sciences*, Vol. 3., pp. 9-14.