

A társadalmi felelősségvállalás szemléletének megjelenése gazdasági képzésben részt vevő egyetemi hallgatók körében

Business students' attitude to social responsibility

E. Barizsné Hadházi¹, M. Ujhelyi², Zs. Kiss³

¹Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, Vezetéstudományi Tanszék, barizsne.hadhazi.edit@econ.unideb.hu

²Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, Vezetéstudományi Tanszék, maria.ujhelyi@econ.unideb.hu

³Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, Emberi Erőforrás Menedzsment Tanszék, kiss.zsuzsanna@econ.unideb.hu

Absztrakt. A vállalatok működésének legfontosabb célja a fogyasztók igényeinek kielégítése, s ennek segítségével a profitszerzés. Napjainkban azonban egyre inkább előtérbe kerül, hogy e két célkitűzésen túl a szervezeteknek a társadalmi felelősségvállalás terén is van tennivalójuk. Ezzel kapcsolatban merülhet fel bennünk a kérdés, hogy vajon ezt a típusú elköteleződést és attitűdöt szükséges-e tanítani a gazdasági képzésben részt vevő hallgatóknak (s egyáltalán lehet-e), illetve hogy ettől függetlenül is: milyen mértékben jellemző rájuk ez a fajta tudatosság. Tanulmányunkban gazdasági képzésben részt vevő egyetemi hallgatókat kérdeztünk meg kettős céllal: egyrészt, hogy szerintük a vállalat célkitűzéseiben mennyire fontos a társadalmi felelősségvállalás, másrészt pedig, hogy szerintük mennyire kell ennek a szemléletmódnak az oktatásban megjelennie.

Abstract. The companies' most important goal is the satisfaction of consumers' needs and the profitmaking. But nowadays the companies have to deal with the activity of corporate social responsibility, too. Therefore it can be interesting to research about the next questions: can ethics be taught? Do we have to teach ethics in the schools and especially in the business schools? What are the students' attitudes toward the social responsibility? Are students sensitive and open-minded connection with this issues? The aims of the study were to examine responsible management attitudes among business students at the University of Debrecen (Faculty of Economics and Business). We draw their CSR pyramid (based on Carroll model) and present their opinion in reference to business education's role in social issues.

Bevezetés

Napjainkban egyre inkább előtérbe kerül, hogy a szervezeteknek a profitszerzésen túl más, társadalmilag fontos célokat is szem előtt kell tartaniuk. Ez az elvárás vezet el minket a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának kérdéséhez, amelyet a piaci szereplők szinte mindegyike megfogalmaz, természetesen más-más érvek mentén, annak érdekében, hogy mind a társadalom mind

a gazdaság ezen belül a vállalatok is előtérbe helyezték társadalmi szerepvállalásukat. [16] Ebben a munkánkban azonban ennek a kérdéskörnek azzal a vetületével foglalkozunk, hogy hogyan jelenik ez meg a gazdasági képzésekben. A téma több szempontból is érdekes, hiszen többek között felmerül a kérdés, hogy a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos attitűd tanítható-e, fejleszthető-e egyáltalán, ha igen, akkor vajon melyik életszakaszban kellene ennek megtörténnie, illetve vajon hogyan látják ezt a diákok, szerintünk szükséges-e ilyen irányultságú tárgyak beillesztése az oktatásba.

1. Szakirodalmi áttekintés

Témánk szakirodalmi nézőpontból két kérdéskört ölel fel, egyik oldalról a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos elméleti vonalat, másik oldalról pedig azon empirikus kutatásokat, amelyek egyetemi hallgatók e témakörre vonatkozó szemléletmódját vizsgálják. A következőkben mindkét vezérfonal mentén áttekintjük a legfontosabb alapfogalmakat, kutatásokat.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása (angolul Corporate Social Responsibility, röviden CSR) mint célkitűzés az 1950-es években jelent meg, azóta számos meghatározásával találkozhatunk.

A Fenntartható Fejlődés Világgazdasági Tanácsa (WBCSD) szerint „a felelős üzleti magatartás elveit szemmel tartó cégek működésük során etikus magatartást tanúsítanak, és úgy járulnak hozzá a gazdasági fejlődéshez, hogy a munkát végzők és hozzátartozóik, valamint a helyi közösség és társadalom életminőségét javítják [1].

Kotler és Lee például így határozta meg a CSR fogalmát: „A vállalati társadalmi felelősségvállalás azt az elkötelezettséget jelenti, amely során a vállalat a közösség jólétének érdekében folytat önkéntesen, szabadon választott üzlet gyakorlatot, amit erőforrásaival is támogat” [2].

Porter és Kramer 2006-ban azt írták: „a vállalati társadalmi felelősség vagy vállalati filantrópia többnyire abban merül ki, hogy pénzt osztogatunk azoknak, akik nem szeretnek bennünket, és kapcsolatot próbálunk teremteni azokkal, akik nem szeretnek bennünket” [3]. Ezt a véleményüket azonban később átértékelték, és 2011-ben bevezették az ún. Creating Shared Value (CSV, magyarul Közösségi Értékteremtésként megjelenő) fogalmát, amelynek értelmében „a vállalatok akkor tudnak gazdasági értéket létrehozni, ha egyúttal a társadalom számára is értéket teremtenek” [4].

A fenti fogalmazásokból jól látszik, hogy a társadalmi felelősségvállalás, mint szemléletmód arról szól, hogy a szervezetek figyelmének fókuszába a profitcélokon túl bele kell illeszteni a különböző érintettek iránti elkötelezettséget. A CSR tevékenység a lehetséges érintettek közül leginkább a munkavállalókra, s családjaikra, a vállalatot szűkebb és tágabb értelemben körülvevő közösségre, társadalomra koncentrál.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásával kapcsolatban az egyik leggyakrabban hivatkozott kutató Carroll, akinek a nevéhez az ún. CSR piramis modellje kapcsolódik [5]. Carroll véleménye szerint a társadalmi felelősségvállalás négy szintjéről beszélhetünk: a gazdasági, a jogi, az etikai és a diszkrecionális szintről, ez utóbbit később a filantrópikus elnevezés váltotta fel [6]. Mit is jelent ezen négy felelősségi szint?

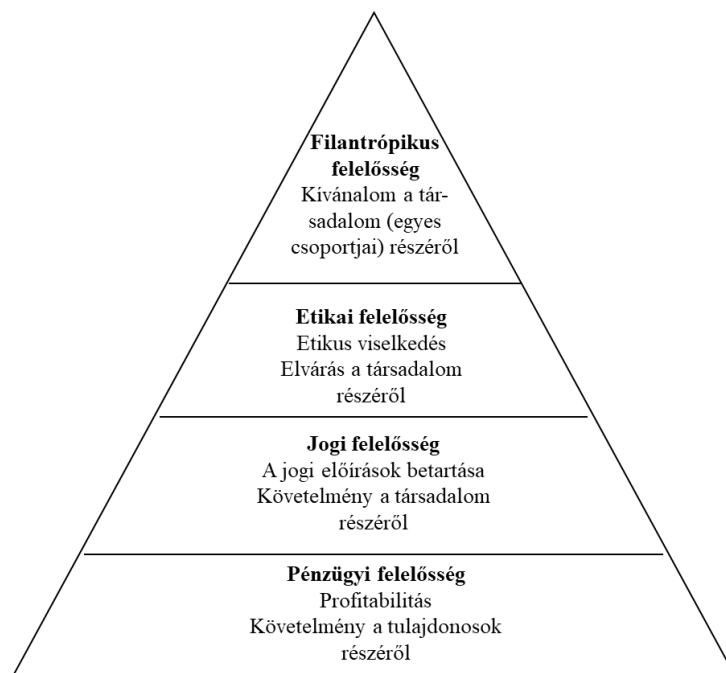
A gazdasági felelősségvállalás arra utal, hogy minden szervezetnek alapvető célja a fogyasztói igények kielégítése azáltal, hogy olyan termékeket állít elő, illetve olyan szolgáltatásokat nyújt, amelyekre az őt körülvevő társadalomnak szüksége van.

A jogi felelősségvállalás azt jelenti, hogy a szervezeteknek működésük során be kell tartaniuk a jogszabályokat, törvényeket, amennyiben pedig megszegik azokat, szankciókkal kell szembenéznük.

Az etikus felelősségvállalás foglalja magában azokat az elvárásokat, amelyeket a társadalom különböző tagjai, csoportjai fogalmaznak meg a szervezetekkel szemben az előző két szinten túlmenően. Példaként említhetjük, hogy elvárható a vállalatoktól a korrekt, igazságos működés (például tárgyalások során), vagy az, hogy egy adott szituációban helyesen cselekednek még abban az esetben is, ha ez pénzügyi veszteséggel jár.

A negyedik szint a filantrópikus vállalati működés szintje, amelyre jó példa lehet, ha egy vállalat napközbeni felügyeletet szervez a dolgozó anyák gyerekeinek, vagy a vállalaton belüli csoportokat működtet azoknak, akik a dohányzásról szeretnének leszokni, vagy tréningeket szerveznek az elbocsájtott dolgozóknak, hogy könnyebben találjanak új munkahelyet. Vegyük észre, hogy ha e területen nem vállal szerepet egy cég, attól tevékenysége még etikus lehet, ez a felelősségi szint teljes mértékben önkéntes.

A Carroll-féle CSR piramis első két felelősségi szintjén követni (elviakban) kötelező a vállalatok számára, a felső két szint azonban csak elvárás, illetve kívánatos magatartásforma, miközben azt is tudnunk kell, hogy ezek szimultán módon egyidőben jelen vannak a szervezetek működésében. A Carroll-féle CSR piramist szemlélteti az 1. ábra.



1. ábra: Carroll féle CSR piramis

Az üzleti képzésben részt vevő egyetemi hallgatók társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos attitűdjeit több kutatás is vizsgálta. A legtöbb felmérés rámutatott a hallgatók téma iránti érdeklődésére, és kiemelte, hogy a nők érzékenyebbek a társadalmi felelősség irányában. A továbbiakban ezen empiriák eredményeiből adunk egy rövid áttekintést kronologikus sorrendben.

Luthar és Karri 2005-ben végzett kutatást, amelynek során 817 résztvevőt kérdeztek meg etikai attitűdjükkal összefüggésben [7]. Felmérésük során arra kérték az üzleti képzésben tanuló hallgatókat,

hogy értékeljenek 5 fokozatú Likert skálán 5 olyan állítást, amely a szervezetek jelenlegi működését jellemzi a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, illetve 7 olyan állítást, ami a vállalatok kívánatos etikus magatartására vonatkozott. Megállapították, hogy a jelenlegi helyzet és a kívánatos helyzet között szignifikáns eltérés mutatkozik: a jelenben tapasztalt etikus magatartásformák elmaradnak a kívánatostól, ami nem is annyira meglepő. Nemek szerint elemezve a hallgatók attitűdjeit leírták, hogy a nők magasabb elvárásokat fogalmazznak meg a vállalatokkal szemben az etikus működés terén (az ideális etikus magatartásformák értékelése során). Vizsgálataik szerint az iskolai előmenetel növeli az etikai érzékenységet a jelenlegi és a kívánatos helyzet esetében is. Ugyanakkor az etikai kurzusok tanulmányokba való beépítése a jelenlegi helyzet értékelését nem befolyásolta, míg a kívánatos helyzettel szembeni érzékenységet megnövelte. Tanulmányuk fontos megállapítása volt tovább, hogy a képzésben megjelenő etikai kurzusok nagyobb hatással vannak a férfiak etikai attitűdjére (exponenciális növekedést tapasztaltak), míg a nők esetében ez a hatás kisebb mértékű volt.

2006-ban Sleeper és társai is publikálták kutatási eredményeiket, amelyek 851 gazdasági képzésben részt vevő hallgató megkérdezésén alapultak [8]. Vizsgálataik során a megkérdezettek 9 állítást értékeltek 5 fokozatú Likert skálán, a megfogalmazott állítások arra vonatkoztak, hogy milyen szerepet kellene betöltenie az oktatásnak a hallgatók etikai attitűdjének fejlesztésében. Elemzéseik alapján megállapították, hogy a hallgatók érzékenyek és érdeklődőek a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, különösen a nők vállalták fel ezt az értékrendet. A szerzők hangsúlyozzák, hogy az oktatásnak fel kell vállalnia ezt a feladatot, s a tantárgyi hálókba be kell építeni az etikai kurzusokat a fenti célok elérése érdekében. (Jelen munkánkban bemutatott kutatásunk részben ezen a vizsgálaton alapszik, így az említett 9 állítás az 1. sz. táblázat első oszlopában olvasható.)

2013-ban Haski-Leventhal is közzétette kutatási eredményeit, amelyben MBA képzésben részt vevők véleményét tárta fel a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, illetve ate tekintetben is, hogy ebben milyen szerepe van az oktatásnak [9]. Vizsgálataiba 1287 hallgatót vont be 5 kontinensen: Európa, Észak- és Dél-Amerika, Ausztrália és Ázsia területén. A válaszadók CSR piramisát felvázolva azt találta, hogy a legfontosabbnak az etikus vállalati tevékenységet tartották, második helyen a jogkövető magatartás jelent meg, majd az követte a gazdasági, a társadalmi, a környezetvédelmi, és legutolsóként a filantrópikus felelősség. Látható, hogy ez a hallgatói CSR piramis nem egyezik meg a Carroll-féle CSR piramisban megjelent sorrenddel. Az oktatás szerepével összefüggésben a megkérdezettek úgy gondolták, hogy az oktatásnak fontos szerepe van a CSR értékeinek közvetítésében, s igen, szükség van a „felelősségmenedzsment” oktatásra.

Kaifi és kutatócsoportja szintén egyetemi hallgatók véleményét próbálta feltárni [10]. 2014-ben megjelent munkájukban három szempont szerint vizsgálták a megkérdezettek véleményét: nemek, kulturális hovatartozás és generációk szerint. Az általuk használt kérdőív 10 állítást tartalmazott, amelyeket 5 fokozatú Likert skála mentén kellett fontosságuk szerint értékelni. Eredményeik alapján kijelentették, hogy a szignifikáns különbségek vannak a férfiak és a nők között a társadalmi felelősségvállalás prioritását illetően, az utóbbiak javára. Hasonlóan szignifikáns eltérés mutatkozott a válaszadók kulturális hovatartozása alapján: az ún. magas kontextusú kultúrába tartozók elkötelezettebbek a CSR irányába. Ugyanígy szignifikánsan érzékenyebbek az Y generációk tagjai etek tekintetben az X generáció tagjaihoz képest.

Alonso-Almeida és szerzőtársai 2015-ben publikált tanulmánya egy olyan empirikus felmérés adatairól számol be, amelynek során olyan üzleti képzésben részt vevő hallgatókat kérdezett meg, akik korábban semmilyen társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos kurzust nem teljesítettek [11]. A válaszadóknak 12 vállalati célkitűzést kellett 5 fokozatú Likert skálán értékelnie. 535 spanyol diák bevonásával arra az eredményre jutottak, hogy a nők elkötelezettebbek a CSR iránt, illetve hogy a másod- és harmadévesek kevésbé érzékenyek, mint az első évesek.

Ugyanakkor a fentieknek ellentmondó megállapításokkal is találkozhatunk a szakirodalomban. Gioia 2002-ben megjelent munkájában 13 üzleti iskolában végzett felméréseire alapozva fogalmazza meg, hogy a hallgatók visszajelzése szerint az oktatás nem csak, hogy nem tudta fejleszteni morális értékrendjüket, épp ellenkezőleg, még gyengítette is azt [12].

A fenti irodalmi áttekintés után térjünk át saját empirikus kutatásunk eredményeinek bemutatására.

2. Adatok és módszer

Empirikus kutatásunk ötletét részben a fenti empirikus kutatások adták, másrészt pedig Piper és szerzőtársainak „Tanítható-e az etika? Távlatok, kihívások és válaszok a Harvard Business School-on” címmel magyarul is megjelent tanulmánykötete adta [13]. Ebben a könyvben a szerzők azt a folyamatot mutatják be, hogyan vezették be a különböző etikai kurzusok oktatását az egyetemen, milyen kihívásokkal, problémákkal néztek szembe, s hogyan küzdöttek meg a felmerülő akadályokkal. Sok-sok érdekes tanulmány olvasható a kötetben, a mi figyelmünket döntően az a témakör ragadta meg, hogy mit gondolnak a szerzők a címben is feltett kérdésről, nevezetesen, hogy tanítható-e egy üzleti képzésben az etikus szemléletmód, nincs ehhez már túl késő? Parks véleménye szerint a válasz az, hogy nincs késő, hiszen ma már nem állja meg a helyét az a nézet, hogy az egyének értékrendje, attitűdje egész életén át változatlan, ahogyan ő fogalmaz, megdőlt már az a romantikus nézet, miszerint „mindent az édesanyánk ölében ülve tanulunk meg” [14]. Ezzel az egyetem hallgatói és oktatói is egyetértettek. A hallgatók visszajelzéseikben elmondták, hogy még ha nem is jelenthetik ki egyértelműen, hogy sok újat tanultak az etikáról, de az elemzés és a döntéshozatal módjában tapasztaltak változást, hiszen új szempontokat és új érintetteket vettek figyelembe. Még a legellenállóbb hallgatók is úgy értékelték a kurzusokat, hogy azok hatására a látókörük tágult. Az oktatói oldalról el kell mondanunk, hogy természetesen itt is megjelentek a hitetlenkedők, s az ellenálló, azért a tanárok többsége pozitívan állt a dologhoz: megkeresték a saját tárgyuk etikai vonatkozásait (ezek egy része, mint kiderült, már korábban is része volt saját tárgyaiknak). S míg eleinte csak a helytelen gazdasági magatartás eseteit fűzték bele az elmondottakba, később már a követendő, „mit kell tenni” kérdéseket is tárgyalták az órákon [15].

Ilyen előzmények után kutatásokat végeztünk a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatói körében azzal a céllal, hogy felmérjük a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos attitűdjeiket, s hogy mit gondolnak, milyen feladata van ezen a téren az üzleti képzéseknek. Egy több témakört érintő kérdőívet töltöttek ki a résztvevők, azonban itt most ebből csak a fenti két konkrét kérdésre adott válaszukat elemezzük. Ennek egyik oka az, hogy további adatgyűjtéseket tervezünk a minta alacsony elemszáma miatt, hiszen mostanáig még csak 35 értékelhető kérdőívet kaptunk vissza, másrészt pedig a továbbiakban bővíteni is szeretnénk a felmérés témaköreit.

Jelen tanulmányban a kitöltött kérdőív alapján elsőként azt tárjuk fel, hogyan épül fel válaszadó hallgatóink CSR piramisa. Ezt a kérdést Haski-Leventhal [9] cikke alapján úgy tettük fel a hallgatóknak, hogy rangsorolják 1 és 6 közötti sorszámozással a következő felelősségi szinteket: gazdaságosság-profitközpontúság, jogkövető magatartás, etikus tevékenység, filantrópia-emberközpontúság, társadalmi felelősségvállalás, környezetvédelem. Ez utóbbi kettő ugyan nem része Carroll CSR piramisának, de miután az eredeti forrásban is szerepelt, így a kérdést mi is ebben a formában tettük fel. A másik kérdés, amire hallgatóinktól választ vártunk arra vonatkozott, hogy az üzleti képzéseknek milyen területen vannak teendői a hallgatók társadalmi felelősségvállalásának formálásában. Ebben az esetben 6 fokozatú Likert skálán kellett megjelölniük, hogy milyen mértékben értenek egyet az adott állítással ebből a szempontból (1 = egyáltalán nem értek egyet, 6 = teljes mértékben egyetértek). Itt viszont eltértünk az eredeti kutatás formájától, abban ugyanis 5 fokozatú Likert skálát használtak a kutatók, mi viszont el szeretnénk volna kerülni a középponti vonzásban rejlő torzítási lehetőségeket, azaz, hogy a hallgatók érdeklődés (és egyéb tényezők) hiányában a skála középső értéké jelölik meg válaszként, s nem gondolják igazán át válaszukat. Az értékelendő állítások az 1. számú táblázatban megtalálhatóak.

A kérdőívet gazdálkodási és menedzsment alapszakos és ugyanezen szak felsőoktatási szakképzésében tanulók töltötték ki, összesen tehát eddig 35 fő. Közülük 13 férfi (37%) és 22 nő (63%). Gazdálkodási és menedzsment alapszakon tanul 8 fő (23%), illetve gazdálkodási és menedzsment felsőoktatási szakképzésben 25 fő (71%), nem adott választ 2 fő (6%). A válaszadók közül 16 fő nem tanult korábban etikai ismereteket (46%), míg 19 fő igen (54%). A rendelkezésre álló minta nem reprezentatív, így is segítségünkre van azonban abban, hogy milyen irányba érdemes további kutatásokat folytatnunk, illetve mindenképpen bízunk abban, hogy a továbbiakban a későbbiekben visszaérkező kérdőívek révén nagyobb mintán is lesz alkalmunk elemzéseket elvégezni. Az ebben a tanulmányban bemutatott eredményeket inkább gondolatébresztőnek szánjuk.

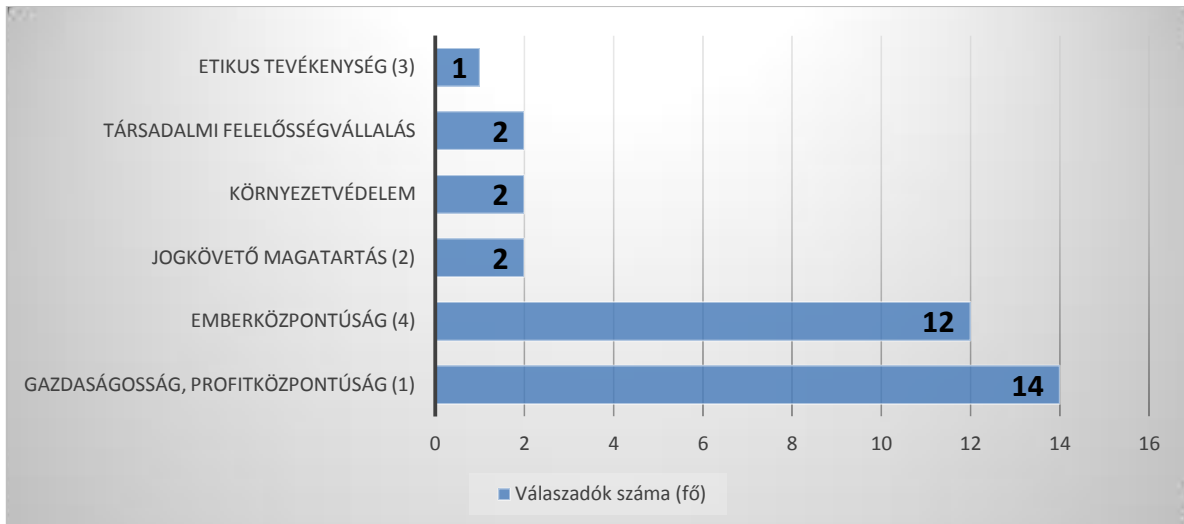
Az elemzések során átlagot, szórást számolunk a Likert-skálákon adott válaszok értékét figyelembe véve, illetve független kétmintás t-próbák segítségével próbáltunk szignifikáns különbségeket keresni nemek, szakok szerint, illetve aszerint, hogy a válaszadók tanultak-e már etikai ismereteket.

Tekintsük át ezek után az empiria legfontosabb eredményeit.

3. Eredmények

Empirikus adatbázisunk elemzése alapján elmondhatjuk, hogy a Gazdaságtudományi Kar megkérdezett hallgatóinak CSR piramisa nem egyezik meg Carroll CSR piramisának felépítésével. Míg az eredeti társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban felírt piramisa felépítése szerint a pénzügyi, jogi, etikai és filantrópikus felelősség a sorrend, addig hallgatóink sorrendje a következő: pénzügyi, filantrópikus, jogi és etikus felelősség (1. számú ábra). Hallgatóink rangsora pusztán az első szint tekintetében azonos az eredeti modellel, ugyanakkor fontosabbnak tartják az emberközpontúságot (filantrópiát), mint a másik két felelősségi szintet. Egyenlő mértékben fontos számukra a jogkövető magatartás, a környezetvédelem és a társadalmi felelősségvállalás. Az egyes felelősségi szintek megnevezése mellett számokkal azt jelöltük meg, hogy az eredeti modellben hányadik szinten jelenik meg az adott felelősség.

Megfogalmazódott bennünk azonban, hogy a válaszadók valóban jól értelmezik-e az emberközpontúságot, azaz a filantrópia esetében annak társadalmi, közösségi szintjén értelmezik vajon az emberközpontúságot, vagy inkább egyéni szinten. Ez a kutatás későbbi szakaszában azért is fontos lesz, mert a kérdés félreértelmezése torzított eredményeket eredményezhet, másrészt viszont ezt most a kutatás elején érdemes tisztázni, s a későbbiekben módosítani a kérdéseket (annak megfogalmazásán például, vagy rövid fogalommagyarázattal kiegészíteni a kérdőívet), annak érdekében, hogy a továbbiakban ez ne adjon hibás eredményt, értékelést.



2. ábra: A hallgatók CSR piramisa

A másik vizsgált kérdés munkánk során az volt, hogy milyen véleménnyel vannak az egyetemi hallgatók az üzleti képzések társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos szemléletformáló feladatáról. A résztvevőknek Sleeper és szerzőtársai által [8] összeállított 9 állítást kellett 6 fokozatú Likert skálán értékelni, annak függvényében, hogy mennyire értenek egyet azzal, hogy az adott állításban megfogalmazott célkitűzések részét kell, hogy képezzék az üzleti képzésnek. Az eredményeket az 1. számú táblázatban szemléltetjük. Jól látható, hogy hallgatóink szerint a két legfontosabb feladata az oktatásnak e területen az, hogy felkészítse hallgatókat mind a civil mind pedig a profit szféra vezetői pozícióira, illetve az, hogy a szolgáltató szektorbeli magatartásformák elsajátítására is szánjunk figyelmet. Ezeket az állításokat a 6 fokozatú Likert skálán 5,1 és 4,9 átlaggal értékelték a hallgatók. Ezt követően a fontossági sorrendben az az 5. állítás jelenik meg, amelyben a társadalom hátrányos rétegeivel szembeni felelősség jelenik meg (problémáik, szükségleteik felismerése, az ő támogatásuk), azaz, hogy ezzel az oktatásban foglalkoznunk kellene. Az utolsóként rangsorolt két állítás a konkrét társadalmi felelősségvállaláshoz kapcsolódó ismeretek elsajátítása és a diszkriminációs kérdések voltak, véleményünk szerint azért, mert az erre vonatkozó ismeretekkel kapcsolatban nem igazán igénylik az „elméleti” oktatást (a feljebb sorolt állítások mind gyakorlati tennivalókat jelentettek meg), míg a diszkrimináció fogalmát feltételezésünk szerint többnyire ismerik, s így hátrásorolták azt, hogy e témáról többet nem szükséges a jelenleginél többet tanulni.

Az 1. számú táblázat adatait nem tudjuk ugyan részleteiben összevetni az amerikai felmérés eredményeivel, hiszen a skálázás a két kutatás során nem egyezett meg, ugyanakkor az átlagos szerinti sorrendből is látszik, hogy a magyar és az amerikai diákok véleménye eltér tekintetben, hogy az oktatásnak milyen kérdéskörökre kell fókuszálnia a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban. Az itt megjelenő különbségek háttérében az eltérő oktatási rendszer, az eltérő tantárgyi háló, tantárgyi

tartalmak, illetve a magyar és az amerikai kulturális különbségek miatti eltérő elvárások húzódnak meg.

Értékelendő állítás	Hallgatóink értékelése: átlag és szórás (6 fokozatú skála)	Amerikai hallgatók értékelése: átlag és szórás (5 fokozatú skála)
Az üzleti képzéseknek fel kell készítenie a hallgatókat mind a civil mind pedig a profit szféra vezetői feladataira.	5,1 (0,9)	3,9 (0,8)
Az üzleti iskolák kurzusainak meg kellene követelnie a hallgatóktól, hogy alkalmassá váljanak a szolgáltató szektor tevékenységeibe bekapcsolódni.	4,9 (1,0)	3,3 (1,1)
Az üzleti képzés végzettjeinek tudnia kellene, hogyan segíthetnek megoldani a társadalmi problémákat.	4,3 (1,1)	3,7 (0,9)
Az üzleti képzések során a hallgatóknak lehetőséget kellene adni arra, hogy fejlesszék a közösség iránti érzékenységüket.	4,1 (1,1)	3,9 (0,7)
A jó gazdasági képzés segíti a hallgatókat abban, hogy felismerjék a társadalom kevésbé szerencsés tagjainak szükségleteit.	4,1 (1,1)	3,5 (0,9)
Az üzleti képzések fontos feladata, hogy megtanítsa mások segítségére.	4,1 (1,3)	4,0 (0,7)
Az üzleti képzéseknek bátorítania kellene a hallgatókat arra, hogy segítsék az őket körülvevő közösség rászoruló tagjait.	4,0 (1,2)	3,5 (0,9)
Az üzleti képzések során meg kellene követelni a hallgatóktól a társadalmi felelősségvállaláshoz kapcsolódó ismeretek elsajátítását.	3,9 (1,1)	3,9 (0,8)
Az üzleti témájú tárgyakkal foglalkoznia kellene a diszkrimináció kérdésével.	3,9 (1,4)	4,0 (0,9)

1. táblázat: Az oktatás szerepe a hallgatók társadalmi felelősségvállalásának formálásában

Bár a rendelkezésre álló mintánk elemszáma meglehetősen alacsony, de azért megpróbáltunk különböző változók szerint szignifikáns különbségeket keresni a válaszadók értékítéletében. Jelen mintánk alapján azonban sem nem találtunk a kérdésekre adott válaszok átlagait tekintve szignifikáns eltéréseket egyetlen változó szerint sem (nemek és szakok szerinti hovatartozás, illetve aszerint sem, hogy volt-e a hallgatóknak előzetes etikai ismerete). Kutatásunk azonban, ahogyan korábban is írtuk csak kezdeti fázisban tart, a kitöltött kérdőívek beérkezése folyamatos, kutatóként abban bízunk, hogy nagyobb elemszámú mintán differenciáltabb eredményeket kapunk.

4. Zárszóként

Tanulmányunkban egy nagyobb terjedelmű kutatás első, részleges eredményeiről számoltunk be. A szakirodalom alapján üzleti képzésben részt vevő egyetemi hallgatók társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos attitűdjeire vonatkozó kérdőívet állítottunk össze, ennek két kérdésére vonatkozó elemzésébe adtunk most bepillantást. A jelenlegi eredmények tükrében kutatásainkat tovább kívánjuk

folytatni, már csak amiatt is, mert a jelenleg rendelkezésre álló mintánk elemszáma meglehetősen alacsony. Bővíteni szeretnénk a vizsgálat tartalmi fókuszát is, annak érdekében, hogy minél szélesebb képet kapjunk a hallgatók ezirányú érzékenységéről, érintettségéről, illetve véleményéről tekintetben is, hogy milyen elvárásaik vannak mind a vállalatok, szervezetek irányába, illetve az oktatási intézmények feladataival összefüggésben is a társadalmi felelősségvállalás oldaláról. Mindezt azért tartjuk fontosnak, mert ahogyan a felhasznált irodalmakból is láttuk, a hallgatók a téma iránt nyitottak, elvárásaikat pedig érdemes lenne az oktatás során figyelembe venni. Szükségesnek tartjuk ezt azért is, mert bár most hallgatói státuszban nyilatkoznak, de néhány év elteltével munkavállalóként, jó esetben pedig vezetőként fognak tevékenykedni, döntést hozni, s azt nem mindegy milyen értékszemlélet alapján teszik.

Hivatkozások

- [1] WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) (1999) *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*, World Business Council for Sustainable Development, Geneva.
- [2] P. Kotler – N. Lee (2007) *Vállalatok társadalmi felelősségvállalása*. HVG Kiadó Zrt., Budapest.
- [3] M. E. Porter – M. R. Kramer (2006) *Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review, 84 (12) pp. 78–92.
- [4] M. E. Porter – M. R. Kramer (2011) *Creating Shared Value*. Harvard Business Review, 89 pp. 62–77.
- [5] B. Carroll (1979) *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. The Academy of Management Review, 4 (4) pp. 497-505.
- [6] B. Carroll (1991) *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, 34 (4) pp. 39-48.
- [7] H. K. Luthar – R. Karri (2005) *Exposure to Ethics and the Perception of Linkage Between Organizational Ethical Behavior and Business Outcomes* Journal of Business Ethics, 61 pp. 353-368.
- [8] J. Sleeper – K. C. Schneider – P. S. Weber – J. E. Weber (2006) *Scale and Study of Student Attitudes Toward Business Education's Role in Addressing Social Issues*. Journal of Business Ethics, 68 pp. 381-391.
- [9] Haski-Leventhal (2013) *MBA Students Around the World and Their Attitudes Towards Responsible Management*, Macquarie Graduate School of Management (Second Annual Study), Sydney.
- [10] A Kaifi – N. M. Khanfar – A. O. Noor – L. Poluka (2014) *International Business Students' Understanding, Perception, and Commitment to Corporate Social Responsibility: A Study Bases Upon Gender, Generational Affiliation, and Culture*. Business and Management Research, 3 (3) csak online megjelenés

- [11] M. Alonso-Almeida – F. C. F. Navarrete – J. Rodriguez-Pomeda (2015) *Corporate Social Responsibility Perception in Business Students as Future Managers: a Multifactorial Analysis*. Business Ethics: A European Review, 24 (1) pp. 1-17.
- [12] A. Gioia (2002) *Business Education's Role in the Crisis of Corporate Confidence*. Academy of Management Executive, 16 (3) pp. 142-144.
- [13] T. R. Piper – M. C. Gentile – S. D. Parks (1994) *Tanítható-e az etika? Távlatok, kihívások és válaszok a Harvard Business Schoolon Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem*. Gazdaságetikai Központ, Budapest.
- [14] S. D. Parks (1994) *Túl késő? A szakmai etika kialakítása és a fiatalok*. In: T. R. Piper – M. C. Gentile – S. D. Parks: *Tanítható-e az etika? Távlatok, kihívások és válaszok a Harvard Business Schoolon Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem*, Gazdaságetikai Központ, Budapest.
- [15] M. C. Gentile (1994) *A tanári kar támogatásának menyerése*. In: T. R. Piper – M. C. Gentile – S. D. Parks: *Tanítható-e az etika? Távlatok, kihívások és válaszok a Harvard Business Schoolon Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem*, Gazdaságetikai Központ, Budapest.
- [16] Matkó (2018) *CSR stratégia alkotás*. International Journal of Engineering and Management sciences / Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények megjelenés alatt