

BUDAPESTI GAZDASÁGI FŐISKOLA  
KÜLKERESKEDELMI KAR

Kereskedelem és marketing  
Nappali tagozat  
Marketingkommunikációs szakirány

A FELELŐS SZERENCSEJÁTÉK ZRT. TÁRSADALMI MEGÍTÉLÉSE

Budapest, 2015

Készítette:  
Kiss Luca Zsuzsanna

# TARTALOM

<b>1. BEVEZETÉS</b> .....	5
<b>2. TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS</b> .....	7
2.1. Elmélet .....	7
2.2. Magyarországon .....	8
2.2.1. Történelmi örökség.....	8
2.2.2. A CSR gondolkodásmód Magyarországon .....	9
2.2.3. Médiatörvény.....	12
2.3. Jelen.....	13
2.4. Szerencsejáték iparág CSR sajátosságai, a szerencsejáték-szolgáltatás.....	15
<b>3. SZERENCSEJÁTÉK ZRT.</b> .....	17
3.1. Cégbemutató .....	17
3.2. Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés .....	19
3.3. Felelős játékszervezés .....	23
3.3.1. Szerencsejáték-függőség a társadalomban .....	25
3.3.2. Alkalmazottak és értékesítők képzése .....	25
3.3.3. Játéktervezés, játékfejlesztés .....	26
3.3.4. Távközlési csatornákon játszott szerencsejátékok.....	27
3.3.5. Reklámozás és marketing .....	27
3.3.6. Játékosok nevelése, oktatása.....	28
3.3.7. Veszélyeztetett játékosok kezelés felé orientálása .....	29
3.4. Prevenációs programok.....	30
3.4.1. Játék határokkal modell program .....	30
3.4.1.1. Prevenációs programelemek.....	32
3.4.1.2. Integrációs programelemek.....	36
3.4.1.3. Disszeminancia .....	37
3.4.2. „Függökert”, a Szerencsejáték Zrt. prevenációs standja fiatal felnőtteknek.....	38
<b>4. SZEKUNDER KUTATÁS</b> .....	40
4.1. Ismeretek és vélemények a szerencsejátékról .....	43
4.2. Felelősség kezelése .....	44

4.3. Szerencsejáték reklámozási hatásai.....	46
4.4. 2012-es törvénymódosítás - Játéktermek bezárásának hatásai .....	47
4.5. 2014-es Kvalitatív kutatás.....	48
4.5.1. A média szerepe.....	50
4.5.2. A társadalom szerepe.....	50
4.5.3. A játékszervezők szerepe.....	51
4.6. Kutatás megjelenése a CSR gyakorlatban.....	52
<b>5. PRIMER KUTATÁS .....</b>	<b>54</b>
5.1. Kutatás célja .....	54
5.2. Kutatás módszertana .....	54
5.3. Kutatási eredmények kiértékelése.....	55
5.3.1. Személyes adatok .....	55
5.3.2. Szerencsejáték Zrt. tevékenységének megítélése .....	57
5.3.3. Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységének megítélése.....	59
5.3.4. 18-24 éves korosztály .....	63
5.4. Kutatási kérdésekre adott válaszok értékelése .....	69
<b>6. JAVASLAT .....</b>	<b>71</b>
<b>7. ÖSSZEGZÉS.....</b>	<b>73</b>
<b>IRODALOMJEGYZÉK.....</b>	<b>77</b>
<b>MELLÉKLET.....</b>	<b>82</b>

## 1. BEVEZETÉS

Szakedolgozatom témájának a Szerencsejáték Zrt. társadalmi felelősségvállalását választottam, mivel főiskolás tanulmányaim kezdete óta közel áll hozzám az üzleti etika és CSR területe. Elsőként egy választott tárgy keretében találkoztam az üzleti etikával, majd később más előadásokat is hallottam róla. Mikor eldöntöttem, hogy erről szeretnék írni, nyári egyetemre jelentkeztem Hamburgba, ahol 'Business ethics' témában tartottak szemináriumokat a szakma kiemelkedő alakjai, például Dirk Matten. Ekkor már biztos voltam abban, hogy nem csak hazánkban, de a fejlettebb Németországban és egész Európában gyerekcipőben jár a Társadalmi Felelősségvállalás, ezért nagyon sok lehetőség rejlik benne, egy kiaknázatlan terület. Véleményem szerint a fejlett társadalmakban egyre növekszik az igény a felelős vállalati irányításra, így a jövőben nem az lesz versenyelőnyben, aki ezzel foglalkozik, hanem az lesz hátrányban, aki nem.

A Szerencsejáték Zrt. (később: Szrt., Társaság) 2013-as Társadalmi Felelősségvállalási jelentés online felületét az a digitális kreatív ügynökség (Friendly Creative Agency Kft) készítette, ahol a szakmai gyakorlatomat töltöttem. Az ügynökség segítségével lehetőségem nyílt arra, hogy eljussak az Szrt.-hez, melynek egyik marketinges munkatársa, Józsa Renáta szintén sokat segített nekem.

Örültem, hogy erről a cégről írhatok, mivel feltételezésem és személyes érzéseim szerint elsősre negatívan ítélik meg az emberek a Társaság tevékenységét, ezért sokaknak összeférhetetlen a felelősségvállalás és a szerencsejáték szervezés, ami egy érdekes helyzetet ígért. Ebből a feltételezésből kiindulva, első kérdésként az vetődött fel bennem, hogy nagyon jó, hogy foglalkozik CSR-al a Szerencsejáték Zrt., de vajon ezt rajtuk kívül más is tudja? Illetve ha tudomást szereznek róla, akkor hogyan ítélik meg, hitelesnek tartják-e az emberek. Ezeknek a kérdéseknek megfelelően dolgozatom középpontjába három hipotézist állítottam és a rövidebb elméleti, majd gyakorlati áttekintés után, szekunder és primer kutatással is igazolni kívántam azok helytállóságát vagy hamisságát.

- Az emberek egyelőre nem tartják hitelesnek a vállalatok CSR tevékenységét;
- Az emberekben negatív kép él a Szerencsejáték Zrt. tevékenységével kapcsolatban;

- Az emberek nem ismerik a Szerencsejáték Zrt. felelős játékszervezésével kapcsolatos tevékenységeit.

Ahhoz, hogy a felállított hipotéziseket igazoljam, vagy cáfoljam szekunder és primer kutatást is végeztem. Szekunder kutatásom tárgyát a Szerencsejáték Zrt. megbízásából készült három kutatás képezi. A 2010-es Ipsos Zrt. által végzett 10 ezer fős országos reprezentatív kutatás a szerencsejáték-függőség magyarországi helyzetét és egyes játékok hatásait volt hivatott feltárni. A kutatás két fázisból állt, egy kvalitatív (a szerencsejáték-függőséggel kapcsolatos attitűdök megértése) és egy kvantitatív (a szerencsejáték-függőség megítélésének feltérképezése) fázisból. 2012-ben újabb kutatás készült az adatok összehasonlítása végett a 15 éven felüli magyar társadalom körében (N=4000), a Kutatópont Kft. közreműködésével, melynek alapja a 2010-es felmérés volt. A szekunder kutatást kiegészítettem még egy 2014-es kvalitatív kutatással, mely a szokásos összehasonlítás mellett, többek között, a 2012-es törvénymódosítás hatásait kívánta feltérképezni.

Mivel a 2014-es kutatás kvantitatív része nem készült el, ezért úgy gondoltam, hogy egy kisebb, de arra hasonlító online kérdőíves kutatást végzek, a 18 év feletti magyar társadalom körében, a Szerencsejáték Zrt. megítélését és Társadalmi Felelősségvállalási tevékenységük ismertségét kutatva. A 248 elemű minta kiértékelésénél külön értékeltem a teljes mintát és a fiatal felnőtt (18-24 éves) korosztályt, mivel ők a kiemelten veszélyeztetett csoportok közé sorolhatóak.

A dolgozatom logikai felépítése a következők szerint alakult: először a társadalmi felelősségvállalás elméletét és magyarországi helyzetét mutatom be, majd ismertetem a Szerencsejáték Zrt.-t és CSR tevékenységét, részletesebben pedig a tevékenységhez kapcsolódó felelős játékszervezést és a sikeresen megvalósuló prevenció programokat. Majd a dolgozat második felében a kutatási kérdésekre keresem a választ a szekunder és primer kutatások elemzésével. A dolgozatomat egy rövid javaslatlattétellel és összefoglalással zárom.

## 2. TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS

### 2.1. Elmélet

Ahhoz, hogy megértsük miben tér el a magyar CSR (Corporate Social Responsibility – Társadalmi Felelősségvállalás) gondolkodásmód a papírformától, ismernünk kell az elfogadott definíciókat.

A **CSR komplex, sokoldalú jelenség** az üzlet és a társadalom érintkezési felületén. Az Oxford Handbook of CSR (Crane és társai, 2008) szerint a gyakorlati felfutását az 1990-es évekre tehetjük, az elméletit ennél is előbbre, tehát a társadalmi felelősség alapkérdései egyidősek magával az üzlettel (Blowfield-Murry, 2008). Mégis, a **CSR-nak még napjainkban sincsen egységes definíciója**. Ezért a teljesség igénye nélkül pár lehetséges definíciót ismertetek:

(1) Az Európai Bizottság definíciója: „olyan koncepció, amely alapján a vállalatok a társadalmi és környezeti megfontolásokat üzleti folyamataikba és az érintettekkel folytatott interakciókba integrálják, önkéntes alapon.” (EC, 2001; 6)

(2) David Vogel (2006; 2) szerint: „a CSR olyan eszközök összessége, melyek a törvényi előírásokon túlmenően fejlesztik a munkakörülményeket, illetve kedveznek a társadalomnak.”

(3) A World Business Council of Sustainable Development CSR definíciója: „az üzleti élet elkötelezettsége, hogy hozzájáruljon a fenntartható gazdasági fejlődéshez, az alkalmazottakkal, családjakkal, a helyi közösséggel és a társadalom széles rétegeivel együttműködve, az életminőség javítása érdekében” (Holliday és társai, 2002; 103).

(4) Angyal Ádám (2009; 11) szerint: „Összefoglalóan felelős társadalmi magatartásnak (CSR) nevezik az olyan vezetést, amelyik a pénzcsináláson túl más – sokak szerint nemesebb – közösségi célokat is el akar érni.”

**A definíciók közös pontja, hogy a gazdasági élet szereplői felelősséggel tartoznak a közjóért, de minden definíció ennek más-más elemét hangsúlyozza.** Marrewijk (2003) szerint három szóban kifejezve **egy vállalat tevékenysége akkor tekinthető társadalmilag felelősnek, ha humánus, etikus és átlátható.** (Polák-Weldon, 2012) Az Európai Bizottság legutóbbi definiálása szerint a CSR sokkal tágabb fogalom, mely magába foglalja a/az:

- Emberi jogokat;

- Környezetvédelmet;
- Munkavállalói jogokat;
- Egészségvédelmet;
- Korrupció-ellenességet;
- Üzleti etikát.

A Bizottság 2011-ben egy új CSR stratégiát fogalmazott meg, melyben **szakít azzal a megközelítéssel, amely szerint a vállalati társadalmi felelősségvállalás tisztán önkéntes, vállalati meghatározottságú, az állami/jogi beavatkozástól mentes tevékenység.** A stratégia fő célja, hogy a vállalati szférába vetett bizalmat – különösen a fogyasztói bizalmat – és a vállalatoknak a társadalom jólétéhez való hozzájárulását fokozza. (Kun, 2012) A stratégia a társadalmi jólét elősegítéséhez hozzájárulhat, azzal, hogy olyan cégek is elkezdjenek CSR-al foglalkozni, akik eddig nem tették, de a fogyasztói bizalmat elsősorban az önkéntesség váltaná ki a fogyasztókból. Ezzel arra a kérdésre, hogy miért foglalkozik CSR-ral a vállalat, nem az a válasz, 'mert elkötelezett', hanem 'mert kötelező'.

## 2.2. Magyarországon

A vállalatok társadalmi felelősségének nincsen nagy hagyománya vagy magas szintű szervezettsége Magyarországon. Azonban az utóbbi egy-két évben több jel mutat arra, hogy a magyar vállalkozások körében is **egyre ismertebb fogalommá válik a CSR, azaz a társadalmat érintői felelős gondolkodás, illetve e fogalomkörbe tartozó intézkedések alkalmazása, hiszen lassan rájönnek, hogy a szociális és környezeti szempontból felelős vállalati irányítás és magatartás egyik következménye a gazdasági hatékonyság növelése, ami végső soron profit realizálásához is vezet.**

Az állam kezében lévő vállalatoknál azért kicsit más a helyzet, a tulajdoni körből fakadóan előírás az átlátható, nyilvános vállalati irányítás és a társadalmi felelősségvállalás.

### 2.2.1. Történelmi örökség

A felelős vállalati magatartás történelmi alakulását meghatározó tényező Magyarországon a szocializmusban eltöltött időszak. Ez alatt a politikai rendszer alatt minden szociális feladat elsősorban az államra hárult.

Az 1989-es rendszerváltás óta a szabad piacgazdaság gondolatvilága egyre elterjedtebb lett Magyarországon. Korábban az országnak nem volt semmiféle tapasztalata olyan kérdésekben, mint pl. a fenntarthatóság, így nagy hiányosságokat kellett pótolni több területen is. Mivel elsősorban a komplex gazdasági problémákkal kellett szembenézni, a **CSR gyakorlatának elsajátítása az utolsó helyre szorult** a folytonosan bürokratikus problémákkal küzdő vállalatoknál.

Azt azonban fontos megjegyezni, hogy a társadalmi felelősségvállalás szintje az adott országban nem csak a gazdasági fejlettségtől függ, hanem az egyéb társadalmi, kulturális tényezőktől is. (Szlávik - Csáfor, 2012) Így Magyarországon a CSR gyakorlata és hitelessége lassabban épül be a vállalatok működésébe és az emberek, gondolkodásába, a hazai CSR gondolkodásmódból és a történelmi örökségünkből kifolyólag.

### 2.2.2. A CSR gondolkodásmód Magyarországon

Egy 2003-ban készült hazai felmérés szerint a megkérdezettek 44%-ka bizalmatlan a hazai vállalatvezetőkkel szemben, és 54%-uk nem bíz a multinacionális vállalatok menedzsereiben. Nem meglepő, hogy ez az attitűd nem segít a CSR magyarországi terjedésében. A fenti válaszadók **83%-a gondolta úgy, hogy a vállalatok csak beszélnek a CSR-ról, de nem tesznek jelentős erőfeszítést a felelősségvállalására.** És ezt a bizalmatlanságot a 2008-as válság csak tovább mélyítette. (Győri, 2011)

Jól mutatja a magyar szemléletet a Reputation Rating 2011-es kutatásának eredménye: „a vállalatoktól elsősorban megbízható, átlátható és hiteles működést várunk, érthető tájékoztatással karöltve, de nem bízunk benne, hogy ezt meg is kapjuk.” (Győri, 2011; 59)

Továbbá a civil társadalom közönye is része a magyar CSR gondolkodásmódnak, melynek egyik oka az lehet, hogy a szocializmusban ráerőltették az emberekre a közösségi tevékenységet, így, mikor vége lett a szocializmusnak, **a magyar társadalom átbillent a ló másik oldalára és túlságosan individualistává vált.** A szocializmus másik öröksége **az emberek gyengítő, pesszimista hozzáállása,** miszerint felesleges bármit is tenni, hiszen úgy sincs erőnk megváltoztatni a fennálló helyzetet.

Ezek a tényezők mind magyarázatok lehetnek arra, hogy 1996 és 2012 között mindössze 112 vállalat publikált 358 társadalmi jelentést. (KÖVET Egyesület, 2007)



A CSR sikerének kulcsa a CSR és a támogatott ügy iránti erős pozitív attitűd, illetve a **tudatos és felelős vásárlói magatartás kialakulása**. A kutatásokból kiderült, hogy ugyan igen erős és pozitív a fogyasztók CSR iránti attitűdje, azonban **ez a vásárlási szokásaikban nem mutatkozik meg**, mivel a valós döntésük során a legfőbb döntési szempont az ár. Ezt mutatja a GfK és a Braun&Partners által készített regionális közvélemény-kutatás is, mely szerint a magyar megkérdezettek egyenlő ár esetén közel fele (49%), magasabb ár esetén azonban csak minden ötödik lakos venné azt a terméket, amellyel egyben támogathat valamilyen jó ügyet vagy szervezetet. (GfK, 2009) De azt is figyelembe kell venni, hogy a cégek számára fontos információ, hogy a fogyasztók valóban előnyben részesítik-e a felelős termékeket, ezzel beváltva a CSR-akciókhoz fűzött reményeket, ellenkező esetben felmerül a kérdés, hogy a vállalatoknak megéri-e foglalkozni ezzel? (Putzer - Szűcs - Töröcsik, 2014) Igen, mivel az igények átrendeződnek, és hosszútávon előnyökre tesz szert az a vállalat, amelyik beépíti működésébe a társadalmi felelősségvállalást.

**Mindezen felül Magyarországon a gazdasági és társadalmi tényezők, a pesszimizmus mellett, nincsenek teljesen tudatában annak, mit tehetnének a környezeti és társadalmi célok elérése érdekében úgy, hogy mindemellett profitábilisak is maradjanak.** A cégek körében általános az óvakodás: nem szívesen vállalnak fel megosztó témákat, így bizonyos területek szinte teljesen kimaradnak, míg mások nagy népszerűségnek örvendenek. Ilyen sikertémák a közvetlen környezet támogatása (lokalitás), a gyerekekre irányuló programok, a környezetvédelem és a saját dolgozók támogatása. (Habitat For Humanity, 2010)

Több CSR-al kapcsolatos tanulmány és szakértői vélemény eredménye összevetette, a következő jellemvonásokat fedezte fel a **vállalkozások társadalmi felelősségével** kapcsolatban, **hazánkban:**

- Az emberek úgy vélik a társadalmi felelősség és annak vállalása az állam szerepe, ennek oka a politikai örökségünk.
- Az üzleti életben a CSR nem képezi az üzleti stratégia szerves részét, s főként a PR eszközének tekintik.
- Jellemzően a szponzorációt helyezik előtérbe, s ezt tekintik elsődleges CSR eszköznek.
- A véleményformáló cégek alul tájékozottak és nem mutatnak kellő érdeklődést a témával kapcsolatban.

- A társadalom vállalatokban vetett bizalma csekély, CSR hallatán elsősorban az alkalmazottak irányába tanúsítandó felelősség fogalmazódik meg.
- A vállalkozások által gyakorolt legnépszerűbb társadalmilag felelős tevékenység a munkavállalók számára nyújtott juttatások, illetve segítségek. Továbbá az alapítványok, kulturális rendezvények, művészek támogatása, illetve legális alkalmazási lehetőség biztosítása külföldieknek, bevándorlóknak. (Győri, 2011)

Azonban a már fentebb említett Európai Bizottság definiálása szerint a CSR sokkal tágabb fogalom. A CSR ezen további területek gondozását jelenti, vagyis a vállalatok felelős módon tevékenykednek, mindennapi működésük során figyelembe veszik, sőt tudatosan elősegítik a társadalmi problémák megoldását.

**Húzóerőként** hathat a magyar cégekre, hogy **az EU-s csatlakozásunk után már az EU piacokon működő cégekkel kell versenyezniük**, így kénytelenek lesznek elsajátítani a társadalmi felelősségre, környezeti tudatosságra vonatkozó trendeket. Továbbá a Magyarországon tevékenykedő vállalatok nem magyarországi érintettek, hanem az anyavállalat előírásai, standardjai, elvárásai alapján, közvetett értelemben az anyaországi érintettek miatt is foglalkoznak a felelősség kérdésével.

A már fent említett tanulmányok és szakértői vélemények alapján az alábbi nézetek gyűjtöttem össze, melyek a  **hazai vállalatok társadalmi felelősségéről** alakultak ki:

- Sokak szerint a CSR egyenlő a szponzorálási tevékenységgel.
- Számos vállalkozás úgy véli a fogyasztók nem törődnek a vállalatok CSR tevékenységével.
- A kisebb vállalkozások körében elterjedt nézet, hogy a CSR csak a nagyvállalatok esetén megvalósítható.
- A társadalmi felelősség egyenlő a törvények betartásával.
- Gyakori tévhit, hogy a CSR-t nem kell kommunikálni a társadalom felé, hiszen a CSR riportok közzététele nem más, mint egy értékesítési célzattal bíró reklámfogás.
- Sokan gondolják, hogy a CSR csupán egy rövid távú marketing eszköz.

**Ahhoz, hogy a vállalatok társadalmilag felelős viselkedése elterjedjen hazánkban, elsőként ezeken a nézeteken kell változtatni.** Továbbá tisztában kell lennünk azzal, hogy **a**

**magyar társadalom a múltjából eredően egy pesszimizmusra és gyanakvásra hajlamos társadalom, ezért fontos, hogy a hangzatos szlogenek mögött mindig legyen valós tartalom is.** (Matalin, 2011)

Tekintettel arra, hogy a magyar társadalomban a szervezeti felelősségvállalással kapcsolatosan sok a helytelen értelmezés, ezért a MÚOSZ (Magyar Újságírók Országos Szövetsége) kiadott egy **ajánlást a magyar sajtó számára**. Az ajánlás következőképpen hangzik:

- „A szervezet társadalmi felelősségvállalása a szervezet és a szervezet tagjainak olyan, tudatos és folyamatos gondolkodás- és szemléletmódja, valamint erőfeszítése és tevékenysége, melyben **megnyilvánul az a tudat, hogy minden döntésük, cselekedetük hatással van környezetükre, a társadalom tagjaira.**
- A szervezetek társadalmi felelősségvállalása kommunikációja a belső és külső public relations funkció részeként, a szervezet belső és külső környezetével, a társadalom tagjaival folytatott **tudatos kommunikáció és kapcsolatok szervezése, amelynek célja, hogy társadalmi felelősségvállalásunk közkinccsé válhasson**, erősítve a szervezet kedvező megítélését a társadalom fejlődését.
- A szervezetek társadalmi felelősségvállalása kommunikációjának feladata, hogy **kölcsönös előnyökön alapuló kapcsolatokat hozzon létre**, tartson fenn a szervezet és a belső és külső környezetét alakító társadalmi tényezők között.” (Barát, 2012; 51)

Véleményem szerint **ezeket az értelmezéseket a magyar vállalatok még nem sajtótították el teljes mértékben**, továbbra is vannak hiányosságok, különösen a megfelelő kommunikáció területén.

„A CSR kommunikációjának el kell kerülnie a kozmetikázást és a zöldre festést (green-washing), a túligérgtetést és az alulteljesítést, illetve az önös, az érdekgazdákkal való konzultáció nélküli beszámolást.” (Nemzetközi szakmai konferencia, 2005)

### **2.2.3. Médiatörvény**

Az aktuális Médiatörvény szerint: „nem minősül burkolt kereskedelmi közleménynek valamely vállalkozás társadalmi célú, közérdekű szerepvállalásáról történő tájékoztatás, azonban az ilyen beszámolóban kizárólag a vállalkozás neve, lógója és védjegye tüntethető fel, valamint –

amennyiben a társadalmi szerepvállaláshoz szorosan kapcsolódik – terméke, szolgáltatása jeleníthető meg. Nem jelenhet meg a beszámolóban a vállalkozás jelszava, kereskedelmi közlemény részlete, és a tájékoztatás nem ösztönözhet kifejezetten a vállalkozás termékének megvásárlására, vagy szolgáltatásának igénybevételére.” (2010. Évi CLXXXV. Törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról)

Ez a változtatás **megnyitotta a CSR kommunikáció lehetőségét a médiában**, ami azért is fontos, mert a 2009-ben készült kutatás szerint a magyarok majdnem fele a médiát tekinti a CSR-al kapcsolatos leghitelesebb információforrásnak (GfK, 2009).

A gyakorlati alkalmazása a törvénynek kérdéses. **Felmerül, hogy a tömegmédiák hajlandóak-e lemondani a reklámbevételek egy részéről a hiteles tájékoztatás érdekében.** Ehhez szükséges lenne egy szemléletbeli változásra a médiában, a „Bad news is good news!”, azaz csak a katasztrófa, a botrány, a tragédia mellett pozitív társadalmi felelősségvállalási akcióknak is helyet kéne kapnia. De a törvényi változtatás mindenképpen előrelépést jelentett.

Ha valaki érdeklődik a téma iránt, megtalálja a szükséges információkat, mivel már létezik néhány speciális folyóirat (például a [www.uzletietika.hu](http://www.uzletietika.hu)) és egy rádió csatorna is ([www.gazdasagiradio.hu](http://www.gazdasagiradio.hu)), melyek tájékoztatják a társadalmat a CSR tevékenységekről, de a tömegmédiákban továbbra is alig hallani a témáról, és a nagyközönség egyelőre alulinformált a kérdésben.

### 2.3. Jelen

Bízató példa a magyar CSR létezésére és fejlődésére, a CSR Hungary Díj, melyet 2008-ban Takács Júlia alapított. „A pályázóknak bizonyítania kell, hogy a társaság vezetése őszinte és folyamatos elkötelezettséget mutat a jogi előírások betartása, az egyéni méltósága, részvétel a közösségek és környezet védelme és az etikai értékek iránt, miközben fenntartható üzleti tevékenységet folytat.” (Takács, 2008)

A díj célja, hogy jelezze, hogy akár egy magyar kisvállalkozás kezdeményezése is értéket adhat a társadalomnak és a vállalkozás saját eszközeivel hozzáadott értéket nyújthat gazdasági és társadalmi környezetünknek. Továbbá, hogy tisztelni és teret kell adni a sajtóban azoknak a CSR kezdeményezéseknek is, melyek nem rendelkeznek erős, ismert márkával ahhoz, hogy felfigyeljenek rájuk.

**A helyzet tehát, ha lassan is, de javul, az érintettek érdek-érvényesítésének hiánya azonban még mindig a valós felelősségvállalás, illetve a CSR eszközök terjedésének is fő gátja.**

**A Corporate Social Responsibility széleskörű hazai gyakorlatának megteremtéséhez elengedhetetlen mind a média, mind a kormányzati szervek munkatársainak ismeretbővítése és szemléletformálása,** hiszen igazi sikert egyik nélkül sem lehet elérni Magyarországon.

Talán ma már elmondható, hogy **a CSR-ról beszélni divatos Magyarországon** is, a közepes és nagyvállalatok mára már ismerik a koncepciót, és elkezdték használni a gyakorlatban is, a nagyvállalatok többségének honlapján például található CSR menüpont. Bár azt hozzá kell tenni, hogy sokszor a külföldi anyavállalat az, amelyik elkötelezett a CSR irányába és így a magyar leányvállalat is követi a példáját. De véleményem szerint ez nem negatívum, hiszen ez példaértékű a többi hazai vállalat számára is.

Ami a CSR kilátásait illeti, Szlávik (2009; 47) szerint a felelősségvállalás pár év múlva nem választási lehetőség lesz hanem „előbb-utóbb elengedhetetlen lesz ahhoz, hogy a vállalatok a versenyben fel tudják venni a harcot a versenytársakkal”. Erre példa a Márkaépítés 2014 konferencia, ahol az egyik előadáson arról beszéltek, hogy megváltozott igények léptek fel a CSR/vállalati felelősség/fenntarthatóság és így a márka felé. **Ma már nem elegendő sok pénzzel egy álomvilágot megidéző reklámkampány egy márka eladásához.** A fogyasztók a digitális korszakban szinte azonnal jutnak szöveges és képi információkhoz, – jó néhányszor ellenőrizetlenül is – ez tudatosabbá tette őket. A web 2.0 lehetővé teszi számukra, hogy mindenről mindenkor véleményüket kinyilvánítsák. Illetve pénzüikkel azt támogassák, aki a számukra elfogadott elveket képviseli. (Takács, 2014)

Ma már nem elég jónak látszani, annak is kell lenni! Cavett Robert bölcsen fogalmazta meg: „Ne siesd el önmagad reklámozását, amíg igazán jóvá nem válasz. Különben csak előrehozod azt a pillanatot, amikor a közösség észreveszi, hogy nem érsz semmit.”

**Véleményem szerint, a cél eljutni oda, hogy a társadalmi felelősségvállalás hiánya legyen versenyhátrány, nem pedig annak megléte versenyelőny,** hiszen ez lenne a normális.

Takács Júlia szerint 5 év múlva egy komplexebb CSR gondolkodásmód lesz jellemző: stratégia, üzletfejlesztés és jelentés, a CSR mint üzleti modellként való kezelése. 5 éven belül a legfontosabb készségek a CSR vezetőknél a kreativitás, az innovativitás, a rendszerben való gondolkodásmód és a kitartás lesz.

**Összességében kijelenthetjük, hogy 2007 óta a CSR Magyarországon a válság ellenére fejlődött, ismertebbé és elismertebbé vált, mind gyakorlati, mind elméleti téren születtek eredmények. Következő lépésként a cégeknek meg kell tanulniuk mindezt hitelesen kommunikálnia a társadalom felé.**

Ennek megalapozására felsorolom azokat a magyarországi szervezeteket, tanácsadókat, akik a társadalmilag felelős vállalatirányítás és köztudatos magatartás terjesztésére és elősegítésére alakultak:

- KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdálkodásért: [www.kovet.hu](http://www.kovet.hu), [www.csрпиac.hu](http://www.csрпиac.hu)
- Tudatos Vásárlók Egyesülete: [www.tve.hu](http://www.tve.hu)
- Hungarian Business Leaders Forum: [www.hblf.org](http://www.hblf.org)
- Magyarországi Üzleti Tanács a Fenntartható Fejlődésért: [www.bcsdh.hu](http://www.bcsdh.hu)
- CSR Hungary: [www.csrhungary.eu](http://www.csrhungary.eu)
- Magnet Magyarország Közösségi Bank: [www.magnetbank.hu](http://www.magnetbank.hu)
- Kurt Lewin Alapítvány: [www.szochalo.hu](http://www.szochalo.hu)
- DEMOS Magyarország: [www.demos.hu](http://www.demos.hu)
- Első Magyar Vállalati Felelősségvállalás Egyesület: [www.hungariancsr.org](http://www.hungariancsr.org)
- Budapesti Corvinos Egyetem Gazdaságtudományi Központ: [www.erhics.bkae.hu](http://www.erhics.bkae.hu)
- Alternate Tanácsadó Kft.: [www.alternate.hu](http://www.alternate.hu)
- Capilano Consulting: [www.capilano.hu](http://www.capilano.hu)
- CSR Mártix Consulting: [www.csrmatrix.hu](http://www.csrmatrix.hu)
- Barun&Partners: [www.braunpartners.hu](http://www.braunpartners.hu), [www.csrhirlevel.hu](http://www.csrhirlevel.hu)
- SmartLab Tanácsadó Kft.: [www.smartlab.hu](http://www.smartlab.hu)

#### **2.4. Szerencsejáték iparág CSR sajátosságai, a szerencsejáték-szolgáltatás**

“Szerencsejáték minden olyan játék, amelyben a játékos pénz fizetése, vagy vagyoni érték nyújtása fejében, meghatározott feltételek fennállása vagy bekövetkezése esetén

pénznyereményre, vagy más vagyoni értékű nyereményre válik jogosulttá. A nyereség vagy a veszteség kizárólag, vagy túlnyomórészt a véletlentől függ.” (1991 évi XXXIV. törvény a szerencsejáték szervezéséről)

A következőkben a szerencsejáték marketing alapú meghatározását kívánom bemutatni, azt figyelembe véve, hogy **egy olyan szolgáltatásról van szó, ami a társadalomra fokozott kockázatot jelent.**

A szolgáltatás sajátossága, hogy nem fizikai problémát old meg, hanem a szolgáltató szakértelme maga a megoldás a problémára, a fogyasztó ezt a tudást vásárolja meg a szolgáltatás igénybevételekor.

**A szerencsejáték a szolgáltatásokon belül sem minősül normál kereskedelmi árunak,** mivel a társadalomra nézve fokozott kockázatú termék és a törvény által szabályozott speciális gazdasági tevékenység. Ettől függetlenül, mint tevékenység a **szórakoztatóipar szolgáltatás fajtájába sorolható, illetve kereskedelmi, B2C** (business to consumer - vállalat kommunikációja a nagyközönség felé) szolgáltatásról van szó. (Veres Zoltán, 2009) Ekképpen a játékosok azért veszik igénybe, egészséges esetben, hogy szórakozhassanak, az öröm és izgalom, vagy a gazdagság ígérete az, ami megoldás a problémájukra.

A szerencsejáték-szolgáltatás sajátossága, hogy a fizikai termék erőteljesebben képviselteti magát, mint maga a szakértelem, habár tiszta szolgáltatás nem létezik, mindenütt megfigyelhető a fizikai és a nem fizikai tartalmak keveredése.

2007-ben a **European Lotteries (EL)** kidolgozta az Európai Felelősségteljes Szerencsejáték Standardját, ami a szerencsejáték szervezők számára **egy egységes és következetes nemzeti szabályozásnál és jogi környezetnél szigorúbb keretrendszer.** Az ehhez való igazodás önkéntes. Az EL céljai:

- A tagok közötti kommunikáció elősegítése;
- A tagok támogatása pontos információkkal és szilárd háttérrel;
- A szakmai és oktatási gyakorlatok, valamint információk cseréjét szolgáló fórum megalakítása;
- Együttműködés a Világ Lottószövetséggel és a lottó és sportfogadási társaságok más regionális szövetségeivel. (Európai Lottó és Totó Szövetség, 2012)

Az EL tagok, akik aláírták a Standardot, arra kötelezték el magukat, hogy teljes mértékben betartsák az előírásokat és alávegyék magukat a külső bírálók által végzett vizsgálatoknak, melynek célja, hogy ellenőrizzék a 11 fejezetnek való megfelelést, ahol mindegyikben legalább 75%-ot el kell érni:

- I. Kutatás
- II. Alkalmazottak képzése
- III. Értékesítő ügynökök programjai
- IV. Játéktervezés
- V. Táv-szerencsejáték csatornák
- VI. Reklám és marketing
- VII. Gondozás, orientálás
- VIII. Játékosok felkészítése
- IX. Érdekelt felek bevonása
- X. Beszámolók készítése, mérés és tanúsítás
- XI. Elektronikus játékgépek (VLT)

**A státusz megtartása fejlődéshez van kötve.** Ahhoz, hogy 3 év után újra megkapja ‘Megfelelt’ státuszt, képesnek kell lenni a fejlődésre. (Európai Lottó és Totó Szövetség, 2012)

### **3. SZERENCSEJÁTÉK ZRT.**

#### **3.1. Cégbemutató**

„A Szerencsejáték Zrt. küldetése, hogy a hazai felnőtt lakosság szerencsejáték alapú szórakozási igényét professzionálisan kielégítse a felelős játékszervezés szabta határokon belül, és eközben hozzájáruljon a nemzetközi közkiadások finanszírozásához, a társadalmi értékteremtés folyamatához.” (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013; 7)

**A Szerencsejáték Zrt.** Magyarország nemzeti lottótársasága, amely **kizárólagos joggal rendelkezik a sorsolós játékok, totalizatóri fogadások és bukmékeri fogadások szervezésére.** 1991-es megalapítása óta számos állomása volt a Társaságnak: kezdve a szerencsejáték-törvény megalkotásával, az első kaparós sorsjegy bevezetésével, majd online-osításával, a karitatív értékesítési hálózat kiépítésével egészen a „Legjobb munkahely” cím



elnyeréséig. Játékszervezői tevékenységüket kizárólag Magyarországon végzik, működésük négy értékesítési régióban központosul: Pécsen, Miskolcon, Szegeden és Budapesten. 2013 év végén 276 saját és 177 karitatív értékesítési ponttal rendelkeztek. A Társaság által szervezett játékok a következők:

- Fogadások: Tippmix, Tippmax, Totó, Góltotó
- Számsorsjátékok: Ötöslottó, Hatoslottó, Skandináv lottó, Kenó, Luxor
- Gyorsjáték: Puttó
- Sorsjegyek: Buksza, Black Jack, Fáraók kincse, Édes élet, Boldog karácsonyt! (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013; 7)

Mint feljebb említettem, a szerencsejáték nem minősül normál kereskedelmi árunak, mivel a társadalomra nézve fokozott kockázatú termék és a törvény által szabályozott speciális gazdasági tevékenység. Éves jelentésükben nyomatékosan hangsúlyozzák, hogy **működésüknek fontos pillére a felelős játékszervezés**, ezt az elvet szem előtt tartva végzik munkájukat, ellenőrzött, törvényes és biztonságos játékot kínálva. Ezeket a törekvéseiket támasztják alá, a későbbiekben kifejtett szerencsejáték-függőségre vonatkozó kutatások, és prevenciós programok is.

Az **Szrt. vezetőségének fontos az európai lottótársaságokkal való lépés tartása**, ennek érdekében külföldi konferenciákon vesznek részt és folyamatosan figyelik az európai trendeket. **Tagjai két nagyobb nemzetközi szervezetnek**, az European State Lotteries and Toto Association-nek (Európai Állami Lottótársaságok Szövetsége) és a World Lottery Association-nek (Lottótársaságok Világszövetsége). Részt vesznek e szervezetek szakmai programjaiban a legjobb módszerek és eljárások megismerése, illetve alkalmazása érdekében. (Európai Lottó és Totó Szövetség (EL), Európai Felelősségteljes Szerencsejáték (Responsible Gaming) Standard Dokumentáció - Tanúsítási Keretrendszer, 2012) Azzal, hogy tagjai nemzetközi szövetségeknek és társulásoknak, színvonalasabb és előrehaladottabb vállalatműködést sajátítanak el, ami mindenképpen pozitívum.

Mindezek mellett, haladva az európai iránnyal, megjelent az igény a felelős vállalatirányítás megteremtésére. Ehhez a kiindulópont a 2011-2016-ra vonatkozó üzleti stratégia, amely „**A Megújulás Stratégia**” nevet kapta. A felelős vállalatirányítás egy olyan irányítási gyakorlat, ahol a folyamatok tudatos szervezésével, paraméterezésével és az elfogadható szintű és mértékű

stratégiai és működési kockázatok felvállalásával, a stratégiai célok minél teljesebb és biztosabb elérése garantált. Ennek keretében egy teljesen új, teljes működési területet lefedő integrált folyamatmenedzsment rendszer kiépítését tűzték ki célul. Átalakították a szabályozási rendszer felépítését és hierarchiáját, hogy a döntés ott szülessen, ahol arra a legtöbb információs és szakember rendelkezésre áll. Továbbá megújították a Társaság Szervezeti és Működési Szabályzatát, a középpontba a társasági folyamatok kerültek. Szintén megújításra került a kötelezettség vállalásokkal kapcsolatos eljárási rend, ezzel biztosítva a partner kockázatokat minimalizáló szerződéseket és azok központi nyilvántartásba kerülését. Fontos elem a „Megújulás Stratégia”-ban az átláthatóság, ezért minden olyan információ, szerződés vagy dokumentum, ami a vállalat működését transzparenssé teszi, felkerül a honlapra. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2012)

2012-ben a **nemzetközi szerencsejátékban történő részvétel lehetőségének a megteremtése volt a cél**, ehhez elkezdtek az információbiztonsági irányítási rendszer kialakítását, átvizsgálták és átalakították az üzlet-kritikus működési folyamataikat az erre vonatkozó szabványok előírásainak megfelelően. Ennek eredményeként 2012 őszén a Szerencsejáték Zrt. megkapta mind az **ISO 27001:2005**, mind pedig a **WLA SCS:2006** tanúsítványokat. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2012)

„... azt tanúsítja, hogy információbiztonsági szempontból nemzetközi előírások szerint működünk, azonban a WLA standard kifejezetten szerencsejátéokra vonatkozó követelményeket támaszt, mellyel lehetőségünk van részt venni a nemzetközi szerencsejátékban is.” (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2012; 19)

### **3.2. Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés**

„Társadalmi beágyazottságunk nagyon erős, és ez nagy felelősséget jelent számunkra. Úgy kell gondolkodnunk az üzleti célok kialakításánál, hogy etikus és megbízható szolgáltatásunkat fenntartva jövőbe mutató elképzeléseink legyenek.” – mondta dr. Szentpétery Kálmán, a Szerencsejáték Zrt. elnök-vezérigazgatója (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013; 3)

Mivel a szerencsejáték nem minősül normál kereskedelmi árunak, így az ENSZ égisze alatt kidolgozott **Global Reporting Initiative keretrendszere** meghatározza, hogy mit kell

tartalmaznia a jelentésnek, hogyan kell elkészíteni, az **Szrt. pedig ennek mentén építi fel éves jelentését**. Azonban ez sem tartalmaz a szerencsejáték iparágára kidolgozott speciális kiegészítő indikátorokat. A már korábban kifejtett EL játékszervezési szabványa viszont támaszt elvárásokat ezzel kapcsolatban.

Mivel a **Szerencsejáték Zrt. 100%-os állami tulajdonú cég**, ezért kiemelten fontos, hogy felelős társaságirányítási elvek szerint biztosítsák a tulajdonosi érdekek érvényesülését, valamint a megfogalmazott célkitűzések eredményességének átláthatóságát. „Hiszen állami vállalatként egyetlen percre sem feledkezhetünk meg arról, hogy a társadalom szolgálatában állunk és felelősek vagyunk játékosainkért.” /dr. Szentpétery Kálmán/ (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2012; 4)

Az átláthatóság elvének felel meg a **minden évben kiadott, mindenki számára elérhető üzleti jelentés**, 2011-től pedig a társadalmi felelősségvállalási jelentés is, és 2012 óta **integrált jelentésként** adnak számot az adott év eredményeiről. A jelentések a GRI G3 útmutatója szerint készülnek, önbesorolás alapján GRI B szintnek felel meg a vállalat. (A GRI - Global Reporting Initiative - olyan, az érintettek bevonását szorgalmazó folyamat és független intézmény, amelynek küldetése a fenntarthatósági jelentések összehangoltságának és átláthatóságának támogatása, egy nemzetközi szinten használható útmutató kidolgozása és elterjesztése.) (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013)

Józsa Renátával, a Szerencsejáték Zrt. CSR osztályának munkatársával készített interjúm során megtudtam, hogy az Szrt. a társadalmi felelősségvállalási jelentés kötelezővé tétele előtt jóval (4-5 éve), már foglalkozott ezzel a kérdéskörrel. „A Szerencsejáték Zrt. saját, erre dedikált osztály keretében 4-5 éve foglalkozik a felelős játékszervezéssel, mely CSR tevékenységünk fő pillére. Ugyan a fő fókusz a felelős játékszervezés, folyamatosan azon dolgozunk, hogy társadalmi felelősségvállalási politikánk egyéb területein is fejlődjünk. Legtöbbször külföldi példákból, valamint a saját belső tapasztalatainkból merítünk.” (Józsa Renáta, 2014)

**Ugyan a Szrt. társadalmi felelősségvállalásának fő pillére a felelős játékszervezés, mivel ez kapcsolódik leginkább a tevékenységéhez, de mellette további három pillér is megjelenik:** a felelős foglalkoztatás, a társadalmi elkötelezettségek (támogatások, önkéntes programok, jótékony sorsjegyek, együttműködések), és a környezeti felelősség témák. Mivel ezek a pillérek arányaiban nem olyan hangsúlyosan kapcsolódnak, csak röviden ismertetem őket.

A felelős játékszervezés mellett nagy hangsúlyt fektetnek a **felelős foglalkoztatásra**, így joggal büszkék arra, hogy **2013-ban elnyerték a Legjobb Munkahely címét**, nagyvállalati kategóriában. Az AON Hewitt felmérése öt dimenzióban vizsgálta a társaság működését: a munkavállalók elkötelezettsége, a hiteles vezetés, a teljesítmény központú munkakultúra, a vonzó munkáltatói márka és fenntarthatóság szempontjai alapján, azt állapították meg, hogy a vállalat iránti elkötelezettség 85%-os (ez a szám, átlagosan a nagyvállalatoknál 55%). Józsa Renátával folytatott beszélgetésem során én is tapasztaltam ezt az elkötelezettséget a Társaság iránt.

Eltér az elvárás szintű tevékenységektől – mint a munkahelyi egészség, képzések, juttatások – a **megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása**. Ennek értékeléseként 2012-ben, illetve **2015-ben is nekik ítelték a Fogytékosság-barát munkahely díjat** (Emberi Erőforrás Minisztérium, Salva Vita Alapítvány és Amerikai Kereskedelmi Kamara által kiadott díj). a kizárólag megváltozott munkaképességű munkavállalókat foglalkoztató sorsjegy értékesítő hálózat 2013-ban ünnepelte 10. fennállási évfordulóját. Itt közel 180 megváltozott munkaképességű árus dolgozik. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013) Sajnos a valóságban kevesen ismerik vagy találkoztak karitatív értékesítő helyekkel.

„A sikeres társadalmak fontos mutatója, hogy milyen mértékben tudják mindennapi életüknek integrálni a megváltozott munkaképességű munkavállalókat. Sorsjegy értékesítőink a Szerencsejáték Zrt.-be egy valódi közösség részévé váltak, ahol partnerként tekintenek rájuk, javaslataikra, véleményükre kíváncsiak.” /Rosner Imre – karitatív osztályvezető/ (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013; 42)

Társadalmi elkötelezettségük révén, az áprilisban (2013) megrendezésre került krónikusan beteg gyerekeket segítő Mosoly Alapítvány által szervezett II. Mosoly Focikupán, első ízben szerepelt a Szrt. focicsapata, és győzedelmeskedett is. Már tradíciónak számít a HBLF (Hungarian Business Leaders Forum) által szervezett **kerekes székes kosárlabda bajnokságon való részvétel**. A civil-vállalati programok és együttműködések listáját bővíti a Mobilitás hetébe való bekapcsolódás, a 6. Civil Liciten valós sikeres licitálás az Artman Mozgásterápiás Művészeti Egyesület stresszkezelő és önismereti tréningjére, és szintén hagyománynak számít a karácsonyi „Nyitott ajtók” program támogatása, ahol **fogyatékos gyerekeknek szerveznek színelőadásokat** és kézműves foglalkozásokat. Ezek a programok ugyan a társadalmi

elkötelezettség jegyében történnek, de főleg cégen belül vannak kommunikálva, a dolgozók számára hasznosak.

Szintúgy a társadalmi elkötelezettség keretében **vállalati önkéntes programokat** szerveznek, melyek **a jótekonyság mellett jó alkalmat adnak a csapatépítésre** is, nagy népszerűségnek örvendenek a dolgozók körében. Így vettek részt a Szrt. munkatársai a Bátor Tábor tavaszi rendbetételében, az árvízhelyzetben a védekezési és helyreállítási munkákban, és már harmadszorra a TeSzedd hulladékgyűjtő akcióba is bekapcsolódtak. Igazán nagyszerű akció volt a Cseppkő Gyermekotthon lakóival közös menhelyi kutyasétáltatás is. Az önkéntes programok népszerűségét mutatja az is, hogy 2013-ban második alkalommal került kiosztásra az „Év önkéntese” díj, ezzel elismerve egy kiemelt munkatárs segítségét.

Szintén nem kapcsolódik szorosan a Szerencsejáték Zrt. tevékenységéhez, de mindenképpen a társadalmunkat segítik azok a **támogatások**, melyeket 2015 januárjától Nonprofit Kft kezel, ami az Szrt. egy leányvállalata. 2014-ig a támogatásokról egy független Támogatói Tanácsadó Testület (TTT) döntött. A beérkezett kérvényeket átnézték és ezek alapján javaslatot tettek. Az Szrt. **oktatásra, sportra és kultúrára fordítja elsősorban a támogatásait**. Ez alapján 2013-ban közel 11 milliárd forintot a Nemzeti Kulturális Alapba (2012: 12 milliárd), 4,4 milliárd forintot a Magyar Nemzeti Filmalapba (2012: 4,6 milliárd) és további 6,2 milliárd forintot (a sporttörvény alapján) a nemzeti sportmozgalom támogatására (2012: 6,2 milliárd) költött. Emellett a társaság közvetlen, saját döntésen alapuló támogatást is nyújt szponzoráció és mecenatúra formájában. Ez 2013-ban az árbevétel 0,7%-a volt. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2012 és 2013) Ugyan nem kéne, hogy így legyen, de mivel a Szerencsejáték Zrt. állami cég, még ha nem is a cégvezetés dönt, mégis minden évben állami szervezetekhez kerülnek a támogatások. Nem kerülnek be új független szervezetek, így a **támogatás inkább látszat szinten működik**.

Az utolsó pillér, melyről érintőlegesen szót ejtenék a **környezeti felelősségvállalás**. A társaság tevékenysége során nem bocsájt ki káros anyagokat és nem jelent igazán komoly veszélyt a fizikai környezetre az anyag- és energiafelhasználásuk sem, mégis **tudatosan törekednek a környezetterhelés csökkentésére**. Ezzel kapcsolatban az alábbi célokat fogalmazták meg:

- Környezettudatosság erősítése;

- Üzemeltetési feladatokkal kapcsolatos környezeti hatások mérséklése, kiváltképp a papír- és energia felhasználás csökkentése;
- A keletkező hulladékok mennyiségének csökkentése és a szelektív hulladékok arányának növelése.

A Társaság sorsjegyei egyáltalán nem ártalmasak a környezetre. Minden egyes sorsjegy alapanyaga felelős és fenntartható erdőgazdaságból származik, az elkészült sorsjegyek pedig teljes mértékben újrahasznosíthatóak. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013) Tehát a Társaság igyekszik eleget tenni a környezetterhelés csökkentésének, és nem károsítja a környezetet, de konkrétan a környezet javulásához nem járul hozzá..

### 3.3. Felelős játékszervezés

**Szerencsejátékra szükség van, mint szórakozási, kikapcsolódási formára.** Bár ez valós szükséglet az emberekben, **hazánkban a szerencsejáték mégis nagyon stigmatizált jelenség,** ezért fontos az átlátható, hatékony és hiteles felelős játékszervezés, melyet a Szerencsejáték Zrt. folytat. (Kutatópont, 2012) A Szerencsejáték Zrt. fő küldetése a társadalmi felelősségvállalás területén a felelős játékszervezés. A felelős vállalati magatartással kapcsolatban általában felmerül a kérdés, hogy az üzleti haszon és a megtérülés hogyan viszonyul az ilyen típusú befektetésekhöz. Ez a kérdés kiegészül a szerencsejáték szervezői folyamatokban azzal, hogy **maga a termék káros mivolta vagy következményei hogyan hangolhatók össze a felelős vállalati magatartással és játékszervezéssel.** „A felelős játékszervezés olyan tudatos, a törvényi kötelezettségen is túlmutató tevékenységek összessége, amelyekkel igyekszünk megóvni játékosainkat a túlzásba vitt szerencsejáték, káros következményeitől.” (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013; 28)

A 2012-es kutatásból kiderült, hogy a 18 éven aluliak szerencsejáték gyakorlatában a legnagyobb felelősség, a válaszadók szerint, a családot terheli (89%), de jelentős a játéktermek és kaszinók világának (2012 óta a játéktermek bezártak) (77%), valamint az internetes szolgáltatóknak a hatása is (67%). Minden második megkérdezett szerint az állam és a Szerencsejáték Zrt. felelős a gyerekek- és fiatalok részvételéért a szerencsejátékban, míg a másodlagos szocializáció legfontosabb közvetítője, az iskola és a lottózó helyek kevésbé tekinthetők hibásnak (41, illetve 40%). (Tessényi, 2013)

A vállalat társadalmi felelősségvállalásában tehát a **legmarkánsabban a problémás játékosokkal való törődésnek, a prevenciónak, az ez irányú kutatások finanszírozásának és a felvilágosításnak kell megjelennie**. Véleményem szerint, és a fellelhető források alapján, a Szerencsejáték Zrt. eleget tesz efféle kötelezettségeinek.

Ahhoz, hogy képet kapjunk, mit ért az Szrt. a felelős játékszervezés alatt, ismertetném a felállított **Alapelveiket**:

- Fokozott figyelmet fordítanak a **játékfüggőség kockázatainak** megismertetésére, a szenvedélybetegség megelőzésére és kezelésére.
- **18 év alattiaknak** tilos szerencsejátékot eladni, és reklámtevékenységgel kiskorúakat megcélózni.
- Segítik a játékosokat a részvételi szabályok megismerésében, ezzel hozzájárulva ahhoz, hogy a kockázatok megismerésével **felelősségteljesebb döntést** hozhassanak.
- **Tilos** szerencsejátékot **hitelre eladni**, vagy a nyeremény megosztására vonatkozóan megállapodást kötni.
- Tudatosítják a játékosokban, hogy a szerencsejáték csak addig **szórakozás**, amíg nem okoz problémát a mindennapi kapcsolatokban.

A 2013-as év egyik legfőbb CSR projektje a nemzetközi felelős játékszervezői minősítés megújítása volt. **A vezetői döntésen túl, az Unió tagjaként megkerülhetetlen, hogy ne vegyék figyelembe és ne alkalmazkodjanak a nemzetközi sztenderdekhez.** Így a Szerencsejáték Zrt. már 2010 óta megfelel az **Európai Lottótársaságok Szövetsége** (European Lotteries, EL) által összeállított Felelős Játékszervezési Szabvány kritériumrendszerének. 2013-ban az átfogó minősítési vizsgálatot a korábbi évekhez hasonlóan a PricewaterhouseCoopers Könyvvizsgáló Kft. végezte. Értékelésük alapján: “minden vizsgált alkalommal a korábbinál jobb eredményt értünk el.” (Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés, 2013; 28)

Ennek keretében személyes interjúk készültek a dolgozókkal, ellenőrizték az információkat a véletlenszerűen kiválasztott értékesítési pontokon, az online felületeken és a céges honlapon egyaránt. A vizsgálat a cég 11 témakörét érintette, ebből **három területen (kutatás, alkalmazottak képzése, játéktervezés) maximális pontszámot kaptak**, a további területeken pedig jóval magasabb százalékokat értek el, mint a minimális 75%. A teljes pontszámot tekintve, összesen 95%-os volt a teljesítményük. (Üzleti és társadalmi

felelősségvállalási jelentés, 2013) **Ezek alapján úgy gondolom, hogy az Szrt. a törvényi kötelezettségen jóval túlmutató felelős játékszervezői tevékenységet folytat. Kérdés, hogyan és meddig tudják a folyamatos fejlődést biztosítani?**

A vizsgálat kivonataként készült kiadvány kiemelte, hogy 2010-hez képest a legnagyobb előrelépések az integrált üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés kiadásával, illetve az érintettek felé irányuló korábban egyirányú kommunikáció kétirányúvá alakításával érték el.

Ezek után decemberben (2013) a Társaság, 2010 után ismét **elnyerte a WLA felelős játékszervezőknek járó elismerését**. A legmagasabb, azaz négyes minősítést 3 évig jogosultak használni, ezzel tovább emelve munkájuk színvonalát.

A továbbiakban a kerettervben kiemelt szempontoknak megfelelően ismertetem a Szerencsejáték Zrt. felelős játékszervezését.

### **3.3.1. Szerencsejáték-függőség a társadalomban**

2012-ben a Kutatópont Kft által végzett nagymintás játékfüggőségi kutatás **jelentős növekedést mutatott a problémás szerencsejátékosok arányát illetően**. Ezért 2013-ban ismételten felmérték, egy 3000 fős mintán, a hazai lakosság ilyen jellegű érintettségét. Az eredmények szerint a 18 év feletti lakosság 3,16%-a tekinthető függőnek. Hasonló eredményt kaptak egy évvel ezelőtt is, bár akkor a 15 év feletti lakosságot vizsgálták. A kutatás eredményeit egy későbbi fejezetben részletezem. A kutatásra és tanácsadásra költött összegekre vonatkozó információ a mellékletben található (19. ábra). A 2012-es kutatás mintájára készült a 2014-es kvalitatív kutatás is, melyet szintén lejjebb ismertetek.

### **3.3.2. Alkalmazottak és értékesítők képzése**

**Mivel a vásárlók minden esetben a frontszeméllyel találkoznak elsőként, és a legtöbb esetben kizárólag, fontos, hogy ők is a felelős játékszervezés jegyében járjanak el, ismerjék azt.**

A felelős játékszervezési képzés alapja a terminálkezelői tanfolyam. Ezt nem csak az értékesítők számára kötelező, hanem előírás például adminisztrációs területen dolgozóknak is. A tananyagban önálló egységet képez a „Felelős játékszervezői magatartás”.



2013 során az alapvető kereskedelem-technikai tréning megújításra került, hogy az értékesítők a legfrissebb szakmai ismeretek birtokában, felelősen végezhesék munkájukat.

Ez jó, bár **a gyakorlatban sokszor előfordul a felelős játékszervezői magatartás megszegése, leginkább a kiskorúak kiszolgálásával.** Az eladókat valamilyen módon motiválni, illetve szankcionálni (elvileg ez érvényesül) kellene ahhoz, hogy ne adjanak el szerencsejátékot 18 éven aluliaknak.

### 3.3.3. Játéktervezés, játékfejlesztés

A játékok tervezése és fejlesztése során szem előtt kell tartani, hogy mindez a felelős játékszervezés jegyében történjen. A kutatásokból kiderült, hogy **a leginkább függőségre hajlamosító játékok azok, melyek sorsolása felgyorsított, a tétek nagysága választható, kis tétemelés is lehetséges és azonnal újramezhető, így ezt figyelembe kell venni és lehetőleg kerülni.** Ezért a Társaság a meglévő játékok és az újonnan fejlesztett játékok előkészítése során is alkalmazza a már bevált **GAM-GaRD szoftvert, mely a játékokat a veszélyességük szerint sorolja be.** Ez alapján a legveszélyesebb, vagyis piros kategóriába tartozó játéka nincs az Szrt.-nek.

„A GAM-GaRD egy speciális kockázatelemző szoftver, melyet a Nemzetközi Felelős Játékszervezési Szövetség (International Responsible Gaming Organisation, IRGO) fejlesztett ki. Ennek segítségével már a tervezési fázis során vizsgálható és megítélhető, hogy egy adott játék hozzájárulhat-e a játékszenvedély kialakulásához.” (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013; 30)

**Az átláthatóság jegyében a játékok besorolása teljes mértékben publikus** a játékosok számára. A nemzetközileg is elismert szoftver mellett, egy másik mérőeszközzel is megerősítette **a Társaság, hogy túlzottan veszélyes játékokat nem kínál.** Ez a magyar kínálatra és szokásokra alapozó mérőeszköz, megelőző kutatásra épül, és szubjektív elemeket is tartalmaz.

Azonban azt nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a Szerencsejáték Zrt. fejlesztései során igyekszik tért hódítani a digitális világban is, kihasználni a smartphone-ok adta lehetőségeket. Például az Okoslottó (Ötöslottó, Hatoslottó, Skandináv Lottó, Kenó, Puttó és Joker) és Sorsjegyvilág **applikációk segítségével bárhol bármikor lehet játszani, ezzel**

**lebontva a fizikális korlátokat.** Illetve a tippmixpro.hu oldalon a sportfogadás szintén teljes elérhetőséget biztosít.

### **3.3.4. Távközlési csatornákon játszott szerencsejátékok**

Az Szrt. alapelvei között is szerepel a szerencsejáték-függőség megelőzése, és a játékosok felelősebb döntésre készítése, ezért **az internetes fogadási rendszerbe figyelmeztető és önkorlátozó funkciók vannak beépítve.** Az önkorlátozást beállító játékosok száma a 2012-es 416-ról négyszeresére nőtt (1618 fő) 2013-ra. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013)

**Fontos alapelv a játékosok tájékoztatása, és a tájékozódásra való lehetőség megadása,** így a TippmixPro online sportfogadási oldal elindulásakor a már alkalmazott önkorlátozó/figyelmeztető beállítást itt is bevezették. Az elindulás óta a funkciónak köszönhetően a TippmixPro-n 147 játékos ütközött bele a saját maga által beállított korlátozásba, így megelőzve a túlköltekezést. (Üzleti és társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013) Ezen korlátozás beépítése mindenképpen hatékony, de nem nyújt 100%-os védelmet, inkább az újonnan csatlakozók számára, mint a már érintett játékosoknak hasznos.

### **3.3.5. Reklámozás és marketing**

**Kritikus pont a Társaság eladás ösztönzésének kommunikálása, azaz, hogy ez miként jelenjen meg a médiában.** Ezért a felelős reklám érdekében kidolgozott **Reklám és Támogatás Etikai Kódexet alkalmazzák.** A készülő reklámok etikai szempontból való megítéléséért 2010 óta **együttműködnek az Önszabályzó Reklám Testülettel (ÖRT).**

Ezek alapján, reklámtevékenységük során:

- 18 év alattiakat és sérülékeny társadalmi csoportokat nem céloznak meg;
- Nem ösztönzik a játékosokat anyagi lehetőségeiket meghaladó költségre;
- Nem sugallják a reklámokon keresztül, hogy a szerencsejáték megoldás a személyes vagy pénzügyi problémákra;
- Nem kínálnak ésszerűtlen mértékű hűségösztönzőket, amelyek a szerencsejátékban való intenzívebb részvételre sarkallnak. (Üzleti és Társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013)

Fontos azt leszögezni, hogy a **felelős játékszervezés és a felelős vállalati magatartás nem reklám, nem lehet kizárólagosan reklám témája vagy eszköze. A CSR megfelelő kommunikálásához hitelességre kell törekedni**, így azt stratégiai szinten kell kezelni.

Az elmúlt pár év kutatásából kiderült, hogy a lakosság szerint a reklámok nem okolhatóak a függőség kialakulásáért, de azzal egyet értettek, hogy negatív hatással van a veszélyeztetett csoportokra. A felállított hipotézist részben igazolja, miszerint „az emberek egyelőre nem tartják hitelesnek a vállalatok CSR tevékenységét”, az is, hogy a válaszadók szerint az Szrt. azért érezheti saját feladatának a segítségnyújtást, mert törvény írja elő (24%), a cég megítélését javítja (22%) és csökkenti a büntudatot (18%). A 2010-ben válaszadók, úgy vélik, hogy **leginkább a felvilágosító kampányokra és öntesztek biztosítására kell hangsúlyt fektetni** (48%). (Tessényi, 2013) Úgy gondolom, a CSR jelentések alapján, hogy ennek a feladatának a Szerencsejáték Zrt. eleget tesz, csak a gyakorlatban a megfelelő kommunikáció hiánya miatt, ez nem jut el az emberekhez.

### **3.3.6. Játékosok nevelése, oktatása**

Fontosnak tartom ismertetni mik a motivációi azoknak, aki a szerencsejátékot, mint szolgáltatást igénybe veszik, és az mit vált ki belőlük, valamint **mi vezet a függőség kialakulásához**. Jelen esetben a motiváció, maga a pénz, a játék és összességében a szórakozás. Az alapvető biológiai motivációkból, mint önfenntartás, társas, szociális kapcsolatok igénye és a kíváncsiság, mindből visszavezethető a szerencsejáték. Továbbá azért is **vonzó a felnőtt emberek számára a játék, mert így kiléphetnek a saját világukból**, ez egyfajta menekülés a hétköznapi gondok elől, újra gyerekek lehetnek, akiknek nem kell felnőtt problémákkal törődniük, mint a munkahelyi problémák, család eltartása. Ezek alapján, leegyszerűsítve, három tényező játszhat szerepet a függőség kialakulásában: menekülés, disszociáció elérésének lehetősége (elkülönülés), és az egoizmus, mint a dominancia iránti vágy. (Szabó, 2013)

**Fontos része a megelőzésnek a játékosok, vagyis a célcsoport nevelése is.** A játékok tulajdonságainak, kockázatainak megismerésére 2013-ban Lottó Akadémia címen új infóvideókat készítettek, és új külsőt kapott a játékmertető (Hogyan játszunk...?) füzet is. Habár **a 2012-es kutatás megkérdezettjei szerint a játékmertető füzetek nem elég hatékonyak.**

A játékfüggőség veszélye vagy a sebezhető csoportok témaköre gyakran szerepel a különböző média megjelenéseikben, mint például a Szerencse Híradóban. A termékek hirdetése során általánosan alkalmazzák a „Maradjon játék!” szlogent és logót, ezzel is a határokat érzékeltetve. Gyakorlatban ez a logó nem jeleneik meg olyan feltűnően, hogy az hatékonyan átadja a kommunikálni kívánt üzenetet.

A kutatásokból az is kiderült, hogy sokan a **dohányzáshoz hasonló függőségnek** tartják a szerencsejáték függőséget, még ha annak nincsenek is olyan látható, egészséget károsító hatásai. Ennek ellenére a cigaretta káros hatásairól és veszélyeiről mindenki tud, ennek kommunikációja olyan hatékony, hogy a nem dohányzók figyelmét sem tudja elkerülni. Ezzel szemben a **szerencsejáték veszélyeire nem irányul ekkora figyelem**, pedig ez a fajta szenvedélybetegség akár családokat tud tönkre tenni. Fontos lenne nem csak a helyes játszás megismertetése, hanem a **veszélyek erősebb kommunikálása is**.

### **3.3.7. Veszélyeztetett játékosok kezelés felé orientálása**

Miután a játékosok „józsánaga” fontos a Szerencsejáték Zrt.-nek így **több oldalról igyekszik a veszélyeztetett játékosokat informálni és segíteni**.

Az értékesítőhelyek mindegyikében elérhető a **„Maradjon Játék!” információs füzet**. Ebből a játékosok információt nyerhetnek a túlzásba vitt játék káros következményeiről, tesztelhetik a játékhoz való viszonyukat, valamint függőségi probléma esetén informálódhatnak a szakszerű segítség elérhetőségeiről. Erről további információkat találhatunk a [maradjonjatek.hu](http://maradjonjatek.hu) tematikus oldalon, valamint a céges oldalon.

Mivel az Szrt. nem foglalkoztat addiktológusokat és hasonló szakembereket, ezért külsős intézményekkel működik együtt, a függőség diagnosztizálása, megelőzése és kezelése érdekében. Ennek jegyében több éve **együttműködik a Gyógyszerészeti és Egészségügyi Minőség- és Szervezetfejlesztési Intézettel (GYEMSZI)**. A korábbi évekhez hasonlóan fut a Dr.Info szolgáltatás, melynek keretében a játékfüggőséggel kapcsolatos ellátó-helyekről is felvilágosítást lehet kapni és e-mailen kérdéseket lehet feltenni az addiktológus szakembereknek.

A tájékoztatás és főleg a segítségnyújtás és kezelés szakszerűségét tovább emeli az **ELTE Pszichológiai Intézet telefonos segélyszolgálat**a, ami 2013 óta működik, egyelőre

korlátozottan, de kifejezetten a játékfüggőségben szenvedőknek, illetve családtagjaiknak nyújt segítséget. A telefonszám minden értékesítési ponton megtalálható.

A 2013-as sikerekhez sorolható, a Nyíró Gyula Kórház addiktológiai osztály tevékenységének kiterjesztése a szerencsejáték-függőségben szenvedőkre. Hiszen az ezzel foglalkozó speciális, úgynevezett **Minnesota modell** (ahol az orvosi eszközrendszer összekapcsolódik az önsegítés módszereivel és a pszichoterápiával) **külön beruházást és szakembereket igényelt, ezekhez tudott anyagi támogatást nyújtani a kórház alapítványán keresztül a Szerencsejáték Zrt.**

Ezek a leginkább **segítségnyújtási módszerek abban az esetben működnek jól, ha az érintett játékos vagy hozzátartozó felismerte a problémát és segítséget keres.** Azonban jellemzően a játékosok nem érzékelik a határok átlépését, a családtagok, hozzátartozók sok esetben nem veszik észre vagy nem akarják beismerni, hogy szerettük beteg. Ezekben az esetekben a segélyvonalak és információk füzetek nem segítenek.

### **3.4. Prevenációs programok**

Mint már korábban említettem, illetve a kutatások és a szakértők is alátámasztják, hogy a kóros játékszenvedély visszaszorításának egyik módja, ha már az előtt teszünk ellene, hogy kialakult volna. Ennek megfelelően prevenációs, megelőző programokat is szervez vagy finanszíroz a Szerencsejáték Zrt. A továbbiakban 2 sikeresen megvalósuló programot ismertetek.

#### **3.4.1. Játék határokkal modell program**

**A játékfüggőség sokakat érintő, mégis kevésbé ismert szenvedélybetegség, melynek mind megelőzése, mind kezelése jelentős társadalmi kihívást jelent.** Egyelőre kevés a probléma megelőzésével és kezelésével foglalkozó intézmény, szervezet, ezt jelzi az is, hogy a kockázatok felismerésének viszonylagosan alacsony a szintje. **Alig van olyan kezelő hely, ahova szerencsejáték-függő személyek specifikus ellátásért fordulhatnak,** s alig találunk olyan szervezetet, programot, melyek a szerencsejáték probléma kialakulását megelőző programokat folytatnak fiatalok körében. Pedig kutatások szerint az érintett fiatalok száma egyre nő, 2012-ben a kiskorúak 6%-a heti rendszerességgel, míg 40%-uk alkalmanként játszott. A 2014-es kvalitatív kutatásból kiderült, hogy egyre korábbi kipróbálás és rendszeres űzés

tapasztalható, illetve találkoztak olyan esettel is, ahol már komoly kialakult érintettségről lehet beszélni. (Kutatópont, 2014)

**A Magyar Ökumenikus Segélyszervezet kezdeményezése innovatív és egy olyan területen valósul meg, ahol kiemelten fontos, hogy legyenek a szerencsejátékkal kapcsolatos addikció kialakulásának megelőzésében hatékony prevenciós programok.** A modell program több tekintetben is figyelemre méltó kezdeményezés, több, párhuzamos, illetve egymást kiegészítő beavatkozásból áll, **s nem feltételezi, hogy a szerencsejáték-probléma önálló, minden mástól független jelenség lenne.** (Demetrovics Zsolt, 2014) A fiatalok komplex működését, összetett társas kapcsolatát és személyiség jellemzőit mind figyelembe veszik a program tervezésénél. „Azokat az egyéni és társas mechanizmusokat kell megérteni, megismerni és befolyásolni, amelyek mentén a probléma kialakulhat.” (Játék határokkal, 2014; 6)

Továbbá a komplex teoretikus megalapozás mellett még egy hatalmas érdeme a programnak, hogy nem csak a beavatkozást végezte el, hanem külső szakértők bevonásával monitorozta is azt, mivel ez hordozza magában a fejlesztés lehetőségét.

A modell program megvalósításához a Szerencsejáték Zrt. biztosította a pénzügyi forrásokat, míg a projekt végrehajtójaként a Segélyszervezet Debreceni Szociális és Fejlesztési központja adta a szakértői és az infrastrukturális háttérrel. Az **Szrt. nem csupán támogatója volt, hanem aktív résztvevője is a modell programnak.** 2013-ban a Játék határokkal program elnyerte a Magyar Adományozói Fórum (MAF) Társadalmi Befektetések pályázatának junior különdíját is.

„A Játék Határokkal programban ez volt a közös kiindulópont: felelősségvállalás a veszélyeztetett csoportok és a jövő generációja felé.” (Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés, 2013; 35)

A program célja nem az egyszeri, látványos akció megvalósítása volt, inkább jól működő, fenntartható gyakorlatok megteremtése. **Mind a prevenció, mind a kezelés, integráció területén olyan modellértékű gyakorlatot és módszert kívántak kidolgozni és kipróbálni, ami később országos szinten is elterjeszhető.** Ez a sikerre való tekintettel, **a jövőben tervbe is van véve.** A projekt célja volt, hogy felhívja a fiatalok, a szülők és a tanárok figyelmét a játékkal kapcsolatos veszélyekre, illetve, hogy reális életcélok kialakítására és a szabadidő értelmes eltöltésére ösztönözze őket. Ennek eléréséhez különböző programelemekből állt össze a projekt.

A **prevenációs programelem** célja az általános iskola felső tagozatos és a középiskolás korosztályú fiatalok figyelmének felhívása a szerencsejáték veszélyeire iskolai előadások, osztályfőnöki órák, kortársképzés és szemléletformáló klubfoglalkozások keretében. A célcsoport kiválasztásában nagy szerepet játszott a 2012-ben végzett kutatás eredménye, miszerint a fiatalabb korosztály erősen veszélyeztetett. Így a prevenációs programelemben négy debreceni iskola vett részt. 371 fő került bevonásra a négy iskolából.

Az **integrációs programelem** a játékfüggőség által érintett debreceni lakosoknak nyújtott segítséget. A csoportos foglalkozásokat a szerencsejáték-függők, és hozzátartozók részére szervezték. Az önsegítő csoportokban a bekerülés önkéntesen és térítésmentesen történt. 2012-ben, majd 2014-ben is, a megkérdezett lakosság és szakértők véleménye szerint a függőség elleni küzdelemben a leghatékonyabb eszköz az érintettek kezelése a családtagok bevonásával. (Kutatópont, 2012 és 2014)

A **disszemináció** részeként két szakmai nap, egy szakmai együttműködés (KEF), két fesztiválon való részvétel és egy képzőművészeti pályázat valósult meg.

### **3.4.1.1. Prevenációs programelemek**

A **rendhagyó osztályfőnöki órák** módszertanilag a diákok aktivitására építettek. A program első tanévében a játék, a szerencse és a függőség témáját járták körül. A második iskolai tanévben **bevonásra került, a téma hatásosabb szemléltetése érdekében, egy gyógyult szerencsejáték-függő**, aki saját életútját mutatta be. (Játék határokkal beszámoló, 2014) Ez mindenképpen hatékony és hiteles módszer a probléma valódi szemléltetésére.

A már említett **eredményesség mérhetősége fontos szempont volt a program során**, ezért a résztvevő tanulók és egy kontroll csoport (azonos évfolyamban lévő másik osztály) is egy ismeretet felmérő tesztet töltött ki. A kérdőíves felmérés igazolta, hogy a tanulók lényegesen jobb eredményt értek el, mint a kontroll csoport tagjai. Az eredményeket bemutató részletes táblázat a mellékleten található (20. ábra). (Játék határokkal beszámoló, 2014)

A **prevenációs foglalkozások célja az alternatív társas együttlétek biztosítása**, a közös játék élményének megélése, a magányos aktivitások visszaszorítása is volt. Ezeken a klubfoglalkozásokon átlagosan 12-13 fő vett részt. A megszervezett játékok tele voltak

fejtőrökkel, logikai feladványokkal, amik közös megbeszélés és együttműködés nélkül nem voltak megoldhatóak, ezzel is irányítva őket a társas együttlét előnye felé.

Minden foglalkozás után elégedettségi kérdőívet töltöttek ki a jelenlevők, melynek eredménye: közel 100% nagyon elégedett volt. (Játék határokkal, 2014)

A nyári szünetekben (2013, 2014) a program részeként napközis táborokat is szerveztek; első évben egy kommunikációs kompetenciafejlesztő tábort. A program részeként az online szerencsejátékon felül, megismerkedtek a manipuláció eszközeivel, továbbá megterveztek egy kampányt a Játék határokkal program népszerűsítése érdekében.

A második nyári szünetben megszervezett szabadidős tábor tematikájának összeállításánál cél volt, hogy egyaránt szórakoztató, élményeket adó tevékenységeket folytassanak, ugyanakkor közösségépítésre is alkalmas legyen, és a szakmai programelemek üzenetét is átadja. **Visszajelzések alapján a tábor sikeresnek mondható, és felmerült az igény a program folytatására is.**

**A következő és hosszútávon is hatékony programnak elengedhetetlen eleme a problémák hatékony kezelése.** Az is cél volt, hogy megfelelő ismereteket kapjanak a szerencsejáték-függőségről, a lehetséges segítségi módokról, a beavatkozási lehetőségekről. Ezen ismeretek átadásához, elsajátításához előadásokon, szituációs gyakorlatokon, kommunikációs és önismereti játékokon vettek részt és tesztet töltöttek ki.

A kiképzett 16 kortárssegítő a program hátralévő részében aktívan közreműködött a program további elemeinek megvalósításában.

**A prevenció programjában több felmérést és kutatást is végeztek, a program hatékonyságának mérésére és az attitűdváltozások lekövetésére.** Az előzetes felmérés kérdőívét összesen 317 tanuló töltötte ki. Ezek alapján, a nemek statisztikai összehasonlítása az alábbi különbségeket tárta fel:

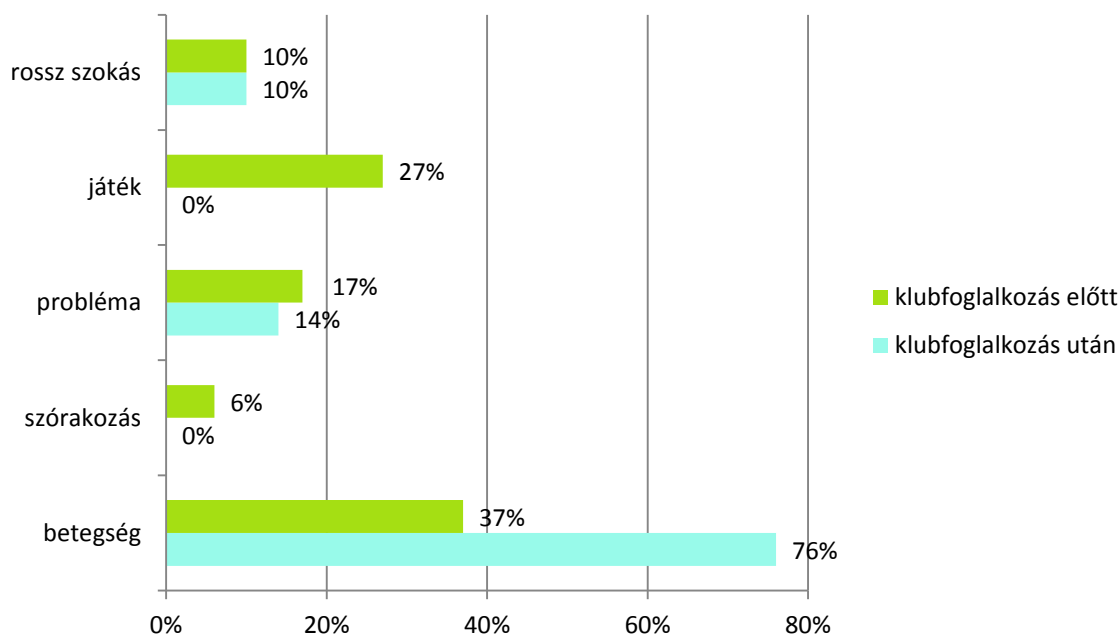
- Szignifikánsan több fiú játszott Tippmix-el és kártyázott pénzben, mint ahány lány;
- Határozottan több lány játszott már kaparós sorsjeggyel, mint ahány fiú;
- A fiúk szignifikánsan több időt töltenek el a számítógép előtt, mint a lányok;
- A számítógép előtt töltött időből viszont a lányok kiemelkedően több időt töltenek tanulással; míg a fiúk jelentősen többet játszanak.



A program végén újra kitöltötték a kérdőívet a diákok, amely attitűdkérdésekkel is kiegészült, illetve a foglalkozások hasznosságát is fel kívánta mérni. Ennek eredményei:

**A szerencsejátékok megítélése a következőképpen változott a foglalkozások alatt:** A szerencsejátékokat betegségnek tartók aránya kétszeresére nőtt (37 %-ról 75 %-ra), a szerencsejátékokat pozitívan megítélők száma eltűnt a mintából, feltehetőleg jelenleg betegségként ítélik meg a túlzott szerencsejátékokat. Ezek az adatok az alábbi diagramon láthatóak:

**1. ábra: A szerencsejáték megítélése a mintában a klubfoglalkozás előtt és után (%)**



Játék határokkal modellprogram beszámoló, 2014 N= 29 fő

A következő táblázat a klubfoglalkozásokkal kapcsolatos megítéléseket, annak hatékonyságát tartalmazza (teljes táblázat a mellékletben (21. ábra)):

<b>2. ábra: Résztvevők véleménye a klubfoglalkozások hasznosságáról és hatékonyságáról</b>		<b>Csoportátlag</b>
1.	Jobban megismertem a többiekét.	3,73
2.	Jobban megtanultam együttműködni másokkal.	3,64

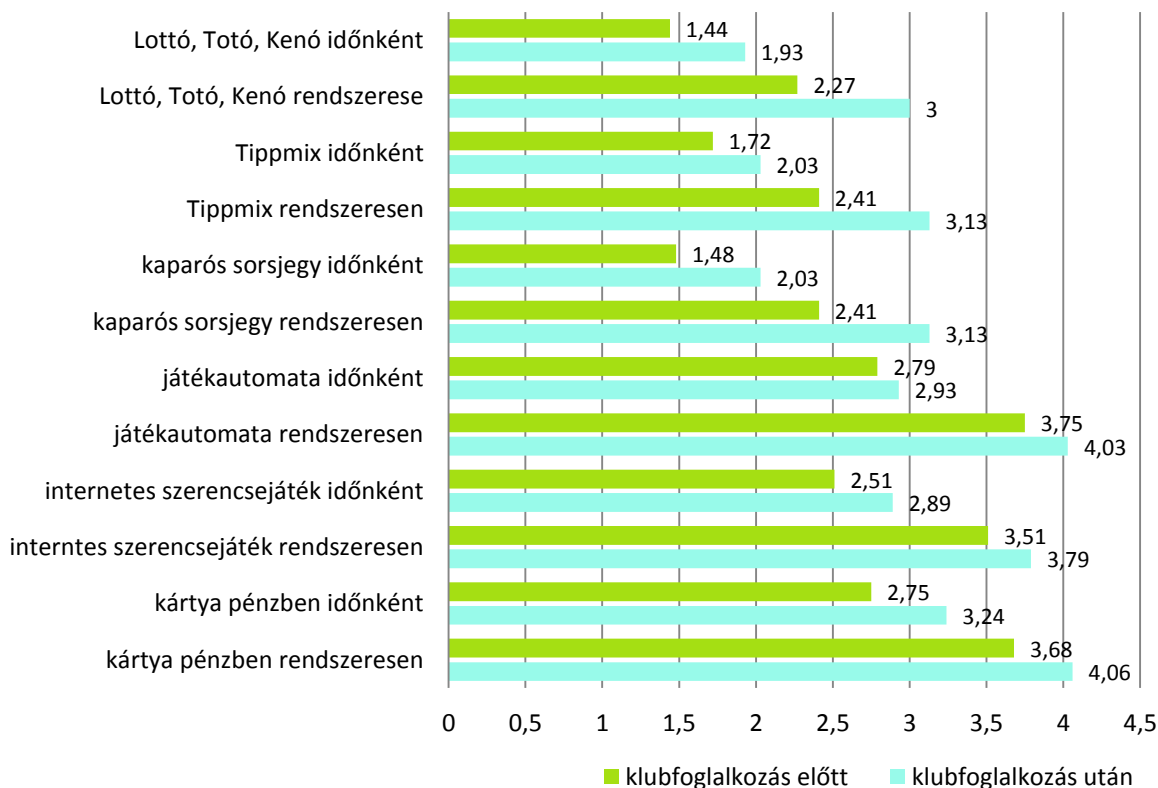
3.	Jobban megtanultam bízni másokban.	3,14
4.	A játékok érdekesek voltak.	4,23
5.	Összességében a klubfoglalkozások hasznosak voltak.	4,30

Értékek: 1-egyáltalán nem, 2-kicsit, 3-közepesen, 4-eléggé, 5-nagyon

Forrás: Játék határokkal modellprogram beszámoló, 2014

A csoportátlag alapján eléggé jellemzőnek ítélték, hogy a foglalkozások alatt jól érezték magukat a gyerekek, a játékok érdekesek voltak és egybevéve a foglalkozások hatásosak voltak.

**3. ábra: A szerencsejátékozás megítélése a résztvevők között a klubfoglalkozások előtt és után (5-ös skálán értékelni)**



1-egyáltalán nem tartom veszélyesnek, 5-nagy veszélyesnek tartom  
Játék határokkal modellprogram beszámoló, 2014 N= 29 fő

Felmérték azt is, hogy hogyan változott a szerencsejáték megítélése a mintában a foglalkozások előtt és után. Ez alapján **a Lottó, Totó, Kenó, a Tippmix és a kaparós sorsjegy veszélyességének megítélése jelentősen emelkedett.** Emelkedett mindegyik szerencsejáték veszélyességének a megítélése is. A már a klubfoglalkozások elején is veszélyesnek ítélt, az akkor még működő automatákat, kártyajátékokat és internetes szerencsejátékokat a foglalkozások hatására még veszélyesebbnek ítélték. (Játék Határokkal beszámoló, 2014)

Fontos megemlíteni, hogy a **barátokkal töltött idő nem változott** szignifikánsan a csoportban a foglalkozások előtti helyzethez képest. **Ennek oka lehet a számítógép előtt töltött órák számának növekedése, a fiatalok kapcsolatainak az online világba való átrendeződése.**

Az elégedettségi és hatékonysági vizsgálat részeként, a szabadidős klubfoglalkozások felénél interjú készült minden résztvevővel, ahol elmondhatták a véleményüket és javaslataikat, illetve hogy mit tanultak, milyen ismeretekre, készségekre tettek szert. A válaszokból készült összefoglalóból kiderült, hogy az új ismeretségek, új emberek, önmaguk megismerése és a hasznos időtöltés miatt szerettek a résztvevők a klubfoglalkozásokra járni. Az hogy hogyan változott a szerencsejátékhoz való kapcsolatuk, többnyire két részre oszlik, vannak, akik rájöttek, hogy veszélyekkel jár, mások pedig nem próbálták ki és nem is terveznek a továbbiakban se költeni rá. (Játék Határokkal beszámoló, 2014)

### **3.4.1.2. Integrációs programelemek**

**Az integrációs programelem a szerencsejáték-függők és hozzátartozóik számára szervezett csoportfoglalkozásra fókuszált.** Ezekon a foglalkozásokon kis (6-15 fő), nyitott csoportok vettek részt, azaz a csoportba folyamatosan be lehetett kapcsolódni, és bármikor lehetett távozni. A foglalkozások heti rendszerességgel, összesen 50-50 alkalommal, lettek megtartva és a csoportok jelenleg is működnek.

A **szerencsejáték-függők** a foglalkozás során képesek voltak őszintén beszélni életük problémás szakaszairól, leszokási kísérleteikről, visszaeséseikről. **Kiderült a visszajelzésekben, hogy a foglalkozás rendszerességet, ezáltal biztonságot jelentett a résztvevők ingatag életében.** Többen először itt beszéltek függőségeikről, korábban nem volt lehetőségük veszteségeik, az őket ért traumák kibeszélésére.

A motivációs tevékenységeknek is köszönhetően, többen végeztek alkalmi- vagy közmunkát. A csoport egy része kompetencia-fejlesztő tréningre iratkozott be. Továbbá egységes vélemény alakult ki a program folytatásának igényéről. Ennek a szervezet igyekszik eleget tenni.

A résztvevő **hozzátartozók** között voltak szülők, feleségek, illetve élettársak és gyerekek egyaránt. A feleségek, élettársak többsége már elvált, kilépett a kapcsolatból, de egyfajta megnyugvásra vágyva, a **felelőségük tisztázása miatt vettek részt a foglalkozáson**. A szülők esetében a háttérben a megmentési szándék állt. Jellemző volt, hogy nem tudták elfogadni a hozzátartozóik függőségét, és a helyzet súlyosságával sem voltak tisztában. **A csoport segítette nekik szembesülni a saját szerepükkel, megérteni a függőség kialakulását, és így továbblépni, és a kötődéseken lazítani.**

### 3.4.1.3. Disszeminancia

A program célja a megelőzés és a függőség kezelése mellett a **szélesebb nyilvánosság figyelmének ráirányítása** is volt a **kóros játékszenvedély problémájára**. Ennek érdekében olyan eseményeket is szerveztek, melyeken mind szakmai, mind pedig a szélesebb közönség számára lehetőség nyílt a problémakör interaktív bemutatására. Hiszen az efféle tevékenységek széleskörű kommunikációja fontos, azért hogy olyanok is tudomást szerezzenek róla és tanuljanak belőle, akik nem vettek benne részt.

Így került megrendezésre a két **szakmai nap**, egyik 2013 májusában, itt a szakmai tapasztalatcsere és figyelemfelhívás állt a fókuszban, illetve a modellprogram bemutatása. A 2013-as sikerekre való tekintettel 2014 októberében megrendezésre került a modellprogram kétévnyi sikereit bemutató második szakmai nap.

A szakmai megvalósítók a szakmai napokon túl, a program kezdetén felvették a kapcsolatot és **folyamatosan tájékoztatták a debreceni Kábítószerügyi Egyeztető Fórumot (KEF)**. A cél az volt, hogy minél szélesebb körben ismertté tegyék a programot, és hogy a fórumban résztvevő intézmények és szervezetek szakembereinek véleményét és javaslatait is megismerjék.

Fontos eleme volt a program népszerűsítésének, megismertetésének a **Campus fesztiválon** (Debrecen) való részvétel (2013-ban és 2014-ben is). A program a három nap alatt körülbelül 400 főt ért el.

A Játék határokkal program keretein belül kiírásra került egy **képzőművészeti pályázat** az általános és középiskolások körében, melynek rendeltetése szintén a figyelem ráirányítása volt a szerencsejáték-függőségre. Továbbá az elkészült alkotásokat kiállították a Fórum Bevásárlóközpontban, ezzel a kívánt célokat kiterjesztették a látogatók körére is.

Összességében tehát **a modell program sikeresnek mondható**, szükséges lenne, hogy a jövőben is megvalósuljanak ehhez hasonló prevenciós és függőséget kezelő programok. Mindemellett fontos az utólagos értékelés is, ezzel a hibák kiszűrése és legközelebbi korrigálása. Véleményem szerint **a jövőben nagyobb hangsúlyt kellene fektetni egy hatékony és hiteles kommunikációs módszer kialakítására, hogy szélesebb réteget érjen el a program**. A Játék határokkal program sikerei **inkább szűkebb, főleg szakértői és helyi (debreceni) körben váltak ismertté**. Fontos lenne, hogy az országos sajtóban is megjelenjenek, ezzel felnyitva az emberek szemét a probléma létezéséről és megismertetni velük az Szrt. szélesebb körű tevékenységét.

### **3.4.2. „Függőkert”, a Szerencsejáték Zrt. prevenciós standja fiatal felnőtteknek**

A 2014-es évben a modellprogram után, egy másik szintén erősen veszélyeztetett korosztályhoz próbálta a Szerencsejáték Zrt. eljuttatni a felelős játékszervezési üzeneteit. Mivel a **24 év alatti fiatal felnőttek orvosilag bizonyítottan sérülékenyebbek minősülnek**, az Szrt. úgy határozott, hogy a 18-24 éves korosztályt vásárlásösztönző akciókkal nem célozza. Az átadni kívánt üzenet, hogy a szerencsejáték szórakozás, nem pedig megoldás anyagi és egyéb problémákra.

Ezeknek az üzeneteknek az eljuttatása az adott korcsoporthoz, a hagyományostól eltérő megközelítést igényel. Mivel **rájuk igaz leginkább a reklám-vakság vagy kerülés**, így az előadás-jellegű, vagy televízióban, akár értékesítőhelyen elhelyezett üzenetek nem érnék el őket, ezért olyan megoldást próbáltak keresni, amivel játékos formában, élményhez köthetően **találkoznak az üzenetekkel a fiatalok**. Így kerültek ki a Szerencsejáték Zrt. „Függőkert” nevű standjai fesztiválokra és egyetemi napokra.

Az EFOTT Kft-vel kötött szerződés alapján, májustól szeptemberig 5 helyszínen, az EFOTT fesztiválon (Miskolctapolca), East Festen (Mezőtúr), Szegedi Ifjúsági Napokon, illetve az ELTE és a BME egyetemi napjain jelentek meg a standok. A standokon egy a meleg nyári

fesztiválokra mindig sikeres pihenő rész, és egy játékra berendezett rész található. A pihenőben egy Tv-n folyamatosan felelős játékszervezési üzenetek futottak, animált formában, és a hosstések pedig folyamatosan játékra invitálták a fiatalokat. A játék feltétele egy felelős játékszervezési teszt kitöltése volt. A kitöltések tablet-en történtek, az utólagos feldolgozhatóság végett. A helyesen kitöltők egy, úgynevezett ‘Ne légy függő’ játékban vehettek részt.

A játék lényege, a rekeszpítés mintájára, az volt, hogy különböző méretű és formájú elemeket kellett egymásra építeni, és így minél magasabbra jutni. Az építőkockák egy-egy szerencsejátéknak feleltek meg, minél kevésbé függőségre hajlamosító játék (pl.: számsorsjáték) volt, annál stabilabb volt az elem, míg a veszélyesebb játékok magasabb, ámde instabilabbak voltak. Az elért magasság függvényében különböző promóciós ajándécsomagok közül lehetett választani. **A játék tartalma jól összhangba van az átadni kívánt üzenettel**, azonban egy fesztiválon, ahova a fiatalok szórakozni mennek, **nem biztos, hogy ezek az apró részletek**, hogy melyik építő elem melyik játéknak felel meg, **megragad az emlékezetükben és összekapcsolják a szerencsejátékozás veszélyeivel.**

A játékosság mellett szempont volt a szakszerűség is, így két, a fiatalok körében is ismert, **függőséggel foglalkozó szakembert hívtak** meg, dr. Csernus Imrét és dr. Zacher Gábort. Az előadások célja nem a szerencsejátékok kriminalizálása volt, inkább a **túlzásba vitt fogyasztásuk hátterét kívánták feltárni, ezzel nagyobb elfogadást és megértést kivívni. Ezek az előadások mindenképpen hatékonyak lehetnek, ha a fiatalok részt vesznek rajta.**

Az öt eseménnyel összesen több mint 2100 fiatalot sikerült elérni, akik kitöltötték a kérdőívet. („Függőkert” beszámoló, 2014) **A jövőben fejlesztendő egy hatékonysági mérés is, mivel a tapasztalatok szerint a fiatalok nem kötötték a játékot a Szerencsejáték Zrt.-hez, inkább csak szórakozásként vettek rajta részt. Véleményem szerint a fesztiválok jó helyszínek a fiatalok elérésére és efféle szórakoztatására, de hosszútávon lekötni és edukálni őket ezen a platformon nehéz.**

Tervben van a program jövőbeli folytatása, a hibák és hiányosságok javításával, pótlásával és egy hatékonysági mérés beépítésével.

#### 4. SZEKUNDER KUTATÁS

Ahhoz, hogy megértsük, hogyan kapcsolódik a Szerencsejáték Zrt. társadalmi felelősségvállalási tevékenységéhez a játékfüggőség kutatása, fontos, hogy megismerjük a függőség kiváltó okát, illetve a társadalom, függőséghez és a felelőséghez való hozzáállását.

**A Szerencsejáték Zrt. már több éve az European Lotteries kerettségnek is megfelelően reprezentatív kutatásokat végez szerencsejáték-függőség témában.** Ezek a kutatások publikusak, mindenki számára elérhetőek. Általában 2 évente végeznek nagyobb felmérést, szakdolgozatomban az utolsó hármat (2010, 2012, 2014) ismertetem.

**2010** elején zárult le az **Ipsos Zrt.** - az Szrt. megrendelés alapján végzett - 10 ezer fős országos reprezentatív kutatása, mely **a szerencsejáték-függőség magyarországi helyzetét és az egyes játékok hatását volt hivatott feltárni.** A játékszenvedély és a felelős játékszervezés című tanulmány szerint a 18 és annál idősebb magyar **lakosság 1,2%-a szerencsejáték-függő** (100 ezer ember érintett), 3,8% mérsékelt rizikófaktorú, további 5,7% pedig alacsony rizikófaktorú játékos.

A felmérésből kiderült, hogy a lakossági közvélemény a **játékszenvedélyt a súlyos szenvedélybetegségek** közé sorolja, addikciónak tartja. A kutatás megállapította, hogy az érintettek jellemzően a gyors ütemű, az azonnali nyerést lehetővé tevő, valamint folyton megújuló kihívást jelentő játékokat kedvelik. Ilyenek a pénznyerő automaták, a kaszinók, valamint az online játékok többsége, így ezek fokozatosan veszélyesek a játékosokra. Illetve az **online játékok további kockázatossága** abból fakad, hogy folyamatosan elérhető, **a pénz fizikailag nincs jelen, csak a bankkártyáról vonják le, így a játékos nem érzi a mértékeket.** Emellett **nincs semmi féle szociális háló,** az ember otthon játszik, egyedül van, lehet fáradt, akár ihat is mellé és máris nőtt a kockázat.

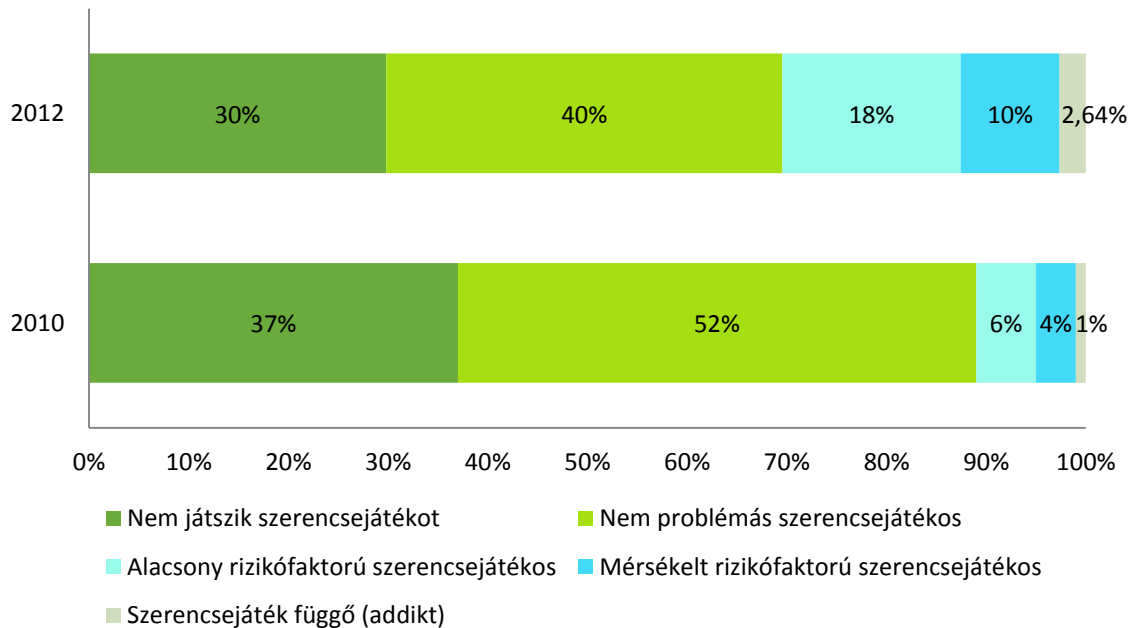
Kiderült az is, hogy a **szórakozásból játszóknak 94%-a választja a Szerencsejáték Zrt. játékeit,** a függők 24%-a csak a Társaságnál játszik, és 69%-uk mindenhol, főleg kaszinókban és nyerő-automatáknál (2012 októberében Magyarországon megszűnt a játék-automaták legális üzemeltetésének lehetősége). Megtudható volt még az is, hogy a nem problémás szerencsejátékosok közül csak 11% játszott kiskorúként, a függők közül ez 31% volt. (Ipsos, 2010)

Többek között a nemzetközi felelős játékszervezői minősítés megújítása érdekében **2012**-ben újabb felmérés készült a Szerencsejáték Zrt. megbízásából, a **Kutatópont Kft.** közreműködésével. **A 2012-es felmérés alapját a 2010-es Ipsos kutatás adta.** Így az eredmények összehasonlíthatóak. **A kutatás célja,** a kerettervnek való megfelelés mellett, hogy az **Szrt. játék-függőség enyhítésére vonatkozó törekvéseit információkkal segítse, és pontos képet kapjanak a saját felelősségéről és a lakosságnak a cég felé támasztott elvárásairól.** Később ezeknek az információknak megfelelően alakították CSR vállalásaikat. A kutatás tárgyát a függőség és annak kialakulásban szerepet játszó tényezők megismerése, a lakosság és külön a fiatalok szerencsejátékhoz kapcsolódó attitűdje és az Szrt. imázsának vizsgálata képezi. A kutatás összetett módszertannal készült, kvantitatív részének alapját egy 4000 fős (alapminta: 15 éven felüli magyar társadalom) online (CAWI - Computer Assisted Web Interview) és telefonos (CAPI - Computer Assisted Telephone Interviewing) kérdőíves kutatása jelentette. Második fázisban az érintett csoportokat leválogatva, kérdőíves megkérdezés statisztikai adatainak mélyebb megismeréséért, kvalitatív célcsoport-elemzéseket is végeztek, 9 fókuszcsoporthoz beszélgetés és 15 interjú készült szerencsejáték függőkkel és családtagjaikkal, kiskorúakkal és szakemberekkel.

A megkérdezettek 64%-a szerint a szerencsejáték nem ártalmatlan szokás, 94% szerint betegség, és 80% szerint a magyarokra jellemző a függőség. Illetve a függőség kialakulásában a válaszok szerint a reklámok is negatív szerepet játszanak (63%), míg azok pozitív visszatartó erejében már csak minden második ember bízik. (Tessényi, 2013)



**4. ábra: A túlzott szerencsejáték érintettek megoszlása 2010-2012 (%)**



Kutatópont, 2012 (2010: teljes 18+-ra reprezentatív minta, N=10000;  
2012: teljes 15+-ra reprezentatív minta, N=4000)

Az eredmények szerint a **játékfüggők aránya gyakorlatilag megduplázódott 2010 és 2012 között** (2,64%-ra nőtt a 15 év feletti lakosság körében). (Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés, 2012) Az érintettség mérésére két mutatót is használtak, a DSM-IV-t (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fourth Edition, mutató a szerencsejáték-problémák mérésére) és a PGSI indexeket. A 4000 mintás kutatásból az is kiderült, hogy nem csak a problémás játékosok, hanem a játékosok száma is nőtt a magyar társadalomban.

Továbbá a függők kezdőjátékuknak leginkább versenytársak által szervezett játékokat nevezett meg 2012-ben is (ekkor még nem volt érvényben a nyerőgépekre vonatkozó törvény). Az Szrt. játékaik közül, a **függők körében, a Tippmixet kedvelik magasabb arányban**, illetve a versenytársak játékaik közül az online pókert, a nyerő automatákat és az élő kaszinót említették. **A kvalitatív tapasztalatok megerősítették azt, hogy a Szerencsejáték Zrt. játékaik nem tekinthetők igazán kockázatos játéktípusoknak.** (Kutatópont, 2012)

A kutatás a 15 éves korosztálytól kezdve vizsgálta a társadalmat, így kiderült, hogy a kiskorúak 6%-a heti rendszerességgel, míg további 40%-uk alkalmanként szerencsejátékozik. (Zelei, 2013)

A Kutatópont kutatása alapján a magyar lakosság 15 évesnél idősebb részének 3%-ra igaz, hogy van a családjában szerencsejáték-függő. **A betegség kialakulásában, felismerésében és kezelésében nagyon fontos szerepe van a családnak:** a torz vagy megkérdőjelezhető családminták és családi kapcsolatok esetén a játékfüggőség elkerülése, felismerése vagy már gyógyítása jóval nehezebb.

A válaszadó problémás játékosok közül, a veszélyeztetettek 12-15%-a, és a **függők harmada keresett információkat** a túlzásba vitt szerencsejátékkal kapcsolatban. Ebből minden harmadik tájékozódó a Szerencsejáték Zrt. weboldalain böngészett. Ezért **mindenképpen fontos hangsúlyt fektetni az online információszolgáltató rendszerre.**

A kutatás során **felmerültek egyéb kérdések is,- mint a játékszenvedély megítélése, a felelősség kezelése és finanszírozása, reklám és média megjelenések hatása-**, amik mindenképpen kapcsolódnak a szakdolgozatom témájához és kutatási területéhez, továbbá ezek világos képet adnak az emberek véleményéről és az Szrt. felé támasztott elvárásokról, így ezeket ismertetném elsősorban.

#### **4.1. Ismeretek és vélemények a szerencsejátékról**

**A Szerencsejáték Zrt. megítéléséhez szorosan hozzátartozik az is, hogy a célcsoport vagy a konkrét játékosok tisztában vannak-e az adott játék szervezőjével.** Tehát tudják-e, hogy ez esetben az Szrt. melyik játékokat szervezi, így melyikkel kapcsolatban tartozik felelősséggel.

A kutatás során 12, a Szerencsejáték Zrt., valamint 7 kompetitor játékot vizsgáltak. A főbb tapasztalatok azt mutatják, hogy a **hosszabb múltra visszatekintő Szrt.-s játékokról** (pl.: Ötös-, Hatoslottó) **a válaszadók jelentős hányada volt képes megállapítani a játék szervezőjét.** Illetve általános tendencia volt, hogy a Társaság által szervezett játékokhoz, magas arányban helyesen kapcsolják az Szrt.-t, így legkevesebb 77-78%-uk vélekedett úgy, hogy az adott játék szervezője az Szrt. volt, akár valaki mással közösen. **Tévesen gondolták páran az online szerencsejátékok/fogadás illetve a lóversenyről, hogy szervezésében a Szerencsejáték Zrt. is részt vesz.** Összességében mondható, hogy a szerencsejáték közösségen belül a játékok szervezőit viszonylag jól képesek azonosítani. (Kutatópont, 2012) Azonban leginkább az online szerencsejátékok félre sorolása, rossz fényt vet a Társaság tevékenységére, mivel ezekhez

kapcsolódik a legtöbb negatív asszociáció és rossz tapasztalat. **Ezért fontos, hogy a Társaság visszaszorítsa az illegális szervezőket, továbbá kommunikációjában felhívja a figyelmet az ilyen jellegű portálok veszélyeire.**

#### 4.2. Felelősség kezelése

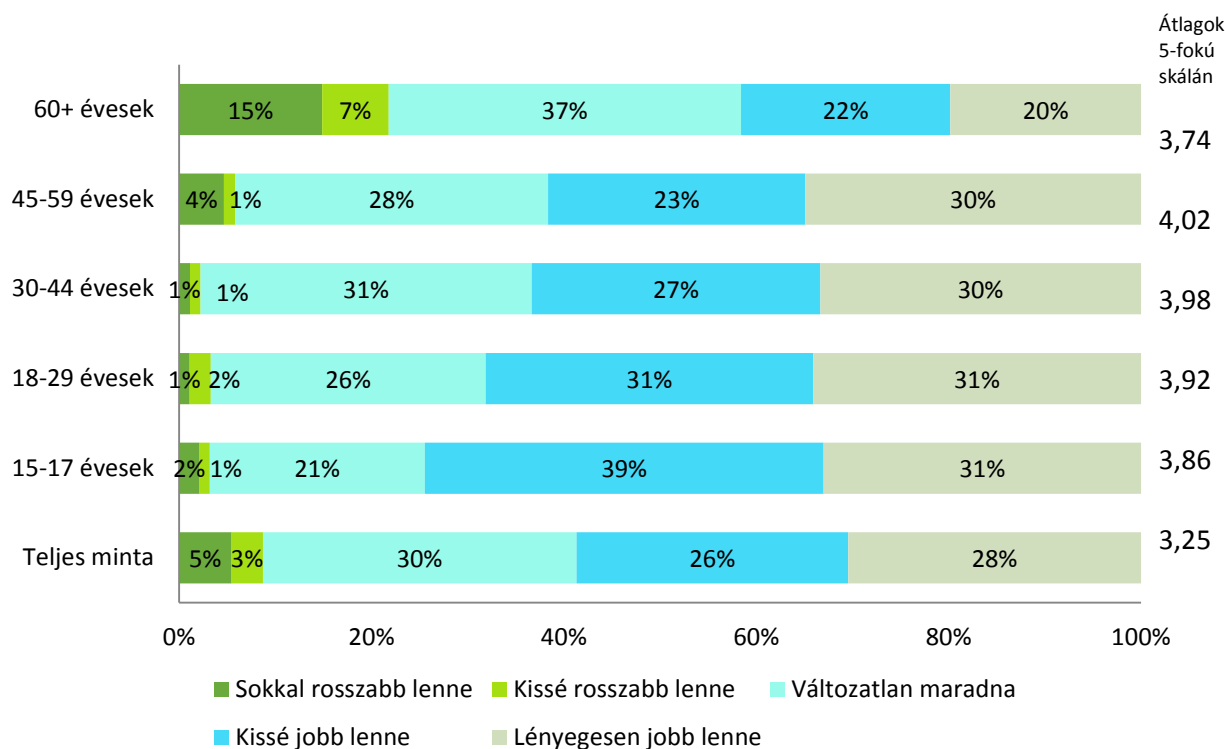
**A játékfüggőség kutatásához az is hozzátartozik, hogy felméri a függőség társadalmi megítélését, hogy az emberek milyen szintű problémának érzik ezt, milyen reakciókat, empátiát vált ki belőlük.** A 2012-es kutatás szerint a lakosság szemében a túlzott mértékű játékszenvedély főleg az alkoholizmushoz és a rendszeres kábítószer fogyasztáshoz mérhető súlyú társadalmi probléma.

Felmerült a kérdés, hogy **kinek a feladata ebben a szervezett segítségnyújtás.** A válaszolók **43%-a vélekedett úgy, hogy ez az állami egészségügyi intézmények feladat,** minden harmadik, hogy az állami szerencsejáték felügyeletet ellátó szervezetnek kéne ezzel foglalkoznia. Az Szrt.-t csak a válaszadók kevesebb, mint negyede kötelezné erre, 16% pedig a magán klinikákat említette.

Ennél a kérdésnél az is fontos, hogy **ezt a szervezett segítségnyújtást kinek kellene finanszíroznia.** Az emberek többségében úgy gondolták, hogy csak is az egyén felelőssége a szenvedély kialakulása és ezért segítséget nem várhat el, maximum a közeli családtagoktól, így a **finanszírozásban is az egyénnek kell nagyobb szerepet vállalnia (58%).**

A szenvedélybetegség állapotába kerülő egyénnel szemben meglepő mértékű közönyt tanúsít a fiatal korcsoport. Megjelenik itt is a „mindenki saját maga kell, hogy boldoguljon” szemlélet. A felnőttek és családtagok jóval toleránsabbak, szerintük van az államnak és a társadalomnak felelőssége. **Annak ellenére, hogy a probléma a társadalom szemében nem elsőrendű, mivel nincsenek látványos, másokat zavaró nyomai,** („ Ugye ez nem egy látványos probléma, tehát ha az aluljáróban látványosan fetrengenének a szerencsejátékosok...”(szakpszichológus) (Kutatópont, 2012; 185)), **A szenvedélyben érintetteket erősen stigmatizálja a társadalom és az állam.** A társadalom a játékost, az állam a szervezőt, ezért mind a két irányból fokozottabb rejtőzködés figyelhető meg, ami magával vonzza a patológiás játékosokat is.

**5. ábra: Milyen irányba változna a véleménye a Szerencsejáték Zrt.-ről, amennyiben megtudná, hogy túlzott mértékű játékszenvedélyben érintett embereknek szervez vagy finanszíroz segítségnyújtást? (%)**



Kutatópont, 2012 N=4000

A megkérdezettek véleménye jelentősen javulna a Szerencsejáték Zrt.-ről, ha támogató tevékenysége a tudomásukra jutna. Ez a megítélés változás az életkorral fordítottan arányos, leginkább a 15-17 évesek, míg legkevésbé a 60+ korosztályok között aratna tetszést. Tehát a Szerencsejáték Zrt.-nek nagyobb hangsúlyt kellene fektetnie az efféle tevékenységeinek a hiteles kommunikálására, ezzel javíthatja a társadalmi megítélését és bizalmat kelt az emberekben. De fontos, a hitelesség, mert a 2010-es kutatásból az is kiderült, hogy sokan ezt az Szrt. PR akciójának vélnék (43%), esetleg törvényi kötelezettségnek (40%). A lakosságnak alig harmada látna humanitárius jó szándékot e fajta tevékenység mögött, és összesen 28% szerint érez igazán felelősséget a Társaság.

Arra a kérdésre, hogy milyen segítségnyújtási módot látnak célravezetőnek, amit a Szerencsejáték Zrt. támogathatna, a következőképpen vélekedtek: túlnyomó többség jó ötletnek tartaná az oktató, felvilágosító kampányokat, játékfüggőséget kezelő intézmények támogatását

vagy a csoportterápiák finanszírozását (több mint 75%). Legkevésbé a játékmertető füzeteket, függők eltiltását illetve családtagok támogatását tartják jó ötletnek.

Tehát a **játékmertető füzeteket újra kellene gondolni a Társaságnak** és inkább valami **jóval népszerűbb közlési formát kellene választani a tájékoztatásra**. A füzetek kivonását nem javasolnám, hiszen a vásárlás helyi (instore) eszközként továbbra is eléri az emberek egy részét, de a fiatalabb, már rendszeres internet használókat ezzel az eszközzel nem igazán lehet elérni.

### 4.3. Szerencsejáték reklámozási hatásai

**Általános vélekedés szerint a médiának nagy hatása van a társadalomra**, a reklámok igényt teremtenek, vásárlásra ösztönzik az embereket, így **fontos kérdés, hogy a szerencsejáték reklámtevékenysége miként befolyásolja az emberek döntését, továbbá ők ezt, hogyan gondolják**. Felmerülő kérdés az is, hogy mindez lehet-e okozója a túlzásba vitt, szórakozáson túlmenő játéknak.

A szerencsejátékok médiában való megjelenését nem tartják különösebben veszélyesnek a megkérdezettek (22. ábra). Az idősebb és a legfiatalabb korosztályok kevésbé tartják veszélyesnek a szerencsejáték reklámokat, mint a fiatalabbak. Azonban azzal az állítással, hogy „... a szerencsejáték reklámozása hatással van egyes játékosok túlzott játékszenvedélyére” inkább egyetértenek (23. ábra). Szerencsejátékos csoportok szerint vizsgálva a kérdést, a nem játszóknak azok, akik leginkább egyetértenek ezzel az állítással, a problémás játékosok és az alacsony rizikófaktorú játékosok inkább semleges véleményt fogalmaztak meg.

A megjelenéssel párhuzamosan került előtérbe, hogy mit gondolnak a megkérdezettek a szerencsejátékhoz mellékelt **„18 éven felülieknek” felirat** üzenetéről (24. ábra). Ez a lakosság véleménye szerint **éppen ellentétes hatást vált ki**. Az érintett korosztály 52%-a, pedig egyenesen úgy véli, ez a **felirat vonzóbbá tenné a 18 éven aluliak számára a szerencsejátékot**.

**A szerencsejátékok médiajelenlétét, reklám-megjelenéseit sem a felnőtt érintettek, sem a családtagok, sem pedig a veszélyeztetett fiatalok, még a szakemberek sem tartották túlzónak, meghatározónak a függőség kialakulásában**. 1-2 játékos kivételével, nem tudtak olyan játékot említeni, amit a reklámok miatt kezdtek volna el. Mindössze a lottójátékok heti

nyeremény közlését említették, ami nagyobb nyeremény esetén több szelvény vásárlására készíti a játzókat. A fiatalok egyfajta önbecsapásként sebezhetetlennek gondolják magukat, elismerve, hogy a média szerepe igen nagy abban, hogy ők sikeresnek, mindenből kilábalni képesnek higgyék magukat.

**A játékszervező cégek reklám tevékenysége** és jelenléte szerepet játszhat egy-egy játék elkezdésében vagy gyakoribb üzésében, de **semmiképpen sem okolható az abnormális állapotok kialakulásáért**. Azonban a működtető cégek a résztvevők megítélése szerint hatékonyabban részt vehetnének fogyasztói viselkedések alakításában, s megelőzésében. Ezt úgy képzelték el a válaszadók, hogy mivel a személyzet ismeri a törzsközönségét, láthatja ki az, aki túlzásba viszi a játékot, nem csak szórakozásként tekint rá. Ebből a felvetésből kiindulva több megoldási javaslatot is tettek, miszerint van lehetőség beszélni a játékosokkal, „jó útra téríteni”, akár kitiltani őket.

#### **4.4. 2012-es törvénymódosítás - Játéktermek bezárásának hatásai**

**2012 októberében a törvénymódosítás szerint megszűntek a játéktermek és kitiltották a pénznyerő automatákat a vendéglátóegységekből, ennek okaként a játékfüggőség megelőzését és visszazorítását mondták.** Egy 2013-as disszertáció a törvénymódosítással és hatásaival foglalkozik és ennek pontosítására mélyinterjú készült egy a témában jártas pszichológussal, dr. Demetrovics Zsolttal (ELTE Pedagógia és Pszichológia Karának intézetigazgatója). Illetve egy 120 fős mintában is felmérték az erre vonatkozó véleményeket. Ez alapján sem az emberek sem pedig a szakértő nem értett egyet teljes mértékben ezzel a lépéssel. Ezt azzal magyarázzák, hogy nem volt megalapozott a döntés és amellet hogy nem megoldás a függőségi problémákra, további problémákat von maga után. „Az elképzelése a kormánynak, miszerint ha nincsenek játéktermek, akkor nincsenek szerencsejátékosok ebben a formában nem igaz.” (Szabó, 2013; 50)

A függőség egy betegség, amit kezelni kell, lehet szabályozni a hozzáférhetőséget, de ez önmagában nem ad megoldást. A játékosoknál ez esetben valamilyen kompenzatórikus magatartás indul el. Lehet ez „szerváltás”, és keresnek más játékot, vagy előfordulhat, hogy az alkohol vagy egyéb más drogok felé fordulnak. A szerencsejátékos motivációjánál a pénz a fenntartója az addikciónak, de emellet ott van az omnipotencia érzés is, olyankor kilépett

transzállapotba kerül, mikor játszik. (Szabó, 2013) A 2014-es kutatásból kiderült, hogy a szerváltás sok esetben a **Tippmixre való áttérés** volt, illetve az **online játékok** is nagyobb tért hódítanak. **Ezzel erősödött egy nehezen ellenőrizhető és befolyásolható piaci rész**, mivel az online játék 24 órában elérhető, az ember otthon, egyedül játszik vele, és a pénzt a kártyájáról automatikusan vonja le a rendszer, így nincsenek fékek. Illetve ezeket **az online játékokat többségében illegális szolgáltatók üzemeltetik**, így minden bizonnyal kizárólag a profit szerzés áll a középpontban, **felelős játékszervezéssel nem foglalkoznak. Míg a játéktermek egyfajta szociális felügyeletet biztosítottak, kontrollált felügyelet alatt tudtak játszani**, illetve a szabályozásnak megfelelően pénz visszafizetési garanciát vállaltak a termék.

A kvantitatív kutatás (n=120) eredménye szerint a többség leginkább egyetértett (67%) azzal az állítással, hogy a játéktermek bezárása a fekete ipart erősíti. A törvény döntésével a válaszadók nagy része nem ért egyet, 59% nem ért egyet azzal, hogy ez véget vetett a korrupciós szerencsejáték iparnak. ' Szerintem nincs szükség játéktermekre, jó döntés volt bezárni őket' állításról már megoszlottak a vélemények. (Szabó, 2013)

**Véleményem szerint a játéktermek bezárása egy jó kezdetnek ígérkezett, de sajnos nem volt megalapozott és nem követte megfelelő stratégia. Szükség lett volna megelőző programok szervezésére, a szerváltás elkerülése végett, ez előtt felmérni a játékosokat.** Illetve a már függő játékosok kezelése is elengedhetetlen részét kellett volna képeznie a programnak, ezzel beváltva a reményeket, hogy a játéktermek bezárása valóban megoldást hoz.

#### **4.5. 2014-es Kvalitatív kutatás**

Eredeti célom a 2012 és a 2014-es kutatás összehasonlítása, a törvény módosítás hatásainak feltárása volt, azonban a 2014-es kutatásnak a leadási határidőre csak a kvalitatív része készült el, így csak azzal tudtam dolgozni, ezért a kvantitatív adatokat saját primer kutatásommal igyekszem összehasonlítani.

**A törvény módosítás negatív következménye, az úgynevezett szerváltás, a sportfogadások és az online játékok területén csapódtak le**, a korábbi kutatásban nem tapasztalt mértékben. A korábban teljesen kockázatmentesnek tekinthető Tippmix területén érzékelhető ez az átcsoportosulás leginkább. (Kutatópont, 2014)

A korábban is kockázatosnak vélt pókerdivat, az alábbi kutatás szerint a megkérdezett fiatalok körében lecsengeni látszik, másrészt a felnőtt érintettek a kevesebbenél jelent meg fő játékformaként. Azonban a komolyan érintett néhány résztvevő esetében a családtagok beszámolója alapján, az eddig tapasztalt legszélsőségesebb viselkedési anomáliákat látszott mutatni.

A kutatás ez esetben is kiterjedt a **fiatalkorúak** vizsgálatára és kiderült, hogy az **esetükben egyre korábbi kipróbálás és rendszeres űzés tapasztalható**. Ennek oka az életkori sajátosságokon túl, a szabálykövetéssel kapcsolatos, mind fogyasztói, mint pedig szolgáltatói hiányosságok. Ennél súlyosabb, hogy korábbi kutatással ellentétben, most néhány esetben már komoly, kialakult veszélyeztetettséggel is találkoztak.

Az érintettség kezelésével kapcsolatban megállapították, hogy a függőség kialakulását az egyén nem képes érzékelni, ezért az öngyógyítás lehetősége igen csekély. **Azonban az állapot felismerése, a segítség elfogadása és ezen keresztül a gyógyulást nagyban befolyásolja az egyén mikrokörnyezete. Ezért is fontos az érintett családtagok bevonása a kezelésekre és a társadalom megismertetése a létező problémával kapcsolatban.**

A korábban javasolt segélyvonalakat most a megkérdezettek nem tekintik igazán hatékonynak, inkább a családtagok elirányításában nyújthatnak hatékony segítséget. A megelőzést továbbra sem tartják hatékony módszernek, ellenben a szakértők látnak benne lehetőséget, de inkább a prevenció jelleggel az **egészséges életszemlélet, értelmes tevékenységek felé fordítanák a veszélyeztetett csoportot, ahogy ez a Játék határokkal modellprogramban meg is valósult.**

A 2014-es megkérdezésben is szóba került, hogyan értékelnék a Szerencsejáték Zrt. tevékenységét, ha támogatná a függőségben szenvedőket és családjukat - ez esetben is a hitelesség kulcsfontosságú lenne. Ehhez **szükséges kommunikálni az egészséges játékos-társadalom építésének hosszú távú előnyeit, ellenkező esetben mindenki a profitérdekkel ellentétesnek, ezáltal hiteltelennek ítélné a tevékenységet.**



#### 4.5.1. A média szerepe

**A szerencsejátékok hagyományos média megjelenéséről, és reklám tevékenységéről való vélekedés nem változott 2012 óta**, továbbra se tartják a megkérdezettek túlzónak, és nem gondolják, hogy ez a már játszó játékos rutinját megváltoztatná.

Az előtérbe kerülő online játékok (sportfogadás, póker) esetében már egyértelműen túlzónak tartják a válaszadók a felugró ablakokat, a bannerek mennyiségét, vagy az email címre küldött, játékra ösztönző leveleket. De egyikük sem említette, hogy ennek hatására kezdett volna játszani. A játékosok elmondása szerint kizárólag a barátok, környezet és család ajánlása, illetve megbízhatónak ítélt fórumok hatására kezdek el egy játékot.

A fiatalok körében mindenképpen befolyásoló tényező, a korosztályra oly nagyon jellemző közösségi oldalon való posztolás, ez esetben egy nyertes szelvény, sorsjegy kirakása az üzenőfalra. Ezzel egyfajta versengés alakul ki.

A szakemberek véleménye megoszlott a reklámokat illetően; egyesek szigorúan járnak el (akár teljesen betiltanak, a cigarettához hasonlóan), mások a lakossággal hasonló véleményen vannak, nem látják azokat meghatározónak az addikció kialakulásában. Abban viszont egyetértés van a szakemberek között, hogy **a változtatni akaró beteg szempontjából a reklámoknak káros hatásai vannak.** „Ez olyan, mint amikor egy fogyókúrázónak csoki és egyéb édesség reklámokat kell néznie.” (addiktológus) (Kutatópont, 2014; 100)

#### 4.5.2. A társadalom szerepe

A fiatalok körében tovább erősödött a mindent saját erőből kell elérni hozzáállás, így se az államot, se a társadalmat nem érzik felelősnek a problémában, és továbbra is azt vallják, **mindenki maga oldja meg a gondját, mástól ne várjon segítséget.**

A felnőttek és családtagok továbbra is empátikusabbak és szerintük terheli felelősség az államot és a társadalmat. Habár a fiatalokhoz hasonlóan az idősek sem tartják különösebben felelősnek a társadalmi-gazdasági folyamatokat, mindenképpen elvárnák, hogy az állam segítséget nyújtson, leginkább a megelőzés területén.

A családtagok részéről felmerültek további, az állam hatáskörébe tartozó, lépések a **szerencsejáték hozzáférés további szabályozására:**

- Játékos kártya bevezetése: gyakorisági vagy összeghez kapcsolódó limitek beállításának lehetősége, játéklehetőségek letiltása;
- Jövedelem függvényében történő összegszerű korlátozás;
- Online oldalak hatósági ellenőrzése;

A kezdeményezések jók, de többnyire adatvédelmi és személyiségi jogokba ütköznek. Habár kártyás rendszerre találunk példát külföldön. **A szakértők is megfogalmaztak pár szerintük lehetséges eszközt:**

- Életkori szabályozások tényleges betartása;
- Ifjúsági terek létrehozása, ahol kiélhetik az egészséges versengést;
- Függőség valódi betegségként való kezelése, arányos finanszírozása;
- Ellátórendszer fejlesztése;
- Online szerencsejáték piac szigorú szabályozása és ellenőrzése;
- Munkahelyteremtés.

**Ezek a megközelítések jóval összetettebbek, és némelyik egészen a probléma elé megy, nem pedig gyors, átmeneti megoldásra törekszik, így mindenképpen érdemes átgondolni őket.**

#### 4.5.3. A játékszervezők szerepe

A megkérdozettek megítélése nem változott a játékszervezők esetében sem, **felelőségük abban van, hogy milyen szolgáltatást és hogyan nyújtanak. Feladatuk, hogy a szerencsejátékot nem, mint problémák megoldását, hanem mint szórakozást kínálják.** A kutatásban résztvevők szerint hatékonyabban részt kellene venniük a fogyasztói viselkedések alakításában, a megelőzésben, valódi prevenciós programokat kéne támogatniuk, nem elég a kötelező figyelmeztetés.

Ezek a megítélések mind az mutatják, hogy **a társadalom nincs tisztában a Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységével.** Persze ez egy nehéz kérdés, mivel egyelőre azt se tudják az emberek, pontosan mit takar a társadalmi felelőség vállalás, így ahhoz, hogy a vállalat ez irányú megítélése javuljon, mindenképpen szükséges lenne az ilyen célú programokat kommunikálni, így például a 2014-ben lezárult Játék határokkal programot is.

Megoldási javaslatként felmerültek a már korábbi személyzet bevonásával kapcsolatos javaslatok, a már amúgy interneten létező önkorlátozás bevezetése, elérhetőségek korlátozása és a nyereség nagyságának maximalizálása. Persze a **hiteles kommunikáció** elengedhetetlen ebben az esetben is.

A Szerencsejáték Zrt. a résztvevők megítélése szerint a hagyományos papír alapú játékok egyetlen piacon lévő képviselője. Mindenki számára alapvetés, hogy működése államilag is és belső kontrollt tekintve is szigorúan szabályozott. Magatartása korrekt és megbízható. Ezért a **Társaságot tartanak alkalmasnak a szerencsejáték-függőség problémájának megoldását hitelesen és sikerrel támogatni.** De ehhez elengedhetetlen a hiteles kommunikáció is, ami egyelőre hiányzik.

#### **4.6. Kutatás megjelenése a CSR gyakorlatban**

Összességében elmondhatjuk a kutatások eredményeit összevetve és a törvénymódosítás hatásait vizsgálva, hogy 2010 és 2012 óta megnőtt az játékfüggőségben érintett magyar lakosság aránya, illetve egy átcsoportosulás, szerváltás volt megfigyelhető a játéktermek és nyerőgépek kitiltása miatt. Ez leginkább a sportfogadások terén mutatkozik meg. A felmérések szerint a leginkább veszélyes játékok azok, melyeknél a játékidő nem választható szabadon, a tét nagyságáról a játékos dönthet és a játék azonnal újramezhető. De továbbra is elmondható, hogy a valóban problémás játékosok a versenytársak játékaival játszanak elsősorban, főleg illegális online oldalakon. Ennek megfelelően **a Szerencsejáték Zrt., mint az egyetlen piacon levő játékszervező feladata, hogy megvédje játékosait az illegális online oldalaktól, ehhez felvilágosítást nyújtva.**

Az érintettséggel kapcsolatban egy fontos tény, hogy a függőség kialakulásában szerepet játszik az arra való hajlam, illetve az addikcióra hajlamosító olyan személyiségjegyek, mint az akaratgyengesség, és az ezeket felerősítő stresszorok (élethelyzetek, konfliktusok), melyekből bőven kijut mindenkinek a 21. század rohanó világában és a magyar társadalomra jellemző pesszimizmusból eredően. E tényezők mellett nagy jelentősége van a családi háttérnek, a szülői mintának, a szülői kontrollnak, a gyermekkori és kamaszkori szocializációnak. Összefüggés figyelhető meg a személyiség fejlődés problémái, a család morálistámogatásnak hiánya és a függőség mértékének súlya között. (Kutatópont, 2012) Ezen összefüggés értelmében **különös**

**hangsúlyt kell fektetni a fiatalkorúak veszélyeztettségére, így prevenciós programok szervezésére. Illetve a családtagok és hozzátartozók kezelésbe való bevonására.**

A szerencsejáték-függőséggel szembeni eredményes küzdelem leghatékonyabb eszközei (hatékonysági sorrendben) a következők lehetnek:

- **Függők kezelése, kiterjesztve a családtagokra**, csoportterápiák és egyéb módszerek formájában, azért, hogy az érintettek állapotjavításához hozzájáruló módszereket elsajátítsák, továbbá saját mentális állapotukat javítsák. **Ezek a 2014-ben lezárult prevenciós program (Játék határokkal) részeként megvalósultak.**
- **Szabályozás:** elsősorban a meglévő törvények betartása, a játékszervező cég által kidolgozott saját rutinok és gyakorlatok bevezetése és következetes alkalmazása. A jelentések alapján **az Szrt. az alkalmazottjainak kötelező a terminálkezelői tanfolyam elvégzése, melynek része a „Felelős játékszervezői magatartás”, ezeknek az alapelveknek a megszegése szankciókat von maga után, melyeket többek között próbavásárlókkal ellenőriznek.**
- Hatékony eszközzé válnának a **prevenciós programok** is, ha azokat hitelesség jegyében tudnák megvalósítani és kommunikálni.

Továbbá mind a három területen szükség lenne **olyan szereplők bevonására, akik saját tapasztalattal rendelkeznek szerencsejáték-függőség terén**, mert ezek a személyek az érintettek számára hitelesek, kompetensek és autentikusak, ahogyan ez **a Játék határokkal programban sikeresen meg is valósult.**

Kommunikálás hitelessége: „Az, hogy én nyújtok valamit, aminek kockázata is van, de próbállak megvédeni ettől a kockázattól, mert az nekem sem jó, ha ebbe belebetegszem, szerintem ez egy abszolút hiteles kommunikáció.” /szakpszichológus/ (Kutatópont, 2012; 189)

A 2012-es kutatásban **megfogalmazott ajánlások nagy része az éve során megvalósult, ezzel tovább erősítve a vállalat, felelős játékszervezői arculatát.** Így a Társaság internetes oldalának fejlesztése, a web kettős szolgáltatások alkalmazása, ennek megfelelően az Szrt. rendelkezik saját Facebook és Instagram oldallal, Youtube csatornával. A problémás játékosok számára tájékoztatást nyújt, illetve telefonos segélyszolgálatot is működtet. Továbbá ahhoz, hogy az érintettek maguk döbbenjenek rá betegségükre, egy függőségi kérdőívet is találnak a Társaság

oldalán. Végül, de nem utolsó sorban megvalósult egy 2 éves prevenciós modell program, melybe kis- és középiskolások mellett érintetteket és családtagjaikat is bevonták.

## **5. PRIMER KUTATÁS**

### **5.1. Kutatás célja**

Kutatásom célja többek között a hiányzó 2014-es adatok lekutatása volt. Fókuszban a CSR fogalom ismertségének vizsgálása és a Szerencsejáték Zrt. ez irányú tevékenységének hatékonyság vizsgálata és megítélése állt. Ehhez az alábbiakban felsorolt hipotéziseket állítottam és ezek helytállóságát kutattam:

- az emberekben negatív kép él a Szerencsejáték Zrt. tevékenységével kapcsolatban
- az emberek egyelőre nem tartják hitelesnek a vállalatok CSR tevékenységét
- az emberek nem ismerik az Szerencsejáték Zrt. felelős játékszervezésével kapcsolatos tevékenységeit

### **5.2. Kutatás módszertana**

- kutatás módszere: online kérdőíves megkérdezés
- célcsoport: 18-nál idősebb magyar lakosság
- Mintanagysága: N=248
- Mintavétel módja: véletlen
- Megkérdezés átlagos időtartama: 5 perc
- Adatfelvétel időpontja: 2015.02.12.-27.

Szakedolgozatom témájának a Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységét választottam, ezzel kapcsolatban az egyik feltevésem, hogy ez emberek nem ismerik a vállalatok CSR tevékenységét, ennek az is az oka, hogy a CSR itthon, sőt más európai országokban is gyerekcipőben jár. Illetve a legtöbb vállalat még nem tudja, hogyan kellene kommunikálnia, hogy az, a másik feltevésem szerint, ne legyen hiteltelen és önös érdekű az emberek szemében.

Amikor az Szrt.-t választottam, mint gyakorlati megvalósító, felmerült bennem a kérdés, hogy ugyan nagyon jó, hogy ezzel foglalkozik a cég, de vajon ezt más is tudja rajtuk kívül,

hiszen én se voltam ezzel tisztában előtte. Így **kutatásom középpontjába a Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységének ismertségét és megítélését állítottam.**

Hogy rövid idő alatt minél több embert érjek el és könnyen kezelhető adathalmazt kapjak, kutatásom módszerül az online kérdőíves kutatást választottam, így 2 hét alatt **248 kitöltést** sikerült elérnem. Miután a Szerencsejáték Zrt. nem céloz meg 18 év alattiakat, illetve törvény is védi őket, kutatásomba **a 18+-os lakosságot kérdeztem, akik hallottak már az Szrt.-ről.**

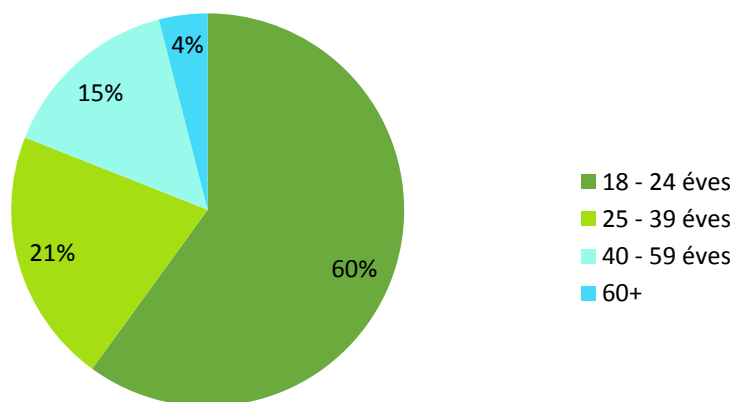
A kérdőív összeállításánál figyelembe vettem a korábbi Kutatópont által végzett kutatásokat (2012/14), és a kérdéseket úgy fogalmaztam meg, hogy összehasonlítható legyen ezekkel a kutatásokkal. Ezen felül a 2014-es kutatásnak csak a kvalitatív része készült el, ezért elsősorban a 2012-es adatokhoz tudtam viszonyítani, azok alapján tudtam következtetéseket levonni.

### 5.3. Kutatási eredmények kiértékelése

#### 5.3.1. Személyes adatok

A kutatás eredményeit befolyásoló tényezők a szociális és demográfiai adatok, így elsőként ezt ismertetném. A válaszadók 63%-a nő, 37%-a férfi.

6. ábra: Életkor (%)

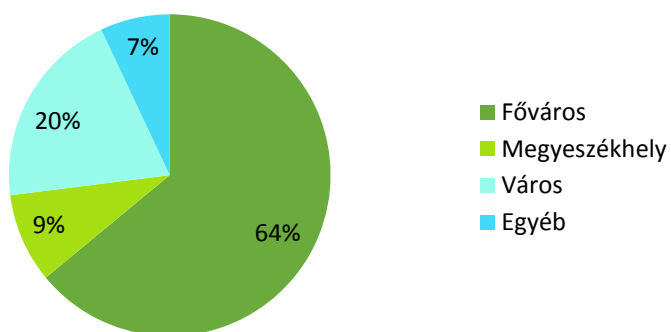


Saját kutatás, 2015 N=248

Korcsoportok alapján természetesen a 18-24 éves korosztály felülreprezentált, mivel az elküldött kérdőívek jelentős hányada barátaimhoz, iskolatársaimhoz jutott el elsőként. Tehát a

legtöbb kitöltés a **18-24 éves, a kiemelten veszélyeztetettnek számító korosztályból került ki (60%)**, 25-39 éves korosztályból 52-en, azaz 21% töltötte ki, 15% a 40-59-es korcsoport és 4%, azaz 11 fő kerül ki a 60 felettiekből.

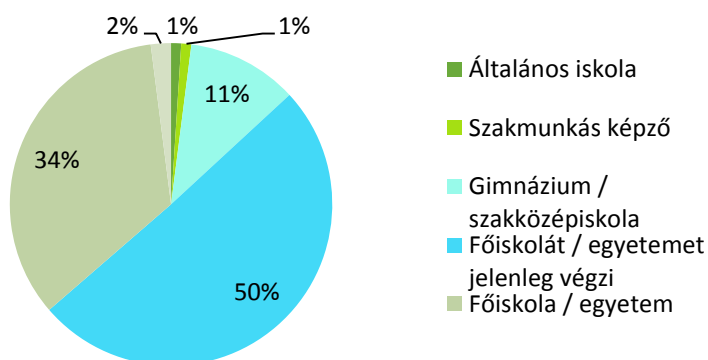
**7. ábra: Lakhely (%)**



Saját kutatás, 2015 N=248

Szintén felülreprezentáltak a mintában a budapesti lakosok, ismeretségi körömnek köszönhetően, 64% Budapesten él, 9% megyeszékhelyen, 20% városban és 7% kisebb településen.

**8. ábra: Iskolai végzettség (%)**



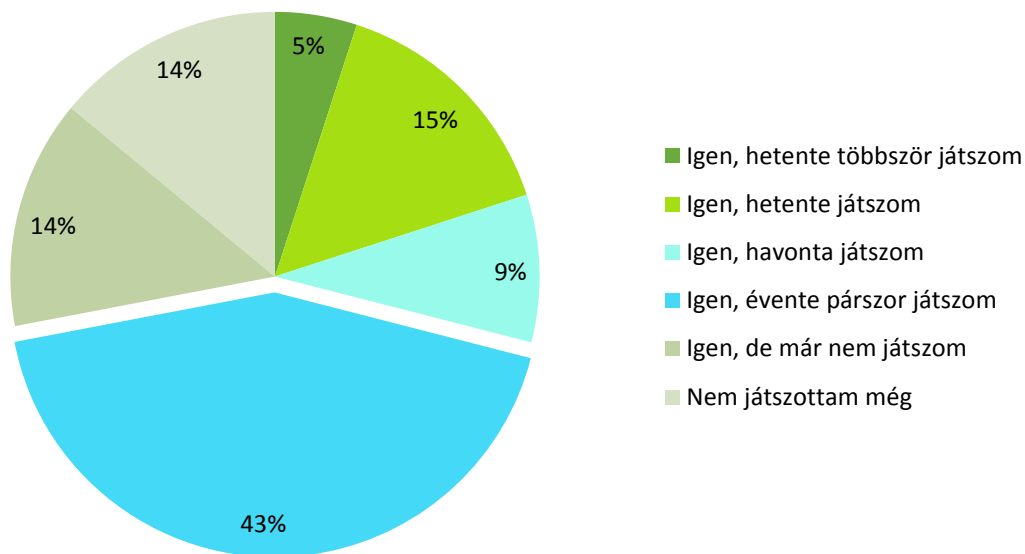
Saját kutatás, 2015 N=248

Iskolai végzettség alapján a kitöltők fele jelenleg valamelyik egyetemen vagy főiskolán tanul (50%), 34% egyetemet/főiskolát végzett, 11% középfokú végzettséggel rendelkezik, és csak pár ember került ki az alacsonyabb végzettségűek köréből.

### 5.3.2. Szerencsejáték Zrt. tevékenységének megítélése

A kutatásom első felében azt próbáltam felmérni, hogy **milyen kép él az emberek fejében a Szerencsejáték Zrt.-ről és annak tevékenységéről**. Természetesen a kérdőív kitöltésének abban az esetben volt értelme, ha válaszadó ismeri a Társaságot, ezért az első kérdés egy szűrőkérdés volt, hogy hallottak-e már a **Szerencsejáték Zrt.-ről**. Nem meglepő módon a **kitöltők kivétel nélkül hallottak már** róla. Arra is kíváncsi voltam, hogy aki ismeri a Társaságot, az vajon a játékokat is ismeri-e, azaz játszott-e már valamelyikkel.

9. ábra: Játszott már valamelyik játékkal a Szerencsejáték Zrt.-nek? (%)



Saját kutatás, 2015 N=248 fő

A megkérdezettek **nagy része játszott már a Társaság valamelyik játékkal (86%)**, felük évente csak párszor játszik (49,5%). A megkérdezettek mindössze 5% a játszik hetente többször is.

Ahhoz, hogy megismerjem az emberek a Szerencsejáték Zrt.-ről alkotott véleményét, egy nem hagyományos kérdőíves kérdést tettem fel. Arra kértem őket, hogy próbálják meg **emberként elképzelni az Szrt.-t**, és ez alapján külső és belső tulajdonságokkal felruházni. Azért



választottam ezt az asszociációs, nyitott kérdést, annak ellenére, hogy nehéz a kiértékelése, mert így nem befolyásolok senkit az előre megadott válaszokkal, az **első asszociációt** kapom.

Kiemelkedően sokan említették a kapzsi, sunyi, manipulatív, megbízhatatlan, ravasz, pénzéhes kifejezéseket. Emellett többször előfordult egy idősebb „karakteres orrú” férfi leírása. **„Álnok, kapzsi, pénzéhes, manipulatív.** Magas, karvalyorrú, hajlott hátú, kopasz férfi.” „Gazdag, ravasz, alacsony, kampósorrú”. Ezek a negatív tulajdonságok mellett többeknél megjelent egy jó kiállítású, vonzó, öltönyös férfi képe, aki sokszor félrevezető. „elegáns, megfontolt, okos, intelligens, udvarias, megbízhatatlan”, „sikeres, gazdag, tudatos, határozott, magas, izmos sportos”, **„Casanova”**, „Belső: hitegető, álmokat adó. Külső: igényes megjelenésű, gazdag figura látszatát keltő öltönyös „szélhámos”.” Illetve páran említenek egy zöld manót, hol pozitív, hol negatív tulajdonságokkal. **„kövér, kapzsi, pénzeszsákon ülő, pénzt számolgotó zöld manó”**, „nagydarab, zöld, jókedvű”. De mindenképpen említésre méltó a szórakoztatásra utalás a vidám, humoros, szórakoztató, vicces, kreatív szavakkal, néhány válaszadó esetében. **„szerencsés, vidám, jókedvű, vicces”**, „versenyszellem, kreativitás, attraktív”. Továbbá 3-5 válaszban említik a megbízható, tisztességes és segítőkész tulajdonságokat is. „megbízható, változatos, jó, segítő”, „barátságos, vidám, segítőkész, kedves, bátorító.” Összességében a személyleírások, és tulajdonságok alapján valamivel több negatív (kb. 250 db) de nem sokkal kevesebb pozitív (kb. 180 db) és semleges (kb. 50 db) tulajdonsággal ruházták fel a Társaságot.

A dolgozat elején felállított hipotézisem, miszerint **’Az emberekben negatív kép él a Szerencsejáték Zrt. tevékenységével kapcsolatban’, nem igazolódott be**, sok pozitív jelző is érkezett, de azt meg kell jegyezni, hogy sokszor azok együtt álltak a csábító, kiszámíthatatlan, hitegető szavakkal. Mivel személyes tapasztalataim során negatív véleményekkel találkoztam, kíváncsi voltam, hogy vajon az emberek, úgy nyilatkoznak, hogy tisztában vannak a Társaság teljes tevékenységével, ide értve a társadalmi felelősség vállalással is? A megkérdezettek **60%-a szerint, a Szerencsejáték Zrt. kizárólag játékszervezéssel foglalkozik**, és csak 18% gondolja, hogy emellett játék-függőség megelőzésével, kezelésével is foglalkozik, illetve 21% mondta, hogy egyéb más tevékenységeket is folytat a játékszervezés mellett. Tehát a **megkérdezettek nagy része nem ismeri az Szrt. CSR tevékenységét**, ahogy az már a 2012-es kutatásból is kiderült, pedig valószínűleg **javítana a megítélésén, ha jobban tájékoztatnának.**

**Az emberek egyelőre nem ismerik, vagy nem tartják hitelesnek a vállalatok CSR tevékenységét,** de ahhoz, hogy az emberek megismerjék a Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységét, elsőként meg kell ismerkedniük magával a fogalommal. Feltételezéseim szerint az emberek nem ismerik vagy nem pontosan értik a társadalmi felelősségvállalás kifejezést, nem tudják pontosan mi tartozik ide, vagy mit vállal egy vállalat ez alatt a címszó alatt. Azonban meglepetésemre a válaszadók mindössze 27%-a mondta azt, hogy nem hallotta még a Társadalmi Felelősségvállalás kifejezést. 35%, ugyan hallotta már, de nem tudja mit jelent pontosan, és **a legtöbben pedig megítélésük szerint tisztában vannak a fogalom jelentésével.** Ennek oka lehet az egyetemisták felülreprezentáltsága.

Korábban már feltettem a kérdést, hogy vajon foglalkozik-e mással is a Szerencsejáték Zrt. a játékszervezésen túl, most viszont konkrétan rákérdeztem, hogy hallottak-e már a **Társaság CSR tevékenységéről,** és ahogyan az előzetesen is sejtettem, **a válaszadók 88%-a nem hallott** róla. Ennek oka a kommunikáció hiánya.

### **5.3.3. Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységének megítélése**

Ezek után arra voltam kíváncsi, hogy véleményük szerint mivel foglalkozhat ezen a területen az Szrt. (több lehetséges választ adhattak).

**10. ábra: Mit gondol, az alábbiak közül mivel foglalkozik a Szerencsejáték Zrt.  
Társadalmi Felelősségvállalás tevékenység alatt? (%)**

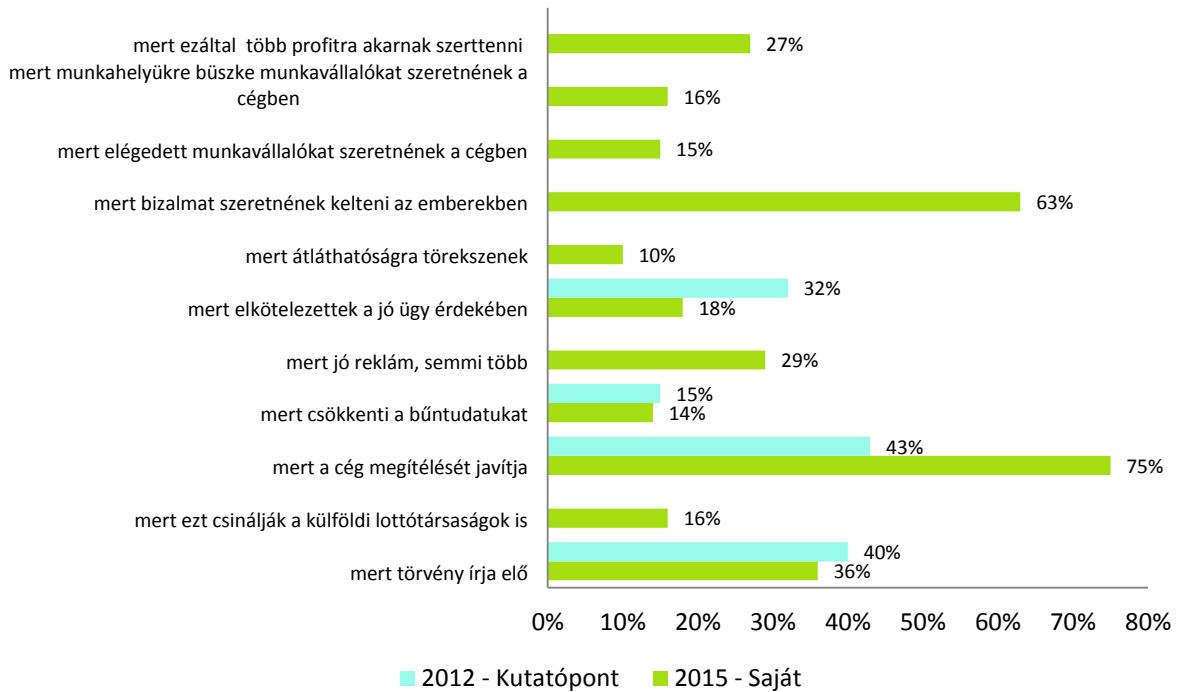


Saját kutatás, 2015 N=248

A diagram is mutatja, hogy a megkérdezettek **több mint a fele (54%)** gondolja úgy, hogy felelős játékszervezéssel, illetve **játék-függőség kezelésében segítségnyújtással is foglalkozik**. 49%, szinte a fele, a támogatást és szponzorációt is megjelölte. A válaszadók harmada gondolja úgy, hogy CSR tevékenység alatt reklámozással és marketinggel (32%), illetve sorsjegyarúsítással 'Jó ügyek érdekében' (33%), és megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásával (26%) is foglalkoznak. A legkevesebben a környezettudatosságot (21%) és az önkéntes programokat (18%) nézték ki a Szerencsejáték Zrt.-ből. Ez talán abból eredhet, hogy nem kapcsolódik szorosan a Társaság tevékenységéhez, így nem tudják kötni hozzá. Mindenesetre jól látszik, hogy szinte mindenki több tevékenységet is bejelölt, és minden tevékenységet megjelöltek, hiszen a szerencsejáték szervező mindegyikkel foglalkozik.

A megítélés vizsgálatánál fontos kérdés, hogy **mit gondolnak az emberek, milyen szándék áll a felelősségvállalás mögött**, hiszen itt dől el, hogy mennyire hiteles a Társaság. Persze az Szrt.-nek különösen nehéz dolga van mivel magát a tevékenységet is alaptól stigmatizálják, így feltételezésem szerint az emberek hiteltelennek gondolják a Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységét. A következő ábrán láthatjuk, hogy hogyan alakult ez.

**11. ábra: Mit gondol, miért foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalással? (%)**



Saját kutatás, 2015 N=248, Kutatópont, 2012 N=4000

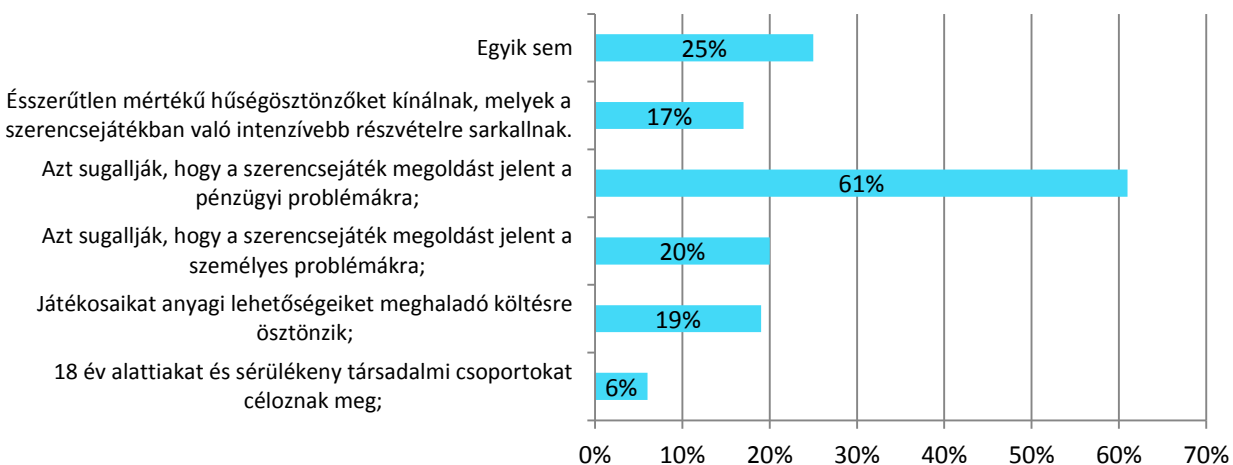
A megkérdezettek több választ is megjelölhettek, illetve a megadott válaszok között olyanok szerepelnek, pár kiegészítéssel, amik a korábbi (2012-es) kutatásban is meg voltak adva. A válaszok alapján nem feltétlenül lehet azt mondani, hogy negatív a megítélés, hiszen véleményem szerint az nem negatívum, hogy a **cég megítélésén szeretnének javítani** (75%, 2012: 43%), illetve az **emberek bizalmát szeretnék megnyerni** (63%), ami a cég részéről teljesen érthető, bár inkább a tevékenység velejárója, mint ok. A negatív irányba húzná a megítéléseket, ha a válaszadók az gondolták volna, hogy a törvényi előírás miatt (2012: 40%), a büntudatuk miatt (2012: 15%), vagy, mert a több profit elérése végett foglalkoznának CSR-al. De ezeket mindössze 36–14–27% jelölte. Nem javít a megítélésükön, hogy a megkérdezettek harmada (29%) szerint csak egy jó reklám az egész. A legnagyobb különbség a 2012-es adatokhoz képest 'a cég megítélésén javít' feltevés között van, ahol a saját kutatásomban a válaszadók 75%-ban jelölték ezt, míg 2012-ben csak 43%. Illetve romlott azoknak az aránya, akik valóban elkötelezettnek érzik a Társaságot, 16% ponttal. A Felelősségvállalási jelentésből és Józsa Renátával folytatott beszélgetésből kiderült, hogy legtöbb esetben a **CSR**

tevékenységüket csak befelé kommunikálják, így igazak azok az állítások, hogy 'munkahelyükre büszke munkavállalókat szeretnének', és 'elégedett munkavállalókat szeretnének a cégbe', ezek a megkérdezettek 16% és 15% szerint indító ok. Nem sorolnám a negatívumok közé azt sem, ha kiváltó okok között szerepel a külföldi mintának az átvétele, ezt a válaszadók 16%-a gondolja így. Azonban a legfontosabb, hogy a középpontban az elkötelezettség álljon a jó ügy érdekében, ennek hitelességéhez pedig átláthatónak kell lenni, ez mindössze 18, illetve 10% szerint lehet ez az ok.

**Összességében nem negatív a megítélés, de mindenképpen úgy gondolják, hogy önös érdekek állnak a tevékenység mögött**, igen kicsi az a hányad, akik szerint ez valóban a jót kívánja szolgálni. Ahogyan a 2012-es kutatásban is, főleg PR tevékenységnek vélik, mint valódi felelősségvállalásnak.

A megítéléshez tartozik, az is, hogy mit gondolnak az emberek média- és reklám tevékenységéről a Szerencsejáték Zrt.-nek. Ennek kiderítésére az éves jelentésben megfogalmazott reklámtevékenységekre vonatkozó részt emeltem be, és ezekről az állításokról kellett eldöntenie a válaszadónak, hogy igaz-e. **A felsorolt állítás egyike se igaz**, a jelentés szerint, a Társaságra.

**12. ábra: Ön szerint mely állítás/állítások igazak a Szerencsejáték Zrt. reklámtevékenységére vonatkozóan? (%)**



Saját kutatás, 2015 N=248

**Ideális esetben a válaszadók többsége az egyik állítással sem ért egyet, azonban ez csak 25% esetében volt igaz. A legtöbben (60%), valószínűleg a pénz nyeresémből**

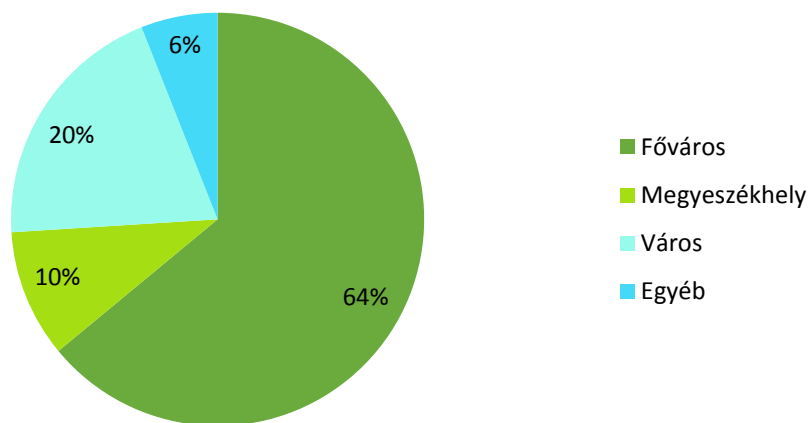
kifolyólag, **igaznak gondolják, hogy reklám tevékenysége során az Szrt. az sugallja, hogy megoldást hoz a pénzügyi problémákra.** Mindenképpen pozitív, hogy csak 6% véli úgy, hogy reklámjaikkal 18 év alattiakat és sérülékeny társadalmi csoportokat is megcéloznak. 17–19–20% gondolja úgy, hogy ésszerűtlen hűségösztönzőket kínálnak, hogy játékosait anyagi lehetőségeik meghaladására ösztönzik, illetve azt sugallják, hogy a szerencsejáték megoldást jelent a személyes problémákra.

#### 5.3.4. 18-24 éves korosztály

Korábbi kutatásokból kiderült és orvosilag is bizonyított, hogy nem csak a 18 év alatti, kiskorúak számítanak a kiemelten veszélyeztetett csoportok közé, hanem a törvény által már nem védett fiatal felnőttek is (a 18-24-es korosztály). Mivel kutatásom során a kitöltők 60%-a ebből a korosztályból került ki, összesen 149 fő, úgy gondoltam, hogy érdemes lenne válaszaikat külön is megvizsgálni, és az eredményeket összehasonlítani a 25 év feletti válaszadókéval.

Nemek szerinti megoszlásban itt is a nők tettek ki nagyobb hányadot, 97 női kitöltő volt (66%), és 34% férfi.

13. ábra: Lakhely 18-24 éves korosztály körében (%)



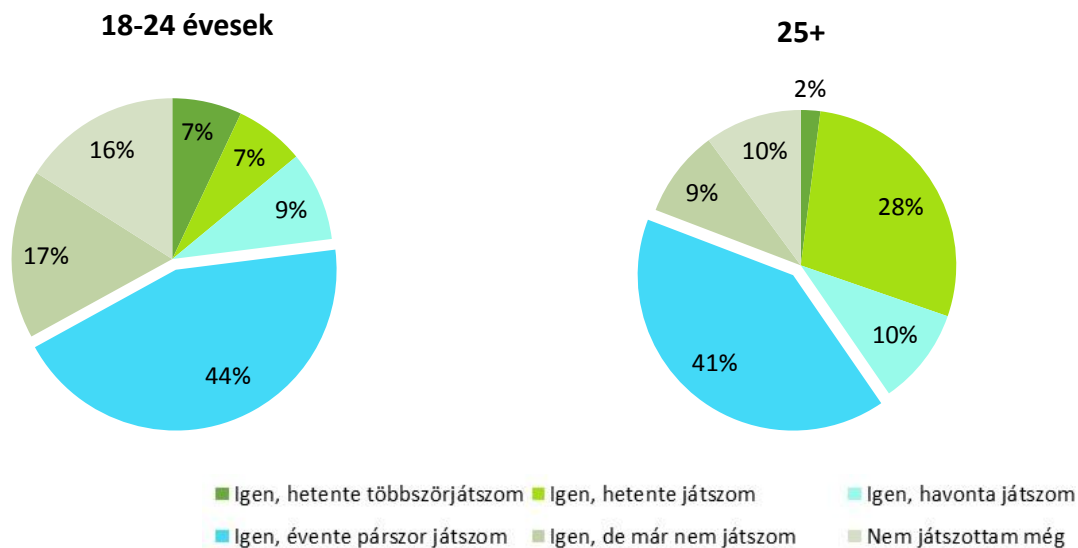
Saját kutatás, 2015 N=148

Lakhely esetében itt is a budapestiek felülreprezentáltak a mintában. A megkérdezettek több mint 60%-a a fővárosban él, 20%-a városban, 10%-a megyeszékhelyen és 6% pedig kisebb településen.

Az iskolai végzettséget a fiatal felnőttek esetében nem érdemes vizsgálni, mivel még nem tartanak tanulmányaikban olyan elől, hogy különösebb különbségeket lehessen észlelni.

Tekintettel arra, hogy a teljes mintára igaz volt, hogy mindenki hallott már a Szerencsejáték Zrt.-ről, így ez a 18-24 évesekre is igaz.

**14. ábra: Játszott már valamelyik játékkal a Szerencsejáték Zrt.-nek? (%)**



Saját kutatás, 2015 18-24 évesek N=148

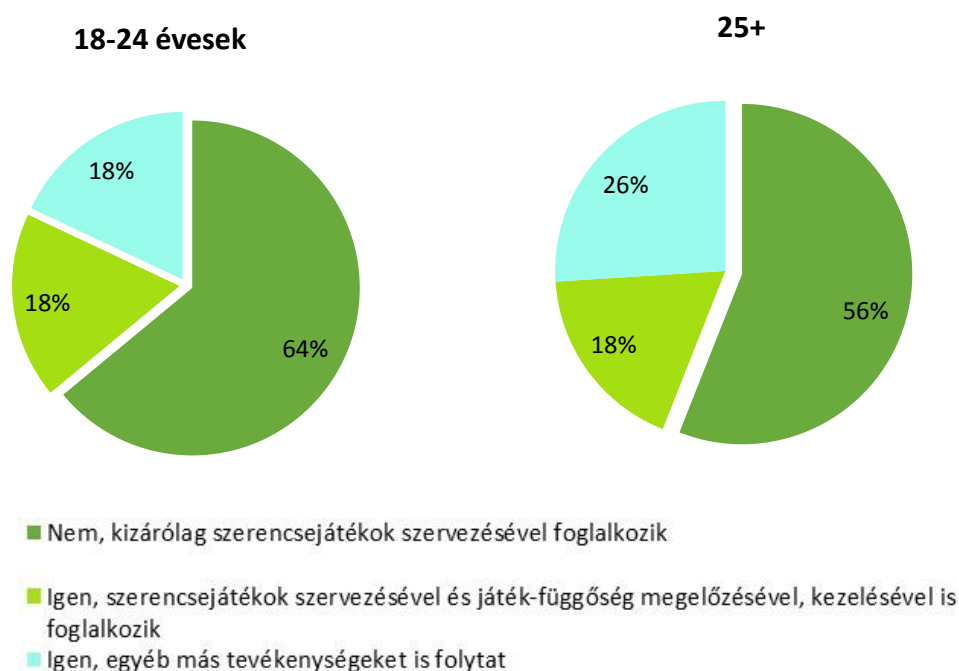
25+ évesek N = 99

A 18 és 24 év közöttiek megoszlását mutató kördiagram aszerint, hogy játszottak-e már a Társaság valamely játékkal jól mutatja, hogy a most is játszók (67%) aránya sokkal nagyobb, mint akik már nem játszanak (17%) vagy még soha nem játszottak (16%). Korból eredően azok aránya, akik még nem játszottak vagy már nem játszanak kisebb (19%), mivel valószínűleg többször volt lehetőségük a kipróbálásra. **A legtöbben (44%) évente párszor játszik, hasonlóan a 25+ korcsoporthoz (40%),** ami nem mondható rendszeres játéknak. 148-ból 10-10 ember hetente vagy akár hetente többször is játszik. A válaszok alapján jellemzően több 25 évnél idősebb játszik hetente, körülbelül minden harmadik (28%), mint 24 év alatti, ellenben a heti több játék a 25+-nál mindössze 2%. Tehát **semmiképpen sem alaptalan, hogy a fiatal felnőttek veszélyeztetettek,** ha egy ilyen kisebb mintában így látszik a különbség.

A Szerencsejáték Zrt. megítélése az esetükben is hasonlóan alakul, mint a nagy mintán, többségében negatívabb megítélés, a ravasz, gazdag, pénzéhes, kiszámíthatatlan, kapzsi szavak

használata. A vonzó, sikeres, öltönyös férfira való asszociációk ettől a korosztálytól származnak leginkább. „Gazdag, szép külsejű csábító férfi/nő, jó kommunikációs és meggyőző képességgel, manipuláló”, „jólöltözött, határozott, ügyes, szemfényvesztő”. 3-4 esetben feltűnik itt is a szórakoztató jellegre való utalás.

**15. ábra: Hallott már más tevékenységről, amit a Szerencsejáték Zrt. végez? (%)**



Saját kutatás, 2015 18-24 évesek N=148

25+ évesek N = 99

A Szerencsejáték Zrt. egyéb tevékenységeiről a mintába került fiatalok **64%-a nem hallott még**. Mindösszesen 18% az, aki hallott már arról, hogy játék-függőség kezelésével és megelőzésével is foglalkozik a Társaság. Nagyjából hasonlóan alakultak ezek a százalékok a 25 év felettiéknél is, kis eltérés volt az plusz 8%pont, aki szerint egyéb tevékenységet is folytat a Társaság.

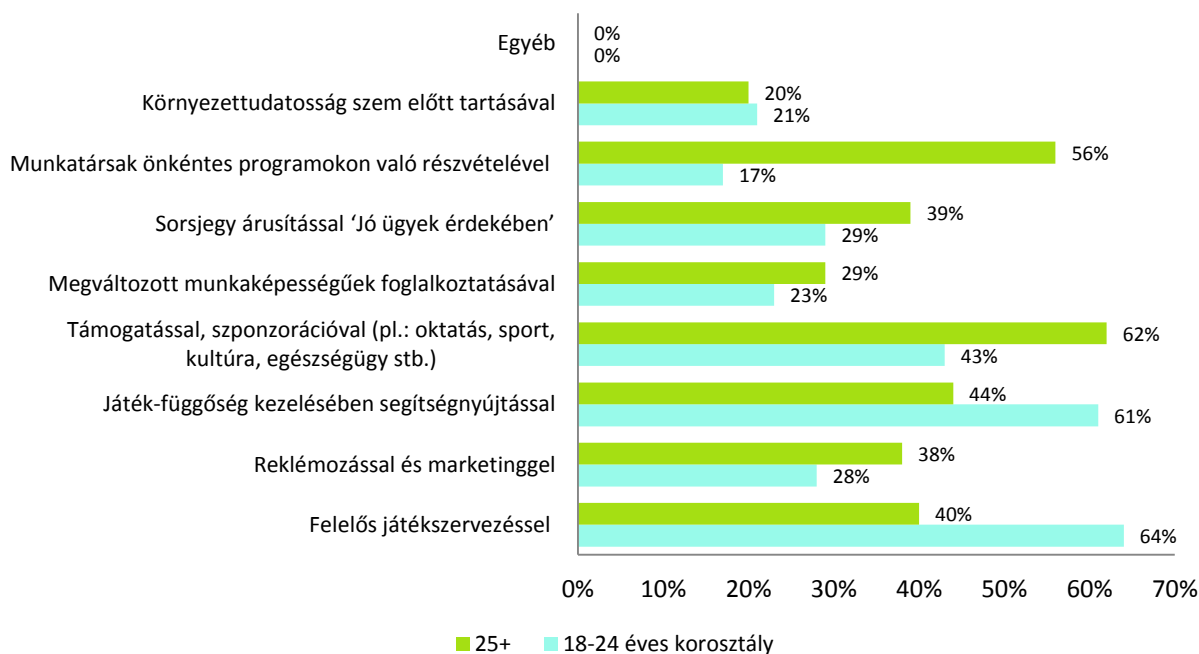
A **18-24** éve korosztály legnagyobb része (**72%**) hallotta már a **Társadalmi Felelősségvállalás kifejezést**, körülbelül fele van tisztába a jelentésével. A 148 fiatalból pedig 42-en nem is hallottak még róla. Ez a 25+-os korosztály esetében is hasonlóan alakult.

A teljes mintában összesen 30-an hallottak már az **Szrt. CSR tevékenységéről**, ennek fele (14 fő) a fiatal felnőttekből tevődik ki. Tehát **91%-uk a fiataloknak nem hallott még róla**.



Ennek oka az is, hogy magát a fogalmat se ismeri mindenki, illetve a Társaság sem kommunikálja azt.

**16. ábra: Mit gondol, az alábbiak közül mivel foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalás tevékenység alatt? 18-24 éves korosztály (%)**



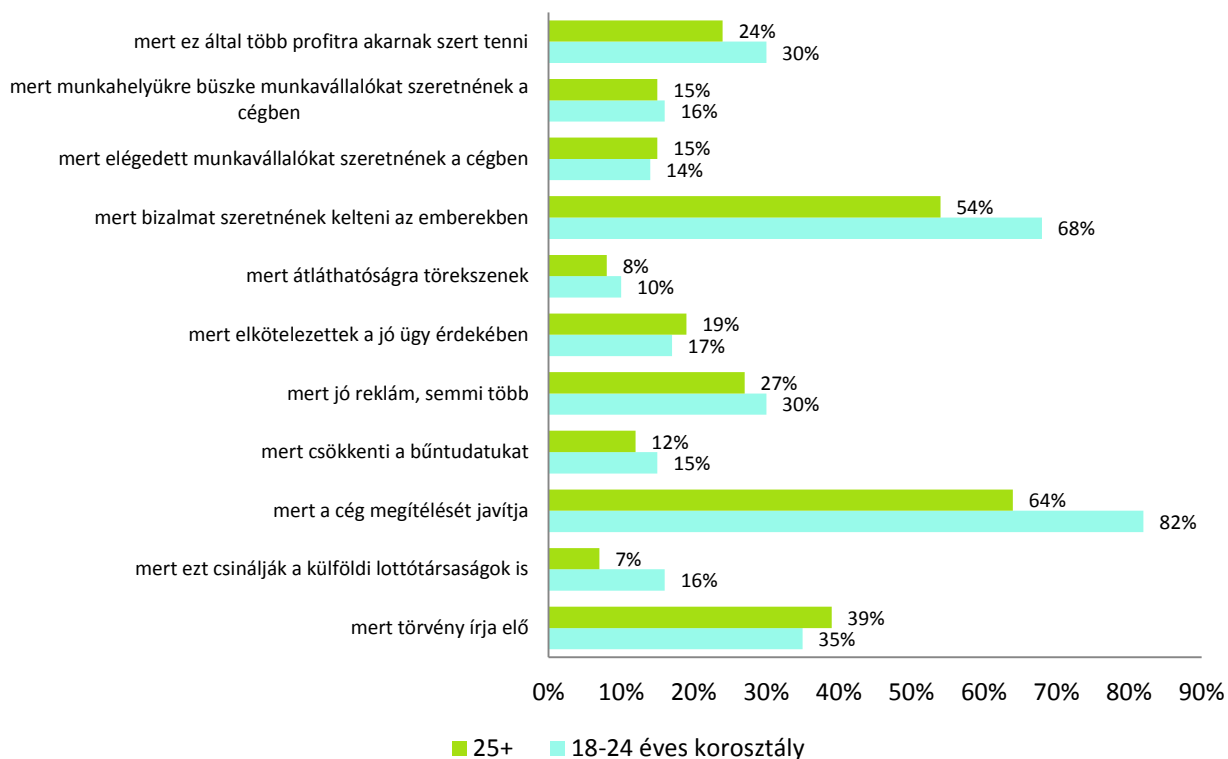
Saját kutatás, 2015 N=148

A felnőtt fiatalok szerint a Szerencsejáték Zrt. társadalmi felelősségvállalási tevékenysége alatt leginkább a tevékenységükhöz kapcsolódó **felelős játékszervezéssel (64%)**, **illetve játék-függőség kezelésében segítségnyújtással (61%) foglalkozik**. A 25 év felettiék jóval kisebb hányada gondolja, 40–44 %, hogy ezt érti CSR alatt a Szerencsejáték Zrt. Kicsit kevesebben, mint a felük (43%) gondolja úgy, hogy **támogatással, szponzorációval is foglalkoznak, a 25 felettiék több mint fele**, ezzel legtöbben, (62%), ezt gondolná fő tevékenységnek társadalmi felelősség vállalás alatt. Ez korábbi tanulmányokból kiderült, hogy általános vélekedés a magyarok körében, hogy a CSR a támogatásoknak és szponzorációknak felel meg. Kevesebb, mint a harmada a megkérdezett fiataloknak véli úgy, hogy az Szrt. CSR tevékenységéhez tartozik a sorsjegyarúsítás 'Jó ügyek érdekében' (29%), 10%ponttal többen jelölték ezt az idősebbek közül (39%), a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása

(23%), illetve a környezettudatosság szem előtt tartása (21%). **Legkevésbé itt is az önkéntes programokat nézik ki a Társaságból, ellenben az idősebbekkel, akiknek több mint fele (54%) szerint ezzel foglalkozik az Szrt.** Mindemellett összesen 28% ide sorolják a reklámtevékenységet is, ennek aránya kicsit magasabb a 25 év felettiéknél (38%).

**Összességében a Társaság tevékenységéhez szorosabban kapcsolódó tevékenységeket a fiatal felnőttek inkább vélték CSR részének, míg az idősebbek véleménye szerint, az általános vélekedésnek megfelelően, a támogatások, szponzoráció és önkéntes programok sorolhatók CSR tevékenységükhöz.**

**17. ábra: Mit gondol, miért foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalással? 18-24 éves korosztály (%)**



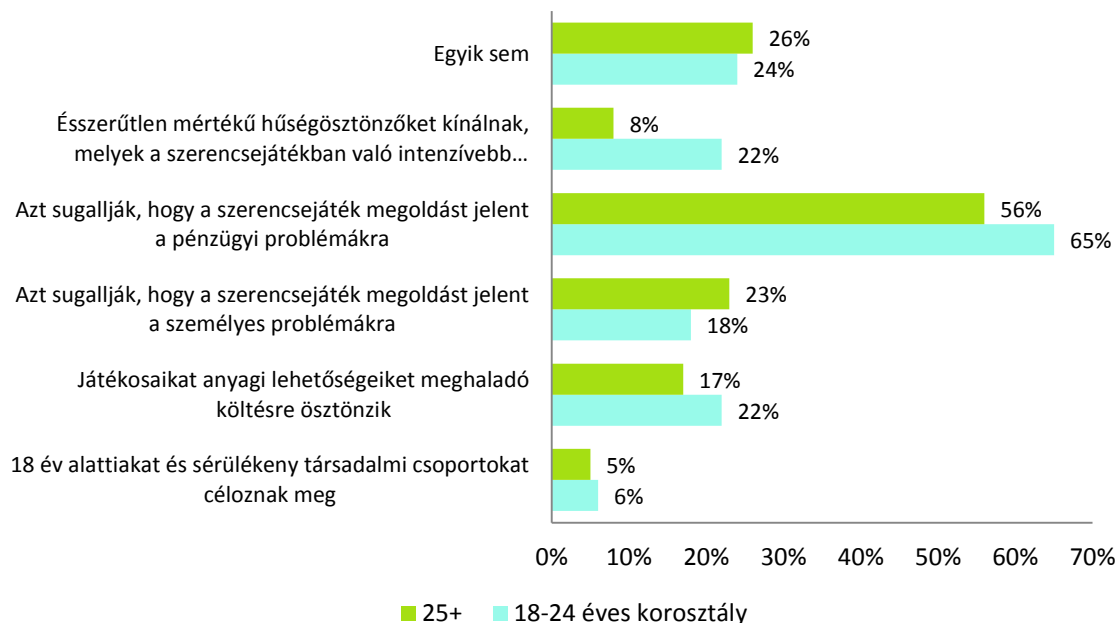
Saját kutatás, 2015 N=148

Abban a kérdésben, hogy mivel foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalás alatt, a fiatal felnőttek megítélése is hasonlóan alakul, mint a teljes minta esetében, leginkább a **megítélés javulását vélik indító oknak, és a bizalom kiépítését.** Ahogy azt korábban is említettem, **ezek inkább hatásai a CSR tevékenységnek, mint motivációk, de**

**mindenképpen fontosak a cég életében.** 35% a törvényi kötelezettséget véli oknak, illetve 30 – 30%, a profit megnövelését és csak a reklámot látja mögötte. 14–16% gondolják úgy, hogy külföldi mintára cselekszenek így és, hogy a büntudatukat szeretnék csökkenteni, illetve a cégen belüli morált szeretnék alakítani. Mindössze 17% az, akik őszinte szándékokat látnak e tettek mögött ('mert elkötelezték a jó ügy érdekében'). **A 25 évnél idősebb korosztály válaszaival összehasonlítva nem tapasztalunk nagy eltéréseket.**

A következő ábrán az Szrt. reklámtevékenységére vonatkozó megítéléseket látjuk:

**18. ábra: Ön szerint mely állítás/állítások igazak a Szerencsejáték Zrt. reklámtevékenységére vonatkozóan? 18-24 éves korosztály (%)**



Saját kutatás, 2015 N=148

A megkérdezett **18 és 24 év közöttiek egyértelműen úgy ítélik meg, hogy az Szrt. reklámtevékenysége során azt sugallja, hogy játékaik megoldást nyújtanak pénzügyi problémákra.** A legtöbben jól gondolják, hogy 18 év alatti és sérülékeny társadalmi csoportokat nem céloznak meg marketing tevékenységükkel. 22-22% volt azok aránya, aki szerint ésszerűtlen hűségösztönzőket kínálnak és anyagi lehetőségeket meghaladó költsékre ösztönzik reklámtevékenységükben a játékosait. Kevesebb, mint 20% gondolja, hogy reklámjaikban azt kommunikálják, hogy a személyes problémákra is megoldás a szerencsejáték. Összesen 36

ember, azaz 24% jelölte helyesen azt, hogy egyik sem igaz a Szerencsejáték Zrt. reklámtevékenységére. A 25 évnél idősebb korosztály esetében is hasonlóan alakultak ezek a százalékok, nincs szignifikáns eltérés.

#### 5.4. Kutatási kérdésekre adott válaszok értékelése

Kutatásom során az alábbi állításokat kívántam igazolni:

- az emberekben **negatív kép** él a Szerencsejáték Zrt. tevékenységével kapcsolatban
- az emberek egyelőre **nem tartják hitelesnek** a vállalatok CSR tevékenységét
- az emberek **nem ismerik** a Szerencsejáték Zrt. felelős játékszervezésével kapcsolatos tevékenységeit

Kutatásom kiértékelésénél a teljes mintát és fiatal felnőtt korosztályt külön is értékeltem, mivel ők hangsúlyosan veszélyeztetett korcsoport, azonban, az eredményeket összehasonlítva a nagy mintával, nincsenek különösebb eltérések, ennek oka az is lehet, hogy a teljes mintában is nagyobb számban szerepelnek a 18-24 évesek ezzel befolyásolva az eredményt.

A kérdőíves felmérés során **nem igazolódott be**, hogy **a megkérdezettek fejében negatív kép él a Szerencsejáték Zrt.-ről**, sokan „kapzsi, manipulatív, képmutató, érzéketlen” személynek írták le, **de sok pozitív vagy semleges jelzővel is illették a Társaságot**. Többeknél megjelent a kommunikálni kívánt szórakoztatás is: „szerencsés, vidám, jókedvű, vicces”. Az is kiderült, hogy a megkérdezettek többsége nincs tisztában a vállalat játékszervezésen túli tevékenységeivel, pedig korábbi kutatásokból kiderült, ha az emberek megtudnák, hogy az Szrt. foglalkozik szenvedélybeteg kezelésével, megelőzésével, akkor az jobb színben tüntetné fel.

Ahhoz, hogy kiderüljön, mennyire tartják hitelesnek a vállalatok CSR tevékenységét, mindenképpen tudni kell, hogy egyáltalán tisztába vannak-e fogalom jelentésével. Ez többé-kevésbé teljesült, többség hallott már a kifejezésről, de nem tudja pontosan mit jelent, több mint harmaduk a jelentéssel is tisztában volt. Ez alapján megfelelően tudják értékelni, bírálni, egy vállalat felelősségvállalási tevékenységét, már amennyiben tudnak róla.

A kutatás második és harmadik felében arra voltam kíváncsi, hogy tudnak-e az Szrt. efféle tevékenységéről és mit sorolnának ide. **A felállított hipotézisem, miszerint az emberek nem ismerik a Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységét beigazolódott, 88 % nem hallott róla. De azt jól ítélték meg, hogy leginkább felelős játékszervezéssel és játék-függőség**

**kezelésével foglalkozik.** Legkevésbé az önkéntes programokat nézik ki a Társaságból, pedig annak nagy hagyománya van cégen belül, de mivel **kifelé ezt nem kommunikálják** (kivéve a jelentésben) **az emberek nem ismerik az efféle önkéntes tevékenységeket.** A legtöbben azt gondolják, a cég azért foglalkozik ezzel, hogy **javítsa a megítélését, ami persze része is a CSR-nak, de nem, mint cél, inkább egy pozitív következmény, és ugyanez a helyzet a bizalomkeltéssel is.** Számomra meglepő módon kevesebb, mint a harmada (26, és 27%) gondolja, hogy csak is reklámozási, illetve profitszerzési céllal foglalkoznak ezzel, de sajnos ennél még kevesebben (18%) vélik úgy, hogy valóban elkötelezettek.

**A hitelesség kulcsa a kommunikáció, és a Szerencsejáték Zrt. reklámtevékenysége során nagyon odafigyel, hogy ne célozzon veszélyeztetett vagy sérülékeny csoportot, továbbá ne sugalljon valótlant.** Ennek ellenére sokan (61%) gondolják úgy, hogy azt éreztetik reklámjaikban, hogy a szerencsejáték megoldás a pénzügyi problémákra. Ennek **oka az lehet, hogy sokszor, leginkább a már érintett játékosok, valóban a pénzért és nem a játék örömeért játszanak, ők már, mint bevételre gondolnak.** Ha azt mondjuk, hogy szerencsejáték, sok embernek maga a már függő játékos jut eszébe, akihez automatikusan kapcsolja a pénzt. Ezen kívül, véleményem szerint, **sokan az Szrt.-hez kötik az egyéb illegális, online játékok szervezését is,** melyek valóban nem működnek teljes mértékben tisztességesen és rengeteg anyagi kárt okoznak a játékosoknak, ezzel rossz fényt vetve a felelősen működő Társaságra is.

**Összességében a megkérdezett emberekben vegyes kép él a Szerencsejáték Zrt.-ről, de nem ismerik a társadalmi felelősségvállalási tevékenységüket, ellenben nem lehet egyértelműen azt mondani, hogy azt hiteltelennek tartják, de nem is gondolják önzetlen kezdeményezésnek.**

## 6. JAVASLAT

A Szerencsejáték Zrt. társadalmi felelősségvállalási tevékenységénekez bírálásához ismerni kell a CSR fogalmát, de elsősorban a magyarországi helyzetet ezen a területen. Hazánkban még kezdetleges formában van jelen, főleg a külföldi cégek leányvállalatai kezdtek stratégiai színté foglalkozni a társadalmi felelősségvállalással. Ez pozitív példa a kis- és közép vállalkozások számára. Színtén a külföldi trendeket követve az Szrt. több éve foglalkozik CSR-ral.

Ismerve a Corporate Social Responsibility fogalmát és annak gyakorlati megvalósítását a Szerencsejáték Zrt.-nél, elmondható, hogy sok pozitív példa emelhető ki tevékenységükből, de vannak területek melyek még fejlesztésre szorulnak. Ennek megfelelően ismertetném meglátásaimat és javaslataimat.

Szakedolgozatom megírása során, az ehhez végzett kutatómunkán keresztül arra jutottam, hogy mindenképpen jó kezdet, hogy a Szerencsejáték Zrt. - amelynek a tevékenysége erősen stigmatizált a társadalomban, - foglalkozik a felelős játékszervezéssel és a kóros játékszenvedély megelőzésével, kezelésével. **Azonban a CSR tevékenység fontos része a tevékenység megfelelő kommunikálása.** Ahhoz, hogy a Társaság megítélése javuljon és hitelesnek tartsák, fontos, hogy játékszervezésen túli tevékenységüket ne csak a cégen belül kommunikálják. Fontos hogy játékosok felé is kommunikálják a CSR tevékenységüket, azért hogy az emberek és játékosok is tisztába legyenek ezzel.

A CSR tevékenység kommunikációja nehéz feladat, mivel a gazdaságban dolgozók nagy része sincs tisztában a fogalom pontos jelentésével, nem hogy a helyes alkalmazásával. Így elsősorban az érintetteknek kellene megfelelően elsajátítani a tudást, majd a médián keresztül az emberek tudtára adni ezt az új trendet. Ez esetben a legfontosabb, hogy mindezt hitelesen tegyék, ne keltsék azt az érzetet, hogy mindez csak PR tevékenység. **A Szerencsejáték Zrt. is akkor tudja ezt hitelesen kommunikálni, ha tudatosítja a vásárlókkal, hogy céljuk, nem egy függő, kisémmizett vásárlói kör kialakítása, hanem egy állandó egészséges játékosokból álló csoport bizalmának megnyerése.**

Mindezek mellett, szerintem, hatékonyan működne egy **sokkoló, felvilágosító kampány**, mely felhívja a figyelmet a szerencsejáték-függőség létezésére, és annak nem látható, de létező

negatív következményeire. Korábban már említettem, hogy az emberek a dohányzáshoz, drogfogyasztáshoz hasonló függőségnek, betegségnek gondolják a túlzott szerencsejátékozást. A dohányzásról és drogozásról számos ismertető, elrettentő film, kampány készült, ezekhez hasonló felvilágosító, következményekre felhívó és oktató filmekre, videókra vagy kampányokra lenne szükség a szerencsejátékozás esetében is. A mostaninál egy **sokkal intenzívebb média jelenlétet érdemel a téma.**

Illetve fontos, hogy az **illegális szolgáltatók tevékenységét és térhódítását visszaszorítsák**, mivel ők a nem feltétlenül felelős tevékenységükkel a Társaság megítélését is rontják, és fokozottan hozzájárulnak a szerencsejáték-függőségben érintettek számának növeléséhez. Ez szintén önmagában vagy egy függőséggel kapcsolatos kampány részeként megjelenhetne.

Mindenképpen fontos a szolgáltatói oldalról való **szabályok betartása**, betartatása, különösen a **kiskorúakra vonatkozó szerencsejáték-értékesítés** esetében. Ehhez a megvalósuló oktatáson és továbbképzéseken túl motiválni vagy szankcionálni kell az értékesítőket.

Szakértők szerint hatékony módszer a probléma csirájában való elfojtása, azaz a **prevenációs programok**. Szakdolgozatomban két megvalósult programot ismertettem, a 18 év alatti korosztály védelmében rendezett Játék határokkal programot és a fiatal felnőtteknek szóló Függőkertet. A programok sikeresnek mondhatóak, azonban a **szélesebb körben való kommunikálás mind a két esetben** fejlesztendő. A Játék határokkal programba épített disszemiáció elsősorban a szakértőkhöz és a helyi körökhöz jutott el, országos szinten nem lett média visszhangja. Ennek **szélesebb körű ismertetése felhívja a figyelmet a probléma létezésére, illetve a Társaság megítélését is javítja**. A Függőkert preventív program sok fiatalhoz eljutott, de a hatékonyság mérés hiánya miatt, nem lehet sikerekről vagy kudarcokról beszélni. A jövőben mindenképpen szükséges annak beépítése. Véleményem szerint a helyszínek megfelelőségét (fesztiválok, egyetemi napok) is mérlegelni kell, mivel a fiatalok részt vettek a játékban, de nem kapcsolták össze azt a szerencsejátékkal. A fesztiválokra szórakozni járnak a huszonévesek, ezért ebben a közegben edukálni és lekötni a figyelmüket nehéz, így a jövőben más helyszíneket választanék. Az **egyetemi napok jó helyszínül szolgálhatnak**, mivel ott a fiatalok az iskolából kilépve találkoznak a programmal. A fesztiválok közül érdemes lenne a

Sziget Fesztiválon standot építeni, mivel a **Civil Szigetre** mindenki érdeklődéssel és információszerzési céllal megy.

Sokan CSR tevékenység alatt a támogatásokat és szponzorációkat értik, talán mert erről hallani a legtöbbet. Ezért fontosnak tartom **a támogatásokra fordított pénzek megfeleltetését**. Mivel a Szerencsejáték Zrt. 100%-ban állami tulajdonú cég, ezért hitelesebb lenne, ha a támogatásokat, - ha erről nem is a cég dönt - **független, nem-állami szervezeteknek** osztanák. Jelenleg több éve, mintha már előre le lenne osztva, ugyanazok kapják a támogatásokat. Ennek átrendezésével nagyobb bizalmat lehetne kelteni a fogyasztókban, további pénzek ráfordítása nélkül.

Összességében fontos a szabályok betartása, a programok hatékonyságának mérése és a felelős tevékenység megfelelő, széleskörű kommunikációja.

Végül, de nem utolsó sorban javasolnám a PR-ügynökségek becsatlakozását a CSR kommunikációjába. Szakértelmükkel és kapcsolati hálójukkal segíthetnék a társadalmi felelősségvállalással foglalkozó cégek kommunikálását. A PR-ügynökségek, mint cégek egyben a CSR zászlóvivőjévé válhatnak azzal, hogy felvállalják az adott ügy kommunikációját, s akár egész arculatukat, sőt stratégiájukat ezen ügyre építhetik. Véleményem szerint **a jövőben lesz igény a cégek oldaláról külön CSR kommunikációval foglalkozó ügynökségekre.**

## 7. ÖSSZEGZÉS

Szakdolgozatomban a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalási tevékenységéről és annak megítéléséről írtam. Ennek oka, elsősorban, a témához való személyes kötődés. A téma áttekintését a Corporate Social Responsibility jelentésének kifejtésével kezdtem, amely olyan vezetés-stratégiai forma, mely a profit maximalizáláson túl, nemesebb, közösségi célokat is el szeretne érni. Hazánkban ez még kezdetleges formában van jelen, de biztató lépések a CSR Hungary Díj, a Márkaépítés 2014 konferencia, és az a legalább 15 szervezet, amely ezzel foglalkozik hazánkban. Elmondható, hogy az igények változása, azoknak kedvez, akik hosszútávú stratégiát építenek, és ebbe a CSR tevékenységet is beépítik, hiszen „előbb-utóbb elengedhetetlen lesz ahhoz, hogy a vállalatok a versenyben fel tudják venni a harcot a versenytársakkal”. (Szlávik, 2009) Összességében ez hosszabb távon felfogható egy stratégiai jellegű beruházásnak, a jövőbe való investálásnak. Továbbá az ilyen magatartás-minták direkt



gazdasági hatással is bírnak. Az eddigi tapasztalatok alapján az alábbi potenciálisan elérhető előnyökről számolhat be az a vállalat, mely a magáévá teszi és alkalmazza is a CSR-elveket:

- Javul a kép a vállalat arculatáról, márka, védjegy várható felértékelődik, jobb lesz a megbecsülése.
- Vonzóvá válik a jó szakemberek és a képzett munkaerő számára.
- Javul a munkaszellem, a munkakörnyezet, ami elkötelezettebb, produktívabb, lojálisabb, elégedettebb, munkaerőt eredményez.
- Nő az esélye, hogy minőségi üzleti partnerekkel kerüljön kapcsolatba a vállalat.
- Nagyobb lesz a fogyasztói és beruházói érdeklődés, elégedettség.
- Javuló válságmenedzselés, illetve alacsonyabb biztosítási díjak várhatók.
- Jó kapcsolat a közvéleménnyel, a közösséggel és főként a médiával.
- Csökkenhet a támadási felületek száma, ha csökken a civil szervezetektől érkező kritikák száma.

Az elméleti áttekintés után a Szerencsejáték Zrt. tevékenységéről és ahhoz szorosan kapcsolódó felelős játékszervezői tevékenységéről írtam a 2013-as jelentés alapján. E szerint a 100%-osan állami tulajdonban lévő vállalat, amely kizárólagos joggal rendelkezik a magyar piacon a szerencsejátékok szervezésére, foglalkozik felelős játékszervezéssel, felelős foglalkoztatással, társadalmi elkötelezettséggel és környezeti felelősségvállalással. Mivel tevékenységükhöz szorosan a felelős játékszervezés tartozik, ezért szakdolgozatomban erre tértem ki részletesebben.

A Társaság törvényi előíráson túl, két nemzetközi szervezet keretvéneke is megfelel évről évre, a European Lotteries-nek (EL), illetve a World Lottery Assosiation-nek (WLA). Ennek keretében kutatást végez a szerencsejáték-függőség megismerése és kezelése céljából, képzzi az alkalmazottakat a felelős játékszervezői magatartás helyes alkalmazására, a játékok tervezése és fejlesztése során egy speciális kockázatelemző szoftverrel vizsgálja azok veszélyességi szintjét (ennek megfelelően a Társaságnak nincsen a legveszélyesebb kategóriába tartozó játéka), illetve az internetes fogadási rendszerbe beépítettek egy figyelmeztető, önkorlátozó funkciót. A reklám és marketing tevékenységüket a Reklám és Támogatás Etikai Kódexe alapján végzik, továbbá az Önszabályozó Reklám Testület ellenőrzi azokat. Ennek megfelelően nem céloznak meg 18 éven aluliakat és sérülékeny társadalmi csoportokat és nem

sugallják, hogy a szórakozáson túl többet nyújtana a szerencsejáték. A felelős játékszervezés fontos része a játékosok oktatása, a játék-függőség problémájának felszínre hozása, a prevenció programok és a veszélyeztetett játékosok kezelés felé orientálása, megfelelő informálása.

2014-ben zárult le egyik sikeres prevenció modell programjuk, a Játék Határokkal. A program célja egy olyan jól működő, fenntartható gyakorlat megteremtése volt, ami mind a prevenció, mind a kezelés, és az integráció területén olyan modellértékű gyakorlatot és módszert dolgoz és próbál ki, amely később országos szinten elterjeszhető. A prevenció program elem részeként az általános és középiskolások figyelmét kívánták felhívni a szerencsejáték veszélyeire, illetve az alternatív szabadidős programok előnyeire. Az integrációs program elem a játékfüggőség által érintett debreceni lakosoknak nyújtott segítséget, a függők és hozzátartozók részére szervezett csoportos foglalkozásokkal. Továbbá szempont volt a szélesebb nyilvánosság figyelmének a felhívása a létező problémára, a kóros játékszenvedélyre. A disszemináció részeként két szakmai nap, egy szakmai együttműködés (KEF), két fesztiválon való részvétel és egy képzőművészeti pályázat valósult meg. A modell program sikeresnek mondható, azonban a jövőben fejlesztendő egy hatékonyabb és hiteles kommunikációs módszer kialakítása, amivel nem csak a szakmában érdekelteket, hanem a mindennapi embereket is eléri.

A Játék Határokkal program lezárása után egy másik edukációs programot indítottak, mellyel az orvosilag is igazolt, veszélyezett fiatal felnőtt korosztályt (18-24 éves) kívánták megcélolni. Ehhez, két szakmabeli bevonásával, egy úgynevezett „Függőkert” sorozatot indítottak, melyek több egyetemi napon és fesztiválon megjelentek. Ezzel körülbelül 2100 fiatal sikerült elérni. Azonban fontos a jövőben a hatékonyság mérés beépítése, és véleményem szerint a helyszíneket is át kellene gondolni, mert nem biztos, hogy egy fesztiválon a fiatalokhoz elér a közvetíteni kívánt üzenet, és hosszú távon itt nem leköthetők.

Szakedolgozatom második felében a szekunder és saját kutatás alapján igyekeztem igazolni, illetve cáfolni a felállított hipotéziseket. E szerint elmondható, hogy az emberek nem feltétlenül ítélik meg negatívan a Társaság tevékenységét, de társadalmi felelősségvállalási tevékenységükkel nincsenek tisztában, nem ismerik azt. Ez a vegyes megítélés mindenképpen javulna, ha megtudnák, hogy a Szerencsejáték Zrt. foglalkozik a kóros játékszenvedéllyel, vagy támogatja az érintetteket. Az, hogy mennyire tartják hitelesnek a Társaság CSR tevékenységét mind a saját, mind pedig a korábbi kutatásokból kiderült. Leginkább egy PR tevékenységnek

gondolják, és úgy látják, hogy a cég megítélés javulása és az emberek bizalmának elnyeréséért foglalkoznak ezzel. Ezek inkább következményei a felelős tevékenységnek, mint céljai. Sokan gondolták, hogy a törvényi kötelezettség áll a dolgok mögött, de minden bizonnyal azt senki nem tudja, hogy a vállalat már jóval a törvényi előírás előtt foglalkozott CSR-ral. A válaszadók kevesebb, mint 20%-a gondolta, hogy őszinte elkötelezettség áll a tettek mögött. Ugyan nem lehet egyértelműen azt mondani, hogy a megkérdezett emberek hiteltelennek gondolják a Szerencsejáték Zrt. társadalmi felelősségvállalási tevékenységét, de mindenképpen úgy gondolják, hogy valami önös érdek áll mögötte.

A primer kutatás során külön megvizsgáltam a 18-24 éves korosztály válaszait, összehasonlítva a 25 év felettekkel, ezek alapján az idősebbek nagyobb aránya játszik most is (hetente többszörötől az évente párszorig), de a fiatal felnőtteknél többen vannak azok, akik hetente többször is költenek szerencsejátékokra. Eltérték a vélemények a CSR tevékenységről gondoltakkal kapcsolatban („Mit gondol, az alábbiak közül mivel foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalás tevékenység alatt?”), míg a fiatalok szerint felelős játékszervezéssel és játékfüggők kezelésével foglalkozik a Társaság, addig a 25 év felettek szerint inkább támogatással és szponzorációval, illetve önkéntes programokkal foglalkoznak, mikor a CSR-ról beszélnek. Összességében azonban hasonlóan alakultak a vélemények a Szerencsejáték Zrt. tevékenységéről és társadalmi felelősségvállalásáról. Az eredmények további kérdéseket vethetnek fel, melyek újabb, önálló kutatások részét képezhetik.

## IRODALOMJEGYZÉK

1. Angyal Ádám (2009) – Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás, Budapest Kossuth Kiadó
2. Barát Tamás (2012) – Felelősség - Társadalmi Felelősségvállalás, XXI. század Tudományos közlemények 2012/27. szám
3. Blowfield Michael and Murray Alan (2008) – Corporate Responsibility - a critical introduction, Oxford University Press
4. Braun&Partners (2011) – Reputation Rating  
Link: <http://reputation.braunpartners.hu/index.php?menu=12296&langcode=hu>
5. Crane, Andrew and Matten, Dirk (2010) – Business ethics, Oxford University Press
6. Crane, Andrew, McWilliams, Abigail, Matten, Dirk, Moon, Jeremy, Siegel, Donald S. (2008) (ed.) – The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility Oxford University Press
7. Dr. Kun Attila (2012) – Új irányvonalak az Uniós CSR stratégiában, CompLex Kiadó  
Link: <http://www.hrportal.hu/hr/uj-iranyvonalak-az-unios-csr-strategiaban-20120223.html>  
Letöltés: 2014.11.09.
8. Dr. Veér András, Dr. Erdöss László (2000) – Fortuna szekerén... Szerencsejáték kultúra a magyar társadalomban és a játékszenvedély betegség, Animula Kiadó Budapest
9. Dr. Zelei Beatrix (2013) – Felelős játékszervezés nemzetközi mércével, Debrecen
10. ENSZ Fejlesztési Programja (2007) – Tanulmány a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról Magyarországon  
Link: <http://www.kovet.hu/tudasbazis/kutatasok/tanulmany-a-vallalatok-tarsadalmi-felelossegvallalasarol-magyarorszagon-2007>  
Letöltve: 2014.11.01.
11. European Commission (2001) – Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility
12. Európai Lottó és Totó Szövetség (2012) – Európai Felelősségteljes Szerencsejáték Standard Dokumentáció, Tanúsítási Keretrendszer  
Link: <http://www.world-lotteries.org/>  
Letöltés: 2015.01.24.

13. Fazekas Ildikó, Harsányi Dávid (2000) – Marketingkommunikáció, Szókratész Külgazdasági Akadémia, Budapest
14. Felszeghy Zoltán, Dr. Takács Ildikó (2008) – A CSR új elemei Magyarországon  
Link: <http://www.slideshare.net/ZoltanFelszeghy/a-csr-j-elemei-magyarorszgon>
15. GfK (2009) – A CSR tevékenységgel kapcsolatos leghitelesebb információforrás a média  
Link: [http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk\\_hungaria/pdf/press\\_extra\\_h/press\\_extra\\_200810\\_20\\_h.pdf](http://www.gfk.com/imperia/md/content/gfk_hungaria/pdf/press_extra_h/press_extra_200810_20_h.pdf)
16. Györi Zsuzsanna (2011) – A társadalmi felelősségvállalás helyzete Magyarországon  
Link: <http://fenntarthatovallalat.net/sites/default/files/documents/gyoricsr.pdf>  
Letöltve: 2014.11.02.
17. Holliday, Charles O., Schmidheiny, Stephan, Watts, Philip (2002) – Walking the Talk - The Business Case for Sustainable Development, San Francisco, Greenleaf Publishing, Berrett-Koehler Publishers
18. Ipsos Kft (2010) – Játékszenvedély és felelős játékszervezés
19. Kárpáti György (2005) – Vállalkozások társadalmi felelőssége az EU-ban és Magyarországon  
Link: <http://profitalhatsz.mkik.hu/vallalkozok/Csr.pdf>  
Letöltve: 2014.11.02.
20. Kurucz Zsuzsa (2010) – Szociálisan érzékeny vállalatok, Habitat for Humanity Magyarország CSR kutatása  
Link: [http://www.habitat.hu/files/0713\\_habitat\\_jelentes\\_public\\_vegleges\\_v2.pdf](http://www.habitat.hu/files/0713_habitat_jelentes_public_vegleges_v2.pdf)
21. Kutatópont Kft (2012) – Felelős Játékszervezés 2012/4. számú kutatás
22. Kutatópont Kft (2014) – Felelős Játékszervezés, Kvalitatív kutatás - elemző tanulmány
23. Ligeti György (2007) – A társadalmi felelősségvállalásról, Civil szemle 2007/1. szám
24. Ligeti György (2007) – CSR - Vállalati felelősségvállalás, Budapest Kurt Lewin Alapítvány
25. Matalin Dóra (2011) – Magyar lélek: Mire ez a pesszimizmus?  
Link: [http://nol.hu/belfold/20110903-miert\\_ez\\_a\\_pesszimizmus\\_-1189771](http://nol.hu/belfold/20110903-miert_ez_a_pesszimizmus_-1189771)
26. M&H Communications Intelligence Unit (2006) – CSR, a magyar beteg, London  
Link: [http://mediatanacs.hu/dokumentum/1869/\\_a\\_magyar\\_beteg\\_20061109.pdf](http://mediatanacs.hu/dokumentum/1869/_a_magyar_beteg_20061109.pdf)  
Letöltve: 2014.11.01.

27. MÚOSZ (2011) Ajánlása a CSR értelmezésére  
Link:<http://cco.hu/szakmai-hirek/csr/361-felelssseg-tarsadalmi-felelsssegvallalas?showall=&start=3>
28. Novotny Ádám (2008) – CSR marketing az EU-ban - Hogyan bírjuk a vállalatokat társadalmi felelősségvállalásra?, Marketing & Menedzsment 2008/42. évfolyam/1. szám
29. Polák-Weldon Réka (2012) – A CSR mint a vállalkozások irányításának új prioritása, Tudományos közlemények 2012/27. szám
30. Porter, Michael E. and Kramer Mark R. (2006) – The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review  
Link:<https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>
31. Putzer Petra, Szűcs Krisztián, Törőcsik Mária (2014) – A fogyasztói magatartás és a CSR iránti attitűd közötti rés elemzése, Közgazdász Fórum 2014/17. évfolyam/1-2. szám
32. Szabó Diána Krisztina (2013) – A szerencsejáték szolgáltatás társadalmi megítélése Magyarországon (disszertáció), Budapesti Gazdasági Főiskola, KKK
33. Szerencsejáték Zrt. (2014) – Cégbemutató  
Link: <http://www.szerencsejatek.hu/cegbemutatas>  
Letöltés: 2015.01.23.
34. Szerencsejáték Zrt. (2012) – Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés 2012  
Link: [http://www.szerencsejatek.hu/download/012/802/CSR\\_2012.pdf](http://www.szerencsejatek.hu/download/012/802/CSR_2012.pdf)  
Letöltés: 2014.10.30.
35. Szerencsejáték Zrt.. (2013) – Üzleti és Társadalmi Felelősségvállalási jelentés 2013  
Link: [http://www.szerencsejatek.hu/jelentes\\_2013/](http://www.szerencsejatek.hu/jelentes_2013/)  
Letöltés: 2014.10.30.
36. Szerencsejáték Zrt.. (2014) – „Függökert”, avagy a Szerencsejáték Zrt. prevenciós standja fiatal felnőtteknek (összefoglaló és értékelés)
37. Szerencsejáték Zrt. és Ökumenikus Segélyszervezet (2014) – Játék határokkal modellprogram 2012-2014 beszámoló, Humán Erőforrás-fejlesztő és Vagyonkezelő Kft (kiadó)
38. Szerencse Híradó promó (2014) – Függökert  
Link: <http://frissvideok.hu/mozi-tv/505777-video-szerencse-hirado-promo-fuggokert>

39. Szlávik János (2009) (ed.) – A vállalatok társadalmi felelősségvállalása, Budapest Complex Kiadó Kft.
40. Szlávik János, Csáfor Hajnalka (2012) – Corporate Social Responsibility as a tool for Sustainable Regional Development in Northern Hungary, Periodica Oeconomica 2012/1. szám
41. Takács Júlia (2014) – Milyen a CSR menedzser múltja, jelene és jövője?  
Link: <http://csrhungary.eu/csrblog/milyen-a-csr-menedzser-multja-jelene-es-jovoje/>  
Letöltve: 2014.11.04.
42. Takács Júlia (2014) – Fizetsz a CSR-ért?  
Link: <http://csrhungary.eu/csrblog/fizetsz-a-csr-ert/>  
Letöltés: 2015.02.28.
43. Tessényi Judit (2013) – Felelős vállalati magatartás a Szerencsejáték Zrt.-nél  
Link: [http://www.matarka.hu/cikk\\_list.php?fusz=116595](http://www.matarka.hu/cikk_list.php?fusz=116595)  
Letöltés: 2014.10.30.
44. Urbán Katalin, Szabó Kálmán (2011) – Elkötelezettség a CSR Kiválóságért - egy új eszköz a vállalati felelősségvállalás hatékony fejlesztéséhez, Magyar minőség 2011/20 évfolyam/9. különszám
45. Veres Zoltán (2009) – A szolgáltatás-marketing alap könyve, Akadémia Kiadó
46. [www.csrhungary.hu](http://www.csrhungary.hu)
47. [maradjonjatek.hu](http://maradjonjatek.hu) (2013) – Junior különdíj a Játék határokkal modellprojektért!  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/junior-kulondij-a-jatek-hatarokkal-modellprojektert>  
Letöltve: 2015.01.10.
48. [maradjonjatek.hu](http://maradjonjatek.hu) (2014) – A Szerencsejáték Zrt. a kóros játékfüggőség ellen  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/a-szerencsejatek-Zrt.-a-koros-jatekfuggoseg-ellen>  
Letöltve: 2015.01.10.
49. [maradjonjatek.hu](http://maradjonjatek.hu) (2014) – Felelős játékszervezésével a világ legjobbjai között  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/felelos-jatekszervezessel-a-vilag-legjobbjai-kozott>  
Letöltve: 2015.01.10.
50. [maradjonjatek.hu](http://maradjonjatek.hu) (2014) – Játék határokkal - Két év mérlege  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/jatek-hatarokkal-ket-ev-merlege>  
Letöltve: 2015.01.10.

51. maradjonjatek.hu (2013) – Konferencián mutatkozott be a magyarországi szerencsejátékok veszélyesség-mérője  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/konferencian-mutatkozott-be-a-magyarorszagi-szerencsejatekok-veszelyesseg-meroje>  
Letöltve: 2015.01.11.
52. maradjonjatek.hu (2013) – Meddig játék, honnan szenvedély? - Játék határokkal szakmai nap, Debrecen  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/meddig-jatek-honnan-szenvedely>  
Letöltve: 2015.01.11.
53. maradjonjatek.hu (2013) – Még erősebb függésben vagyunk  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/meg-erosebb-fuggesben-vagyunk>  
Letöltve: 2015.01.11.
54. maradjonjatek.hu (2014) – Pozitív alternatívák a játékszenvedéllyel szemben  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/pozitiv-alternativak-a-jatekszenvedellyel-szemben>  
Letöltve: 2015.01.10.
55. maradjonjatek.hu (2013) – Továbbra is felelős játékszervezőként!  
Link: <http://www.maradjonjatek.hu/tovabbra-is-felelos-jatekszervezokent>  
Letöltve: 2015.01.10.
56. net.jogtar.hu – 1992. évi XXXIV. törvény a szerencsejáték szervezéséről  
Link: [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=99100034.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99100034.TV)  
Letöltve: 2015.02.25.
57. szegelyszervezet.hu (2013) – Meghívó 2013 - Szakmai nap a játékszenvedélyről  
Letöltve: 2015.01.29.
58. szegelyszervezet.hu (2014)– Meghívó 2014 - Szakmai nap a játékszenvedélyről  
Letöltve: 2015.01.29.
59. Vogel, David (2006) – The Market for Virtue - The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility, Washington, D. C. Brookings Institution Press,
60. www.world-lotteries.org  
Letöltve: 2015.01.24.



## MELLÉKLET

### Felelős játékszervezés lehetséges indikátorai:

- A szerencsejáték társadalmi hatásával foglalkozó kutatások támogatására, a prevenció programokra, és kezelésre fordított összeg.
- A társadalmi kockázat szempontjából minősített termékek száma, a súlyozott kockázati mutató alakulása.
- A társadalmi kockázat szempontjából minősített fejlesztési programok és projektek száma.
- A lottótársaság termékeinek elfogadottságát, megítélését mutató mérőszámok alakulása.
- A felelős játékszervezés elveit tartalmazó képzési programokban résztvevők száma.
- A felelős játékszervezés alkalmazottak körében történő elfogadottságának alakulása.
- A próbavásárlások száma és életkori limit szabályok megsértése miatt szankcionáltak részaránya.
- Felelős játékszervezői minősítést elnyert viszonteladók száma.
- A saját termékkel kapcsolatos problémás játékosok száma.
- A felelős játékszervezésről pozitívan gondolkozó alkalmazottak száma.
- A rendszerbe regisztrált játékosok számának alakulása.
- Az önkizárás lehetőségével élők száma.
- A fel nem vett nyeremények árbevételehez viszonyított aránya.
- A társasággal szemben kezdeményezett felügyeleti eljárások száma.
- A társaság saját reklámetikai szabályainak megsértése miatt érkezett kifogások száma.
- Az érintett játékosok gondozásával foglalkozó intézményeknek nyújtott támogatások.
- A stakeholderekkel folytatott párbeszéd helye, témája. (Tessényi, 2013)

**19. ábra: Kutatással, tanácsadással kapcsolatos kiadások (millió Ft)**

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Kutatásokra fordított összeg</b>	6,25	37,71	41
<b>Gondozási-tanácsadási díjak, támogatások</b>	2,62	2,65	11

Üzleti és Társadalmi felelősségvállalási jelentés, 2013

**20. ábra: Szerencsejáték teszten adott jó válaszok (fő)**

Programban résztvevők			Kontrollcsoport		
Oktatási intézmény neve	Oktatási intézményként tesztfelvétel	Szerencsejáték teszten adott jó válaszok aránya	Oktatási intézmény neve	Oktatási intézményként tesztfelvétel	Szerencsejáték teszten adott jó válaszok aránya
Bocskai István Általános Iskola	92 fő	74%	Bocskai István Általános Iskola	74 fő	55%
Brassai Sámuel Gimnázium és Műszaki Szakközépiskola	114 fő	76%	Brassai Sámuel Gimnázium és Műszaki Szakközépiskola	116 fő	57%
Nagy Sándor József Általános Iskola	42 fő	56%	Nagy Sándor József Általános Iskola	18fő	39%
Vegyipari Szakközépiskola	115 fő	81%	Vegyipari Szakközépiskola	104 fő	58%
Átlag		72%	Átlag		52%

Játék határokkal modellprogram, 2014 N=676

**21. ábra**

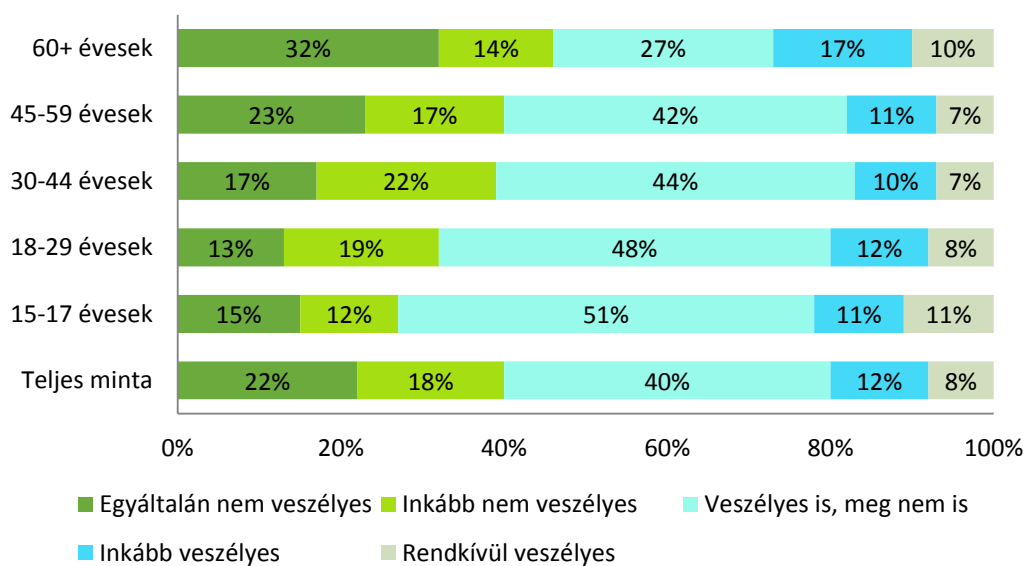
Résztevők véleménye a klubfoglalkozások hasznosságáról és hatékonyságáról		Csoportátlag
1.	Jobban megismertem a többieket.	3,73
2.	Jobban megismertem saját magam.	3,11
3.	Hasznos visszajelzéseket kaptam a többiektől saját magammal kapcsolatban.	3,04
4.	Jobban megtanultam együttműködni másokkal.	3,64
5.	Jobban megtanultam bízni másokban.	3,14
6.	Jobban megtanultam a véleményemet elmondani másoknak.	3,59

7.	Sokat beszéltem a többiekkel.	3,85
8.	A játékok érdekesek voltak.	4,23
9.	Javult a beszédképességem.	3,02
10.	Megtanultam jobban figyelni másokra.	3,47
11.	Megtanultam jobban megmutatni önmagamot.	3,28
12.	Kifejezem érzéseimet.	3,16
13.	Jól éreztem magam.	4,40
14.	Összességében a klubfoglalkozások hasznosak voltak.	4,30

*Értékek: 1-egyáltalán nem, 2-kicsit, 3-közepesen, 4-eléggé, 5-nagyon*

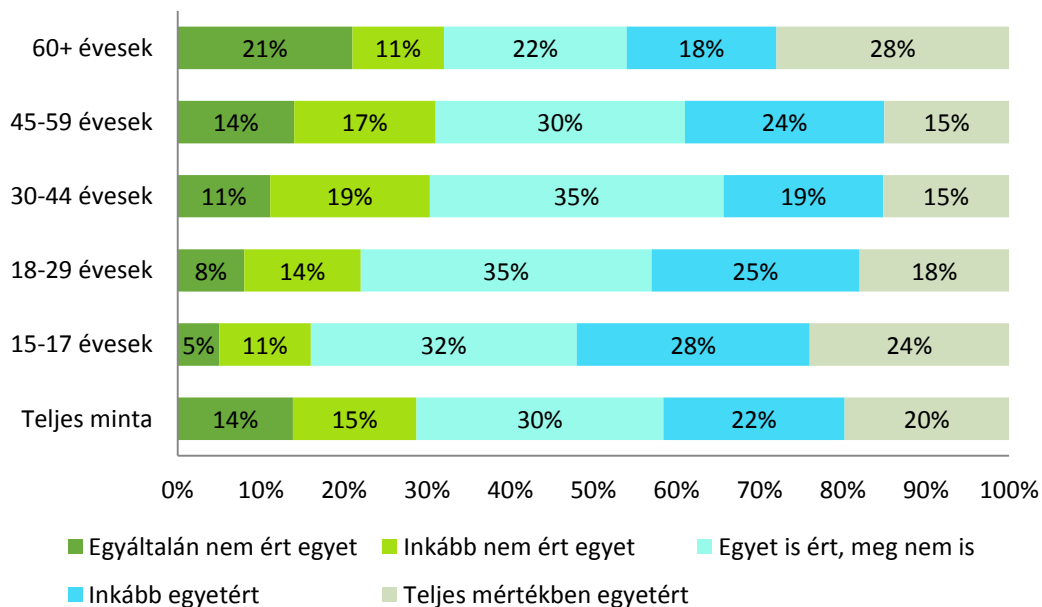
Forrás: Játék határokkal modellprogram beszámoló - 2014

## 22. ábra: Ön mit gondol: a szerencsejáték reklámozása...? (%)



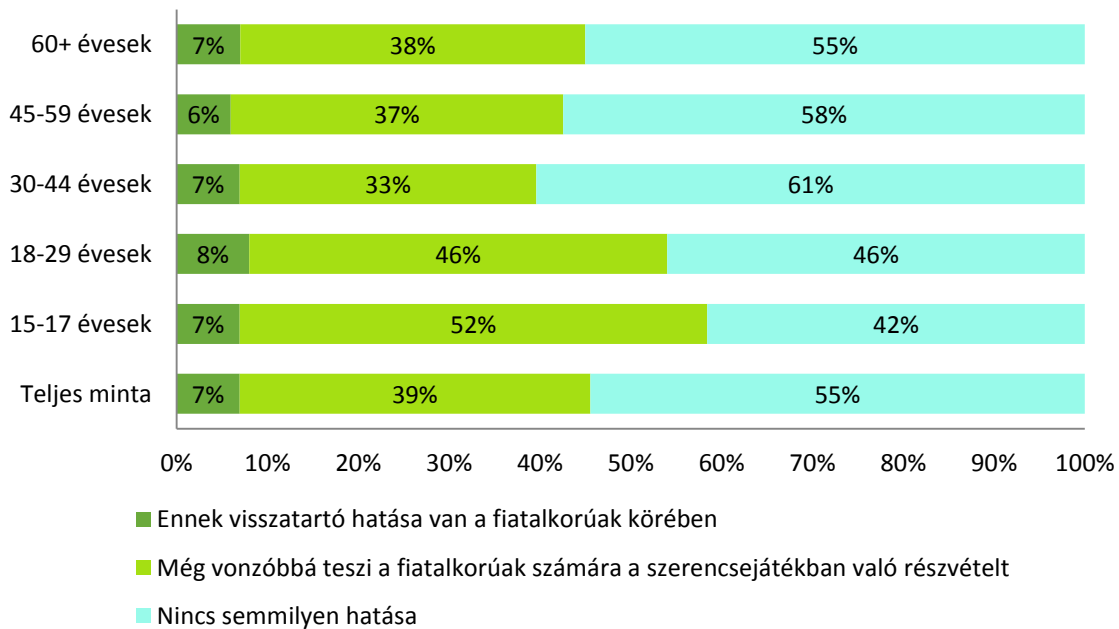
Kutatópont, 2012 N=4000

**23. ábra: Mennyire ért egyet Ön azzal, hogy a szerencsejáték reklámozása hatással van arra, hogy egyes játékosok túlzásba viszik a szerencsejátékot? (%)**



Kutatópont, 2012 N=4000

**24. ábra: Amennyiben a szerencsejáték reklámok „18 éven felülieknek” felirattal jelennek meg a médiában, Ön szerint..? (%)**



Kutatópont, 2012 N=4000

Primer kutatás kérdőíve

## **Szerencsejáték Zrt. Tevékenysége**

Kedves Válaszadó!

A Budapesti Gazdasági Főiskola végzős hallgatójaként kérdőíves kutatást készítek a szakdolgozatomhoz, a Szerencsejáték Zrt. tevékenységével kapcsolatban. A kitöltés körülbelül 3-5 percet vesz igénybe. A válaszadás teljesen anonim és az adatokat csak összesített formában, kizárólag szakdolgozatomhoz, használom fel. Jó és rossz válaszok nincsenek, a véleményére vagyok kíváncsi. Válaszaival nagyban hozzájárul a dolgozatom sikeréhez ezért, köszönöm a kérdőívre fordított minden idejét és energiáját!

Kiss Luca, 2015.02.12.

\*Kötelező

### **1. rész – A Szerencsejáték Zrt. tevékenységének megítélése**

#### **1. Hallott már a Szerencsejáték Zrt.-ről?\***

- Igen *(folytassa a 2. kérdéssel!)*
- Nem *(folytassa a 11. kérdéssel!)*

#### **2. Játszott már valamelyik játékával a Szerencsejáték Zrt.-nek?\***

- Igen, hetente többször játszom
- Igen, hetente játszom
- Igen, havonta játszom
- Igen, évente párszor játszom
- Igen, de már nem játszom
- Nem játszottam még

#### **3. Ha a Szerencsejáték Zrt. ember lenne, milyen külső és belső tulajdonságokkal jellemezné? Kérem, írjon 3-4 jellemzőt!**

-----

#### **4. Hallott már más tevékenységről, amit a Szerencsejáték Zrt. végez?\***

- Nem, kizárólag szerencsejátékok szervezésével foglalkozik
- Igen, szerencsejátékok szervezésével és játék-függőség megelőzésével, kezeléseket is foglalkozik
- Igen, egyéb más tevékenységet is folytat

## **2. rész – Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenysége**

### **5. Hallott Ön már a Társadalmi Felelősségvállalás (Corporate Social Responsibility=CSR) fogalmáról?\***

- Igen, és tudom is mit jelent
- Igen, de nem tudom pontosan mit jelent
- Nem

### **6. Hallott már a Szerencsejáték Zrt. társadalmi felelősségvállalási tevékenységéről (CSR)?\***

- Igen
- Nem

## **3. rész – Szerencsejáték Zrt. CSR tevékenységének megítélése**

### **7. Mit gondol, az alábbiak közül mivel foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalás tevékenység alatt?\*** *Több válasz is jelölhető!*

- Felelős játékszervezéssel (olyan önkéntes tevékenység, mellyel igyekeznek megóvni a játékosokat a túlzásba vitt szerencsejáték káros hatásaitól)
- Reklámozással és marketinggel
- Játék-függőség kezelésében segítségnyújtással
- Támogatással, szponzorációval (pl.: oktatás, sport, kultúra, egészségügy stb.)
- Megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásával
- Sorsjegyárusítással 'Jó ügyek érdekében'
- Munkatársak önkéntes programokon való részvételével (pl.: menhelyi kutya sétáltatás, árvízhelyzetben segédkezés, hulladékgyűjtő akcióban részvétel stb.)
- Környezettudatosság szem előtt tartásával
- Egyéb

**8. Mit gondol, miért foglalkozik a Szerencsejáték Zrt. Társadalmi Felelősségvállalással?\***

*Több válasz is jelölhető!*

- mert törvény írja elő
- mert ezt csinálják a külföldi lottótársaságok
- mert a cég megítélését javítja
- mert csökkenti a büntudatukat
- mert jó reklám, semmi több
- mert elkötelezettek a jó ügy érdekében
- mert átláthatóságra törekszenek
- mert bizalmat szeretnének kelteni az emberekben
- mert elégedett munkavállalókat szeretnének a cégben
- mert munkahelyükre büszke munkavállalókat szeretnének a cégben
- mert ez által több profitra akarnak szert tenni

**9. Ön szerint mely állítás/állítások igazak a Szerencsejáték Zrt. reklámtevékenységére vonatkozóan?\*** *Több válasz is jelölhető!*

- 18 év alattiakat és sérülékeny társadalmi csoportokat céloznak meg
- Játékosikat anyagi lehetőségeiket meghaladó költésre ösztönzik
- Azt sugallják, hogy a szerencsejáték megoldást jelent a személyes problémákra
- Azt sugallják, hogy a szerencsejáték megoldást jelent a pénzügyi problémákra
- Ésszerűtlen mértékű hűségösztönzőket kínálnak, melyek a szerencsejátékban való intenzívebb részvételre sarkallnak
- Egyik sem

**4. rész – Személyes adatok**

**Nem?\***

- Nő
- Férfi

**Életkor?\***

- 18 – 24 éves

- 25 – 39 éves
- 40 – 59 éves
- 60+

**Lakhely?\***

- Főváros
- Megyeszékhely
- Város
- Egyéb

**Iskolai végzettség?\***

- Általános iskola
- Szakmunkás képző
- Gimnázium / szakközépiskola
- Főiskolát / egyetemet JELENLEG VÉGZI
- Főiskola / egyetem
- OKJ