

# ZÁRÓDOLGOZAT

**Csonka Cintia**  
2024.

**BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYTEM**  
**KÜLKERESKEDELMI KAR**  
Gazdálkodási és menedzsment FOSZK  
közgazdász-asszisztens digitális üzleti szolgáltatások specializáció  
nappali munkarend

**CSR A CLUB TIHANY RESORTBAN**

Belső konzulens:  
Mosonyiné Ádám Gizella

Készítette:  
Csonka Cintia

**Budapest, 2024**

# Tartalom

<b>Ábra jegyzék</b>	<b>3</b>
<b>Bevezetés</b>	<b>5</b>
<b>1. Társadalmi felelősség fogalmi meghatározása</b>	<b>6</b>
<b>2. A CSR története dióhéjban</b>	<b>10</b>
2.1. Egyesült Államokban	10
2.2. CSR Magyarországon	15
<b>3. Politikai CSR</b>	<b>17</b>
<b>4. A vállalat bemutatása</b>	<b>19</b>
4.1. Vállalat felelősségvállalása	23
<b>5. Összefoglaló</b>	<b>28</b>
<b>6. Felhasznált irodalom</b>	<b>29</b>

## ÁBRA JEGYZÉK

1. ábra A CSR definíciói és dimenziói .....	8
2. ábra A Vállalati attitűd lépcsőfokai .....	12
3. ábra Piramis Modell .....	13
4. ábra Gyerek és felnőtt programok .....	20
5. ábra Az éves villamos energia .....	24
6. ábra Az éves termelt hulladék .....	24
7. ábra Az éves CO <sub>2</sub> e-kibocsájtás .....	25
8. ábra Munkaerő arányának megoszlása a nemek között .....	26
9. ábra A vezetői posztok nemek szerinti megoszlása.....	26

## BEVEZETÉS

A saját bőrünkön, tapasztaljuk a világ felgyorsulását minden nap. Elgondolkodtató, hogy a világban milyen gyorsan is változik minden, az egyik nap még ez a trend a másik nap pedig már más és nem is vesszük észre, hogy ez milyen káros. Ez ellen a tenni kell. A gazdaság, mára már elengedhetetlen részét képezi a világunknak, melyet többnyire a nagyvállalatok irányítanak. A dolgozatom témája az úgynevezett CSR vagy más néven a társadalmi felelősségvállalás, mely napjainkban egyre nagyobb szerepet tölt be. Mint a KKV-k, mint a multinacionális vállalatok is nagyon nagy hangsúlyt fektetnek, az olyan célokra melyek, a vállalat fő tevékenysége mellett vagy épp a főtevékenységével együtt, hozzájárul a társadalmi felelősségvállaláshoz, vagyis hozzá járuljanak a társadalom jobbra tételéhez.

A CSR olyan folyamat mely segít, hosszabb távon hozzájáruljunk a társadalom jobbra tételéhez. A folyamat elsődleges célja, hogy a társadalmi és a környezeti értékeket megóvja, illetve ennek elősegítésében aktívan szerepet vállalni. Célokhoz tartozik még, hogy minél több vállalat, intézmények, szervezetek tevékenységeinek a befolyásolása pozitív irányba. A vezetőknek van a legnagyobb, befolyása hiszen minél nagyobb a hatalom, annál nagyobb a ráháruló felelősség is, hogy elősegítse a változtatást.

A CSR programok többsége közel áll az üzleti tevékenységhez, hiszen elősegíti az üzleti hasznot is, mivel, ha a termékekkel nem okoznak negatív externáliákat, akkor sokkal kevesebbet kell kiadni a károkra. Illetve ezek nem csak a vállalatra károsak, de befolyásolhatja a többi vállalatot és káros a környezetre is.

A záródolgozatom 5 fejezetből épül fel. Az első fejezetben röviden felvázolom a CSR fogalmi meghatározását, definíciókon keresztül, a leggyakrabban használt két fogalmon kívül pár példával. Többek között Tóth két leggyakrabban használt fogalmi meghatározásait, a zöld könyv szerinti fogalmat és még számos definíciót. A második fejezetben bemutatom, az Egyesült Államok, az Európai Unió és a Magyarországi CSR történetét. Mind háromnak a kezdeti szakaszától kezdek és végig vezetem a történetétől a most használt felfogáshoz. A negyedik fejezetben bemutatom a Club Tihany Resortot. A vállalat történetéről és a szolgáltatásait fogom bemutatni. Ezek után rátérek a vállalat felelősségvállalásra, amikor is az ESG segítségével szemléltetem az éves fogyasztásokat és társadalmi felelősségvállalást is. A végén összegzem a gondolataimat.

# 1. TÁRSADALMI FELELŐSSÉG FOGALMI MEGHATÁROZÁSA

Mint már fentebb említettem a dolgozatomban elsőfelében a CSR fogalmának a lényegét, valamint röviden és tömören bemutatom a történetét. E fejezet céljának azt tartom, hogy megértsük a CSR fogalmának a lényegét definíciókon, valamint a történetén keresztül.

Amikor a vállalatok társadalmi felelősségéről (CSR - Corporate Social Responsibility) van szó, a mai napig sokan valamilyen nagyon komoly, távoli, misztikus dologra gondolnak. E gondolatokkal szemben pedig a CSR egyszerűen és könnyen megérthető. A CSR kiindulási alapja, hogy a föld az emberiség veszélyben van, melyet már mindenki a saját bőrén tapasztalhat. A felgyorsult éghajlat változásokban bekövetkező viharok, esőzések és aszályok változása. A szegények és a gazdagok közötti szakadék egyre jobban előtérbe helyeződik. A veszély elhárításának az érdekében mindenkinek tenni-e kellene, a vállalatoknak főként. Hiszen nekik sokkal nagyobb hatásuk van a társadalomra és a természetre. Itt persze különbségekkel tenni a vállalat és a vállalat közt is, hiszen nem mindegy, hogy egy kis vállalat, melynek maximum 50 emberre van, vagy egy nagy vállalat mely több száz emberrel rendelkezik. Mint mondtam a CSR nem bonyolult viszont, ha tudományos oldalról közelítjük meg akkor kissé nehezebb megérteni. A CSR fogalmának a megértése miatt elkerülhetetlen, hogy ezzel az oldallal ne foglalkozunk.

Mielőtt megismernénk a társadalmi felelősségvállalás fogalmát, tegyük fel a kérdést mely így szól: Mi jut eszünkbe, ha meghalljuk azt a kifejezést, hogy társadalmi felelősségvállalás? A társadalmi felelősségvállalást sokféleképpen értelmezik és alkalmazzák. A Társadalmi felelősségvállalás más néven Corporate Social Responsibility, kulcs elemének a fenntartható fejlődést értjük, nagyon fontos, hogy ne keverjük össze a PR-tevékenységekkel.

Mint a legtöbb fogalmat a vállalatok társadalmi felelősség vállalását is többféle képen definiálhatjuk és értelmezhetjük. 2007-ben Tóth G, A valódi felelős vállalat című művében azt vizsgálja, hogy hogyan lehet a vállalatokat valóban felelőssé tevő tényezővé tenni. Kitér a fenntarthatatlan fejlődés problémájára, a vállalatok társadalmi felelősségének (CSR) eszközeire, valamint a mélyebb stratégiai megközelítés fontosságára. A könyv a Környezet tudatos Vállalat irányítási Egyesület kiadásában jelent meg, Budapest városában. A két definíció, amelyet a legtöbbször használnak, az egyik az Európai Uniótól származik a másik pedig a szerint Watts – Holme definíciója. Az Európai Unió szerint a vállalatok saját döntésük miatt érvényesítenek környezeti és szociális tevékenységeket az üzleti tevékenységükben, illetve a partnereikkel kapcsolatban is, ez lenne a vállalati társadalmi felelősség a CSR fogalom

jelentése. (Tóth 2007. 20.o.), mely az Európa Uniótól származik. A második legelterjedtebb definíció, mint már említettem a Watts – Holme 1989 definíciója, mi szerint vállalatok társadalmi felelősség, lévén a vállalat arra törekszik, hogy a vállalkozás etikus üzleti gyakorlatait és gazdasági fejlődését összehangolja a munkavállalók és családtagjaik életminőségének javításával, valamint hozzájáruljon a helyi közösségek és a társadalom általános jólétéhez. (eta.bibl.u-szeged.hu)

A két leggyakrabban használt fogalom mellett számos olyan fogalommal találkozhatunk melyet napi szinten használnak a CSR meghatározására, mint például; nemzetközi szervezet a Business for Social Responsibility, amely a következő képen írja le a CSR a vállalat olyan módon történő működése, mely megfelel a vállalatokkal szemben a társadalom által támasztott etikai, jogi, üzleti és társadalmi elvárásoknak, vagy túlteljesíti azokat. (eta.bibl.u-szeged.hu)

A vállalat társadalmi felelősség az Európai Bizottság Zöld Könyve szerint a gyakorlat arra ösztönzi a vállalatokat, hogy önkéntesen vegyenek részt társadalmi és környezeti szempontok beépítésében gazdasági tevékenységükbe, valamint fejlesszék kapcsolataikat az érdekeltekkel (stakeholderekkel) a társadalom szélesebb körével és környezettel, beleértve a munkavállalókat, ügyfeleket, beszállítókat, kormányokat és a civil társadalmat is. Ez a gyakorlat arra törekszik, hogy a vállalatok ne csak profitot termeljenek, hanem fenntartható módon hozzájáruljanak a társadalom és környezet fejlődéséhez. (szakcikkadatbazis.hu)

A WBCSD rövidítés az Üzleti Világtanács a Fenntartható Fejlődését jelenti, vagyis a World Business Council for Sustainable Development fogalmazása szerint a vállalatok társadalmi felelőssége a fenntartható gazdasági előre lendülés alapját képezi. Ezt általában úgy valósítják meg, hogy együttműködnek munkavállalóikkal, azok családtagjaival, a helyi közösségekkel és a társadalom egészével annak érdekében, hogy javítsák az életminőséget és hozzájáruljanak az életszínvonal emelkedéséhez.

Institute of Business Ethics szerint a vállalat önkéntes intézkedése, amely az üzleti tevékenység erkölcsi, társadalmi és környezeti hatásaira reagálni a célja, hogy megfeleljen a vállalat tevékenységében érintett érdekelt felek elvárásainak és igényeinek (repozitorium.omikk.bme.hu,2018)

Ezeken definíciók kivül számtalan egyéb CSR definícióval is találkozunk e téma feldolgozása közben a szakirodalomban, illetve a CSR foglalkozó vállalkozásoknál és egyéb szervezeteknél, mint például a (1.ábra) is.

Ez a definícióját megvizsgálta és azt öt dimenzióra szedte szét: az első a környezeti dimenzió, a második a társadalmi dimenzió, a harmadik a gazdasági dimenzió, a negyedik a Stakeholder-érintettek dimenzió és végül az ötödik az önkéntességi dimenzió. A 37 vizsgálatból mindössze

hét olyan definíciót talált melyben mind az öt dimenzió szerepelt. 286 hivatkozással az Európai bizottság (2001), a második legtöbbet hivatkozott 186-tal a Business for Social Responsibility definíciója (2000), és végül a harmadik a IBLF (International Business Leaders 82 hivatkozással 2003-ban. (mersz.hu, 2024)

A következő adatokból kiderült (1. ábra), hogy az első, vagyis a környezeti sokkal ritkábban jelenik meg a CSR definícióiban, mint a többi dimenzió, ennek oka, hogy az elemzésben szerepelnek a Fenntartható Fejlődés Üzleti összekapcsolódók a tartalmi.

**1. ábra**  
**A CSR definíciói és dimenziói**

<i>Dimenzió</i>	<i>Említés (%)</i>	<i>Definíciókban megjelenő dimenziók száma</i>	<i>Definíciók száma</i>
Érintetti	88	5	8
Társadalmi	88	legalább 4	20
Gazdasági	86	legalább 3	32
Önkéntességi	80	legalább 2	33
Környezeti	59	legalább 1	37

**(Forrás: Dahlsrud 2008)**

Ezzel az öt dimenzióval a CSR-t a, elfogadhatónak ítélik, ezalatt nem azt értjük, hogy CSR értelmezése egyértelmű lenne. Inkább csak egyetemesen megállapított teória. (Marrewijk et al 2003). Az értelmezési különbségek ellenére egyet érthetünk abban, hogy a CSR magában foglalja a környezeti problémákat, és a vállalati részről való önkéntességi szempontokat. Ebből kifolyólag a CSR jelentős hangsúlyt fektet egyaránt az etikus magatartásra és az „önkéntességre”. (Marrewijk 2003). Bár ez a megközelítés talán nem tűnik forradalminak vagy újdonságnak az olvasó számára, fontos megértenünk, hogy jelentősen eltér a vállalatok társadalmi szerepe hagyományos közgazdaságtani megközelítésétől. Más szóval, bár a mondanivaló nem feltétlenül újszerű, mégis hangsúlyozni kell, hogy ez az új megközelítés lényegesen eltér attól, amit korábban gondoltunk a vállalatok társadalmi felelősségéről. A főáramú közgazdaságtan szerint a vállalatok elsődleges felelőssége a tulajdonosi érték teremtése törvényes és tisztességes módon, amit a tulajdonosi értékelmélet fogalmaz meg (Ónodi, 2004). A vállalat szerepének a korlátozásának a háttérében több szálon futó kapcsolat rendszer van.

Az első ilyen kapcsolat a vállalat működése, melyet a társadalom határoz meg. A vállalatoknak nem az a feladatuk, hogy új erkölcsi vagy társadalmi normákat hozzanak létre, hanem hogy az



adott társadalom elvárásainak megfeleljenek. A társadalmi célok kialakításában a politikai részvétel kulcsfontosságú, míg a vállalatoknak az a feladata, hogy betartsák a társadalom által meghatározott szabályokat.

Másik ilyen kapcsolat, az a vállalatok társadalmi felelősségvállalása néha inkább társadalmilag felelőtlen magatartásnak tekinthető. Gyakran a jótékonyági célokra fordított pénzügyi eszközök a jogos tulajdonosok, vagyis a részvényesek pénzével történő gavallérság. Ha a CSR tevékenységek plusz költségeket jelentenek a vállalatnak, akkor a versenytársakhoz képest hátrányban lesznek. Mivel a pénz visszaszerzéséhez magasabb áron kell eladni a terméküket, amit nem fognak megvenni, a befektetők ez pedig válsághelyzethez és elbocsátásokhoz vezethet. Ezért a társadalmi felelősségvállalás gyakran felelőtlen cselekedetnek minősül.

Végül, a tulajdonosi érték maximalizálásának célja valójában a társadalom jólétének maximalizálása is. (Whysall 2000) A tulajdonosok szempontjából a jólét maximalizálása nemcsak a saját jövedelmük növelését jelenti, hanem más érintettek, például a munkavállalók vagy az ügyfelek jólétének figyelembevételét is. Ezért az erős piaci ösztönzők arra készítetik a vállalatokat, hogy a társadalmilag kívánatos eredményeket ériék el. (Korten (1996),

Ezek alapján a főáramú közgazdaságtan szerint a vállalatok elsősorban a tulajdonosi érték teremtéséért felelősek, ugyanakkor figyelembe kell venniük a társadalom és más érintettek érdekeit is a fenntartható fejlődés és a társadalmi stabilitás érdekében.

## 2. A CSR TÖRTÉNETE DIÓHÉJBAN

A fogalmi megközelítéseit és tisztázását követően dolgozatom folytatásában a CSR történeti fejlődését szeretném bemutatni, először az Egyesült államokban, majd Európában és végül hazánkban. Ez által végig tudjuk követni a különböző kultúrák hozzáállását és a CSR napjainkig történő kialakulását.

### 2.1. Egyesült Államokban

A CSR történetének bemutatását Howard Bowen 1953-ban megjelent könyvével érdemes kezdeni, mely „Az emberek társadalmi felelősségei” című könyvéhez szokás kötni. Akkoriban még nem beszéltek CSR-ról csak SR-ról (Social Responsibility- Társadalmi felelősségvállalás) volt szó. Bowen 1953-as könyvében találunk utalásokat arra, hogy a Fortune magazinban kérdezték a vezetőket a társadalmi felelősségvállalásról 1946-ban. A könyv arra kérdez rá, hogy milyen társadalmi felelősséget kellene feltételeznünk az üzletemberek részéről. A könyvében triviális összefüggést írt le, mely szerint a nagyvállalatok vezetője, döntéseikkel és tevékenységükkel, számottevő hatást gyakorolnak az emberek életére. Ezt követően Bowen elmélete 1960-as évekig feledésbe merült.

Goodpaster-Matthews 1982-es írásában azt állította, hogy az 1960-as évekig, amikor újra előtérbe került Bowen elmélete, a vállalatok társadalmi felelősségét gyakran külső nyomásra vették figyelembe. A társadalmi felelősségvállalást olyan súlyos faji különbségek befolyásolják, amelyeket szélesebb értelemben etnikai feszültségeknek is nevezünk, és ezek ellen a társadalmilag felelős vállalatok igyekeznek fellépni. Ebben az időszakban alakult ki a SRI (Social Responsible Investment) másnéven társadalmilag felelős befektetése. A SRI olyan befektetési módszer, amiben kifejezheti az értékrendet, a befektetési döntésekkel, gyakran a pénz hozam másodlagos szempont csak. Ugyanis a lényege, hogy a befektető olyan eszközbe helyezi a tőkéjét, mellyel segít jobbra tenni a világot. Ebben az időszakban több törekvés is felmerült, a vállalati felelősségvállalásának a definiálásával kapcsolatban, a téma egyre több kutató érdeklődését is felkeltette. Megindultak a kísérletek a társadalmi felelősségvállalás meghatározására., de itt még a vállalatok döntéseiben szerepet játszó személyekre koncentráltak. Keith Davis (1960, 1970) megfogalmazta a "felelősségvállalás törvényét", amely szerint azokat a vállalatokat tekintjük felelősnek, amelyek döntéseikben nem csak a közvetlen gazdasági érdekeket veszik figyelembe. 1960-as évek második jelentős személye McGuire voltMcGuire (1963) a "Business and Society" című könyvében azt írja, hogy a vállalatnak nem csak jogi és gazdasági kötelezettségei vannak a társadalom felé, hanem bizonyos társadalmi

felelőségek is. Például fontos, hogy a vállalat érdekelt legyen a közösség jólétében, részt vegyen a politikában, támogassa az oktatást és elősegítse a munkavállalók boldogságát. Milton Friedman "Kapitalizmus és szabadság" című 1962-es művében azt hangsúlyozza, hogy a vállalatok egyetlen felelősége a profitjuk növelése.

Az 1970-es években vált igazán intenzívvé a vita a vállalati felelősségvállalásról (CSR) és a piaci profit iránti elvárások között. Milton Friedman 1970-ben kiadott esszéje, alapján, Az üzleti szféra felelősége abban áll, hogy növelje profitját. Friedman élesen kritizálta azokat a nézeteket, amelyek szerint a vállalatoknak társadalmi felelőséget kellene vállalniuk a profit növelésén túl. Szerinte a vállalatok fő célja a profit generálása, és bármilyen más tevékenységük, ami ezt megakadályozza vagy hátráltatja, sérti a piaci szabadság elvét.

Ezzel párhuzamosan megjelent a marketingben is a társadalmi felelősségvállalása, amely Philip Kotler nevéhez fűződik 1972-ben. Philip Kotler, a marketing területének meghatározó alakja, kifejlesztette a társadalomorientált marketing koncepciót, ami szerint a vállalatoknak nemcsak a fogyasztói igényeket kell kielégíteniük, hanem hozzá kell járulniuk a társadalom jólétéhez is. Ez azt jelenti, hogy a vállalatoknak nemcsak a rövid távú profitra kell koncentrálniuk, hanem figyelembe kell venniük a hosszú távú társadalmi elvárásokat is.

Eközben a tudományos életben is nőtt az érdeklődés a vállalati felelősségvállalás iránt. Kutatók kezdtek foglalkozni a vállalatok működésének etikai kérdéseivel és társadalmi hatásaival. A fogyasztóvédelem, a munkahelyi biztonság, a méltányos bérezés, a munkavállalói jogok és más társadalmi témák kerültek előtérbe ebben az időszakban.

Ezen kívül két fontos esemény is történt, amelyek egy évtizeddel később tovább lendítették a vállalati felelősségvállalás ügyét és kiterjesztették annak értelmezési körét. Az egyik nem más volt mint, 1972-ben kiadott könyv címe „A növekedés határai”, amely rámutatott a gazdasági növekedés környezeti hatásaira és az erőforrások kimerülésére. Ez a könyv jelentős hatással volt a fenntarthatósági kérdések társadalmi és gazdasági tudatosságára.

A második az Carroll (1979), "A vállalati társadalmi teljesítmény háromdimenziós fogalmi modellje" című művet átírva például így kezdheted: A vállalatok társadalmi hatásainak elemzésére szolgáló háromdimenziós fogalmi modellje, melynek a definíciója a máig használt, átfogó vállalati társadalmi modellt hozott létre. A vállalati társadalmi teljesítmény háromdimenziós fogalmi modellje azt sugallja, hogy a vállalatoknak három fontos tényezőt kell figyelembe venniük a sikeres eredmény eléréséhez. Ezek a dimenziók a következők:

1. Megfelelően meghatározott CSR definícióval kell rendelkezniük.
2. Át kell látniuk azokat a társadalmi ügyeket, amelyekért felelősek.
3. Alaposan kell meghatározniuk az ügyekre való reagálás filozófiáját és gyakorlatát.

Ezeket a dimenziókat hangsúlyozta a CSR területén, amelyeket fontosnak tart vállalat társadalmi teljesítmény értékelésében és javításában. (Carroll, 1979) A fogalmi meghatározásokkal kapcsolatos problémák és a változó társadalmi értékek figyelembevétele miatt szükség volt olyan modellre, amely rugalmasan alkalmazkodik ezekhez az állandóan változó társadalmi és környezeti tényezőkhöz. A következő kísérletet 1971 a CED (concentric circles of committee for economic development, alkotta meg, mely „három koncentrikus kör” -t mely tükrözte a társadalom és az üzleti kapcsolatot. A vállalati felelősségek körét három fő körbe lehet csoportosítani: Első, vagyis a belső kör, ebbe a körbe tartoznak azok a felelősségek, amelyek az üzleti működés hatékonyságához és fenntarthatóságához szükségesek. Ide tartozik a termékek minősége, a munkahelyteremtés és a gazdasági növekedés előmozdítása.

Közbelső kör, vagyis a második körbe, ide tartoznak olyan felelősségek, amelyek az üzleti tevékenység szélesebb kontextusában és a változó társadalmi értékekhez és prioritásokhoz igazodva merülnek fel. Ide sorolhatók például a környezetvédelem, a munkavállalók jogai és jóléte, valamint a fogyasztói elvárások teljesítése a tisztességes üzleti gyakorlatok és az információs társadalom kihívásai terén. Külső kör a harmadik kör, de azok a felelősségi területek tartoznak, amelyek még nem teljesen egyértelműek vagy kialakulatlanok, de amelyeken a vállalatok aktívan részt vehetnek a társadalmi környezet alakításában. Ilyen például a szegénység csökkentése vagy a városi pusztulások megelőzése. Ezek a körök Braun Róbert által 2016-ban felvetett megközelítés részei, és segíthetnek a vállalatoknak eligazodni és meghatározni a társadalmi felelősségük különböző dimenzióit. McAdam tovább gondolta a három koncentrikus kör elméletét és 1973 -ban definiált fejlődési fázisait vagy más néven a négy lépcsős evolúciós modelljét, melyet a mai napig használnak. Az egyes cégek társadalmi felelősségvállalásának a meghatározására.

**2. ábra**  
**A Vállalati attitűd lépcsőfokai**

A Vállalati attitűd lépcsőfokai, amely más néven evolúciós következő képen épül fel	
1) Ellenállás elve	A nyomásnak való ellenállás elve a társadalmi felelősség felvállalásával szemben.
2) Kötelező minimum elve	A legalsó szintű társadalmi és jogi követelmények betartásának elve.

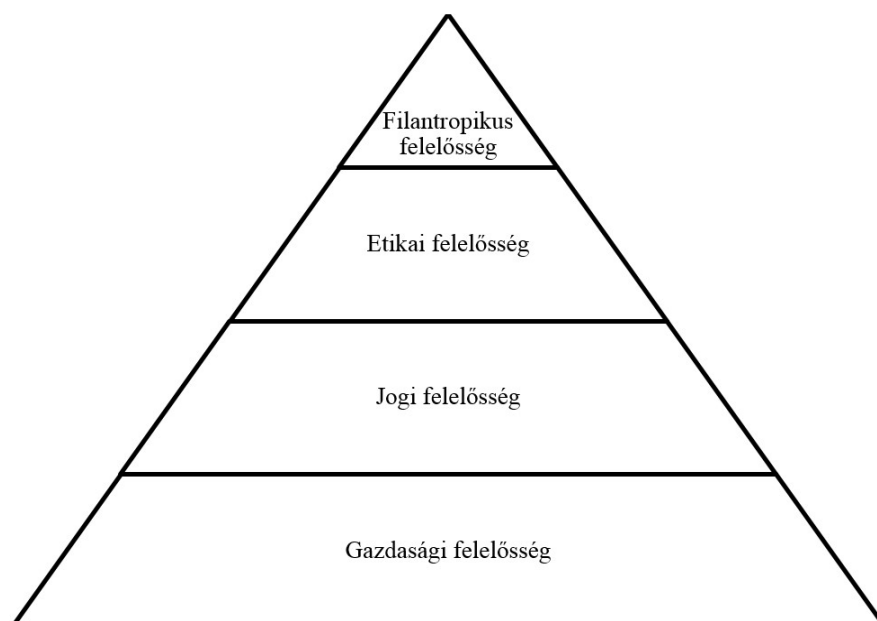
3) Progresszivitás elve	Az elvárások figyelembevétele, melyek a társadalom fejlődésével és változásával alakulnak.
4) Vezető szerep elve	Az ágazati vagy nemzetgazdasági szerep, amely túlmutat a társadalmi elvárásoknak való megfelelésen.

(forrás: [eta.bibl.u-szeged.hu](http://eta.bibl.u-szeged.hu))

Az 1970-es évek végére olyan társadalmi kérdések kerültek előtérbe, mint a környezetvédelem, a diszkrimináció visszaszorítása és a tudatos fogyasztás ösztönzése. Az 1980-as években viszonylag kevesebb fogalmi meghatározás született, viszont ez nem azt jelenti, hogy kevesebbet kutatták volna, sőt sokkal több kutatást hajtottak végre és több modellt is készítettek a CSR elméletére alapozva, mint stakeholderek elmélet és gazdaság etika. Kenneth Goodpaster és John B. Matthews 1982-ben, publikáltak egy cikket a Harvard Business Review című folyóiratában. A szerzők szerint a vállalatoknak erkölcsi vagy etikai felelősséggel is tartoznak döntéseikért. ([piactars.hu](http://piactars.hu))

Freeman 1983, az érintettek más néven a stakeholderek megfogalmazása szerint a vállalatoknak olyan környezetben kell tevékenykedniük, ahol különböző értékrenddel rendelkező egyének, társadalmi csoportok vagy szervezetek elvárásainak kell megfelelniük. 1991-ben Carroll át alakította a régi elméletét és létre hozta a piramis modelljét mely (3. ábra), 4 részből épül fel, a piramis lényege, hogy a szinteknek együttesen kell teljesülnie nem külön-külön.

**3. ábra**  
**Piramis Modell**



**(forrás: mersz.hu,2016)**

Filantropikus felelősség: önkéntesség mely szereteten alapul. Az etikai felelősség: Törvény betartása. Jogi felelősség: Törvényes keretek közötti működése elv betartása. Gazdasági felelősség: a vezetés megszerzése és megtartás, és nyereséges legyen.

1992-ben az ENSZ megrendezte a környezeti és Fejlődés Konferenciáját, ahol az új irányt fogalmazták meg, a társadalmi és gazdasági fejlődésben. A konferenciát követően számos világszervezet alakult ki, mint például a fenntartható Fejlődés Világgazdasági Tanácsa. A „triple bottom line”, vagyis a fenntartható fejlődés fogalma Elkington nevéhez fűződik. (Elkington (1998, 18-22). A CSR történetében új kapukat nyitottak ki, melyekkel során új szemléletet alakítottak ki, és szép lassan a hagyományos stratégiát felváltotta az új megközelítés. 2001-ben David Henderson megkérdőjelezi a fenntartható fejlődést és társadalmi igazságot. (Henderson, 2001) Nem sokkal később Martin Wolf azt nyilatkozza, hogy a társadalmi felelősség vállalása eltereli az elsődleges céljától a gazdaságot, (Wolf,2001)

CSR az Európai Unióban. Mark Line (2006), a CSR Network vezetője, szerint a CSR elméletének értelmezése nemzetenként változó. Egyes országokban, mint például Franciaországban és Németországban, a CSR főként a munkavállalói kapcsolatokra és az emberi erőforrásokkal kapcsolatos kérdésekre összpontosul. Más országokban, például az Egyesült Államokban, a vállalatok általában azt a szemléletet vallják, hogy elsődlegesen a profittermelésre összpontosítanak, majd a nyereség egy részét jótékonyági célokra fordítják. Ez az idézet jól példázza, hogyan változhat az CSR fogalmának értelmezése és gyakorlata különböző kultúrák, gazdasági és társadalmi környezetek között. Az előző fejezetben végig követtük miként fejlődött a CSR és megismerkedtünk a mérőkövekkel. Mivel minden nemzet másképp értelmezi, és használja a CSR, fontosnak tartom ez miatt az Európai gondolkodásmódot is bemutatni. Az Unióban a kis és közép vállalkozásokra történő igények merültek fel, hiszen nem csak a nagy vállalatok gyakorolnak hatást, a társadalomra és a környezetre.

A szakirodalom Európa Bizottsági elnökéhez Jacques Delors-hoz köti a CSR- elterjedését. Aki arra kérte a nagyvállalatokat, hogy a társadalmi kirekesztettség elleni harcban vállaljanak részt. Ennek hatására 1995-ben megállapították a mai napig működő CSR Europe nevű, nonprofit szervezetet, mely a társadalmi felelősségvállalás kérdéseit érintő információ áramlást segíti elő, valamint a tagállamok összefogását.

A következő mérőkövek 2000-ben voltak, amikor is a Lisszaboni cél volt” az Európai Uniót a világ legversenyképesebb és legdinamikusabb, tudásalapú gazdaságává kellett volna tenni”. Ezek után a Bizottság 2001 júliusában tette meg az első lépést, amikor is kibocsátotta a

vitaindítónak szánt, Zöld könyvet a „Európai keret elvek a vállalatok társadalmi felelősségének támogatásáért (Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility)”. A könyv két részből áll az egyik a Green paper eredményeit foglalja össze, a második rész pedig a Európa unió CSR stratégiáját írja le. A stratégiában a fenntartható fejlődés fontosságát, melyben a vállaltok „önkéntes döntésük keretében vesznek részt”, a gyakorlatban törvényi előírásoknak kell elegend tenniük. 2002-ben megfogalmazott stratégia szerint „a vállalkozások társadalmi felelőssége a makro szinten értelmezett fenntartható fejlődés mikro szintű megvalósításának egy formája.” (piactars.hu). 2005-ös Európai kiadvány alap célja, a kis és közép vállalkozások támogatása a társadalmi felelősségvállalás szempontjából. Illetve az érintetek (stakeholderek) figyelembevétele és támogatása.

Az Európai Unió CSR stratégia megújított változatát 2011.október 25-én hozta nyilvánosságra, az Európai Bizottság. az Enterprise 2020 program keretében. Az Enterprise 2020 céljai közé tartoznak, a fenntartható versenyképesség kialakításának az elősegítése a vállalatoknál. A vállalatok és érdek csoportok közötti kapcsolat háló kialakításának az elősegítése. Összesen 32 „akció javaslatot tartalmaz” melyből csak nem a fele megvalósult 2014 elejére.

Összességében elmondható, hogy az Európai Unió fokozott figyelmet fordít a társadalmi felelősségvállalásra politikai szempontból. A célkitűzésként megfogalmazták a kkv-k szerepének a megerősítését, az érintetek kezdeményezéseinek a támogatását, az Európa globális vezetőinek a szerepének a megerősítését a vállalatok társadalmi felelősségvállalás terén.

## **2.2. CSR Magyarországon**

Magyarországon a vállalatok társadalmi felelősségvállalása a 1990-es évek közepén jelent meg, hangsúlyosabbá 2006-tól tekinthető. 1992-ben olyan szervezetek alakultok ki, mint a Hungarian Business Leaders Forum, melynek fő célja a vállalatok társadalmi felelősségvállalás elterjedését szorgalmazták. 1995-ben létre jött a KÖVET Egyesület, akik a mai napig is terjesztik a CSR eszközeit és módszereit. 1990-as évek közepe óta szép lassan a vállalatok elkezdtek figyelembe venni és alkalmazni a társadalmi felelősségüket. Ebben, az időszakban főleg a külföldi befektetők, próbálták a vállalati működésbe integrálni a náluk már alkalmazott társadalmi felelősségvállalás eszközeit és a politikát. A tevékenységüknek köszönhetően mely egyfajta példaként is szolgált a vállalatoknak. Több kutatást is végeztek, ezek közül a Corvinus Egyetem által végzet kutatásban, kiderült, hogy tudatosan főként a nemzetközi leányvállalatai alkalmazzak a CSR eszközöket. Kiderült, hogy a kormányzat nem fektet elég hangsúlyt az ösztönzésre. Az üzleti szféra felelősségének megerősítése érdekében elengedhetetlen, hogy a vállalatok a jelenlegi CSR gyakorlatukat az éghajlat változás elleni küzdelem stratégiájával

összhangban alakítsák ki és befolyásolják. (Győri Zsuzsanna, o.139). A 2003-as felmérés alapján a magyar vállalatok kétharmada vallotta magát önkéntesnek. 2005-től évente rendeznek olyan szakmai gyűlést, amelynek célja a CSR elterjedése, illetve az érintett felek kommunikációjának a biztosítása. 2008-tól évente díjjal jutalmaznak a CSR területén kiemelkedő vállalatot. 2005-ben CSR Europe elindította CSR piac (CSR MarketPlace), kezdeményezést, informális környezetben nyújt lehetőséget a vállalati felelősségvállalás jó gyakorlatainak a megosztására, és elsajátítására.

2006-tól tekinthető a tényleges magyarországi CSR kiinduló évének, ekkor adták ki az első CSR-rel kapcsolatos kormányrendeletet. Melynek alap célja, hogy a vállalatokat ösztönözze a felelős viselkedésért, a következő területeken: Felelős munkáltatói magatartásra, esélyegyenlőség a kisebbségek, a nők és a fogyatékkal élők számára. Hazánkban az elterjedésének az egyik legnagyobb akadályát az érintettek érdektelensége okozza. az érintettek három nagy csoportját különböztetjük meg, a fogyasztókat, a tulajdonosokat és az alkalmazottakat. (Szonda i.,2003)



### 3. POLITIKAI CSR

A huszonegyedik században a megatrendek a vállalatok működésére is befolyással voltak, ahogy a társadalmi és politikai folyamatokra is. A megatrendek globális szintű változást idéztek elő, melyek hosszú távon egyszerre több szálon kapcsolódnak össze, és párhuzamosan több területen is érzékelhető. (trendinspiracio.hu). A Globalizáció meggyengített vesztfáliai nemzetállami rendet, mely az alapját jelentette az üzleti szférának, ezáltal új struktúrákat fejlesztenek ki. Ezzel párhuzamosan az egészségügyi áttöréseknek köszönhetően az emberek egyre hosszabb és egészségesebb életet élnek, ez pedig új életpálya stratégiák kidolgozását teszi szükségessé. Az életkor növekedésével együtt járó kihívások és lehetőségek új megközelítéseket igényelnek az oktatás, a munkaerőpiac és a nyugdíjrendszer terén. Az embereknek ugyanakkor új készségeket kell elsajátítaniuk, hogy sikeresen alkalmazkodjanak egy hosszabb és aktívabb életmódhoz, az élet minden szakaszában tartalmas és értelmes tevékenységeket folytathassanak. A rugalmasság, az újra tanulás és az egészségmegőrzés fontossága kiemelkedővé válik az életút során. Az idősebb generációk számára lehetőséget kell biztosítani arra, hogy továbbra is aktívan részt vegyenek a munkaerőpiacon vagy más társadalmi tevékenységekben, miközben megfelelő támogatást kapnak az egészségük megőrzéséhez és az életminőség javításához. A környezeti és klímaváltozás kihívásai olyan kontextust hoznak létre, amelyben az eddigi ökopolitikai kérdéseket felülírják, és a föld jelentős lakosságának aktívan és felelősség teljesen részt kellene venni-e a föld ökoszisztémájával kapcsolatos folyamatokban. A városiasodási folyamatnak köszönhetően új kultúra, identitások és értékrendek alakulnak ki, ezekkel együtt egyenrangúság ökoszisztémák és együttműködési modelleket jönnek létre. A digitalizáció fejlődése lévén új kommunikációs csatornák jönnek létre, az érintett ember csoportok között mely támogatja két vagy többirányú kommunikációt. A technológiai fejlődés a politikai részvétel új lehetőségeit kínálja, a vélemény- és akaratnyilvánítás új struktúráit és módjait teremtheti meg. Új értékpolitikai viszonyok jönnek létre, a munkahelyválasztás, a munka és a magánélet közötti egyensúly megteremtése fontosabbá válik. Ezek miatt a vállalatok és érintettjeik viszonyai radikális átalakulnak, megújulnak a kommunikációs csatornái és cselekvési tereik. Újabbnál újabb kihívások jönnek egy más után, melyek új vállalati működési modelleket és azok új elméleti megalapozását igényeik.

Számos szerző érvelt emellett, Hogy a CSR „pozitivitás elmélete”, amely a vállalatok társadalmi szerepét természettudományokhoz hasonlóan közelítik meg, mely nem alkalmas a

vállalatok normatív megalapozására. Olyan új elméletre volt szükség, amelyben elfogadják, hogy a korábbi nemzetközi nagy vállalatoknak, akik a legjelentősebb erőforrásokkal és menedzsment képességekkel rendelkeznek, új viszonyt kell kialakítani a politikához. Az új elmélet szerint nem elég a vállalat vezetőinek korlátozni a döntéshozatalát, hanem a szerepvállalás kialakítására van szükség mely túl haladja a passzív normatív megfelelést.

A globalizáció és a nemzetállamok szerepének átértékelődése révén új kihívások elé állítja a vállalatokat. A hagyományosan az üzleti és politikai szféra közötti szétválasztást már nem lehet fenntartani, és a vállalatoknak aktívan részt kell venniük a társadalmi és politikai folyamatokban. A politikai CSR elmélete szerint a vállalatoknak nemcsak a törvényeknek való megfelelésre kell törekedniük, hanem vállalatok politikai szerepvállalásának megalapozásához Jürgen Habermas német társadalomfilozófus deliberatív demokráciafelfogásához nyúl vissza, amely szerint a társadalmi döntéshozatal legitimációjának alapja a nyilvános párbeszéd és a társadalmi akaratformálás folyamatainak intézményesítése.

(mersz.hu)

## 4. A VÁLLALAT BEMUTATÁSA

A gyakorlatomat a Tihanyi félsziget csúcsán elhelyezkedő Club Tihany Resort-ban töltöttem le. Amely a turizmus szempontjából igen fontos szerepet tölt be. A szálloda az egyik legnagyobb és legismertebb üdülőhely a Balaton környékén. A szálloda története az 1960-es évekig nyúlik vissza. A mai Tihanyi szálló a Club Tihany egyik fő épülete,

Kun Attila tervei alapján 1963-ra készült el. A siófoki Balaton Szálló terveinek módosításával alakult ki a tömb, amit 1985-ben jelentősen átépítettek, komplett új szárnyat kapott. A híres magyar filmben, a Pogány Madonnában itt lakott Ötvös Csöpi is. Az épület elkészültekor nagyon modernnek számított, a tóra merőleges tájolás miatt mindegyik szobájából látszott a tó, illetve "Mopresszója" is volt, ami moziként és lokálként is tudott üzemelni.

A szálló mostani formája és kialakítása egy osztrák és magyar cégekből álló konzorciumnak köszönhető, akik közösen hozták létre az immáron Club Tihany nevet viselő üdülőtelepet, 1983-86 között. Ez a tulajdonosi kör változatlan azóta is.

Az egykori Tihany Hotel nem nyújtott elegendő férőhelyet, így megtoldották azt egy újabb szárnyal. Aki ma megszáll a Club Tihanyban már ezt a kialakítást láthatja, ahol az eredeti, vízre merőleges szárny L alakban csatlakozik az új épülethez. 1985-ben egészen Dániából szállítottak, a szálloda területén elhelyezkedő faházakat melynek az alapja vörösfenyőből. Ezek egészültek ki a borházakkal és a svájci Kalmár házikókkal.

A szálloda 130 000m<sup>2</sup>-es alap területtel rendelkezik. A Balaton part legnagyobb konferencia- és szállásadó kapacitásával rendelkező szálloda. A konferenciai vagy rendezvényi vendég kapacitása 2600 főig terjed ki. A szálloda 1450 fő részére képes szálláslehetőséget biztosítani.

A vendégek kétfajta szállási lehetőség közül választhatnak a Club Tihany területén. Az egyik lehetőség a modern és kényelmes szobákban való elhelyezkedés, melyek mindegyike nem dohányzó és különböző típusú, tájolású, részben balkonos, klímával ellátott és klíma mentes opciókat kínál. Ezek a szobák ideálisak mind rövid, mind hosszabb tartózkodásra, hiszen bútorzatuk és felszereltségük teljes kényelmet biztosít a vendégek számára.

A másik lehetőség a szálloda környezetében elhelyezkedő faházakban való megszállás. Ezek a hangulatos faházak a szálloda épületét körülvevő ősparkban találhatóak, ahol a fák árnyékában nyújtanak otthont a vendégeknek. A faházak részben klimatizáltak, különböző típusúak és elhelyezkedésűek, és mindegyikük rendelkezik konyhával. Ez a szállás forma ideális választás azoknak, akik inkább a természet közelségét és a nyugalmat keresik, valamint kedvelik az

otthonosabb hangulatot. A jelentős modernizációs folyamat zajlott a közel múltban, amelyek a szobákat, fürdőszobákat, közös tereket és a közös mellékhelyiségeket érintette.

A Club Tihany már a 80-as években egy teljesen új koncepciót valósított meg a Balaton mellett. A klubnyaralás lényege ugyanis, hogy a turisták az objektumon belül minden olyan szolgáltatást megkapjanak, ami a teljes ottlétükhöz szükséges. A szálloda szolgáltatásai közé tartozik az uszoda, a konditerem, a szauna, a fodrászat, a különböző sportfoglalkozások, és a medence is. A kezdetekor lehetett csónakot, szörföt, vitorlást, vízibiciklit is bérelni bár ez már nem a szállodához tartozik. A szálloda szolgáltatásai közé tartozik a mai napig a gyermek megőrzés is, a személyzet és a vendégek részére is. Mára ezek a szolgáltatások jelentősen fejlődtek és kibővültek, többek között gyermekanimációs csapattal, kozmetikus kezelésekkel.

A Club Tihany Resort Animációs Programjai garantálják, hogy a kicsik és nagyok egyaránt felejthetetlen élményekkel töltsék el idejüket. Az animátorok kiemelkedő szerepet töltenek be a vendégek szórakoztatásában és a gyermekek foglalkoztatásában, miközben biztosítják a biztonságukat.

A Club Tihany Resort számos kreatív és szórakoztató programmal várja a gyermekeket, melyeket a gyermekanimátorok szerveznek és lebonyolítanak. Ezek a programok magukban foglalhatnak játékokat, vetélkedőket, kézműves foglalkozásokat, sport- és mozgás programokat, valamint tematikus eseményeket (számú táblázatban bővebben). A gyermekanimátorok gondoskodnak arról, hogy a gyermekek biztonságban legyenek, és barátságos környezetet teremtsenek számukra és szüleik számára egyaránt. Minden gyerekprogram ingyenes. A 5 év alatti gyermekek szülői felügyelettel maradhatnak, míg a 5 év feletti gyermekek díjmentesen vehetik igénybe az animátorok felügyeletét. Ez idő alatt a szülők kényeztethetik magukat a wellness részlegen vagy részt vehetnek a felnőtt animációs programokon.

A szálloda arra törekszik, hogy minden náluk eltöltött nap élményekkel teli legyen, és hogy a gyermekek boldogan és csillogó szemekkel térjenek haza. Ezért minden nap más-más programok várnak rájuk, így mindenki megtalálhatja a számára legkedvesebb elfoglaltságot.

A Club Tihany Resort nemcsak a gyermekek, hanem a felnőttek számára is számos szórakozási lehetőséget kínál, (4. ábra). Így azok, akik inkább pihenésre és kikapcsolódásra vágnak, vagy éppen sportolni szeretnének, szintén megtalálják számításukat.

#### **4. ábra Gyerek és felnőtt programok**

Gyerek programok	Felnőtt Programok
------------------	-------------------

Gyerektorna	Íjászat
Ujjlenyomat kép készítés	Aqua Fitness
Vízi vetélkedő	Bowling
Szivárvány készítés	Óriási sakk
Labdakavalkád	Találkozz Calennel az étteremnél!
Mini disco	Latin Brothers
Papírmuffin készítés	Kosárbajnokság
Vízi disco	Tollas
Szívószál tulipán készítés	Lábtengő bajnokság
Családi 1 perc és nyersz vetélkedő	Elvis & Co.
Búvárviadal	M3lodies

**(Saját szerkesztés a Clubtihany.hu forrásból)**

A Club Tihany Resort Wellness és Spa, vagy más néven Beauty Szalon, a tökéletes hely a test és lélek harmóniájának megtalálásához. Kínálata széles skáláját foglalja magába azoknak a szolgáltatásoknak, melyek segítenek az ellazulásban, a test karbantartásában és a feltöltődésben egyaránt. A szalon minden területén kiemelt figyelmet fordítunk a higiénára és a biztonságra. Kollégáink rendszeresen fertőtlenítik és tisztítják a területet, beleértve a mosdókat és egyéb helyiségeket is. Emellett kézfertőtlenítő folyadékokat és folyékony szappanadagolókat helyezünk el, hogy vendégeink biztonságban érezhessék magukat.

A Beauty Szalonban szakértő kozmetikusok és masszörök várják vendégeinket, hogy egyedülálló élményeket nyújtsanak számukra. Az alábbi szolgáltatások állnak rendelkezésre:

- Levendulás/Solanie kényeztetés (arc)
- Solanie arctisztító kezelés
- Arcmasszázs
- Szemöldökszedés/festés

A Club Tihany Resort-ban a nyugodt pihenés és a feltöltődés jegyében számos wellness-program és gyógyászati kezelés várja a vendégeket. Ezek segítenek a test és lélek harmóniájának megteremtésében, valamint hozzájárulnak az általános egészség és jólét fenntartásához. A legnépszerűbb wellness szolgáltatások közé tartozik:

Az alábbi kezelések kérhetők:

- Sófürdők
- Parajdi kénes-jódos fürdőszó

- Parajdi gyógynövényes fürdőszó
- Parajdi mentás fürdőszó
- Tihanyi eper kristály fürdő
- Tihanyi levendula fürdő
- Tihanyi citromliget fürdő

A wellness részleg számos kényeztető lehetőséget kínál, beleértve a zárt, privát Balaton-parti strandot is. Az 500 méter hosszú saját strand ideális hely a természetes víz szerelmeseinek pihenésére. A gondozott partszakaszon napozóágyak várják a vendégeket, ahol bőséges hely áll rendelkezésre mind a napimádók, mind az árnyékot keresők számára. A biztonságos kikapcsolódáshoz megőrzött távolságot biztosítunk. A strandon fák árnyékában elhelyezkedő hangulatos, csúszdás, delfines medencében a legkisebb vendégek a szülők figyelő szemei mellett pancsolhatnak melegített vízben (az időjárástól függően). A medence mélysége 30-40 cm. A balatoni panorámával rendelkező uszoda ideális helyszín sportolásra, mivel az 1,3 méter mély, 25x10 méteres medence 24-26 fokos víz kitűnően alkalmas edzésekre. Az uszodát csak egy eltolható üvegfal választja el a strandtól, így úszás közben a vendégek gyönyörködhetnek a Balaton szépségében. Igény esetén a medence négy pályára osztható. Az élménymedence 28-32 fokos víz minden időjárási körülmények között kellemes kikapcsolódást nyújt a nyakzuhanyokkal, masszázsfúvókákkal és vízi játékokkal. A relaxációra vágyó vendégek igényeit figyelembe véve, a gyermekfelügyelettel ellátott részen pihenhetnek. A Club Tihany Resort idei szezonjában különleges lehetőségeket kínál vendégeinek a sport és vízi sport szerelmeseinek. A saját szervezésű Wimbledon Sportcentrumban a nyitvatartási idő, minden nap 10:00 és 20:00 között biztosítja a sportolás lehetőségét.

Wimbledon Sportcentrumban: Teke, biliárd, asztalitenisz, Squash, mini golf, tenisz, darts, streetball, strandröplabda, íjászat, kerékpározásra van lehetőség.

Az 500 méter hosszú privát strand biztonságos és mindig elérhető, valamint négy fajta vízi sportot is kipróbálhatsz, mint például kajak, vitorlás, szörf vagy SUP (Stand Up Paddle).

A Club Tihany Resort az első SUP Centerrel bővítette vízi sport bázisát 2011-ben. Képzett oktatók segítenek bevezetni a SUP világába, amely remekül fejleszti az egyensúlyérzékét és az állóképességet, valamint segít kikapcsolni és relaxálni a természet csendjében. Kölcsönözni vagy megvásárolni kívánt felszereléseidet szakszerű tanácsainkkal választhatod ki.

A Club Tihany Resort-ban nemcsak a pihenésről és a sportolásról gondoskodunk, hanem kulináris élményekben is részesítjük vendégeinket. A különféle éttermek és bárók kínálata garantálja, hogy mindenki megtalálja a kedvére való fogást vagy frissítő italt.

Ha könnyű ebédre vagy kiadós brunchra vágysz, a Beach Bistro a tökéletes választás. A Balaton panorámájában élvezheted a grillételek frissességét, melyek egész nyáron várják vendégeinket 11:00 és 22:30 óra között.

Ha sportolás után vagy épp egy jó meccs közben kívánsz egy kis koccintást, a Sport Söröző nyújtja a megfelelő hangulatot és választékot. Alkoholos és alkoholmentes italokkal várunk, nyitva minden nap 10:00 és 20:00 óra között. Az uszoda napozóteraszán hűsítő italokat kínálunk, hogy a vízparton való pihenés teljes legyen. Hosszú italok, sör, frissítők és fagyalt várják vendégeinket egész nyáron 10:00 és 19:00 óra között. Ha nyugalomra és egy kis kényeztetésre vágysz, látogass el a Club Drink Kávézóba. Széles választékban kínálunk kávékülönlegességeket és italokat, hogy mindenki megtalálja a kedvére valót. Nyitvatartási idő: 10:00 és 19:00 óra között.

A magyar és nemzetközi specialitásokat kínáló étteremben egész évben friss alapanyagokból készülő ételeket szolgálunk fel. A büféasztalos reggelit és vacsorát minden nap 7:00 és 10:00 óra, valamint 18:00 és 21:30 óra között veheted igénybe. Bármelyik helyszínt is választod a Club Tihany Resort területén, garantáltan kiváló minőségű ételeket és italokat kap, hogy minden napod egy igazi gasztronómiai élmény legyen.

#### **4.1. Vállalat felelősségvállalása**

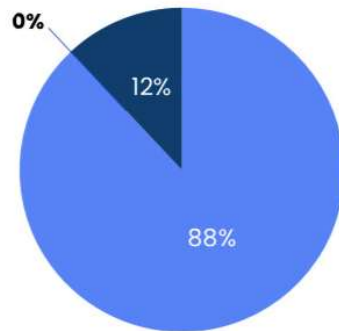
A Club Tihany Resort azt valja, hogy a fenntartható működés, nem csupán a felelősségünk, ha nem a küldetésünk is, amely túlmutat az üzleti sikerességen. El kötelezettek a környezet védelem, társadalmi jólét és az etikus vállalatirányítás iránt központi szerepet tölt be, mint az üzleti tevékenységünkben, mint a filozófiánkban.

Az ESG-indexben elért kiemelkedő (10/9) értékelés, azt mutatja, hogy a vállalat nagyon sok dolgot tett eddig, viszont még mindig kell fejlődni. E fejezetben bemutatom hogyan alkalmazzák gyakorlatba az előképzettséget, hol ért el jelentős előrelépést, és mik a céljaink a jövőben.

A környezetvédelem kulcsfontosságú vállalkozás és a jövő generációinak fenntarthatósága szempontjából. Ezért több lépést is tettünk ökológiai lábnyomunk csökkentése és a környezettudatos működés elősegítése érdekében. Kiemelkedő beruházásokat eszközöltünk az energiagazdálkodásba, beleértve a fotovoltaiikus rendszerek telepítését is, amelyek jelentősen csökkentik a fosszilis energiától való függőségünket. Ezek a rendszerek lehetővé teszik, hogy megújuló forrásokból saját energiát állítsunk elő, ami nem csak környezetbarát, de költséghatékony is. Éves villamosenergia-fogyasztásunk felhasznált energia 12%-a már most is

megújuló forrásból származik. Az éves villamos energia 2 268 408 kWh, amely (5. ábra) látható.

**5. ábra**  
**Az éves villamos energia**



- Nem megújuló energiaforrásból származó vásárolt energia
- Megújuló energiaforrásból származó vásárolt energia
- Megújuló energiaforrásból termelt energia

(forrás: clubtihany.hu)

#### Vízgazdálkodás

A víz, mint értékes erőforrás védelme érdekében számos intézkedést vezettünk be a vízfogyasztás jelentős csökkentése érdekében. Ezek közé tartozik a víztakarékos készülékek telepítése, a víztudatos magatartást elősegítő tájékoztató kampányok, valamint a kertek és zöldfelületek öntözéséhez szükséges csapadékvíz-gyűjtő rendszerek telepítése.




#### Hulladékgazdálkodás

A szálloda elkötelezett a hulladékgazdálkodás területén is, a hulladék csökkentése és újrahasznosítás mellett is. A hulladékot szelektíven gyűjtik és a zöldhulladékok újrahasznosítására komposztáló programot hoztak létre. Ezek az intézkedések nemcsak csökkentik a hulladéklerakókra nehezedő nyomást, hanem előmozdítják a környezettudatos gondolkodásmódot is.

Az éves termelt hulladék mennyiség és típusai (6. ábra) látható.

**6. ábra**  
**Az éves termelt hulladék**



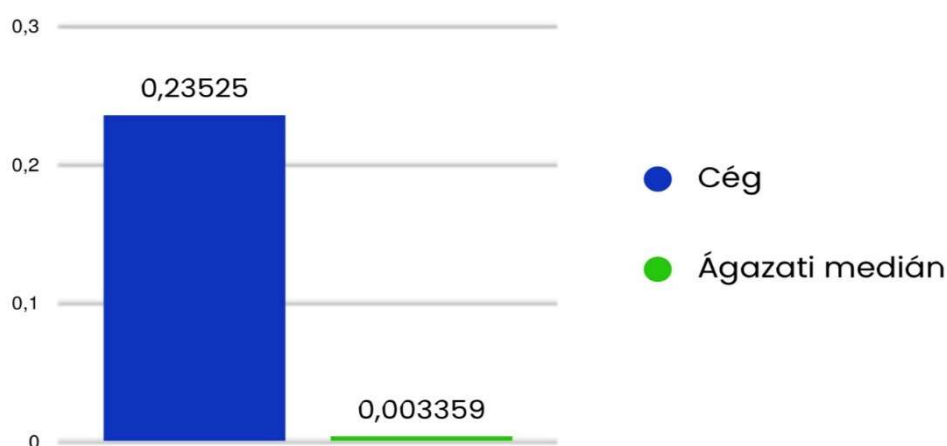
	Kibocsájtott hulladék	<b>5 300 kg</b>
	Veszélyes hulladék	<b>300 kg</b>
	Szelektíven gyűjtött	<b>1 000 kg</b>

(Forrás: clubtihany.hu)

### Széndioxid-kibocsátás

Folyamatosan figyelik és értékelik tevékenységeink környezeti hatásait a szén-dioxid-kibocsátás csökkentése érdekében. A becsült éves CO<sub>2</sub>e-kibocsátás jelentősen alacsonyabb az iparági mediánnál, ami tükrözi a környezeti hatás minimalizálására tett erőfeszítést. Az éves CO<sub>2</sub>e-kibocsátás a többi résztvevőhöz képest (7. ábra) látható.

**7. ábra**  
Az éves CO<sub>2</sub>e-kibocsátás

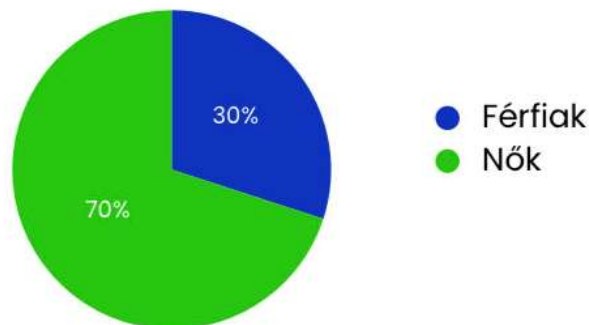


(Forrás: clubtihany.hu)

A társadalmi felelősségvállalás iránti elkötelezettsége mélyen gyökerezik vállalati kultúrában, amelynek középpontjában az alkalmazottak jóléte, az egyenlő bánásmód és a közösségi szerepvállalás áll. A vezetők hisznek abban, hogy a társadalmi felelősségvállalás nem csupán a környezetük iránti elkötelezettséget jelenti, hanem az alkalmazottiak tiszteletét és törődését, valamint a helyi közösségekben való aktív részvételt is. A szállodában sokan vannak és sokfélék. Az alkalmazottak munkája jelenti a szálloda sikerességének az alapját, ezért kiemelt

figyelmet fordítanak az alkalmazottak jó létére és fejlődésükre. Folyamatos képzéseket és fejlesztésekkel biztosítanak, hogy minden alkalmazott rendelkezzen azzal a tudással és készségekkel, amelyek nemcsak a mai, hanem a holnapi kihívásoknak is megfelelnek. Ez magában foglalja a fenntarthatósági és korrupcióellenes képzést, amely hozzájárul az etikus és környezettudatos munkakörnyezet kialakításához. A munkahelyi sokszínűség előmozdítása kiemelt prioritás. A munkaerőn jelentős hányadát nők teszik ki, amely a látható, a vezetői pozíciókban is erős a nemek közötti egyenlőség. Ezt az egyenlőséget a következő (8.ábra)szemlélteti. Ez a sokszínűség új perspektívákat és ötleteket hoz a munkahelyre, elősegítve a kreatív problémamegoldást és az innovációt.

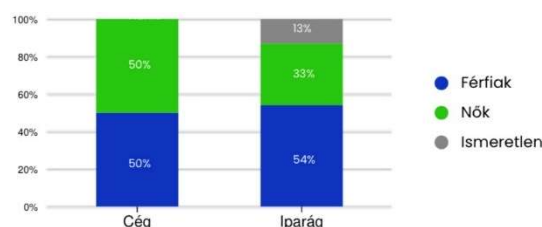
**8. ábra**  
**Munkaerő arányának megoszlása a nemek között**



(Forrás: clubtihany.hu)

A vezetőség alap elve az egyenlő bánásmód biztosítása mindenkinek. Ezt az elvet alkalmazzák a toborzási, kiválasztási, előléptetési és javadalmazási folyamat során, biztosítva, hogy minden döntés a képesítéseken, készségeken és teljesítményen alapuljon, nemtől, etnikai hovatartozástól vagy bármely más tényezőtől függetlenül.

**9. ábra**  
**A vezetői posztok nemek szerinti megoszlása**



(Forrás: clubtihany.hu)

Erőfeszítéseiket a nemek közötti egyenlőség és a munkavállalói demográfiai adatok átlátható bemutatása egészíti ki (9. ábra), hangsúlyozva elkötelezettségük a sokszínű és befogadó munkahely megteremtése iránt.

Vállalati társadalmi felelősségvállalás kulcsfontosságú része a helyi közösségekkel való szoros együttműködés és azok támogatása. Aktívan részt veszünk olyan környezetvédelmi és társadalmi projektekből, amelyek hozzájárulnak a helyi közösség életminőségének javításához. Ezek a projektek magukban foglalják a környezettudatosság növelését, a helyi kulturális és sportesemények támogatását, valamint a helyi gazdaság megerősítését a helyi beszállítók és vállalkozások előnyben részesítésével. 50 km-es körzetből szállítják az étterembe a húsokat, a zöldségeket, és pékárukat is.

A vállalatirányítási gyakorlata a jó kormányzás, az átláthatóság és a magas etikai normák iránti elkötelezettségen alapul, biztosítva, hogy tevékenységük ne csak gazdasági, hanem társadalmi és környezeti szempontból is fenntartható legyen. Fenntarthatósági stratégiánk az átláthatóságon és az etikus üzleti gyakorlaton alapul, amelyet a korrupcióellenes szabályok szigorú betartása és a beszállítók gondos kiválasztása egészít ki, nagy hangsúlyt fektetve a fenntarthatóságra. Fenntarthatósági törekvéseik és eredményeik rendszeres jelentésével biztosítják, hogy ügyfeleik, partnereik és a nyilvánosság teljes körű tájékoztatást kapjanak működésük fenntarthatósági vonatkozásairól. Ez az átláthatóság elősegíti a bizalom kialakítását és fenntartását minden érdekelt féllel. Fenntarthatósági stratégiák kialakításában és megvalósításában kiemelt szerepet tölt be felső vezetés. Vezetők elkötelezettek amellyel, hogy támogassák mindazok munkáját, akik a fenntarthatósági kérdésekkel foglalkoznak, biztosítva, hogy fenntarthatósági célok a vállalat minden szintjén integrálódjanak. A fenntarthatóság iránti elkötelezettség közvetlenül a felső vezetéstől származik, ahol a fenntarthatósági kérdésekkel foglalkozók közvetlenül a vezérigazgatónak vagy a Fenntarthatósági Bizottságnak számolnak be. Ez a struktúra lehetővé teszi számukra, hogy gyorsan reagáljanak a fenntarthatósági kihívásokra és lehetőségeikre, és biztosítja, hogy fenntarthatósági erőfeszítéseik a vállalati döntéshozatal középpontjában állnak.

Az ESG index alapján a környezetvédelmi felelősség (8/10), a társadalmi felelősségvállalás (10/10), a kormányzás (10/10).

## 5. ÖSSZEFOGLALÓ

Bár az ESG index szerint a Club Tihany Resort kimagasló teljesítményt nyújt a környezetvédelem, társadalmi felelősségvállalás és kormányzás terén, személy szerint úgy vélem, hogy mindig van hova fejlődni. A szálloda már jelentős erőfeszítéseket tett a fenntarthatóság, környezetvédelem, társadalmi felelősségvállalás és etikus vállalatirányítás területén, amit dicséretre méltónak tartok. Az éves kibocsátási adatokban és az energiahatékonyságban, víz- és hulladékkezelésben elért eredmények is figyelemre méltóak. Ugyanakkor mindig van lehetőség a javulásra és a további fejlődésre. Fontos, hogy a szálloda folytassa az erőfeszítéseit a fenntarthatóság terén, például tovább csökkentve a széndioxid-kibocsátást és növelve a megújuló energiaforrások felhasználását. Emellett a társadalmi felelősségvállalás terén is további lehetőségek rejlenek a helyi közösségek támogatásában és a munkavállalók jólétének javításában. Az átláthatóság és az etikus vállalatirányítás további erősítése is kulcsfontosságú a hosszú távú siker és a társadalmi hozzájárulás szempontjából. Összességében, bár a Club Tihany Resort már most is kiemelkedő teljesítményt nyújt, további erőfeszítésekre van szükség ahhoz, hogy még jobban megfeleljen a fenntarthatósági és társadalmi elvárásoknak, valamint tovább növelje pozitív hatását a környezetre és a közösségekre.

## 6. FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Bogdány Eszter–Máhr Tivadar–Rentz Tamás–Rodek Nóra (2024): Bevezetés a társadalmi innovációba Letöltve: [https://mersz.hu/hivatkozas/m1154bti\\_59\\_p2/#m1154bti\\_59\\_p2](https://mersz.hu/hivatkozas/m1154bti_59_p2/#m1154bti_59_p2) (2024. 04. 23.)
2. Braun Róbert (2016): Vállalati társadalmi felelősségvállalás. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597623> Letöltve: [https://mersz.hu/hivatkozas/dj108vtf\\_34\\_p6/#dj108vtf\\_34\\_p6](https://mersz.hu/hivatkozas/dj108vtf_34_p6/#dj108vtf_34_p6) (2024. 04. 10.)
3. Dahlsrud, A. (2008): How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Journal of Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1-13. o.
4. Marrewijk, M. (2003): Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communi-on. *Journal of Business Ethics*, 44 -105. o.
5. Ónodi A. (2004): Kell-e választani? – Tulajdonosi értékelmélet vagy érintett elmélet? *Vezetéstudomány*, 35, 7-8, 60-72. o.
6. [https://eta.bibl.uszeged.hu/3760/1/CSR\\_oktat%C3%A1si\\_seg%C3%A9danyag\\_M%C3%A1lovics.pdf](https://eta.bibl.uszeged.hu/3760/1/CSR_oktat%C3%A1si_seg%C3%A9danyag_M%C3%A1lovics.pdf)
7. [repozitorium.omikk.bme.hu](https://repozitorium.omikk.bme.hu), 2018. A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és kapcsolódása a fenntarthatósághoz [online] <https://repozitorium.omikk.bme.hu/server/api/core/bitstreams/0e01520e-4ade-4898-a655-b899e666c589/content> [Hozzáférés dátuma:2024.05.06.].
8. <https://www.trendinspiracio.hu/megatrend/>
9. [https://clubtihany.hu/ajanlatok/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjw\\_GxBhC1ARIsADGgDju\\_gVegsu4o3ggzyB2nR8u-HZ6-lXar8LIBVTt4UOiEKuamZnUJDJ0YaAsg3EALw\\_wcB](https://clubtihany.hu/ajanlatok/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw_GxBhC1ARIsADGgDju_gVegsu4o3ggzyB2nR8u-HZ6-lXar8LIBVTt4UOiEKuamZnUJDJ0YaAsg3EALw_wcB)



## NYILATKOZAT

Alulírott Gsonka Cintia büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2024. év 05. hónap 06. nap

Gsonka Cintia

hallgató aláírása