

Kőszegi Dóra

Az Integrom program, mint társadalmi felelősségvállalás

Manapság nap mint nap olyan tartalmú híreket hallhatunk, melyben környezetünk segítségért kiált. A globális felmelegedés, az ökolábnyomok, az emberek romló egészségi állapota, egyes fajok kihalása, avagy embertársaink viselkedése az erősödő rasszizmus, fajgyűlölet. Úgy gondolom, hogy a felsorolt aktuális események kimenetelét, nem csupán személy szerint alakíthatjuk, hanem vállalati-intézményi szinten is figyelembe kell vennünk a szereplőknek.

2017-re már Magyarországon sem ismeretlen a CSR azaz, Corporate Social Responsibility fogalma, a Társadalmi Felelősségvállalás. Felismerték a benne rejlő igazán jótékony cselekedetek mellett a népszerűségét, melyhez ezen keresztül juthatnak. Úgy gondolom, hogy ma már az emberek gondolkodó része többet vár el egy tehetős, nagybefolyással bíró cégtől, minthogy pusztán reklámokon keresztül fokozza a sikerét. Ezzel egyszerre válhatnak az emberek szemében szimpatikussá, tudatosává, elkötelezetté a téma iránt, és a PR lévén ismertségüket, híruket is pozitívan növelhetik. Napjainkban egyre több vállalat aktívan szerepet vállal ebben a nemes feladatban, mely különböző formákban lehetséges pl.: adománygyűjtés a rászorulóknak, oktatás elősegítése, hátrányos helyzetűek támogatása, környezetünk megóvása. Véleményem szerint minél kreatívabb formában tudnak megnyilvánulni a cégek, annál sikeresebbek és trendibbek lesznek a fogyasztók, a társadalom számára. Fontosnak tartom ezt a témát, mert úgy gondolom, hogy a vállalatoknak a kötelező működésen, a profit szerzésen, és a törvények betartásán kívül, szerepet és felelősséget is kell vállalniuk a környezetükért, a társadalomért. Kérdés, hogy ez a tevékenység hogyan hat a fogyasztókra, milyen hatásokat kelt a társadalomban, elvárás-e velük szemben, vagy csupán népszerűség növelés? Kiknek kell társadalmilag felelősen viselkedni, hogy tehetik ezt meg? Célom, hogy egy konkrét példán keresztül, válaszokat kaphassak a felmerülő kérdésekre.

Dolgozatomban konkrét tapasztalataimon keresztül szeretném elemezni a Boston Consulting Group által létrehozott Integrom – Nagyvállalati munkalehetőség romáknak elnevezésű, CSR tevékenységet. Szeretném, ha a kedves olvasó betekintést nyerhetne a CSR elméleti részébe, a BCG vállalati tevékenységébe, és az Integrom program működésébe. Válaszokat szeretnék kapni a fent említett kérdésekre, mely a véleményemet igazolja, vagy cáfolja.

Konklúzió

Véleményem szerint a társadalmi felelősségvállalásnak több nyertes szereplője is van. A vállalatok népszerűsége, hírnévre tehetnek szert a jó cselekedetekkel. Sok vállalat a környezettudatos szemléletével próbál meg fenntarthatóságra törekedni, ezzel növelve az imázsát. Ehhez hasonlóan egy ilyen életképes program is hozzájárul a fenntarthatósághoz a gazdasági és társadalmi viszonylatokban. A CSR megfelelő kommunikációjával még nagyobb hírnévre és jó megítélésre tehetnek szert a vállalatok, amennyiben külső és belső csatornákon is fogyaszthatóan képesek promotálni magukat. Véleményem szerint a partnervállalatok egyes sajtómegjelenésekből hírnevet gyűjtenek. Jó színben tűnnek fel, amikor például arról jelenik meg egy cikk, hogy egy hátrányos helyzetű roma fiatal sikereket ért el a cégükben. Úgy gondolom, hogy ez a program a résztvevőkön keresztül kerül főként előtérbe, így reklámozva a fenntartóit segítőt. A kommunikáció nagyrészt belső viszonylatokban mutatkozik, mely pedig vállalati kultúrán belül nyilvánul meg. Mind az Erste Bank, mind pedig a Raiffeisen Bank és még a Telekom is tudhat a soraiban sikeres résztvevőket. Ez egy jó indok lehet számukra a médiában való megjelenésre. A megváltozott munkaképességűekhez hasonlóan fontos egy vállalati megítélésben, hogy minél szélesebb körből legyenek résztvevői. Ennek a programnak a sikeressége további elismert vállalatokat ösztönözhet a csatlakozásra. Meglátásom szerint a jövőben sokkal több tehetséges fiatal tudja kiteljesíteni szakmabéli vágyait. A környezet, melyben tevékenykedik, pozitívan ítélni leheti őt meg, vagy tágabb viszonylatokban kelthet jó visszhangot. A jótékony tevékenységek melyekre a vállalat erőforrásokat fordít, növelik a gazdasági eredményeinket. Úgy gondolom az Integrom pontosan egy olyan a társadalmi felelősségvállaláson túlmutató tevékenység, mely elősegíti a gazdaság fellendülését. A roma fiatalok körében még erőteljesebben mutatkozik ez a probléma, az Integrom program munkához segítheti őket. Közös érdek, hogy minél több ember tudjon aktívan munkát vállalni, társadalmilag hasznos tevékenységet végezni. A leírtak alapján elmondhatjuk, hogy a program megtudja szólítani a problémás réteget, és érdemi segítséget tud felajánlani számukra. A képzés bizonyítottan igazolja, hogy egyes roma fiatalok is képesek helytállni a munkaerőpiacon. A hátrányos helyzetükből adódó nehézségeket igyekszik kiküszöbölni a képzés.

Személyes tapasztalatból mondhatom, hogy a program olyan eseményekhez segített hozzá, melyeket önmagamtól nem, vagy nehézségek árán érhettem volna csak el. Több hozzám hasonló fiatal jut ezáltal olyan kulcsokhoz, melyek meghatározzák az életét, értékes munkát tud végezni.

2017-ben Magyarországon egyre elterjedtebb a CSR tevékenységek folytatása, a környezet és a vállalatok közös igényeinek megfelelően. A multinacionális vállalatoknál szinte már evidens, hogy megfelelő szakmai menedzselés mellett, esetleg a civil szervezetekkel összefogva végeznek társadalmilag hasznos programokat. A jó gyakorlatoknak köszönhetően egyre többen csatlakoznak egy-egy megmozduláshoz, nagy bizalommal fordulnak a CSR felé.

Fontos lenne, hogy közös összefogással nagy megmozdulásokat tudjunk véghez vinni. A társadalmi problémákra a választ együttes erővel kell keresnünk. A vállalatok adta erőforrások, a civil szervezetek szakmai tudása, az emberek együttműködése, valamint az állami, törvényei keretek megléte, sikerhez vezethet.

Bízom benne, hogy a társadalom közös összefogásával több, az Integromhoz hasonló kezdeményezés születhet meg.