

VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA (CSR) A NEMZETKÖZI AUTÓIPARBAN

Prof. h.c. Dr. Svéhlik Csaba Ph.D.

Európa-díjas autókonstruktőr, ügyvezető igazgató, KHEOPS Automobil-Kutató Intézet

Absztrakt

A globális autóipar CSR-on a fenntartható fejlődés üzleti vállalkozások általi figyelembe vételének a gyakorlati alkalmazását érti. Kétségtelenül ez nem egy új ötlet. A szektorban a gyártók mindig is figyelmet fordítottak a természeti és szociális környezetükre kisebb-nagyobb mértékben. Új az egészben az, hogy e tevékenységeket a CSR koncepcionális ernyője alá gyűjtik össze.

Tartalmában a CSR dinamikus folyamatként jellemezhető, amelyre mind piaci tendenciák, mind stakeholderek hatással vannak, kulturális és történelmi hagyományok által formált és megalkotott, figyelembe veszi bárhol a világban a mindenkori telephelyek lokális sajátosságait. Így például számos fejlődő országban (Brazília, Mexikó, Dél-Afrika, India, Kína, stb.) az Aids elleni küzdelem, utcagyerekeknek való segítség nyújtása, vagy éppen az analfabetizmus elleni kampány ugyanolyan jelentőséggel bír, mint a gazdagabb országokban kielégítő számú gyakorlati képzőhely kialakítása. A kihívások spektruma széles, csakúgy, mint a megoldási lehetőségek száma.

Természetesen a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) standardjainak, az ENSZ emberi jogok egyezménynek, az OECD nemzetközi cégekre vonatkozó irányelveinek és hasonló magatartási kódexek betartása nem kérdésesek. E standardok az autóipar számára a felelősségteljes üzleti működés szükséges, de nem kielégítő keretét adják. A CSR néhány további eleme a szektorban: vevőközelség, szolgálatkészség és képesség, hogy az alkalmazottakért, a környezetért és a vállalati célokért felelősséget tudjanak vállalni; teljesítési színvonal és fenntarthatóság maximalizálása, tehát hosszú távú, előre tekintő, szociális és környezet-orientált vállalati tevékenységek; tisztelet mások teljesítménye iránt, tanulási hajlandóság; értékek képzése és bátorság, kreativitás és fantázia, amelyek elősegítik a vállalat megújulását.

A CSR-ral kapcsolatosan az előadás számos konkrét esetpéldát mutat be a nemzetközi autóiparból.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN THE GLOBAL AUTOMOTIVE INDUSTRY

The global automotive industry's take on CSR is the practical application of the concept of sustainable development by business organisations. Admittedly, it's not a new idea. Manufacturers in the sector have always taken care of their natural and social environments, to greater or lesser degrees. The new facet is to gather these activities together under the conceptual umbrella of CSR.

The content of CSR is a dynamic process, driven by both market forces and social stakeholder groups, in turn shaped and influenced by cultural traditions and history as well as by the particularities of locales distributed throughout the world. For example, in several emerging countries (Brazil, Mexico, South Africa, India, China, etc.) the fight against Aids, help for street children and campaigns to combat illiteracy are just as important for the sector as is the provision of sufficient trainee places in several countries. The spectrum of challenges is broad, the number of routes to solutions equally so.

Compliance with the standards of the International Labour Organisation (ILO), the UN human rights convention, the OECD guidelines for multinational corporations and similar codes of conduct are of course not the issue here. The automotive sector regards these standards as being the necessary (but also sufficient) framework for responsible and viable business operations. There are some further elements of CSR in the sector: customer closeness, willingness and ability to accept

responsibility, for employees, environment and corporate goals; maximise performance and sustainability, i.e. long-term forward-looking, socially and environmentally-oriented corporate activities; respect for the achievements of others and a willingness to learn; foster the creation of values and courage, creativity and fantasy to forge ahead with corporate renewal.

Regarding CSR the lecture introduces many concrete examples in the global automotive industry.

Bevezetés

A globális autóipar CSR-on a fenntartható fejlődés üzleti vállalkozások általi figyelembe vételének a gyakorlati alkalmazását érti. Természetesen a társadalmi felelősségvállalás, mint eszme már régóta jelen van a szektorban. Az autógyárak mindig is figyelmet fordítottak a természeti és szociális környezetükre kisebb-nagyobb mértékben. Új az egészben az, hogy e tevékenységeket a CSR koncepcionális ernyője alá gyűjtik össze.

Tartalmában a CSR dinamikus folyamatként jellemezhető, amelyre mind piaci tendenciák, mind stakeholderek hatással vannak, kulturális és történelmi hagyományok által formált és megalkotott, figyelembe veszi bárhol a világban a mindenkori telephelyek lokális sajátosságait. Így például számos fejlődő országban (Brazília, Mexikó, Dél-Afrika, India, Kína, stb.), ahol jellemzően az autógyárak telephelyekkel rendelkeznek, az Aids elleni küzdelem, utcagyerekeknek való segítség nyújtása, vagy éppen az analfabetizmus elleni kampány ugyanolyan jelentőséggel bír, mint a gazdagabb országokban kielégítő számú gyakorlati képzőhely kialakítása, ami persze már egy más szintű CSR tevékenységet igényel.

De természetesen nem csak a cégen kívül, hanem a cégen belül is számtalan olyan terület van, ahol a CSR-nak igen sok feladata van, gondoljunk csak a munkavállalók egyenlő bánásmódjára, vagy éppen a munkabiztonságra.

Egyre inkább globálissá váló világunkban a kihívások spektruma széles, csakúgy, mint a megoldási lehetőségek száma, amely a CSR-ra, mint szellemiségre számos feladatot és terhet ró.

E publikáció a nemzetközi autóipar társadalmi felelősségvállalásának igen széles palettáját próbálja bemutatni, a terjedelmi korlátok miatt természetesen a teljesség igénye nélkül, gyakorlati esetpéldákkal alátámasztva a témát.

A nemzetközi autóipar, mint globális óriás

Az autó többet fejez ki önmagánál, talán mindenki számára könnyen belátható, hogy az elmúlt száz év legfőbb technikai szimbóluma az autó.

Az autóipar ma világszerte mintegy 8,8 millió embert foglalkoztat az autógyárakban (*1. ábra*), a beszállítóknál és a különböző szolgáltatást végzőknél. A gépkocsigyártás a világ bruttó hazai termékében 15 %-os részesedéssel bír. Mérnökök százazrei dolgoznak komoly autóipari fejlesztéseken, több millió dolgozó gyártja és szereli a gépkocsikat a világ 550 gyárában, több mint 200 ezer darabot naponta, ami évi több mint 55 millió új autót jelent [10]. A borúlátó jelek ellenére a növekedésnek nincs vége, az autógyártás a jövőben is az egyik legfontosabb iparág marad. Érzelmekkel feltöltött termékek, regionális piaci növekedés, a gépkocsi további innovációs potenciálja és a fejlődő régiókban a mobilitás iránti hallatlan vágy biztosítja mindennek az előfeltételeit.

John Naisbitt [4] immáron klasszikusnak számító „Megatrendek” című munkái a Föld lakóinak életét befolyásoló legfontosabb, átfogó trendjeit elemzik. Az autóipar az IT-szektor és a biotechnológia mellett a világ egyik húzóiparága, tehát nem tűnik túlzásnak, amennyiben a világ megatrendjeiről beszélünk, akkor az autóiparban jelentkező tendenciákat feltétlenül meg kell említenünk, hiszen az ember és a gépjármű ma már szorosan összetartozik, a mai élet már ezernyi szállal kötődik a gépkocsihoz.



1. ábra: Autóösszeszerelés
Forrás: saját fotó

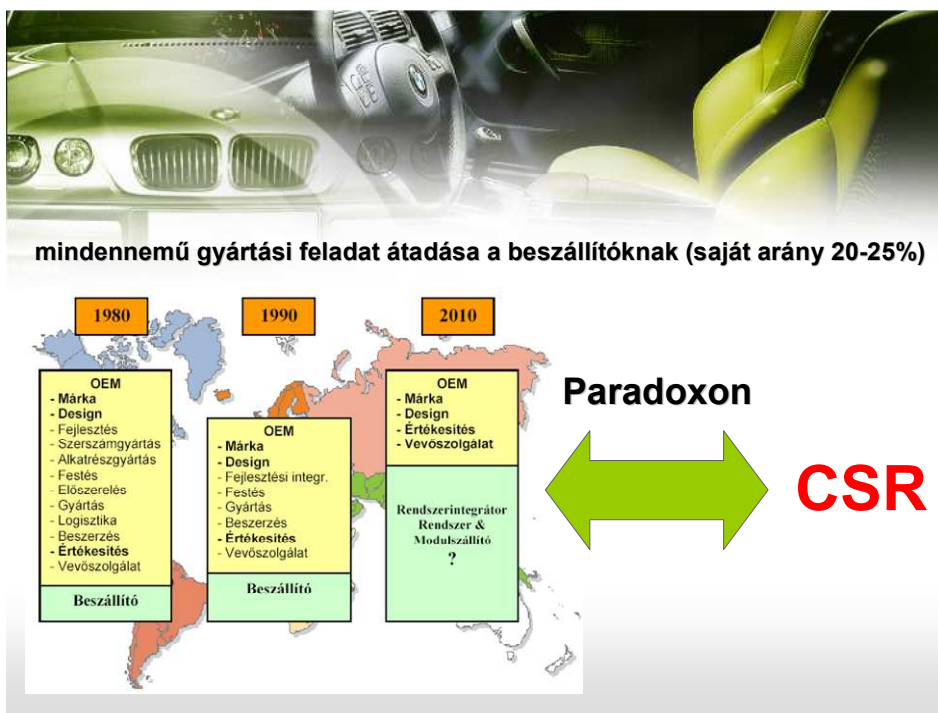
A nemzetközi autóipar nem csak mint húzóiparág, hanem mint a világ legnagyobb iparága is odafigyelést igényel. A fejlett világban minden negyedik család valamilyen fokon érintett a szektor változásaiban. Megdöbbentő adat, miszerint a globális autóiparban egy évben 3 ezer milliárd euro termelődik meg [10]. Ez egy óriási szám, Magyarországnak kb. 30 évnyi teljes GDP-je.

Mindezek alapján talán könnyen belátható, hogy amennyiben CSR-ról, a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról beszélünk, feltétlenül meg kell néznünk azt, hogy e szemléletmód miképpen is érvényesül a világ legnagyobb iparágában.

Előzetesen elárulható, hogy a szektor nem csak az innovációban, hanem a CSR-ban is kitűnő példát tud mutatni arra, hogy valahogy így kellene ezt minden más ágazatban folytatni.

A CSR paradoxona a nemzetközi autóiparban

A különböző okok által kiváltott óriási költségnomás arra kényszeríti az egyes autógyárakat, hogy egyre többtevékenységeket adjanak át a beszállítóknak és a különböző szolgáltatást végzőknek.



2. ábra: A CSR paradoxona az autóiparban
Forrás: saját ábrázolás [6] adatai alapján

A 2. ábrán jól látható az a tendencia, miszerint az autógyárak (OEM) egyre inkább olyan tevékenységekkel kívánnak foglalkozni, amelyek nem kötődnek szorosan a gyártáshoz. Látható, hogy a sárga és a zöld sávok aránya egyre inkább eltolódik a zöld javára. Mindez azt jelenti, hogy 2010-től a gépkocsi értékének mindössze 20-25%-át fogják előállítani maguk az autógyárak, a fennmaradó nagyobbik rész pedig a beszállítóknál fog készülni [6].

Kényszerű költségtaakarékossági szempontok miatt az autógyárak a jövőben főként márkaalkotással és vevőkapcsolatápolással kívánnak foglalkozni, az adott márka vevői hűségének biztosítása érdekében.

A CSR-t tekintve az a paradoxon az egészben, hogy míg az autógyárak arra törekcszenek, hogy minél erőteljesebben kevesebb területre, főként a kulcskompetenciájukra fókuszáljanak, addig a vállalati társadalmi felelősségvállalás miatt kénytelenek olyan tevékenységekkel is foglalkozni, amelyek nem tartoznak a szorosan vett funkcióik közé és amelyek jelentős összegeket emésztnek fel.

Természetesen az autógyárak, mint profitorientált érdekeltségek mindezt hosszútávú gondolkodás-móddal teszik, hiszen a CSR egyes elemei a vevőket az adott márkához tudják kapcsolni a vásárlásaik által. Azonkívül Brecht szavaival élve, „nagy a kísértés a jóra”, a világ legnagyobb iparága nem teheti meg azt, hogy a CSR-ban ne az élen álljon.

Cégen belüli és cégen kívüli vállalati társadalmi felelősségvállalás (belső és külső CSR)

Ahogy egy tudomány, vagy eszmeiség fejlődik, egyre összetettebbé válik, úgy kell azt a könnyebb modellépítés miatt részekre bontani. A marketinghez, a PR-hoz - a példákat folytatni lehetne – hasonlóan a CSR-t is két részre lehet bontani a nemzetközi autóipart tekintve, belső és külső CSR-ra. Több szakember nem ért ezzel a kettősséggel egyet, mivel úgy gondolják, hogy a CSR cégen belüli elemei nem tartoznak szorosan a társadalmi felelősségvállalás funkcióihoz.

Igazából nem is az a lényeg, hogy éles határt húzzunk a két alcsoport közé, hanem az, hogy az egyes autógyárak az általuk fontosnak vélt társadalmi szerepvállalást a lehető legkonzekvensebb módon hajtsák végre.

A könnyebb tárgyalhatóság és szemléltethetőség miatt azonban talán célszerűbb megkülönböztetni a cégen belüli és kívüli CSR tevékenységeket, így is van valamennyi átfedés a két rész között. E részek még további alrészekre is bonthatóak. Így teljessé vált a modellünk a nemzetközi autóipar CSR tevékenységeit illetően [9]:

- A nemzetközi autóipar cégen belüli felelősségvállalása
- A nemzetközi autóipar cégen kívüli felelősségvállalása – a „bűvös 10-es” (a CSR területei)

A két fő csoport részletes elemzésére a következő fejezetekben kerül sor.

A nemzetközi autóipar cégen belüli felelősségvállalása (belső CSR)

A belső CSR keretein belül a nemzetközi autóipar egyes autógyárai vállalják, hogy fejlődésüket valamennyi tevékenységi területen a társadalmi szempontból felelősségteljes cselekvési elvekre és viselkedésre alapozzák minden olyan országban, ahol jelen vannak.

Az ún. „Global Compact” megállapodáshoz való csatlakozással az autógyárak kötelezettséget vállaltak arra nézve, hogy tiszteletben tartják és szorgalmazni fogják a megállapodás tíz alapelvét, amelynek ihletforrása az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata, a Munkavégzési Alapelvek és Jogok Nyilatkozata, a Riói Nyilatkozat a Környezetről és az Egyesült Nemzetek Korrupció elleni Egyezménye [2].

E kötelezettségvállalásokról a gyárak etikai kódexeket dolgoztak ki, amelyet valamennyi alkalmazottnak eljuttatták. Ez az okirat jelenti az alapvető közös hivatkozások gyűjteményét,

amelyre mindenkinek, vezetőknek és alkalmazottaknak egyaránt, minden körülmények között hivatkozni kell és tiszteletben kell tartania azt.

Az autógyárak mindezen magatartásukkal kinyilvánították, hogy e nemzetközi keretegyezmény által formálisan kötelezettséget vállalnak az alapvető emberi jogok iránt, a szakszervezetekkel, való közös együttműködésben.

A „Global Compact” egyezmény része annak a szociális politikának, amely az iparág növekedésének és hosszú távú gazdasági teljesítőképességének egyik fontos ütőkártyája. Megvalósítása a szociális partnerekkel folytatott állandó társadalmi párbeszédre alapszik. Ez a politika immár több éve újító jellegű megvalósításokban fejeződik ki minden országban, különösen az alapvető emberi jogok, az esélyegyenlőség, a sokféleség, a nők foglalkoztatásának fejlesztése, a fogyatékkal élők integrációja stb. terén. Az elért haladáshoz minden esetben az alkalmazott politika nyílt megfogalmazása társul, mérhető célokkal, intézkedésekkel és eredményekkel.

Az egyezmény, amely kvázi keretét adja az egész belső CSR tevékenységnek, hivatkozási alapként kell szolgáljon minden vezető pozíciót betöltő személy és valamennyi aláíró szakszervezet számára. Az egyezmény megfogalmazza azt a közös akaratot, amely szorgalmazza [9]:

- az alapvető emberi jogok tiszteletben tartását,
- a humán erőforrásokkal való gazdálkodást és ezek fejlesztését,
- a beszállítókkal közös szociális elvárásokat,
- a vállalat tevékenysége által a telephelyek környezetére gyakorolt hatás figyelembe vételét,
- ezen alapelvek alkalmazását minden országban.

A CSR, mint szemlélet a társadalmi haladás irányadójaként befolyást kell gyakoroljon a résztvevőkre is, a közhatóságokra, ipari partnerekre, beszállítókra, ügyfelekre, részvényesekre, civil szervezetekre.

De milyen részekből is áll a vállalaton belüli társadalmi felelősségvállalás? Nézzük meg a legfontosabb területeket az alábbiakban [1], [2], [9].

A teljes értékképzési láncolatban való alkalmazás

Nagyon fontos, hogy a társadalmi felelősségvállalás közvetlen illetékességgel bírjon a teljes autóiipari láncolat egészének (K+F tevékenység, gyártás, kereskedelem és vevőszolgálat) tekintetében, a finanszírozási és szállítási-logisztikai tevékenységek, valamint a meglévő és a jövőbeni telephelyek vonatkozásában is, függetlenül attól, hogy mekkora tulajdoni arányt képvisel az adott cégben.

Kiemelt fontossággal bír, hogy ne csak maguk az autógyárak, hanem a beszállítók, az alvállalkozók, a különböző szolgáltatásokat nyújtók és az értékesítést végzők is tegyék magukévá a CSR-t, mint szemléletet. Csak akkor lehet természetesen a CSR igazán hatásos, ha az értékképzési lánc minden egyes tagjánál érvényesül e felfogás. Az autóiipari CSR-on belül ez egy további szakterületté kezd válni, tehát annak elősegítése, hogy egy autógyár miként tudja megismertetni az üzleti partnereivel a CSR-t, mint szemléletet, hogy a későbbiekben azok is sikeresen tudják azt művelni. Nem áll itt meg a dolog, hiszen az üzleti partnereknek is vannak ügyfelei és beszállítói, az ő CSR tevékenységüknek fontosságára is fel kell készíteni őket.

Tehát az egész CSR-nak van egy kisugárzó szellemisége a teljes értékképző láncolatra nézve.

A nemzetközi autóiipar kötelezettségvállalása az alapvető emberi jogok terén

A világ autógyárainak túlnyomó többsége a szakszervezeti szövetségekkel és a szakszervezetekkel együtt kinyilvánították csatlakozásukat és kötelezettséget vállaltak arra nézve, hogy szorgalmazzák a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) által kinyilvánított munkavégzési alapelvek és jogok tiszteletben tartását és tiszteletben tartják az ENSZ által kezdeményezett „Global Compact” megállapodást.

A fejlett gazdaságú országok autóiipari anyavállalatai kivétel nélkül a fentiek szellemében működnek. Remélhetőleg a távol-keleti országok gyárai is előbb-utóbb magukévá teszik ezeket a nemes elveket és csatlakoznak ezekhez az egyezményekhez.

A nemzetközileg elfogadott emberi jogok előmozdítása és tiszteletben tartása

Az autógyárak valamennyi földrajzi értelemben vett tevékenységi területükön belül tiszteletben tartják annak az országnak a törvényeit és szabályozásait, ahol tevékenységet végeznek.

Számos autógyár kinyilvánította abbéli szándékát, miszerint a CSR révén túl kíván lépni az országos normák egyszerű tiszteletben tartásán azáltal, hogy saját magatartási kódexet alkot az alapvető emberi jogok terén.

A nemzetközi autóiipari szektor a társadalmi felelősségvállalásban is példát kíván mutatni más ágazatoknak: az autógyárak szorgalmazzák az emberi jogok tiszteletben tartását minden olyan országban, ahol jelen vannak, beleértve azokat a régiókat is, ahol az emberi jogok még nincsenek kellőképpen megerősítve. Ehhez hozzátartozik természetesen még az is, hogy az autógyárak ügyelnek arra, hogy elkerüljék az alapvető emberi jogokat sértő helyzetekben vagy cselekedetekben való részvételt. A gyárak ezt az álláspontot saját társadalmi felelősségük velejárójaként tekintik.

A szektorban tevékenykedő cégek elítélik az emberek jogait és méltóságát sértő, tiszteletlen megnyilvánulásokat, a szóbeli vagy testi sérelmezést, a zaklatást. Ezeket a cselekedeteket büntetendőnek tekinti és ellenük megelőző intézkedéseket foganatosítanak minden országban.

Az egyesülési szabadság és a kollektív tárgyaláshoz való jog tényleges elismerése

Ez egy meglehetősen kritikus pont, sokszor lehet visszásságról hallani. Sajnos számos esetben főként beszállító cégek élnek ezzel vissza. Ez esetben is sajnos főként távol-keleti autóiipari vállalatokat kell megemlíteni, amely anyaországokban a munkavállalói jogok még nem annyira fejlettek. Amikor e cégek egy fejlettebb demokráciájú országban is hasonló módon próbálják értelmezni a munkavállalói jogokat, mint odahaza, akkor ebből számtalan konfliktus adódhat.

Maguk az autógyárak egyébként nyitottak a szakszervezetek tevékenysége felé, a világon mindenütt elismerik a szakszervezetek létét, valamint a dolgozók jogát ahhoz, hogy kívánságuk szerint szakszervezetekbe tömörüljenek és figyelemmel kísérik a szakszervezeti függetlenség és pluralizmus tiszteletben tartását. A gyárak kötelezettséget vállalnak a szakszervezeti tagok és vezetők védelmére, valamint arra nézve, hogy nem alkalmaznak semmiféle szakszervezet-ellenes megkülönböztetést. Az autógyárak elismerik az alkalmazottak képviselőinek jogát az információhoz, valamint a véleménynyilvánításhoz a cég életét érintő jelentős döntésekkel kapcsolatban.

A kényszermunka elleni küzdelem

A nemzetközi autóiipar számára már régóta evidencia, hogy - más egyéb szektorokkal ellentétben (például könnyűipar) - kötelezettséget vállalnak a foglalkozás szabad megválasztására nézve, súlyosan elítélik a kényszermunkát, annak tekintve minden olyan munkát, amelyet fenyegetés útján kényszerítenek ki.

A kikényszerítésnek széles tárháza van:

- élelem megvonása,
- földelkobzás,
- fizetés megvonása,
- testi erőszak, szexuális bántalmazások,
- nem önkéntes büntetőintézeti munka stb.

Az autóiipari szektorban a fenti eszközök alkalmazása szigorúan tilos. Mindez persze nem csak jogilag és szociális szempontokból van így. Felmerül a költői kérdés: milyen színvonalú és hatékonyságú munkát tud végezni az ember a fent említett körülmények közepette?

A gyermekmunka elleni küzdelem és felszámolása

A nemzetközi autóipar természetesen elítéli és tiltja a gyermekmunkát. A szektor a foglalkoztatás alsó korhatárát általánosan 18 évben rögzíti, ami a nemzetközi normák által megállapított 15 éves általános foglalkoztatási alsó korhatárhoz képest magasabb életkort jelent.

Azokban az országokban vagy régiókban, ahol a gazdaság és az oktatási rendszer nem eléggé fejlett, a lemaradás csökkentéséhez való hozzájárulás érdekében a foglalkoztatás alsó korhatára 16 évben rögzíthető, emellett azonban óvni kell a fiatalok egészségét és szavatolni kell biztonságukat. Utóbbi esetben a cégek az érintett alkalmazottak számára különleges képzési tervet dolgoznak ki, hogy segítse őket egy magasabb általános és szakmai képzettségi szint elérésében.

Ezen kívül különböző szerződéstípusokat ajánlanak fel annak érdekében, hogy támogassák a fiatalokat tanulmányaik ideje alatt, és megkönnyítsék beilleszkedésüket a vállalati közösségbe (pl. ipari tanulói szerződések, stb.). A fejlett ipari országokban mindennek sok évtized óta mély hagyománya van.

A foglalkoztatással és a foglalkozás gyakorlásával kapcsolatos megkülönböztetés felszámolása

Az autóipari cégek kötelezettséget vállalnak arra nézve is, hogy a munkaerő-felvétel és a szakmai előmenetel terén nem alkalmaznak semmilyen diszkriminációt, amely kulturális, nemzetiségi, nemi vagy vallási alapon, politikai vagy szakszervezeti meggyőződés, tapasztalat, fizikai jegyek, szakmai pályafutás, életkor, egészségi állapot vagy nemi beállítottság alapján tesz különbséget.

A törvényes szabályozásokon túlmenően számos autógyár kinyilvánította, hogy szándékukban áll a legjobb gyakorlatok alkalmazása és előmozdítása, a faji és nemi megkülönböztetés, az idegengyűlölet, általában véve a különbözőségekkel szembeni intolerancia elleni küzdelem, valamint a magánélet tiszteltetésének biztosítása.

A korrupcióellenes harc és az érdekkonfliktusok megelőzése

A társadalmi felelősségvállalás egyik szemléletes tartalmi eleme, hogy az autógyárak zöme nyíltan kinyilvánította, hogy kötelezettséget vállalnak arra nézve, hogy szembeszállnak a korrupció minden formájával. Arra is nagyobb fókusz helyeznek a jövőben, hogy alkalmazottaikat fogékonyra tegyék e probléma iránt a különböző kommunikációs és képzési eszközök révén. A dolgozóknak kerülniük kell minden konfliktushelyzetet a vállalat érdekei és saját vagy rokonaik érdekei között, az egyes gyárak etikai kódexében előírtaknak megfelelően.

Ebből következően a munkavállalók nem szerezhetnek érdekeltséget valamely beszállító vagy ügyfél vállalkozásában, kivéve azon eseteket, amikor ez tőzsdén jegyzett értékpapírok megvásárlása útján, egy bizonyos portfólió keretében, illetve a kiváltságos információk használatát tiltó szabályok tiszteltetésével valósul meg.

Kötelezettségvállalás a humán erőforrások területén

E belső CSR kategóriájú felelősségvállalás egyik fő eleme a sokféleségen és esélyegyenlőségen alapuló munkaerő-felvétel.

Az autógyárak többsége nyíltan kötelezettséget vállal arra nézve, hogy a munkaerő-felvétel folyamatának egyetlen szakasza sem lehet megkülönböztető jellegű. A különböző jellegzetességek integrálása a komplementaritás, a társadalmi egyensúly és a gazdasági hatékonyság forrása.

Ebben a vonatkozásban olyan eljárások és eszközök alkalmazására kerül sor, amelyek célja mindenféle megkülönböztetés kiküszöbölése, valamint az esélyegyenlőség előmozdítása.

Nagyon fontos az autóipari szektorban a munkavállalók képzésének a kérdése. A gyárak kötelezettséget vállalnak a folyamatos képzéshez szükséges adottságok kialakítására és fejlesztésére nézve. Az autógyártók egyes gyárai és telephelyei ügyelnek arra, hogy valamennyi alkalmazottjuk megkülönböztetés nélkül részt vehessen minden képzési programban, különös tekintettel a szakképzettségük javítását célzó programokra, hogy jobban elsajátítsák az új technológiákat, eljárásokat és munkafolyamatokat. A különböző képzéseken való részvételnek a szakmai mellett persze számos szociális jellegű hatása is van: elősegíti az alkalmazottak közötti egyenlőség

javítását, nemüktől, származásuktól, alapképzésüktől, egészségi állapotuktól, munkakörülményeiktől vagy munkaidejüktől függetlenül.

A humán terület másik fontos eleme a képzés mellett a dolgozók szakmai fejlődésének előmozdítása. Az autógyárak már régóta felismerték, hogy a szakmai fejlődés lehetőségével elkötelezetté tudják tenni a munkavállalókat a vállalat iránt. Ennek szellemében kötelezettséget vállalnak az esélyegyenlőség biztosításában az alkalmazottak szakmai fejlődésének és mobilitásának terén. A személyzet-értékelés módszerei megfelelnek a tárgyilagosság és az átláthatóság követelményeinek, valamint olyan eljárásokat és mutatókat dolgoznak ki az egyes autógyárak humán szakemberei, amelyek segítségével figyelemmel lehet követni az egyenlő bánásmód tiszteletben tartását. Számos autógyár még ezen is túllép: valamennyi alkalmazottjukat bátorítják arra, hogy szakmai fejlődésüket saját maguk irányítsák.

Nagyon fontos a munkavállalók informálása az őket érintő ügyekben. Ennek megfelelően a nemzetközi autóiparban bevett szokás, hogy a gyárak az alkalmazottaikat rendszeresen informálják a vállalat előmeneteléről, valamint azokkal a tényezőkkel kapcsolatban, amelyek közvetlen vagy közvetett módon befolyásolhatják munka- és foglalkoztatási körülményeiket, nevezetesen az alkalmazottak helyi képviselői szervei és a szakszervezetek közreműködése által.

Már régóta gyakorlat a szektorban, hogy a cégek támogatják az alkalmazottak részvételét és kezdeményezéseik figyelembe vételét. A legtöbb gyárban „ötletládák” vannak kihelyezve, amelyekbe névvel vagy anélkül beledobott papíron a dolgozók elmondhatják ötleteiket, problémáikat. Mindez elősegíti az összetartást a munkavállalók és a cégmenedzsment között, hiszen a dolgozók jogosan gondolják azt, hogy őket is bevonják bizonyos mértékben a döntéshozatali folyamatba.

Egyik igen eklatáns eleme a társadalmi felelősségvállalásnak a bérek és juttatások kérdése. Az autógyárak törekszenek arra, hogy következetes javadalmazást alkalmazzanak, a piaci gyakorlatoknak megfelelően, az értékképzési láncolat valamennyi elemében (gyártás, logisztika, értékesítés, vevőszolgálat) és kötelezettséget vállalnak arra nézve is, hogy a díjazások mértéke megfeleljen a nemzeti törvényhozás vagy a kollektív egyezmények által meghatározott szintnek.

Különösen fontos, főként akkor, amikor oly sokat beszélünk a nők és férfiak javadalmazásáról, hogy az autógyárak elismerik az egyenlő javadalmazás alapelvét férfiak és nők között, egyenlő értékű és teljesítményű munka esetén. Az egyes autógyárak által kidolgozott javadalmazási politikának célja biztosítani a javadalmazást meghatározó szabályok tárgyilagosságát, méltányosságát és átláthatóságát. Mindezen szabályozásokon kívül annak érdekében, hogy az alkalmazottak is profitáljanak a cég eredményességéből, minden egyes munkavállaló élvezzi a vállalat teljesítményéhez kapcsolódó érdekeltségi rendszer juttatásait.

A társadalmi felelősségvállalás egyik igen szimpatikus eleme, miszerint a legtöbb autógyár globális szellemen jár el a munkavállalók szociális védelme területén. Számos autógyár minden olyan országban alkalmazza az elhalálozás, rokkantság és munkaképtelenség kockázatára vonatkozó segélybiztosítást, ahol telephellyel, vagy valamilyen érdekeltséggel rendelkezik.

Talán az egyik legfontosabb felelősségvállalás az autógyártók részéről a munkavállalók megfelelő munkakörülményeinek biztosítása tágabb értelemben, amelynek számos eleme van. Itt van például a munkaidő kérdése. Az autógyárak kötelezettséget vállalnak arra nézve, hogy a munkaidő mindig egyenlő vagy kisebb legyen, mint az adott ország nemzeti törvényhozása vagy kollektív egyezményei által meghatározott munkaidő. Ezenkívül kötelezik magukat a pihenőidő és az időszakos szabadságok tiszteletben tartására, amelyek legalábbis meg kell feleljenek a nemzeti törvényhozás vagy a kollektív egyezmények által meghatározott minimális feltételeknek.

Az autóipar piacán tapasztalható hullámzó kereslet és egyéb gazdasági kihívások megkövetelik a munkaidő és a munkaszervezés átrendezését, amelyeknek meghatározása és gyakorlatba ültetése a

társadalmi párbeszéd és egyeztetés keretében történik, az egyes országokban érvényben levő, megegyezés szerinti gyakorlatnak és szabályozásoknak megfelelően.

A munkabiztonság magától értetődően minden autógyár számára kulcsfontossággal bír. Az egyes autógyárak kötelezettséget vállalnak arra nézve, hogy különböző telephelyeiken a megelőzésen alapuló, hatékony egészségi és biztonsági politikák érvényesüljenek, olyan konkrét cselekvési tervek alakjában, amelyekben mindenki - beleértve a szociális partnereket is - saját felelősségi szintjének megfelelően vesz részt. Ezen kívül a gyártók kötelezik magukat a munkahelyek ergonómiájának fokozatos javítására, valamint arra, hogy minden alkalmazottjuk számára egyéni képességeiknek megfelelő munkahelyet keressenek, megkülönböztetés nélkül. Nagyon fontos továbbá, hogy az autógyári cégek aktív egészségpolitikát folytassanak, elsősorban a szakmai tevékenység során jelentkező vagy kialakuló betegségek megelőzése érdekében.

A nemzetközi autógyári élen jár olyan tevékenységek támogatásában, hogy az alkalmazottak részére információs és megelőző jellegű tevékenységeket szervezzenek az egészségügyben tevékenykedők olyan témákkal kapcsolatban, mint a dohányzás, az alkoholizmus, a kábítószer-függőség, az AIDS.

Nagyon fontos persze, hogy minden kötelezettségvállalás az adott autógyár minden egyes telephelyén és érdekeltségében ugyanolyan felfogásban és mértékben érvényesülni tudjon. A szokványos, országos szintű tárgyalásokon kívül (pl. a fizetés, munkaidő, munkaszervezés stb. kérdésében) mindegyik telephely kötelezettséget vállal arra nézve, hogy a szakszervezetekkel tárgyalásokat kezdeményezzen olyan intézkedések életbe léptetéséről, amelyek megfelelnek az előbbieken tárgyalt alapelveknek és kötelezettségvállalásoknak, különös tekintettel azokra, amelyek a képzés, a szakmai előmenetel és a munkabiztonság területét érintik.

Egységes közös szociális elvárások a teljes értékképzési láncolat minden tagjánál

Anélkül, hogy átvállalnák a beszállítóik, a különböző szolgáltatást végzők, az értékesítési hálózat jogi felelősségét, a legtöbb autógyár kötelezettséget vállal arra nézve, hogy a saját társadalmi felelősségvállalásukról készült anyagokat eljuttatják ezekhez a cégekhez és kéri őket, hogy ők is alkalmazzák azok szellemiségét. Persze mindez akkor működik hatásosan, ha a teljes autógyári láncolat vallja a CSR-t, mint eszmeiséget és felfogást, így hát a szektor hasonló kötelezettségvállalást vár el beszállítói részéről, azok saját beszállítóival és alvállalkozóival szemben.

Közbeszerzési eljárások, tenderfelhívások alkalmával az autógyárak kötelezik magukat arra, hogy a korábban meghatározott emberi jogok tiszteletben tartását döntő követelménynek tekintik a tárgyalásokon résztvevő beszállítók kiválasztásában. Amennyiben a gyárak tudomására jut, hogy valamely pályázó emberi jogokat sértő tevékenységet folytat, az büntetést von maga után, amely végső esetben a tárgyalásokból való kizáráshoz is vezethet. Ez mindenképpen igen nemes felfogás, remélhetőleg a gyakorlatban is egyre inkább teret nyer. Bár féltő, hogy nem minden országban ismerték még fel ennek fontosságát.

Helyi érdekek figyelembe vétele

A lokális szempontok számos esetben fontos szerepet játszanak az egyre globálissá váló autógyári iparban. Ennek jegyében a gyárak egyre markánsabban vállalnak kötelezettséget arra nézve, hogy előmozdítsák a helyi aktív lakosság foglalkoztatását és képzését, hozzájárulva ezáltal a gazdasági és társadalmi fejlődéshez mindenütt, ahol az adott autógyár telephelyekkel rendelkezik. Mindebből az következik, hogy a gyártók minden befogadó országban előnyben részesítik a helyi humán erőforrásokat a szabad munkahelyek betöltése alkalmával és a lehetőségekhez mérten elősegítik a helyi integrációt. A gyártási tevékenység bővítése során az autógyárak kötelezik magukat arra, hogy előzetesen értesítik erről az országos szintű hatóságokat és együttműködnek velük a helyi érdekek előnyösebb figyelembe vétele céljából.

A nemzetközi autóipar „bűvös 10”-e a külső társadalmi felelősségvállalásban (külső CSR)

Ha összefoglalni szeretnénk, hogy a nemzetközi autóipar mely külső területeken vállal társadalmi felelősséget, akkor az alábbi „bűvös 10”-esre kell fókuszálnunk. Ezen alkotóelemek nagyjából lefedik a CSR célterületeit [9]:

- Globalizációs hatásokban való részvétel
- Természetvédelem (pl. nemzeti parkok)
- Környezetvédelem (zaj, károsanyag-emisszió, recycling)
- Közlekedési biztonság
- Kultúra és történelmi emlékek támogatása
- Tehetségek támogatása (ezzel a kutatások gyorsítása)
- Különböző képzések támogatása és szervezése
- Társadalmi szegmensek támogatása
- Egészséges életmód népszerűsítése
- Dialógusok szervezése (konferenciák, fórumok, párbeszéd, szerződések, stb.)

A fenti felsorolásból is látszik, hogy a nemzetközi autóipar által vallott társadalmi felelősségvállalás igen széles skálán mozog. Nincs még egy ilyen szektor a világon, amely ilyen hangsúlyozott affinitással rendelkezne a globális világ különböző szakterületei iránt.

Csakúgy, mint az előző fejezetben tárgyalt belső CSR-nál, most is nézzünk meg a fent felsorolt külső CSR tevékenységeknél néhány konkrét esetpéldát.

Munkahelyek biztonsága

A politikai nyitás után számtalan autógyár döntött úgy, hogy telephelyet létesít valamely olcsóbb költségű országban, így Közép-Kelet-Európában is. A dolgozók természetesen mindig tartanak attól, hogy saját munkahelyük is megszűnik. A feszültség oldására a cégmenedzsment időben ellátja információkkal a munkavállalókat, másrészt például családi napot szervez a cégnél, biztosítva az összetartozás és szolidaritás érzését az egész családban (3. ábra).



3. ábra: Családi nap a Volkswagennél
Forrás: VW

Természetvédelem

Több autógyár szentel kiemelt figyelmet a természet védelmének. Ennek egyik példája az Audi kezdeményezése, miszerint védett állatok számára nemzeti parkot létre Németországban. A park számos olyan állatfajnak biztosít menedéket, amelyeket a teljes kipusztulás fenyeget.

Környezetvédelem

A környezet védelme érdekében tett CSR tevékenység tárháza meglehetősen széles. Ide tartozik az autógyáraknak az a törekvése, miszerint a gépkocsi által okozott károsanyag mennyiségét, főként a szén-dioxidét jelentősen csökkentésük. Emellett óriási összegeket költ a szektor megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos kutatásokba. Itt nem csak az etanolt, a biodízelt és társaikat kell megemlíteni, hanem olyan jövőbemutató technológiákat és innovációkat, mint például a hidrogénnel működő üzemanyagcella, amely károsanyag-emisszióként csupán vízgőzt bocsát ki, nem szennyezve többé a környezetet.

Emellett persze a zajcsökkentést, a roncsautók, a használt abroncsok és akkumulátorok „recycling”-jét is meg kell említeni.

E területre minden autógyár nagymértékben fókuszál. A 4. ábra a Toyota példáját mutatja be, amely szerint a gépkocsihoz tartozó minden papír (kezelési utasítás, dossziék, tokok, stb.) újrahasznosított és lebontható klórmentes papírból készült.



4. ábra: „Green Pack” - Toyota
Forrás: Toyota

Közlekedési biztonság

Sajnos a közlekedési balesetek száma igen magas szinte a világon. Számptalan módon és eszközzel küzdenek az érintett hatóságok és autógyári vállalkozások azon, hogy e balesetek száma jelentős mértékben csökkenjen.

Egy nagyon szép CSR tevékenység egyes autógyárak részéről, hogy közlekedési (KRESZ) parkokat hoznak létre gyerekek számára, hogy minél kisebb korban megtanulják a helyes közlekedési szabályokat (5. ábra). Nemcsak a parkok létrehozásában tevékenyek a gyárak, hanem azok üzemeltetését is finanszírozzák



5. ábra: Közlekedési park gyerekeknek
Forrás: VW

Az egészséges életmód támogatása



6. ábra: Dohányzás elleni kampány
Forrás: Seat

Az egészséges életmód támogatására is irányul számtalan CSR kezdeményezés. Sok példát lehet említeni, de nézzük meg például a Seat CSR akcióját. A statisztikák szerint Spanyolországban a lakosság egyharmada, 12 millió ember dohányzik. Évente 19 ezer ember hal meg tüdőrákban. A Seat dohányzás elleni kampányt szervez és finanszíroz, hogy a halálzási mutatók kedvezőbbé váljanak [5] (6. ábra).

Egy másik, BMW-s példa az Aids ellen próbál küzdeni azzal, hogy dél-afrikai gyárában ingyenes óvszerautomatákat helyez ki [8] (7. ábra).



7. ábra: Aids elleni kampány
Forrás: BMW

Kultúra és történelmi emlékek támogatása

A kultúrának és a történelmi emlékek támogatásának már hagyománya van a nemzetközi autópárban. Természetesen főként a kulturális rendezvények azok, amelyekről igen gyakran hallhat a nagyközönség. Azonban számos egyéb ilyen jellegű projektet indítanak el a gyárak.

Igen szemléletes példa erre a Volkswagen, amely 1987 óta szervezi meg és finanszírozza azt a közös találkozót, amely keretében kéthetente 90 német diák dolgozik közösen lengyel diákokkal Auschwitzban az emlékhely fenntartási munkálataiban [5] (8. ábra). Nemes gesztus ez a német-lengyel megbarátkozásra nézve.



8. ábra: Közös német-lengyel diákmunka Auschwitzban
Forrás: VW

Különböző képzések szervezése és támogatása

Egy igen nemes CSR projekt volt a Volkswagen részéről, hogy Dél-Afrikában régi tengeri konténerekből iskolatermeket rendeztek be, hogy a helyi szegény gyerekek is iskolába tudjanak járni. Mindezen jótéteményhez még könyvadományok és ösztöndíjak is társulnak [5] (9. ábra).



9. ábra: Új iskola Dél-Afrikában
Forrás: VW

A Volkswagen egy másik fontos CSR tevékenysége Dél-Afrikában, hogy Eastern Cap tartományban, ahol 40%-os a munkanélküliség vállalja azt, hogy az utcáról bekerült embereket saját képzési centrumában betanítja ez egyes munkafázisok elsajátításába (10. ábra).



10. ábra: Új munkavállalók képzése Dél-Afrikában
Forrás: VW

Egyes társadalmi szegmensek segítése

Nagyon fontos társadalmi szerepvállalás a Daimler részéről, hogy Brazíliában ivókutakat létesít a helyi szegény lakosság részére, akik egyébként nagyon fáradtságos munkával jutnának különben a létfenntartáshoz elkerülhetetlenül szükséges forráshoz [9] (11. ábra).



11. ábra: Új ivókút átadása Brazíliában
Forrás: Daimler

Tehetségek támogatása

Számos autógyár (pl. Renault, Peugeot, Opel, stb.) él azzal a CSR eszközzel, miszerint tehetséges embereket támogat különböző területeken, így például ifjú tudósokat, zenészeket, sportolókat. A tehetségek támogatására a CSR-on belül már külön programot indított számos autógyár [2].

Dialógusok szervezése

Az autóipari cégek igen fontosnak tartják azt, hogy a CSR különböző elemeit és eszköztárát bemutassák egyrészt egymásnak, másrészt megismertessék azon vállalatokkal, amelyek szemléletében a CSR eddig még nem kapott kellően hangsúlyos szerepet [9].

Ennek céljából a gyárak különböző konferenciákat, fórumokat, szimpóziumokat szerveznek, amelyen az aktivitás örömteli módon egyre nagyobb.

A fenti példák nagyon jól tükrözik azt, hogy a nemzetközi autógyártásban a vállalati társadalmi felelősségvállalás igen sokrétű, számtalan területen érhető tetten, így igen magas színvonalon működik. Természetesen tennivaló még van bőven, de az irány mindenképpen jónak mondható.

Befejezés

E publikáció a vállalatok társadalmi felelősségvállalását próbálta bemutatni a nemzetközi autógyártásban - a teljesség igénye nélkül.

Mindenképpen elmondható, hogy a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ILO) standardjainak, az ENSZ emberi jogok egyezménynek, az OECD nemzetközi cégekre vonatkozó irányelveinek és hasonló magatartási kódexek betartása a szektorban - néhány sajnálatos negatív példától eltekintve - nem kérdésesek. E standardok az autógyártás számára a felelősségteljes üzleti működés szükséges, de nem kielégítő keretét adják. A szektor már régen túllépett mindezen és a gyárak egyre nagyobb mértékben dolgozzák ki a saját igen széles körű CSR tevékenységi körüket.

Az alábbi trendek jellemzők a CSR tekintetében a nemzetközi autógyártásban:

- szerteágazó, széles sprektumon mozgó CSR tevékenységek
- egyre növekvő CSR büdzsék az egyes gyártóknál
- vállalati szintű CSR politikák kialakítása
- a stratégiai gondolkodás erősödése a CSR fontosságát illetően

A fenti jellemző tendenciák alapján mindenképpen elmondható az a jó hír, hogy a CSR egyre inkább beépül az autógyárak tudatába, követendő példát mutatva más szektorok és minden fogékony ember számára, hiszen a vállalati fejlődéshez a 21. században már e szellemiség hitvallása is hozzátartozik.

Amiel szavai méltó módon tükrözik mindezt [9]:

„Aki nem fejlődik – megáll;

Aki megáll – lemarad;

Aki lemarad – elpusztul;

A változatlan állapot a pusztulás félelmetes előjele!”

H.F. Amiel (1821-1881)

Irodalomjegyzék

[1] AT Kearney (2005): Growth and Innovation – key challenges for the auto industry, London

[2] Ernst & Young (2008): CSR und Automobilindustrie

[3] CSR Report 2007, Mitsui & Co., Ltd.

[4] Naisbitt, J. (1991): Megatrendek 2000, OMIKK

[5] One Plus One Equals Three – CSR at Volkswagen, 2006

[6] PriceWaterhouseCoopers (2002): Supplier Survival – Survival in the Modern Automotive Supply Chain, 2002

[7] Roberts, K. (2003): Brand challenges and understanding the brand core, Gabler

[8] Schuler, V. (2006): CSR in the BMW Group, Supplier Conference, Munich

[9] Svéhlik, Cs. (2008): Paradoxonok a globális autógyártásban, előadás, Tudományos Konferencia Budapest, 2008. aug. 15.

[10] VDA-Statistik, 2007