

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG

Böröcz Annabella

Gazdálkodás és menedzsment
felsőoktatási szakképzés
Digitális üzleti szolgáltatások szakirány

Nemzeti Művelődési Intézet hatása
a helyi társadalom
önfejlesztő folyamataira



PANNON EGYETEM

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

NYILATKOZAT

a szakdolgozat/zárodolgozat digitális formátumának benyújtásáról

| | | | |
|--|---|----------------|------|
| Hallgató neve: | Böröcz Annabella | | |
| Szak: | Gazdálkodás és menedzsment FOSZK | | |
| Szakirány (ha van): | Digitális üzleti szolgáltatások | | |
| Neptun kód: | BEO6GC | Benyújtás éve: | 2021 |
| Szakdolgozat/zárodolgozat címe: | Nemzeti Művelődési Intézet hatása a helyi társadalom önfejlesztő folyamataira | | |
| Témavezető (belső konzulens) neve: | Dr. Jármái Erzsébet | | |
| Gyakorlóhelyi (külső) konzulens neve: | Éles Krisztina | | |
| Legalább 5 kulcsszó a dolgozat tartalmára vonatkozóan: | fenntarthatóság, társadalomfejlesztés, közösségépítés, közművelődés, tettekészség | | |

Kérjük a szerzői döntésnek megfelelő opciót aláhúzni:

Hozzájárulok / nem járulok hozzá, hogy szakdolgozatomat/zárodolgozatomat az egyetem az interneten a nyilvánosság számára repozitóriumában közzétegye.

A hozzájárulás szerzői feltételei:

- mások számára a közzététel semmilyen formában nem engedélyezett,
- a dolgozat magáncélra letölthető, a forrás és nevem megjelölésével szabadon idézhető, de az idézést meghaladó felhasználás (átvétel) tilos,
- hozzájárulásom időtartamra nem korlátozott és bármikor visszavonható.

Hozzájárulás hiányában a dolgozat csak az egyetem könyvtáraiban az arra kijelölt számítógépeken, képernyős megtekintéssel kutatható. Egyéb hozzáférés, többszörözés nem engedélyezett.

Felelősségem tudatában kijelentem, hogy szakdolgozatom/zárodolgozatom digitális adatállománya mindenben eleget tesz a vonatkozó hatályos intézményi előírásoknak, tartalma megegyezik nyomtatott formában benyújtott szakdolgozatommal.

Dátum: 2021.05.31

Böröcz Annabella s.k.

hallgató aláírása

A digitális szakdolgozat könyvtári benyújtását és átvételét igazolom.

Dátum: 2021.06.03.

Szabó G. Tibor s. k.

.....
könyvtári munkatárs

P.H.

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG

Böröcz Annabella

Gazdálkodás és menedzsment
felsőoktatási szakképzés
Digitális üzleti szolgáltatások szakirány

Beszámoló a szakmai gyakorlatról

2021

Tartalomjegyzék

| | |
|--|----------|
| Első rész | 2 |
| Nemzeti Művelődési Intézet bemutatása..... | 2 |
| Szolgáltatások | 3 |
| Képzések..... | 3 |
| Második rész | 4 |
| Szakmai gyakorlati napló | 4 |
| Harmadik rész | 5 |
| A marketing területei, módszerei a vállalatnál | 5 |
| A gazdálkodó szervezet szervezeti – jogi formája, tevékenységi köre, a szolgáltatás jellemzői, szervezeti felépítése | 6 |
| A gazdálkodó szervezet vezetési – irányítási rendszere, döntési mechanizmusa, hatásköri megosztása, alkalmazott vezetési stílusa | 7 |
| Irodalomjegyzék..... | 8 |

Első rész

Nemzeti Művelődési Intézet bemutatása

A Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. a lakiteleki Népfőiskola Alapítvány által létrehozott önállóan gazdálkodó szervezet melynek feladata a közművelődéshez, kultúrához való alapjog gyakorlásának biztosítása és segítése. Támogatja a közösségi művelődésben részt vevők életminőségének javítását, a települések kulturális, társadalmi és gazdasági lehetőségeinek kialakítását. Az intézet mintaprojektek megvalósításával és módszertani tanácsadással járul hozzá a községek erősítéséhez. „A települések jobb, közvetlenebb elérését innovatív, hálózatos szervezeti forma biztosítja: a lakiteleki központ mellett 19 megyei igazgatóság segíti a közművelődési szakmai koncepciók megvalósulását, valamint a települési közösségi-kulturális élet módszertani tanácsadással való támogatását.”¹



1. ábra: A Nemzeti Művelődési Intézet 19 megyei igazgatósága
Forrás: <https://docplayer.hu/15030713-A-nemzeti-muvelodesi-intezet-hml>

„A Nemzeti Művelődési Intézet fontos küldetése, hogy a közösségeket képessé tegye saját értékeik felismerésére és az ebből adódó lehetőségek kiaknázására. Ennek támogatására képzések, tudásmegosztó alkalmak és képzésfejlesztés révén szeretné a megfelelő szakmai utánpótlást biztosítani. Ezek a szakmai képzések hozzájárulnak a kulturális szakma humán erőforrás-fejlesztéséhez, a közösségi művelődés területén tevékenykedő munkatársak szakmai aktivitásának fokozásához, az intézmények hatékonyabb működéséhez, az élethosszig tartó és az élet teljes körére kiterjedő, tanulást elősegítő tevékenységek és szolgáltatások hatékonyságának növeléséhez.”²

¹ <https://nmi.hu/rolunk/ismerteto/>

² <https://nmi.hu/tudastar/tudastar-a-kozossegi-muvelodesben/>

Szolgáltatások

Az Nemzeti Művelődési Intézetnél dolgozók nemcsak egyféle tevékenységi körre specializálódnak, hanem különféle szolgáltatásokat is nyújtanak. A lentebb felsorolt szolgáltatások mind másképpen támogatják a helyi társadalmat.

- Megyei szintű szakmai módszertani iránymutatás
- Országos és megyei mintaprogramok kidolgozása
- Képzések szervezése
- Statisztikai adatszolgáltatás segítése
- Vezetői pályázatok véleményezése
- Minőségfejlesztés
- Szakfelügyelet

Képzések

A képzések irányítója a Nemzeti Művelődési Intézet Szakmafejlesztési Igazgatóságának Felnőttképzési Központja. A Nemzeti Művelődési Intézet közreműködik a magyar közművelődés, közösségi művelődés tevékenységével összefüggő szakmai és képesítési elvárások létrehozásában, továbbá a közművelődési szakemberek szakmai képzésében, továbbképzésében. Többféle akkreditált képzésre van lehetőség, de emellett vannak különböző OKJ-s tanfolyamok, támogatott képzések és kiemelt projektek: Színháziskolai, Bűvös Bábos program keretében megvalósult képzések.

Második rész

Szakmai gyakorlati napló

| Hét | Dátum | Elvégzett feladat |
|-----|------------------------------|---|
| 1. | 2021.02.15. – 2021.02.19. | Megismerkedés a gyakorlati hellyel, az ott dolgozókkal. Megmutatták mi lesz a feladatom a gyakorlat során. Az intézet szabályzatának részletes megismerése. |
| 2. | 2021.02.22. – 2021.02.26. | Megismerkedés a foglalkoztatási és képzési programmal (KFKP). Nádasdon képzési napon, Szombathelyen és Vépen pedig műhely napon vettem részt. |
| 3. | 2021.03.01. – 2021.03.05. | A téma kiválasztása, témavázlat egyeztetése és átbeszélése. Alapdokumentumok megismerése, online felületek megismerése. |
| 4. | 2021.03.08. – 2021.03.12. | Képzési dokumentációs dokumentumok megismerése (Közművelődési Akkreditációs Bizottság és OKJ-s képzések). Közművelődést érintő jogszabályok megismerése. |
| 5. | 2021.03.15. – 2021.03.19. | Jó gyakorlatok megismerése, videók megtekintése és szakmai elemzése. Szerződéskötés és egyéb adminisztráció megismerése. Szerződések ellenőrzése. |
| 6. | 2021.03.22. – 2021.03.26. | Mintaprojektek megismerése. Adminisztrációs kutatási munka. Gazdálkodási ismeretek megismerése a szervezetenél. |
| 7. | 2021.03.29. – 2021.04.02. | Cikkek megírásában való aktív közreműködés. Facebook posztok megírása. Értéktári látóúton való részvétel. |

| | | |
|-----|------------------------------|--|
| 8. | 2021.04.05. – 2021.04.09. | Képzési napokon való segítségnyújtás. Ifjúsági műhelyen való részvétel. Jelenléti ívek ellenőrzése. Online közösségek megismerése. |
| 9. | 2021.04.12. – 2021.04.16. | Szerződések ellenőrzése és készítése. Adatbázisok gyűjtése. Közművelődést érintő pályázati lehetőségek feltérképezése. |
| 10. | 2021.04.19. – 2021.04.23. | Online szakmai feladatok előkészítésében való részvétel. A szervezet kiadványainak megismerése és elemzése. |
| 11. | 2021.04.26. – 2021.04.30. | Közösségek Hete megvalósított programsorozaton való részvétel. |
| 12. | 2021.05.03. – 2021.05.07. | Vas megyei közművelődési stratégia átbeszélése és tanulmányozása. Jelenléti ívek ellenőrzése. Online Hungarikum műhelyben való részvétel és segítségnyújtás. |
| 13. | 2021.05.10. – 2021.05.14. | Hungarikum Szemináriumon való közreműködés. ELTE Közösségszervező szakos hallgatókkal való megismerkedés Jelenléti ívek ellenőrzése. |
| 14. | 2021.05.17. – 2021.05.21. | Cikkek megírása, szerződések ellenőrzése, képzéseken való segítségnyújtás. |

Harmadik rész

A marketing területei, módszerei a vállalatnál

A marketingnek sokféle területe van és minden szervezet más-más módszert alkalmaz világszerte. Minden olyan területen melyen a vevő, fogyasztó (látogató) áll a középpontban. Beszéljünk akár oktatási vagy esetleg egészségügyi intézmény fontos, hogy legyen előre meghatározott tervszerű marketingje. A Nemzeti Művelődési Intézet sikeres működéséhez és fenntarthatóságához fontos a kommunikációs folyamatainak tudatos szervezése, azaz a folyamatosan végzett, tervszerű public relations (PR) tevékenység.

A 21. században véleményem szerint a legjobb és egyben a legegyszerűbb módja az emberek figyelmének felhívására, a reklámozni, hirdetni kívánt információk átadására az internet. A Nemzeti Művelődési Intézet fókuszában a közművelődési tevékenység a személyes megszólítás áll. Ezért a face to face véleményformálás és a jelenléti pozitív élményszerzés eszköztárának szélesebbkörű bővítésére igyekeznek.

A Nemzeti Művelődési Intézet sokféle programot és képzéseket nyújt a közösség számára melyeket plakátokon, a honlapjukon és különböző közösségi platformokon tesz közzé. Az interneten kívül folyóiratokat, kiadványokat jelentet meg, amelyek betekintést adnak a közművelődés aktuális fejlődési irányába. A könyvek nagy része digitális formában is megtalálható a világhálón. A megyei igazgatóságok folyamatos e-mail és telefonos kapcsolatban állnak partnereikkel, tehát direct mail módszert is alkalmaznak. Gyakorlatom során én magam is részt vettem pár képzésen melyen bele láthattam mivel is foglalkozik a szervezet.

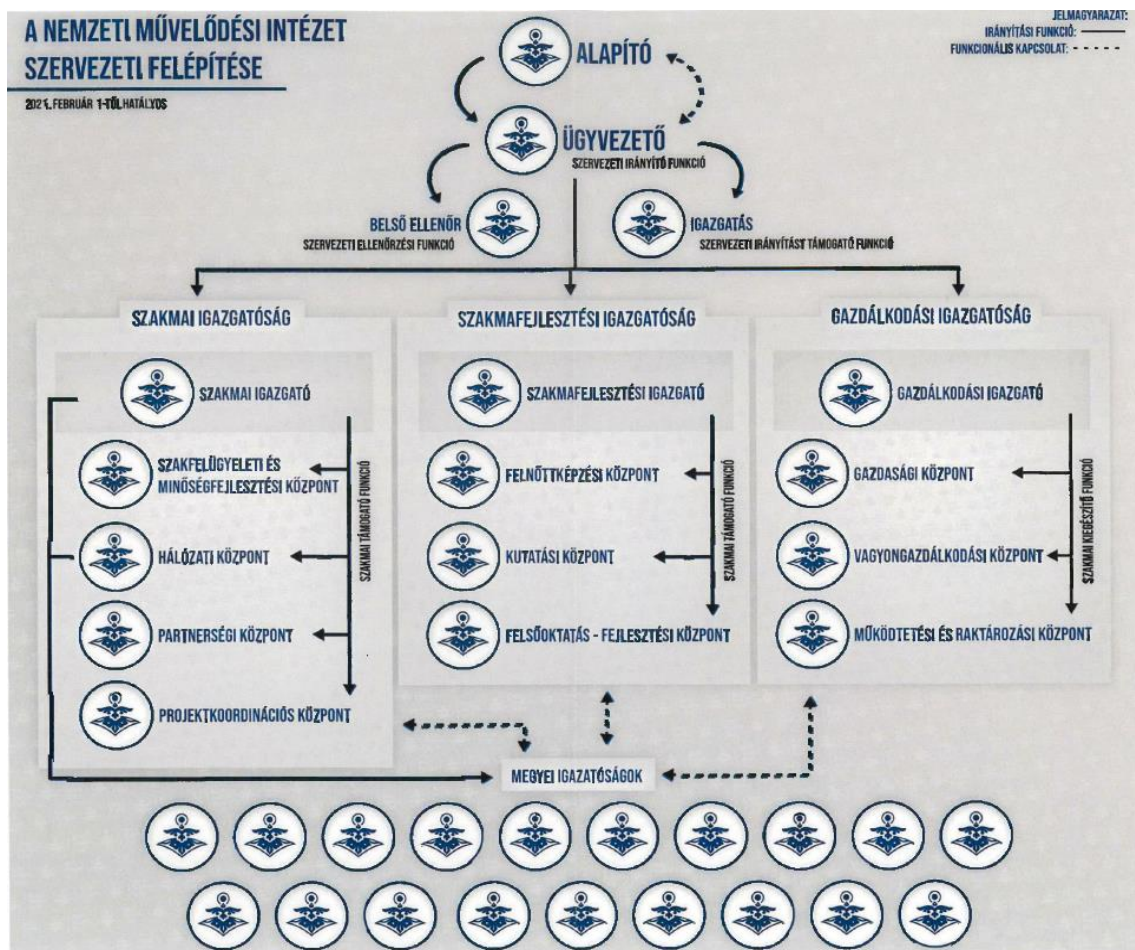
[A gazdálkodó szervezet szervezeti – jogi formája, tevékenységi köre, a szolgáltatás jellemzői, szervezeti felépítése](#)

A Nemzeti Művelődési Intézet egy gazdasági szervezet, mely közhasznú közművelődési szakmai szolgáltatási tevékenységet végez 2017. január 1-től (a kormány intézményrendszer-átalakítással kapcsolatban hozott 1312/2016. (VI.13.) Kormányrendeletet követően), székhelye: Lakitelek. A lakiteleki központ mellett, 19 megyei igazgatóság tevékenykedik az ország különböző megyéiben. A megyei igazgatóságok közötti hálózat erősíti az intézet előrehaladását és céljainak elérését. Az országos szakmai hálózaton keresztül egész a Kárpát-medencére kiterjedő szakmai fejlesztő munkát folytat.

Számos közművelődési tevékenységet végez, együttműködik az országos, a hazai és nemzetközi szakmai szervezetekkel. Szakmai műhelyeket és különböző képzéseket nyújtanak a fejlődni vágyóknak. Terület-, és vidékfejlesztést támogató kutatásokkal és fejlesztő programok elkészítésével támogatja a településeket. Közreműködik a kulturális alapú gazdaságfejlesztésben, a figyelem felhívásával a kreatív és kulturális ipari szolgáltatások fejlődésére. Statisztikai adatgyűjtést is végeznek melynek köszönhetően valóság-hű képet kapunk a társadalom állapotairól és évről évre történő változásairól.

A gazdálkodó szervezet vezetési – irányítási rendszere, döntési mechanizmusa, hatásköri megosztása, alkalmazott vezetési stílusa

A társaság ügyeinek döntésében, az utasítások és ellenőrzések joga elsődlegesen az ügyvezetőt illeti meg. A szervezet ügyvezetője: Závogyán Magdolna. Mivel az intézmény több telephellyel rendelkezik minden telephelynek megvan a saját vezetője másnéven „igazgatója”. Az igazgató az, aki ellenőrzi, hogy minden beosztott elvégezze a rá kiosztott feladatot, tisztában kell lennie mi történik a szervezetenél, felelős az országos folyamatok megyei szintű adaptálásáért és részben az ő feladata a jó légkör megteremtése. Ahhoz, hogy a munkatársak jó munkát végezzenek és megbízhatóak legyenek a vezetőnek motiválnia kell őket.



2. ábra: Nemzeti Művelődési Intézet szervezeti felépítése

Irodalomjegyzék

Internetes források:

Honlapcím:

<https://nmi.hu/> Letöltés dátuma: 2021.03.05.

Tudástár a közösségi művelődésben VI. kötet – Szervezési-vezetési ismeretek, vezetői feladatok a közösségi művelődésben:

<https://nmi.hu/wp-content/uploads/2019/02/Tud%C3%A1st%C3%A1r-VI.-Szervez%C3%A9si-vezet%C3%A9si-ismeretek-vezet%C5%91i-feladatok-a-k%C3%B6z%C3%B6ss%C3%A9gi-m%C5%B1vel%C5%91d%C3%A9sben.pdf>

Letöltés dátuma: 2021.03.05.

Nemzeti Művelődési Intézet szervezeti és működési szabályzata:

http://archive.nmi.hu/storage/files/files/SZMSZ_muvelodesi_intezet_honlap.pdf?fbclid=IwAR3tYI44zIzckURivHFLOktYW9gkLjoE2LswXOHjAZIIWRVPM1tclUV2BM

Letöltés dátuma: 2021.03.10.

Tudástár a közösségi művelődésben IV. kötet – Kulturális közösségi marketing és média ismeretek:

<https://nmi.hu/wp-content/uploads/2019/02/Tud%C3%A1st%C3%A1r-IV.-Kultur%C3%A1lis-k%C3%B6z%C3%B6ss%C3%A9gi-marketing-%C3%A9s-m%C3%A9dia-ismeretek.pdf> Letöltés dátuma: 2021.03.10.

ZÁRÓDOLGOZAT

PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG

Böröcz Annabella

Gazdálkodás és menedzsment
felsőoktatási szakképzés
Digitális üzleti szolgáltatások szakirány

Nemzeti Művelődési Intézet hatása
a helyi társadalom
önfejlesztő folyamataira

Tartalomjegyzék

| | |
|--|-----------|
| 1.Bevezetés | 2 |
| 2. Társadalmi felelősségvállalás | 2 |
| 2.1. A Corporate Social Responsibility (a továbbiakban CSR) meghatározása | 3 |
| 2.2. A CSR története, fejlődése | 3 |
| 2.3. A CSR eszközei és területei..... | 4 |
| 2.4. CSR helye a marketingben és kommunikációban | 6 |
| 3. Nemzeti Művelődési Intézet története..... | 8 |
| 4. Nemzeti Művelődési Intézet CSR kommunikációja..... | 9 |
| 4.1. Online marketing a CSR szolgálatában | 11 |
| 4.2. Nemzeti Művelődési Intézet kommunikációs eszközei..... | 12 |
| 5. Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. CSR tevékenysége | 13 |
| 5.1. Nemzeti Művelődési Intézet CSR irányelvei..... | 16 |
| 5.2. Nemzeti Művelődési Intézet CSR stratégiája | 17 |
| 5.3. Nemzeti Művelődési Intézet fenntarthatósági jelentése | 18 |
| 5.3.1. Felelősségvállalás a közösség és nyilvánosság felé | 18 |
| 6. Empirikus kutatás | 18 |
| 6.1. A Nemzeti Művelődési Intézet hozzájárulása a társadalom fejlesztéséhez | 18 |
| 6.2. Közös értékteremtés a gyakorlatban | 19 |
| 6.3. Dokumentumelemzés..... | 20 |
| 6.4. Innováció | 21 |
| 7. Összefoglalás | 22 |
| 8. Ábrajegyzék..... | 24 |
| 9. Irodalomjegyzék..... | 24 |
| 10. Mellékletek..... | 26 |

1. Bevezetés

Szakmai gyakorlatomat a Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. Vas megyei igazgatóságánál töltöttem. A mai világban egyre inkább elfogadott hozzáállás, hogy a vállalatoknak társadalmilag felelősen kell a tevékenységüket végezni. A nonprofit szervezetekről általánosságban elmondható, hogy nem haszonszerzés céljából tevékenykednek, munkájuk építő hatással van a társadalomra.

Az empirikus kutatás során szerzett adatok elemzését megelőzően bemutatom a Nemzeti Művelődési Intézetet, az általa nyújtott képzések és szolgáltatások körét, a társadalmi felelősségvállalással – mint központi témával – kapcsolatos legfontosabb fogalmakat. Végezetül számos gyakorlati példa igazolja a társadalmi felelősségvállalás áldásos hatását. Azért választottam ezt a témát mivel úgy gondolom, hogy a társadalomnak szüksége van arra, hogy a vállalatok saját gazdasági érdekeiken kívül foglalkozzanak a közösség számára fontos kérdésekkel és segítséget nyújtsanak. Ezenkívül az is motivált, hogy az intézet kifejezetten erre a területre fordít figyelmet és végzi tevékenységét.

A záródolgozat célja összességében az, hogy egyrészt részletes képet adjon a CSR fogalmáról, eszközeiről, alakulásáról és betekintést nyújtson a Nemzeti Művelődési Intézet társadalmi felelősségvállalásába. Ezenfelül szeretnék választ kapni arra, hogy a szervezetnek milyen hatása volt az évek során a társadalomra, valamint milyen új és innovatív online eszközökkel valósítják meg a programszervezést a kialakult járványügyi helyzet miatt.

A felmerülő kérdésekre a rendelkezésemre álló nyomtatott és elektronikus anyagokból szeretnék választ kapni, továbbá az intézet dolgozóival és a Vas megyei települések egy részével készített strukturált interjúk segítségével.

2. Társadalmi felelősségvállalás

A mai világban véleményem szerint egyre fontosabb szerepe van a társadalmi felelősségvállalásnak. A szakirodalom többféle meghatározást használ a társadalmi felelősségvállalás, másneven CSR meghatározására. A fogalmak összesége ugyanazt jelenti, viszont, mivel témérdek neve és arca van, nehéz is lenne egyféleképpen jellemezni, mit is jelent valójában. A bizalmat jelképezi a vállalatok és a közösség között, ezenkívül gazdasági elkötelezettséget jelent a fenntartható fejlődés felé.

2.1. A Corporate Social Responsibility (a továbbiakban CSR) meghatározása

„A vállalatok társadalmi felelősségvállalása az angol Corporate Social Responsibility kifejezésből ered. A kifejezésnek pontos és mindenki által elfogadott meghatározása nincs, azonban úgy lehet megközelíteni, hogy a vállalatok önkéntes elköteleződését jelenti a közjó fejlesztése mellett, az üzleti gyakorlaton keresztül, a cég erőforrásainak bevonásával.”³ „A CSR értelmezésére a szakirodalomban számos törekvést találhatunk, melyek az idő során egyaránt változtak és fejlődtek. A definíciók tanulmányozása során tapasztalhatjuk, hogy az értelmezés kulcselemei erőteljesen függenek a megalkotó nézőpontjától és nemzeti kultúrájától.”⁴ „Az ISO, a Nemzetközi Szabványügyi Szervezet meghatározása szerint a CSR „egy szervezetnek a társadalmat és a környezetet befolyásoló döntéseiért és tevékenységeiért tett felelősségvállalása olyan átlátható és etikus viselkedés révén, mely hozzájárul a fenntartható fejlődéshez – beleértve a társadalmi jólétet és egészséget is –, figyelembe veszi az érintettek elvárásait; megfelel az alkalmazandó jogszabályoknak és a nemzetközi viselkedési normáknak; a szervezet valamennyi területén integráltan megjelenik és a vállalat kapcsolatain keresztül érvényesíti” (ISO, 2008).”⁵

2.2. A CSR története, fejlődése

A társadalmi felelősségvállalásról szóló kutatásokat már az 1950-es évekre visszamenőleg is megtalálhatjuk. Az Amerikai Egyesült Államokból indult ki, de akkoriban még nem a vállalat felelősségét jelentette, hanem az „üzletember” személyes felelősségét hangsúlyozta. Milton Friedman az 1970-es években még úgy gondolta, hogy a vállalatok egyedül a nyereség növeléséért felelősek. A 80-as években Freeman által megjelenik és egyre ismertebbé válik a Stakeholder elmélet, melynek irányadó definíciója a következő: „Egy szervezet stakeholderei mindazok az egyének vagy csoportok, akik vagy amelyek befolyásoltak a szervezet által, illetve akik vagy amelyek befolyásolhatják annak működését.”⁶

³A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) fogalma

Letöltve: https://www.jogpontok.hu/kiadvanyok/A_vallalatok_tarsadalmi_felelossegvallalasanak_CSR_fogalma.pdf (2021.04.09.)

⁴ Berkesné Rodek Nóra- CSR EMAT-A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának kiválósági menedzsment és értékelési eszköze Doktori (Ph.D) értekezés, 2018 Letöltve: http://real-phd.mtak.hu/705/1/Berkesne_Rodek_Nora_dissertation.pdf (2021.04.09.)

⁵ Braun Róbert (2016): Vállalati társadalmi felelősségvállalás (Digitális kiadás.) Budapest: Akadémia Kiadó. Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj108vtf_6#dj108vtf_6 (2021.04.09.)

⁶ http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1000/1/vt_1994_Zsolnai.pdf

Az emberek ebben az időben kezdtek egyre jobban odafigyelni a környezettudatosságra a közös jövő érdekében. 1990-ben a vállalati fenntarthatóság, mint új koncepció kerül előtérbe. A vállalatok életében hangsúlyos lesz a társadalmi normáknak való megfelelés, a gazdasági versenyképesség és a környezet védeleme. Ebben az időben jelenik meg stratégiai CSR koncepció, azaz a szervezetek a hosszú távú célok támogatását kezdik hangsúlyozni. *„A XXI. sz. elején már kevés kutató kérdőjelezi meg a társadalmi felelősségvállalás és a versenyképesség közötti pozitív korrelációt. Ezt a kapcsolatot alapvetően 3-féle módon lehet megközelíteni. Ezek közül az első és egyben legnépszerűbb az az álláspont, mely szerint a társadalmilag felelős cégek jövedelmezőbbek. A második megközelítés szerint a jövedelmezőség az, ami a társadalmi felelősségvállalásra motiválja a vállalatokat, és csak azok a vállalatok aktívak a CSR területén, amelyek profitábilisan tevékenykednek. A harmadik álláspontot képviselők pedig azt állítják, hogy a társadalmi felelősségvállalás és a jövedelmezőség között interaktív kapcsolat áll fenn.”*⁷ Bár más módon közelítik meg, abban mind egyetértenek, hogy a társadalmi felelősségvállalás és a pénzügyi teljesítmény között szoros a kapcsolat. A stratégiai CSR-nek köszönhetően a vállalatoknak nem kell az összes társadalmi problémára fókuszálniuk, elég, ha találnak egy olyan problémát, amire a legjobb megoldást tudják nyújtani és versenyelőnyük származik belőle. Az évek elteltével egyre elfogadottabb és természetesebb lett az emberek számára a CSR.

2.3. A CSR eszközei és területei

A CSR-nek rengeteg eszköze ismert, ezért elég nehéz lenne őket röviden leírni. Több katalógus is készült a CSR – eszközök felsorolására, én most az Európai Unió katalógusát szeretném kiemelni, amely 5 csoportba sorolja az eszközöket:

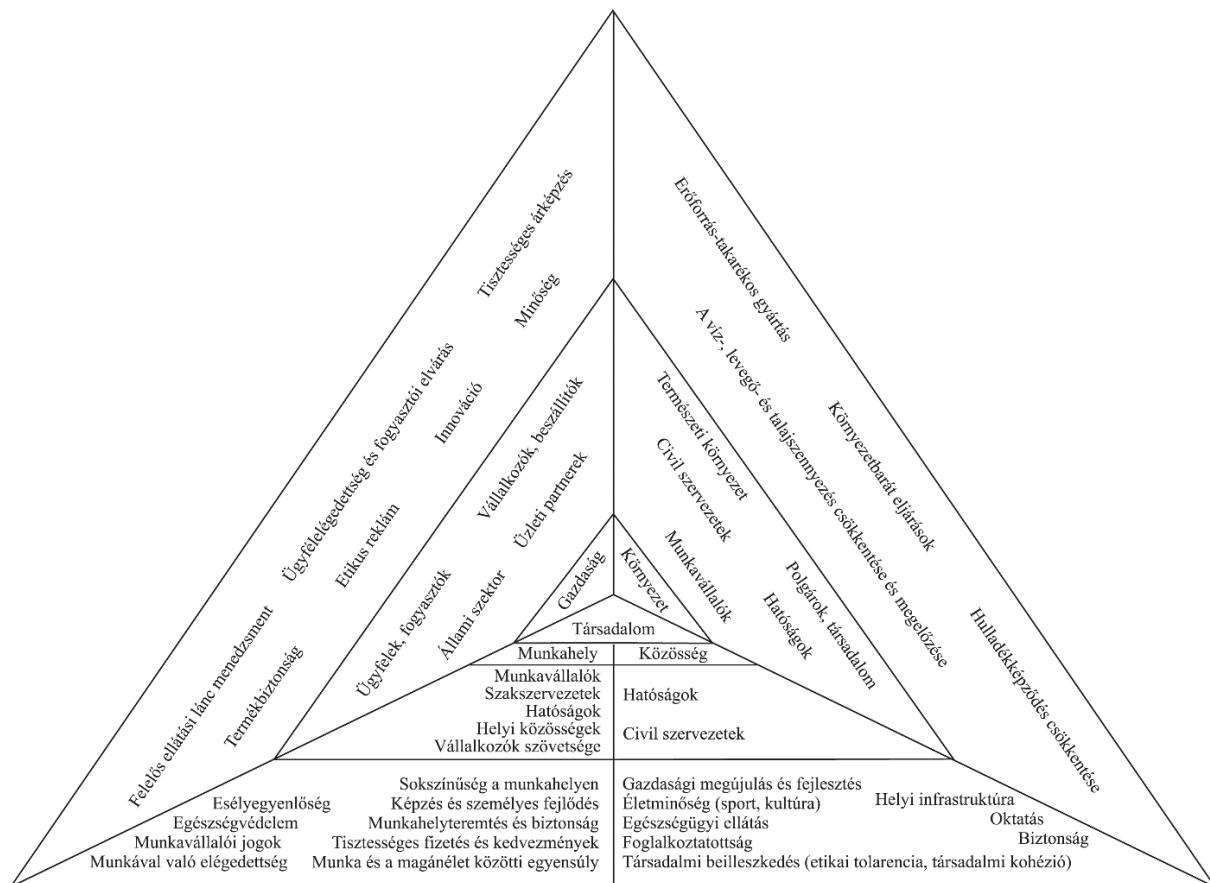
- 1. Magatartási irányelvek
- 2. Vállalatirányítási szabványok
- 3. Jelentések
- 4. Címkék, azaz terméktanúsítványok
- 5. Társadalmilag felelős befektetések

⁷ <https://repozitorium.omikk.bme.hu/bitstream/handle/10890/780/ertekezes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
Letöltve: 2021.04.09.

„A Zöld könyv alapján a CSR 5 fő területe: emberi erőforrás menedzsment, azaz a munkavállalók iránti felelősség; a fogyasztók; partnervállalatok és beszállítók; a környezetvédelem; és a helyi közösségek iránti felelősség.

Az Európai Bizottság jelentése a CSR-t illetően a következő gazdasági tématerületeket jelölte ki: felelős ellátási lánc menedzsment (supply chain management), minőség, innováció, termékbiztonság, tisztességes árképzés, ügyfélelégedettség és fogyasztói elvárások, etikus reklám.”⁸

A vállalati felelősségvállalásnak három fő tevékenységi területe van: társadalmi, gazdasági, környezeti, melyek a háromszög legbelső részén helyezkednek el. A következő szinten találhatóak a stakeholderek, ahogyan az ábra is mutatja. A külső szinten találhatóak azok az alternatívák, melyekkel a vállalatok segíteni tudják a társadalmat.



3. ábra: A CSR fontos stakeholder csoportjai és területei
 Forrás: Piskóti István (2016): Businessmarketing-menedzsment

⁸ Piskóti István (2016): Businessmarketing-menedzsment [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789630597555> Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj106bm_47_p13#dj106bm_47_p13 (2021.04.21.)

2.4. CSR helye a marketingben és kommunikációban

A CSR és a marketing között szoros kapcsolat van, a CSR-nek fontos a jó marketing és a kommunikáció. Viszont ugyanez fordítva is igaz a marketingre, mivel komoly társadalmi felelősséggel rendelkezik a mai világban. A nemzetközi szakirodalomban találkozhatunk olyan kulcsszavakkal, melyek a kettő közötti kapcsolatot bizonyítják. Ezek közül kettőt szeretnék most kiemelni: a *social marketing* és *societal marketing*. „A *social marketing*, legjobb fordítás szerint társadalmi célú marketing, a szociális vállalkozások által alkalmazott marketing eszközrendszer. Hasonlóan a magyar szakmai nyelvben is elterjedt társadalmi célú reklámhoz (TCR), itt is nonprofit célokat szolgál, társadalmi problémák megoldására született, vagy azt célzó szervezetek eredményességét hivatott segíteni. Utóbbi tehát csak abban különbözik a marketingtől, hogy nem egy terméket/szolgáltatást kíván értékesíteni, hanem egy társadalmi problémát megoldani, legtöbbször úgy, hogy a társadalom tagjai körében magatartásváltozást érjen el.”⁹ A klasszikus marketing mellett megjelent a holisztikus marketing.

„A holisztikus marketingkonceptió olyan marketingprogramok, -folyamatok és -tevékenységek kidolgozására, tervezésére és megvalósítására támaszkodik, amelyek elismerik a feladatok jelentőségét és kölcsönös függőségét. A holisztikus marketingfelfogásban marketingszempontról minden számít, és gyakran szélesebb, integrált perspektívára van szükség. A holisztikus marketing tehát felismeri és összehangolja a tevékenységek hatáskörét és bonyolultságát.”¹⁰

⁹ Gyulavári T.: A CSR helye a marketing elméletben [Felelős marketing–MOK 17. országos konferenciája 2011. augusztus 29-30.] – p.:5-6. (Letöltve: 2021.04.22.)

¹⁰ Keller, Kevin Lane–Kotler, Philip (2016): *Marketingmenedzsment* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597784> Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj183m_36_p2#dj183m_36_p2 (2021.04.22.)



4. ábra: A holisztikus marketing dimenziói
 Forrás: Keller, Kevin Lane–Kotler, Philip (2016):
 Marketingmenedzsment

A CSR kommunikációs oldala is fontos szerepet kap, hiszen a vállalatok részéről elengedhetetlen, hogy ne tájékoztassa a vevőit, partnereit, befektetőit a társadalmi szerepvállalásáról. Ellenben nem egyenlő a PR-rel és a reklámmal sem. Sas István: Reklám a jóért című könyve nagyon jól bemutatja, hogy mit is értünk Társadalmi Célú Kommunikáció alatt.

„Társadalmi Célú Kommunikációnak a következő területekből áll:

- Társadalmi célú információ (TCI)
- Társadalmi célú tájékoztatás (TCT)
- Társadalmi célú kommunikáció (TCK)
- Társadalmi célú hirdetés (TCH)
- Társadalmi célú reklám (TCR)¹¹

Bár a CSR a kommunikáció részét képezi nem szabad elfelejteni, hogy a tetteken van a hangsúly és nem az eszmecserén.

¹¹ Hetesi Erzsébet–Veres Zoltán (2016): *Nonbusiness marketing* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597494> Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj158nm_140_p7#dj158nm_140_p7 (2021.04.22.)

3. Nemzeti Művelődési Intézet története

A Nemzeti Művelődési Intézet országos szerepkörű közművelődési módszertani fejlesztő csúcsszervezet. Működését az Emberi Erőforrások Minisztériumával kötött közfeladatellátási szerződés segíti, az 1997.évi CXL. törvény alapján, amely a muzeális intézményekre, a nyilvános könyvtári ellátásra és a közművelődésre vonatkozik.¹²

Egészen 2011-ig a Nemzeti Művelődési Intézet közvetlen jogelődje a Magyar Művelődési Intézet és Képzőművészeti Lektorátus (a továbbiakban: MMIKL) néven alapított szervezet volt. Az MMIKL életében elhúzódó válsághelyzet hozzájárult a szervezet állapotának tarthatatlanságához. A kialakult helyzet miatt a vezetőknek új stratégiát kellett kidolgozni, ami megmentheti a szervezetet és magát a közművelődési szakmát is. 2012. októberétől az intézmény Nemzeti Közművelődési és Közgyűjteményi Intézet, majd az alapító okirat módosítását követően 2013. április 1-től Nemzeti Művelődési Intézet néven működött. 2013. tavaszára 19 megyei irodával bővült, melyek rövidesen egységes koncepció mentén, azonos szakemberlétszámmal, megnyugtató infrastruktúrával és költségvetéssel kezdhettek neki a szakmai feladatok megvalósításának. A Nemzeti Művelődési Intézet belső képzéseinek, csapatépítő tréningjeinek, 2012. ősztől a Lakiteleki Népfőiskola adott otthont. A Nemzeti Művelődési Intézet módszertani munkájának középpontjában a helyi társadalom fejlesztése, főként a helyi értékek feltárása, élővé tétele és társadalmi hasznosítása, emellett a közösségek, közösségek „lámpásainak” és a közösséggel foglalkozó szakemberek megerősítése és az egyéni szociokulturális törekvések felkarolása került. Legfőképpen az ifjúságot, a közművelődés szempontjából ellátatlan kistelepüléseket, szociális és társadalmi hátrányokkal küzdő lakosságot tartja szem előtt. Működése hozzájárul a közcélok és közfeladatok megvalósításához. Célja a Kárpát-medencei magyar közművelődés tartalmi, módszertani és minőségi fejlesztése, a kormányprogramban megfogalmazott társadalom- és gazdaságfejlesztési, valamint munkahelyteremtési célok érvényesítése, megvalósítása. Számos módszertani mintaprogramot hoz létre és tesz közhasznúvá helyi, megyei és országos szinten, valamint a határon túli magyar területeken egyaránt.

¹² A Vas Megyei Igazgatóság vezetőjének a segítségével íródott

A Nemzeti Művelődési Intézet 2013-2014-es évben innovatív mintaprogramként megvalósította az I. Kulturális Közfoglalkoztatási Program nevezetű programot, melyben 4000 fő álláskereső vett részt. A II. Kulturális Közfoglalkoztatási Programra 2014-2015-ös évben került sor, melyben az első program tovább gondolásának köszönhetően 4522 fő bevonásával valósult meg.

A program harmadik üteme már egy teljes éven át folyt (2015-2016), az ország közel kétezer településén élő 6100 álláskereső számára biztosított átmeneti foglalkoztatást. A IV. Kulturális Közfoglalkoztatási Program 2016. március 1-jén indult és 2017. február 28-ig tartott. A Nemzeti Művelődési Intézet mára 4000 partnerszervezettel együttműködve végez fejlesztési tevékenységet a kultúra és közösségi művelődés, a helyi gazdaság és turisztika, valamint a kreatív iparágak területén. A települések nagy részét támogatja a közösségi fejlődésük elérésében, emellett képzéseik segítségével biztosítja a társadalom előrehaladását. Az előd intézmények által közel hetvenéves múltra visszatekintő intézet meggyőződése, hogy az önmaga életminőségéért felelős helyi társadalom hozzájárul a gazdag nemzeti kultúra fennmaradásához.

4. Nemzeti Művelődési Intézet CSR kommunikációja

A szervezetek számára fontos a megfelelő kommunikációs háttér kialakítása. A Nemzeti Művelődési Intézet évről évre új hosszú távon is alkalmas innovatív ötleteket igyekszik kialakítani ezen a téren. 2012-ben volt a Művelődési Intézet külső és belső kommunikációjának átvilágítása, ami nagy változást hozott a szervezet számára. Technológiában, tartalomstruktúrában és arculati formában is tovább kellett lépni a társadalmi elvárások érdekében. Kitüntetett szerepet töltött be az online felületek egységes intézeti csúcsportállá történő integrálása, a Szín Községi Művelődési folyóirat szakmai lappá történő átszervezése és az egységes arculat megteremtése. A Szakmai Igazgatóság feladata összeállítani az intézet kommunikációs és PR arculati tervét és stratégiáját is. Azt gondolom minden, vállalatnak, szervezetnek kell lennie egy saját logójának, amely jelképez valamit, akár a társaság foglalkozásáról. A Nemzeti Művelődési Intézet védjegye a szilárd, értékközpontú elkötelezettség, és az innováció. A magyar nemzeti kultúra értékörző és teremtő munkáját összefoglalva igyekezett megalkotni a logóját.



Nemzeti
Művelődési
Intézet

„A védjegy három szimbólum egységét foglalja magában:

- *a táj/anyaföld, a Föld horizontja;*
- *madár, mely a felemelkedés, a szárnyalás jelképe. A madár az ég és föld között szárnyal, így válik közvetítővé ember és a felső világ között.*
- *Nap, amely az életet adó fényt és az egységet jeleníti meg.*

Az önmegvalósítás, a közösségépítés, az alkotás öröme, melyet a népviseletbe öltözött lány figurája jelenít meg.”¹³

Az elmúlt évek során a logó több formában is megjelent: magyar és angol nyelvű roll up-ok, sajtófal, mappák, tollak, jegyzettömbök, bögrék, kitűzők és temérdek más felületen megtalálhatók. Az országos hálózatnak köszönhetően 3155 településen vált ismertté.

A fenntartható fejlődés érdekében fontos a kommunikáció, hiszen a szervezet ezáltal tudja meg, mire is van szüksége az embereknek. A Nemzeti Művelődési Intézetek a szolgáltatások és képzések indításával támogatja a helyi társadalmat önfejlesztésük elérése érdekében. Igyekszik minden településnek megmutatni saját erősségét, és a hagyományok megőrzése mellett korszerű céljaik megvalósítását is támogatja. Fontosnak tartja az intézet, hogy a fiatalok számára is vonzóvá tegye a kulturális örökségek megőrzését, ezért ez egyszerre igényel múlt-, és jövőorientációt.

¹³ Nemzeti Művelődési Intézet: Változások vonzásában I., Felelős kiadó: Kárpáti Árpád főigazgató, 2016 (158. old.)

CSR kommunikációjának legfontosabb elemei:

- Fenntartható fejlődés
- Innovációk iránti érdeklődés
- Hagyományok megőrzése
- Társadalom-, és közösségépítő képzések
- Alkalmazottak megbecsülése, jutalmazása
- Települések fejlesztésének támogatása
- Szakmai napok és fórumok szervezése
- Szakmai segítségnyújtás a forrásteremtéshez
- Mintaprogramjai révén segíti a helyi társadalmat

4.1. Online marketing a CSR szolgálatában

A mai világban különös lenne azt hallani egy cégtől, hogy nem használja az internetet saját termékei/szolgáltatásai reklámozására. Hiszen előnyére szolgál, hogy lehetséges rajta az azonnali visszajelzés mind a vállalat és a fogyasztó részéről is. Azonban, mint mindennek a világhálónak is megvannak az előnyei és hátrányai egyaránt. A vállalatok saját weboldaluk által könnyebben el tudják érni az embereket, emellett pillanatok alatt tudják frissíteni, változtatni az oldalt. Ugyanez akár hátránnyá is válhat, ha a társaság rugalmatlan, nem hajlandó a változtatásra és nem él a lehetőségekkel.

A társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos kommunikáció jövője az internetben rejlik. A vállalatok fórumokon, blogokon be tudják vonni az embereket a döntéshozatalba, kikérhetik az érintettek véleményét és gyors visszajelzést kapnak.

A Nemzeti Művelődési Intézet online eszközei:

- Saját weboldal
- Facebook honlap
- Instagram honlap
- Digitális folyóiratok
- Letölthető kiadványok

4.2. Nemzeti Művelődési Intézet kommunikációs eszközei

Többféle kommunikációs eszközzel rendelkezik, melyek között vannak hagyományos és új fajták is. A továbbiakban néhány fontosabb eszközt szeretnék részletesebben bemutatni.

Szín Közösségi Művelődési folyóirat:

A folyóirat kiadója a Nemzeti Művelődési Intézet. Elsősorban a közművelődési szakmában dolgozók, valamint a kulturális és a közösségi folyamatok iránt érdeklődő olvasóknak készült. A kiadványban található a közösségi művelődés aktuális folyamatai mellett jó gyakorlatokat, érdekes programokat és figyelemreméltó projekteket. Ezenkívül rendszeresen közöl portrékat, nyilvánosságot biztosít maradandó értéket képviselő rendezvényeknek és közösségi kezdeményezéseknek. Mivel számos fontos dologgal foglalkozik a lap, ezért a kulturális szakember képzésen résztvevők és a közösségszervező szakon tanulók szakirodalom forrásként is használják.

Kulturális Szemle:

„A Művelődési Intézet Interdiszciplináris online folyóirata. A kulturális értékek, hagyományok és újítások bemutatásával és elemzésével foglalkozik. Betekintést nyújt a tudományos relevanciával bíró fontos kutatásokról, tanulmányokról, konferenciákról és műhelymunkákról. A kötetekben megjelenő témák leginkább a Kárpát-medencei magyar térséghez kötődnek. Fő szerzői egyetemi oktatók, doktoranduszok, felsőoktatási hallgatók, kutatók és a kulturális színterekben dolgozó szakemberek. Online formában jelenik meg ezzel is azt a célt szolgálva, hogy minél több emberhez elérjen.”¹⁴

Letölthető kiadványok:

A Nemzeti Művelődési Intézet honlapjáról egyszerűen hozzáférhetünk olyan kiadványokhoz, folyóiratokhoz, melyeket az intézmény letölthetővé tett a nyilvánosság számára. 2017-től az Emberi Erőforrások Minisztériumának támogatásával létrehozta a Tudástár a közösségi művelődésben sorozatot, az elektronikus tananyag segíti a képzések tanulási folyamatait. A tananyagok jól hasznosíthatók különböző szakemberképzések fokozatain, de akár érdekesség gyanánt is elolvashatóak, ha szeretnénk tisztában lenni a közművelődésben zajló helyzettel.

¹⁴ <http://www.kulturalisszemle.hu/kuldetesnyilatkozat>

Eseménymarketing:

A hagyományos kommunikációs csatornákon kívül az intézmény eseménymarketing elemmel népszerűsítette magát. Az értékőrző és regionális rendezvények híres eleme volt egy 6x10 méter nagyságú, megyehatárokat jelölő Magyarországtérkép, ezenfelül egy bőrkötéses, kézműves technikával előállított hatalmas album, amely a Magyar Értékek Vándortérképe és Vándorkódexeként járta az országot. A rendezvényeken résztvevők a térképen hagyhatták a kézlenyomatukat ezzel is jelképezve, hogy számukra az értékek jelentik a közösség egységének és erejének az alapját. Nevüket vagy éppen gondolataikat is leírhatták a témával kapcsolatban. Jelenleg Hungarikum játszóház, Érték-puzzle, Hungarikum piramis, Óriás kirakókocka, társasjátékok és kifestők színesítik a palettát.

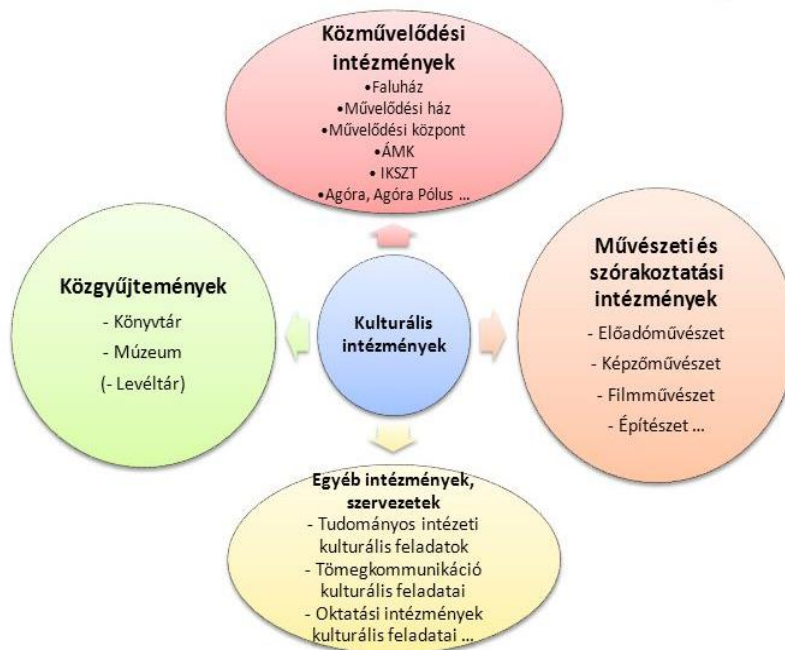
Nemzeti Művelődési Intézet honlapja:

A Nemzeti Művelődési Intézet minden korszerű szervezethez hasonlóan az interneten is jelen van. Saját weboldallal rendelkezik melyen pontos leírást kapunk a társaságról, elérhetőségeiről és programjairól. A honlap friss hírekkel szolgál a közösségi életben történt eseményekről, rendezvényekről, különböző projektekről, konferenciákról. Ismertetőt ad az intézmény által induló képzésekről, szolgáltatásokról és statisztikai adatok is rendelkezésre állnak a társadalom állapotáról.

A portál jó kommunikációjának köszönhetően az érintettek mindig tisztában tudnak lenni az őket érintő ügyekkel kapcsolatos dolgokról, és lehetőség van könyvek vásárlására ezzel is támogatva a tanulókat.

5. Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. CSR tevékenysége

Mivel olyan intézményről van szó, ami társadalmi szolgáltatás, és nem üzleti, sokkal nehezebb meghatározni a szervezet céljait, mint egy üzletszerű vállalkozásét, aminek elsődleges célja a profitszerzés. A nonprofit szervezetekkel szembeni elvárásrendszer jóval összetettebb, ezáltal a különböző célok, megeshik, hogy egymásnak ellentmondóak lehetnek. A kulturális szervezetek nagy részének egyszerre kell szolgálnia a közjót és a társadalom számára elérhető szolgáltatásokat kell nyújtania, de ezek mellett követelmény a bevétel növelése. A Nemzeti Művelődési Intézet jónéhány tevékenységének fókuszában a helyi közösség identitásának megerősítése, a helyi jellegzetességekre és erősségekre építő szerteágazó társadalmi, gazdasági és kulturális újítás áll. Foglalatosságai a határon túli magyar lakta területekre is hatással vannak.



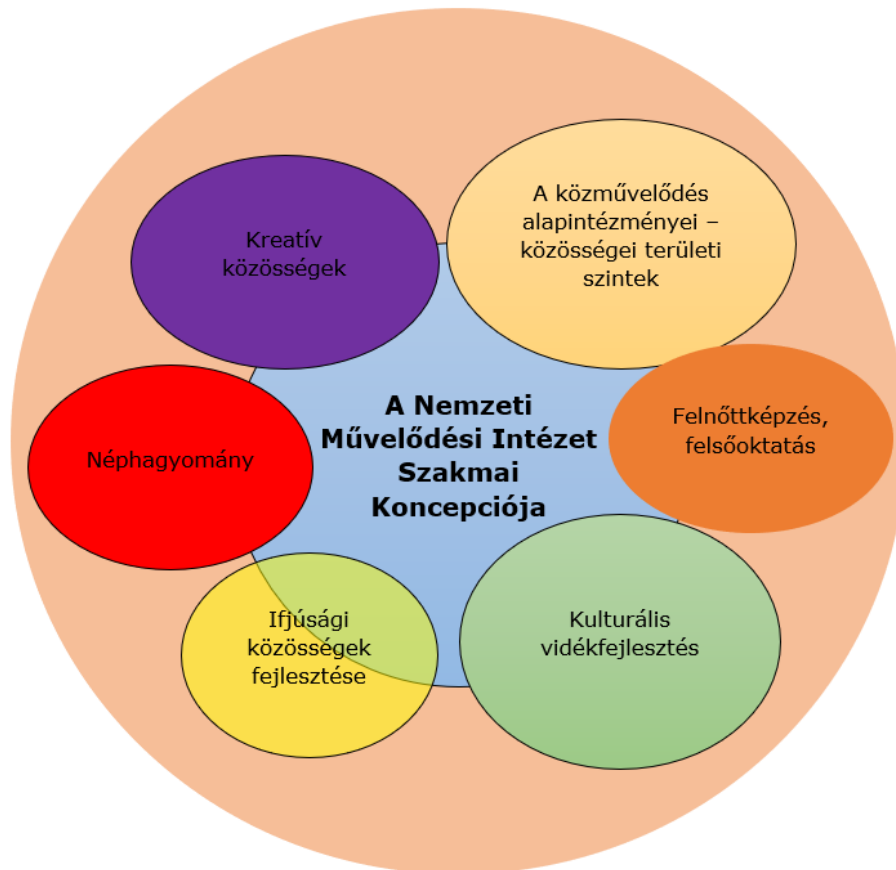
5. ábra: Kulturális intézmények tevékenységei
 Forrás: <https://slideplayer.hu/slide/3149111/>

Az 1997. évi CXL. törvény szerint állami támogatásban a következő közfeladatok részesülnek:

| KÖTELEZŐ TEVÉKENYSÉGEK | SPECIÁLIS TEVÉKENYSÉGEK |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| Elemzések | Együttműködések |
| Fejlesztő programok | Kulturális alapú gazdaságfejlesztés |
| Szakmai műhelyek | Amatőr művészet |
| Innovatív kezdeményezések | Népművészeti tevékenység |
| Felnőttképzés | Hagyományőrzés |
| Közösség építés szakmai támogatása | Honismeret, helytörténet |
| Információs szolgáltatás | Anyanyelvápolás |
| Területi értéktárak összeállítása | Szakmai kiadványok megjelentetése |
| Szakmai képzések | |

1. táblázat Állami támogatásban részesülő közfeladatok
 Forrás: Nemzeti Művelődési Intézet: Változások vonzásában I.

2013 januárjától a megyei feladatokat már ebben a rendszerben végezte a Művelődési Intézet. A Nemzeti Művelődési Intézet alapvető funkciói: közvetít, összeköt, szervez – működtet, kezdeményez – fejleszt és képvisel. Mivel a szervezet tevékenysége sokrétű, középpontjában pedig a közösségépítés és a közösségekkel foglalkozók támogatása áll, úgy gondoltam nem részletezem mindet, csak a lényegesebbeket.



6. ábra: A Nemzeti Művelődési Intézet szakmai koncepciója
 Forrás: <https://slideplayer.hu/slide/3149111/> alapján, saját szerkesztés

Oktatás:

A változó és folyton fejlődő világban fontos hozzásegíteni az embereket, hogy a mai korban elvárt kompetenciáik fejlődjenek. A különböző képzések segítenek abban, hogy haladni tudjunk az idővel és akár új lehetőséget nyújtanak a munkavégzés során. A Nemzeti Művelődési Intézet számára fontos, hogy a közösségek felismerjék saját értékeiket, és segít a lehetőségek megfelelő kihasználásában. Az intézet által nyújtott képzések: szakmai képzések (felnőttképzési tevékenység, felnőttoktatás, felsőoktatás), közösségi művelődés, szakemberképzés, és támogatott képzések. Biztosítja a közművelődés területén dolgozók szakmai kompetenciáinak fejlesztését. Az elméleten kívül a képzésre jelentkezők részt vehetnek műhely-foglalkozásokon, ahol a gyakorlati feladatokkal ismerkednek meg.

Közösségi művelődés, közösségfejlesztés:

A Nemzeti Művelődési Intézet tevékenységébe tartozik a közösségfejlesztés eszközeinek bevonásával végzett helyi társadalomfejlesztés a halmozottan hátrányos helyzetű térségekben és rétegekben. A közösségi művelődés eszközrendszere biztosítja az ország több részén az esélyegyenlőséget és a kulturális javak gyarapítását. A közművelődési innovációk kialakításával segíti a gazdaságfejlesztését. A közösségi művelődésben résztvevők élethelyzetének növelését módszertani tanácsadással és mintaprojektekkel igyekszik megvalósítani a szervezet. A mintaprojektek emellett hozzájárulnak még a települések kulturális, gazdasági és társadalmi lehetőségeinek kialakításához. Kísérleti programokat dolgoznak ki melyek a létkultúra és munkakultúra fejlesztését is szolgálják.

Programok:

A kulturális vidékfejlesztés céljainak elérése érdekében modell programokat kezdeményez és valósít meg az intézet. Kulturstratégiai intézményként segíti a helyi településeket a közművelődési pályázatok elkészítésében, hogy azok jogszerűek legyenek. Támogatja a tájházak, irodalmi emlékhelyek és a népművészeti alkotóházak programjainak fejlesztését. A közművelődési programok rendezésével lehetőséget ad a lakosságnak, a falunapokon és egyéb rendezvények mellett közösségi-kulturális eseményeken való részvételre. Ilyen rendezvény volt például, a „Kapunyitogató” programsorozat. A 2013-ban indult kezdeményezés célja, hogy azokon a lakóhelyeken, ahol a közösségi színtér bezárt, néhány napra kinyíljon, és az ott lakók megélhessék közösségi létüket. Hasonló módszertani mintaprogramok még: a hímzőkultúra újraéledésének céljaként az „Újra öltünk és örökítünk”, és a „Pajtaszínház”, mely az amatőr színjátszás támogatása érdekében valósult meg.

5.1. Nemzeti Művelődési Intézet CSR irányelvei

Minden szervezet számára hasznos, ha van tudatosan felállított irányelve. Az irányvonal által tudja a szervezet, hogy miként kell egy adott ügyet kezelni és a célt elérni. A Nemzeti Művelődési Intézet irányelvének kialakításakor a társadalmi felelősségvállalás került a középpontba. A társadalomépítő, gazdaságfejlesztő célok megfogalmazásakor és megvalósításakor figyelembe veszik a közösségek megmozdulásait. Az a fő célja, hogy előre mozdítsa a társadalom fejlődését, és ezáltal képesek legyenek az emberek saját jövőjüket alakítani.

A szervezet célja az is, hogy megszólítsa a fiatalokat különböző kezdeményezésekkel, akciókkal, így az ifjúság fókuszába kerülhet a közművelődés, a közösségekben való gondolkodás. Bár a Nemzeti Művelődési Intézet fizikai környezetre való összpontosítása nem tartozik a kiemelten környezetterhelő szervezetek közé, a dolgozók törekednek a környezetükre is odafigyelni.

A társadalmi környezetre viszont nagyobb hangsúlyt fektet az intézet. A partnerekkel kialakítandó bizalom és folyamatos kommunikáció az intézet egyik olyan irányelve, melynek nagy jelentőséget tulajdonít.

- Belső szerepvállalás: ahhoz, hogy a szervezet megvalósíthassa a kitűzött céljait szükség van arra, hogy a munkavállalók motiváltak és elszántak legyenek.
- Felelősségvállalás a közösség felé: a szervezet tevékenységében elsőrangú funkciót tölt be a társadalmi felelősségvállalás. A képzések és projektek támogatják az emberek fejlődését.

5.2. Nemzeti Művelődési Intézet CSR stratégiája

A Művelődési Intézet stratégiai tervezésének az alapját a folytonos változások igénye, az ezekhez a változásokhoz szükséges alkalmazkodás képességeinek a kialakítása, és a sokrétű összetartás határozta meg. A Szakmai-, Szakmafejlesztési-, és Gazdálkodási Igazgatóság egyaránt közreműködik az intézet és közművelődési szakma stratégiai célkitűzéseinek kialakításában, amelynek végső meghatározása az ügyvezető hatásköre.

Kutatásom során interjút készítettem a Nemzeti Művelődési Intézet Vas Megyei Igazgatóság vezetőjével. Szerettem volna jobban megtudni, hogy a fenntarthatóság érdekében a szervezet milyen stratégiát követ. Éles Krisztina a következőképpen válaszolta meg: *„A Nemzeti Művelődési Intézet valamennyi stratégiai célkitűzése abba az irányba mutat, hogy jövőépítő közösségek jöjjenek létre, a keresztény nemzeti értékek mentén erősödjön a társadalmunk, amelynek értékeinek központjában áll többek között a természeti, környezeti fenntartása, megtartása is. A proaktív tevékenységet, innovációt az intézet szakmailag felkarolja.”*

A megyei igazgatóságok előljáróinak ismerni kell a településeket és egy olyan stratégiát kialakítani, melyben a következő generáció jövőjét is tudják támogatni.

5.3. Nemzeti Művelődési Intézet fenntarthatósági jelentése

Ebben a fejezetben a Nemzeti Művelődési Intézetnek a fenntartható fejlődéssel kapcsolatos tevékenységét mutatom be a Vas megyei igazgatóság dolgozóival és vezetőjével készített interjúm során kapott válaszok feldolgozásával. Kutatásom célja az volt, hogy kiderítsem, az intézet dolgozói hogyan látják a fenntartható fejlődést és mennyire vannak tisztában a társadalmi felelősségvállalás fontosságával.

A strukturált interjú kérdéseire adott válaszok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a munkavállalók pontosan ismerik a társadalmi felelősségvállalás jelentését, és munkájuk során ennek szellemében dolgoznak.

5.3.1. Felelősségvállalás a közösség és nyilvánosság felé

Az igazgatóval való beszélgetésem során kitértem arra is, hogy milyen CSR/fenntarthatósági képzéseket, illetve programokat valósít meg az intézmény. A válaszból kiderült, hogy bár képzések nincsenek közvetlen a fenntarthatósággal kapcsolatban, azonban műhelyeket szerveznek a fenntarthatóság alaposabb megismertetése érdekében. Az országos programsorozatok és megyei mintaprogramok arra ösztönzik az azon résztvevőket, hogy tudatosan és felelősen alakítsák a jövőjüket. A fiatalok oktatása egyik nagyszerű példája a felelősségvállalásnak.

6. Empirikus kutatás

Jelen fejezetben bemutatom, mely módszertani eszközök segítségével tártam fel, hogy a Nemzeti Művelődési Intézetek által kialakított – fentiekben ismertetett – stratégia, koncepció milyen tevékenységekben ölt testet a társadalmi felelősségvállalásra és fenntartható fejlődésre vonatkozóan, és ennek milyen hatása van a társadalomra nézve. Kérdőíves felmérést alkalmaztam, strukturált interjúkat készítettem, dokumentumok szövegeiből szereztem információkat, és mindezek eredményeit elemeztem.

6.1. A Nemzeti Művelődési Intézet hozzájárulása a társadalom fejlesztéséhez

Kérdőív segítségével vizsgáltam, melyet a Nemzeti Művelődési Intézet Vas megyei igazgatóságának látókörébe tartozó települések közül 17-en töltöttek ki. A kérdőívek válaszait az alábbi témacsoportok szerint elemeztem: kulturális forráslehívások a településeken és a Nemzeti Művelődési Intézet által megvalósult programok.

A válaszadók mindannyian közművelődési asszisztensként dolgoznak az intézetnél és jó kapcsolatban állnak egymással. A megkérdezett települések 17,6%-nál 2010 óta nem történtek olyan kultúrát érintő forrásle hívások melyek hozzájárultak volna a fenntartható fejlődéshez. Azok a helységek, melyeken volt forrásle hívás a válaszadók többsége a következőket írta: programok szervezése, felújítási pályázat, eszközbeszerzés. A programok és felújítások hozzájárultak, hogy az emberek aktívabbak legyenek és szorosabb kapcsolat alakuljon ki közöttük.

A kérdés, amely által választ kapunk az intézet társadalom fejlesztő munkájára az volt, hogy a Nemzeti Művelődési Intézet által valósult-e meg program szervezés és milyen programról van szó. Az interjúk kitöltők 47,1%-a válaszolt igennel, mivel nem az összes települést kérdeztem meg ez az arány nem mutatja meg teljesen a szervezet hozzájárulását a társadalom fejlesztéséhez. Viszont a válaszadók a következő programokat említették melyekhez hozzájárult:

- Költészet napja
- Magyar Kultúra Napja
- Közösségek Hete
- Kapunyitógató program
- Közművelődési találkozó
- Rendezvényfotózási oktatás
- Vas megyei civilek találkozója
- Honismereti Műhelysorozat

Úgy gondolom, a fent említett programok nagy része társadalomformáló hatással bír, mivel nincs korhoz kötve, bárki részt tud rajtuk venni és az embereket arra ösztönzi, hogy összekovácsolódjanak, ismerkedjenek, továbbá kimosduljanak a komfortzónájukból.

6.2. Közös értékteremtés a gyakorlatban

Előre összeállított kérdések alapján interjúkat készítettem a Vas megyei igazgatóság 7 dolgozójával és vezetőjével. Az interjúkat a járványhelyzetet figyelembe véve elektronikus formában készítettem el a gyakorlatom során. A kapott válaszokat egyfelől a *társadalmi felelősségvállalásnak*, másfelől a *fenntartható fejlődésnek* a Nemzeti Művelődési Intézet keretében betöltött speciális szerepe köré csoportosítva elemeztem.

Az interjúra adott válaszokból levont következtetésemet már korábban kifejtettem. Örülök, hogy a munkavállalók lelkiismeretesen foglalkoznak a társadalom jövőjével és gondolnak a következő generációra is. A következő fejezetben szeretném egy szervezett program példáján keresztül bemutatni és elemezni, miként is valósult meg a közös értékteremtés a gyakorlatban.

6.3. Dokumentumelemzés

A Nemzeti Művelődési Intézet *Feladatfinanszírozás 2019 Szakmai beszámolója* nevezetű és a *vasi közművelődési stratégia* dokumentumait vizsgáltam meg. Ezenfelül a programról íródott cikkeket is tanulmányoztam, hogy jobban átlássam, miről is van szó pontosan. A program melyről a kutatást végeztem „Szeretetvendégség – roma és nem roma kultúra találkozása” néven valósult meg 2019. október 4. és 2019. december 03. között. Három kistelepülés vett részt benne Csehimindszent, Mikosszéplak és Bérbaltavár roma és nem roma családjai. Az igazgatóság módszertani támogatásával megmutatta, miként tudják bevonni a családokat az eseménybe a szervezők. A szeretetvendégségben egymás kultúrája és hagyományai iránt nyitottá válnak a közösségek. Az alkalom lényege az volt, hogy az egymás felé fordulás, odafigyelés és közös kezdeményezés alakuljon ki. A gyerekeket szórakoztatva fejlesztőprogramokat találtak ki, melyek segítették közösség épülését, a bizalom kiépítését roma és nem roma családok között. A szülők meséltek a gyermekeknek hagyományaikról, értékeikről, életmódjukról. Ez azért volt fontos, mert saját kultúrájuk megismerése segíti a résztvevőket más kultúrákban való eligazodásban és elfogadásban. Célja az volt, hogy a program zárásaként egy olyan alkalom valósuljon meg, ahol a közösen alkotott produkciók és az együtt elvégzett feladatok megerősítsék a helyi közösség kapcsolatát és megmutassa nekik, hogy az együtt megfogalmazott célokat közösen egyszerűbb megvalósítani. A kézműves foglalkozás, fotózás, éneklés, mesélés és még sok más, mind olyan élményeket nyújtottak a jelenlévőknek, melyek elégedettséget és büszke mosolyokat eredményeztek. Az értékek továbbadása, a generációk közti hídépítés, az egymásra való odafigyelés olyan dolgok, melyre az ehhez hasonló programsorozatok is felhívják a figyelmünket. A közművelődési szakemberek küldetése, hogy megmutassák az embereknek a közösségért, nemzetért vállalt felelősség fontosságát.

6.4. Innováció

A társadalmi felelősségvállalás és fenntartható fejlődés különös hangsúlyt kapott az immár másfél éve zajló pandémia idején. Ahhoz, hogy a Nemzeti Művelődési Intézet eleget tegyen a szervezet küldetésének, és elérhető közelségben maradjon a társadalom tagjaival, lépést kellett tartania az innováció kínálta lehetőségekkel. A digitalizáció, mint lehetőség intenzíven megjelent az eszköztárában. Számos példát találunk arra, hogy működését hogyan tudta megújítani a járvány idején, és nem szakadt el a célközönségtől. Én most számomra két nagyon találó ötletét szeretném bemutatni részletesebben. A *jogyakorlatON.hu* és az *aszakkor.hu* olyan weboldalak melyek tudásmegosztás céljából jöttek létre.

jogyakorlatON.hu:

A honlap célja, hogy a közművelődési szakemberek számára megteremtse egy online platformot, amelyen a szakma jó gyakorlatait meg tudják egymással osztani. A Nemzeti Művelődési Intézet a településekről beérkezett jó gyakorlatokat, mintaprojekteket és videó anyagokat szerkesztve, azokat egy műsor formájában szerdánként 10 órától teszi közzé. Az online munkaértekezletbe bekapcsolódókat gondolkodásra hívja az oldal a műsorok által. A jó gyakorlatok szakmai fórumon megosztott videók díjmentesen megnézhetők, ezenkívül a regisztrálás által van lehetőség a felületen való videók közzétételére.

aszakkor.hu:

Az internetes oldal célja, hogy a hagyományos foglalkozási tevékenységek egyes fázisaiba invitálja az oldalra látogatókat. Emellett a koronavírus-járvány miatt, vagy akár más okokból, alkalmat ad arra, hogy különböző közösségeket ismerhessenek meg az emberek. Lehetőség van az oldalon a feltöltött videók által díjmentesen kipróbálni a szakköri tevékenységeket és megismerni a közreműködő mestereket és oktatókat, akik több éves tudásukat osztják meg a honlapot felkeresőkkel. Kezdetekben a Népművészeti Egyesületek Szövetsége segítségével a gyöngyfűzés, a hímzés, a csipkeverés és a mézeskalács-készítés trükkjeivel lehetett megismerkedni. Minthogy a szakkörök folyamatosan bővülnek a szervezet igyekszik partnereit is szélesíteni. Az intézet abban is bízik, hogy a felhasználók rájönnek, milyen jó, ha tagjai egy közművelődési intézmény közösségének és nemcsak az online felületet használják majd.

„A SZAKKÖR összeköt és lehetőséget biztosít mindenkinek, aki tanulni vágyik, aki szabadidejét otthoni körülmények között szeretné hasznosan eltölteni.”¹⁵

7. Összefoglalás

Záródolgozatom a társadalmi felelősségvállalásról szól, amely napjainkban egyre nagyobb szerepet tölt be a vállalatok életében. Dolgozatom megírása során bizonyosságot nyertem arról, hogy valóban nem elhanyagolható a szervezetek társadalmi felelősségvállalása és fenntarthatósága. A CSR tevékenységek gyakorlati megvalósítását a Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. példáján keresztül mutattam be.

A dolgozatom első felében megismertettem az olvasóval a társadalmi felelősségvállalás alapvető fogalmait, kialakulását, eszköztrendszerét és a marketinggel, illetve a kommunikációval létrejött kapcsolatát. Ezután a Nemzeti Művelődési Intézet történetét mutattam be, valamint hosszabban ismertettem az általa végzett CSR tevékenységek sokaságát is.

Az empirikus kutatás a dolgozatom második felében található, ahol egyfelől azt vizsgáltam, hogy a Nemzeti Művelődési Intézet Vas Megyei Igazgatóság vezetője és dolgozói mennyire vannak tisztában a társadalmi felelősségvállalással és a fenntartható fejlődéssel kapcsolatban. Másfelől pedig a helyi települések egy részében készített interjúm segítségével próbáltam felmérni, milyen kapcsolatban állnak az intézettel és az általuk végzett tevékenység mennyire van hatással a közösségekre. Strukturált interjúk segítségével végeztem el a kutatást.

Az eredmények alapján elmondhatom, hogy a munkavállalók számára fontos, hogy foglalkozzanak a társadalmat érintő problémákkal és megoldást találjanak. Pozitív eredmény, hogy a megkérdezett települések szemében a Nemzeti Művelődési Intézet tevékenysége hasznos és a munkájuk hozzájárult a lakosság jobb életének megteremtéséhez. Ezenfelül dokumentumelemzést végeztem a társaság által létrehozott program részletesebb bemutatása alapján, mellyel nagyszerűen feltárulkozik a gyakorlatban megvalósuló közös értékteremtés.

¹⁵ <https://aszakkor.hu/rolunk>

Az utolsó fejezetben két olyan innováció megvalósulását mutattam be részletesen, mely a jelenlegi járványügyi helyzeti hatására jöttek létre. Véleményem szerint az intézet nagyon praktikus megoldást talált ki arra, hogy ne szakadjon el a célközönségtől. Emellett arra törekedett, hogy a közművelődési szakemberek között megmaradjon a kapcsolat, az ifjúság számára pedig fejlesztő hatású legyen.

A gyakorlati időszak alatt is körvonalazódott és ezáltal úgy gondolom, hogy a Nemzeti Művelődési Intézet példamutatóan teljesíti a társadalmi felelősségvállalás terén. Elmondható az is, hogy egy átfogó képet kaptam a témáról és bízom benne, hogy egyre több cég fog figyelmet fordítani a körülöttük lévő környezetre. Ha egy, a jövőbe tekintő tanácsom lehetne a szervezetek számára, akkor az az lenne, hogy alapozzanak egy jól átgondolt és tudatosan szervezett stratégiára és ezt a társadalmi felelősségvállalás is tükrözze.

8. Ábrajegyzék

| | |
|--|----|
| 1. ábra: A Nemzeti Művelődési Intézet 19 megyei Igazgatósága | 2 |
| 2. ábra: Nemzeti Művelődési Intézet szervezeti felépítése | 7 |
| 3. ábra: A CSR fontos stakeholder csoportjai és területei | 5 |
| 4. ábra: A holisztikus marketing dimenziói..... | 7 |
| 5. ábra: Kulturális intézmények tevékenységei..... | 14 |
| 6. ábra: A Nemzeti Művelődési Intézet szakmai koncepciója | 15 |

9. Irodalomjegyzék

Szakirodalom:

- Archie B. Carroll: Corporate social responsibility. Business and Society, 1999
- Berkesné Rodek Nóra - CSR EMAT-A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának kiválósági menedzsment és értékelési eszköze Doktori (Ph.D) értekezés, 2018
- Braun Róbert: Good CSR 2008 – A társadalmi felelősségvállalás könyve. Budapest: Braun & Partners Kft., 2008
- Braun Róbert (2016): Vállalati társadalmi felelősségvállalás (Digitális kiadás.) Budapest: Akadémia Kiadó.
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj108vtf_6#dj108vtf_6 (2021.04.09.)
- Gyulavári T.: A CSR helye a marketing elméletben [Felelős marketing–MOK 17. országos konferenciája 2011. augusztus 29-30.] – old.:5-6. (Letöltve: 2021.04.22.)
- Hetesi Erzsébet–Veres Zoltán (2016): *Nonbusiness marketing* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597494>
Letöltve:https://mersz.hu/hivatkozas/dj158nm_140_p7#dj158nm_140_p7 (2021.04.22.)
- Howard Rothman Bowen: Social responsibilities of the businessman, New York: Harper & Row. 1953
- Józsa László – Marketingstratégia A tervezés gyakorlata és elmélete, Akadémia kiadó, 2016

- Keller, Kevin Lane–Kotler, Philip (2016): *Marketingmenedzsment* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597784>
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj183m_36_p2#dj183m_36_p2
(2021.04.22.)
- Nemzeti Művelődési Intézet: *Változások vonzásában I.*, Felelős kiadó: Kárpáti Árpád főigazgató, 2016
- Piskóti István (2016): *Businessmarketing-menedzsment* [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597555>
Letöltve: https://mersz.hu/hivatkozas/dj106bm_47_p13#dj106bm_47_p13
(2021.04.21.)
- Szlávik János – *Fenntartható gazdálkodás*, Wolters Kluwer Kft., 2019
- Veres Zoltán – *A szolgáltatásmarketing alapkönyve*, Akadémia kiadó, 2017

Internetes források:

- A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) fogalma: https://www.jogpontok.hu/kiadvanyok/A_vallalatok_tarsadalmi_felelossegvallalasanak_CSR_fogalma.pdf Letöltés dátuma: 2021.04.09.
- Csáfor Hajnalka – Disszertáció (Vállalatok társadalmi felelősségvállalása): <https://repozitorium.omikk.bme.hu/bitstream/handle/10890/780/ertekezes.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Letöltés dátuma: 2021.04.09.
- Gulyásné dr. Kerekes Rita – CSR, mint kommunikációs tartalom és forma: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/Gulyasn%20dr.%20Kerekes%20Rita%20-%20CSR%20mint%20kommunikcis%20tartalom%20s%20forma%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/Gulyasn%20dr.%20Kerekes%20Rita%20-%20CSR%20mint%20kommunikcis%20tartalom%20s%20forma%20(1).pdf)
Letöltés dátuma: 2021.04.20.
- Tudástár a közösségi művelődésben II. kötet – A közösségfejlesztés alapjai a közművelődésben: <https://nmi.hu/wp-content/uploads/2019/02/Tud%C3%A1st%C3%A1r-II.-A-k%C3%B6z%C3%B6ss%C3%A9gfejleszt%C3%A9s-alapjai-a-k%C3%B6z%C5%B1vel%C5%91d%C3%A9sben.pdf>
Letöltés dátuma: 2021. 04.15.
- <http://www.kulturalisszemle.hu/kuldetesnyilatkozat>
Letöltés dátuma: 2021.05.10.
- <https://aszakkor.hu/rolunk> Letöltés dátuma: 2021.05.24.
- <https://www.jogyakorlaton.hu/rolunk> Letöltés dátuma: 2021.05.24.

10. Mellékletek

1.melléklet: Interjú kérdései

Böröcz Annabella vagyok, a Pannon Egyetem Gazdálkodási Karának Gazdálkodási és menedzsment szakos hallgatója. Záródolgozatomban a Nemzeti Művelődési Intézet, mint szervezet társadalmi felelősségvállalásban betöltött szerepét vizsgálom. Kérem, az alábbi kérdéssor megválaszolásával segítse munkámat. A kitöltés névtelenül és önkéntes módon történik. Az adatokat bizalmasan kezelem és kizárólag a záródolgozatom elkészítéséhez használom fel. Segítségét előre is köszönöm!

- 1. Ön szerint mit jelent az Nemzeti Művelődési Intézet esetében a társadalmilag felelős tevékenység?**
- 2. Hallott-e már a „fenntartható fejlődésről”?**
 - Igen
 - Nem
- 3. Ha 2. kérdésre igennel válaszolt Ön mit ért „fenntartható fejlődés” alatt?**
- 4. Mi az, amit Ön hozzá tud tenni munkahelye felelős működéséhez?**
- 5. Ön, mint a szervezet igazgatója mivel járul hozzá a fenntartható fejlődéshez?**
- 6. A fentebb felsoroltak milyen hatással vannak a társadalomra Ön szerint?**
- 7. Ön szerint miért fontos napjainkban a társadalmi felelősségvállalás?**
- 8. Szerveznek Önök képzéseket a CSR/fenntarthatóság alaposabb megismertetése érdekében?**
 - a,**
 - Igen
 - Nem
 - b,**
 - Ha igennel válaszolt, milyen tanfolyamokra van lehetőség?
- 9. Részt vesz a szervezet önkéntes CSR/fenntarthatósági kezdeményezésekben?**
 - Igen (kérem, adja meg)
 - Nem

10. Milyen stratégiát követ a szervezet a fenntarthatóság érdekében az Ön tudomása szerint?

11. Mi a céljuk?

12. Mely kommunikációs csatornák segítségével érik el az embereket?

13. Az Ön véleménye szerint miben nyilvánul meg az, hogy a Nemzeti Művelődési Intézet felelős foglalkoztató?

14. Kérem, sorolja fel, milyen felelős programok szervezésében vesz részt az Intézet?

2.melléklet: Interjú kérdései

Böröcz Annabella vagyok, a Pannon Egyetem Gazdálkodási Karának Gazdálkodási és menedzsment szakos hallgatója. Záródolgozatomban a Nemzeti Művelődési Intézet, mint szervezet társadalmi felelősségvállalásban betöltött szerepét vizsgálom. Kérem, az alábbi kérdéssor megválaszolásával segítse munkámat. A kitöltés névtelenül és önkéntes módon történik. Az adatokat bizalmasan kezelem és kizárólag a záródolgozatom elkészítéséhez használom fel. Segítségét előre is köszönöm!

1. Ön szerint mit jelent az Nemzeti Művelődési Intézet esetében a társadalmilag felelős tevékenység?

2. Hallott-e már a „fenntartható fejlődésről”?

- Igen
- Nem

3. Ha 2. kérdésre igennel válaszolt Ön mit ért „fenntartható fejlődés” alatt?

4. Mi az, amit Ön hozzá tud tenni munkahelye felelős működéséhez?

5. Ön, mint a szervezet dolgozója mivel járul hozzá a fenntartható fejlődéshez?

6. A fentebb felsoroltak milyen hatással vannak a társadalomra Ön szerint?

7. Ön szerint miért fontos napjainkban a társadalmi felelősségvállalás?

3.melléklet: Település kérdőív:

Böröcz Annabella vagyok, a Pannon Egyetem Gazdálkodási Karának Gazdálkodási és menedzsment szakos hallgatója. Záródolgozatomban a Nemzeti Művelődési Intézet, mint szervezet társadalmi felelősségvállalásban betöltött szerepét vizsgálom. Kérem, az alábbi kérdéssor megválaszolásával segítse munkámat. A kitöltés névtelenül és önkéntes módon történik. Az adatokat bizalmasan kezelem és kizárólag a záródolgozatom elkészítéséhez használom fel. Segítségét előre is köszönöm!

- 1. Mennyien élnek az Ön településén?**
- 2. a, 2010 óta milyen kultúrát érintő forrásle hívások történtek? (Pl.: beruházási pályázatok, programok támogatása, programszervezés, eszközbeszerzés stb.)**
b, Ezek a források mennyiben járultak hozzá a fenntarthatóság fejlődéséhez? (Kérem, írjon példát)
- 3. Van-e értéktár bizottság a településen?**
- 4. A helyi értéktárakba felvettek-e természeti értékeket?**
- 5. Jöttek-e létre 2010 óta új közösségek a településen?**
- 6. Milyen kapcsolatban áll a Nemzeti Művelődési Intézettel?**
- 7. a, Valósult-e meg a Nemzeti Művelődési Intézet által szervezett program az Önök településén?**
 - Igen
 - Nem**b, Ha igennel válaszolt, milyen program volt az, amely megvalósult?**
- 8. Ön mennyiben látja a program helyi társadalomformáló hatását?**



PANNON EGYETEM Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

NYILATKOZAT

Alulírott, Böröcz Annabella nyilatkozom, hogy a záródolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját munkám eredményei.

Tudomásul veszem, hogy a dolgozat elektronikus formátuma szerzői jogtisztaságának ellenőrzésére az Egyetem szoftveres ellenőrzést (plágiumszűrést) végezhet és ennek eredményét a dolgozat értékelésében felhasználhatja.

Tudomásul veszem, hogy a dolgozat elektronikus formátuma az Egyetem repozitóriumában kerül elhelyezésre és a hatályos jogszabályok, intézményi szabályzatok szerint, valamint a szerzői rendelkezésnek megfelelően biztosítható a kutatási célú hozzáférés. A dolgozat elektronikus formátumának metaadatai – ide értve a szerzői összefoglalót is – nyilvánosak.

Zalaegerszeg, 2021.05.31.

Böröcz Annabella s.k.

hallgató aláírása



PANNON EGYETEM

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

ÖSSZEFOGLALÁS (benyújtandó két példányban)

Nemzeti Művelődési Intézet hatása a helyi társadalom önfejlesztő folyamataira

Böröcz Annabella

Nappali tagozat / Gazdálkodási és menedzsment /

Digitális üzleti szolgáltatások szakirány

A mai világban egyre inkább elfogadott hozzáállás, hogy a vállalatoknak társadalmilag felelősen kell a tevékenységüket végezni. A nonprofit szervezetekről általánosságban elmondható, hogy nem haszonszerzés céljából tevékenykednek, munkájuk építő hatással van a társadalomra.

Záródolgozatom a társadalmi felelősségvállalásról szól, amely napjainkban egyre nagyobb szerepet tölt be a vállalatok életében. Dolgozatom megírása során bizonyosságot nyertem arról, hogy valóban nem elhanyagolható a szervezetek társadalmi felelősségvállalása és fenntarthatósága. A CSR tevékenységek gyakorlati megvalósítását a Nemzeti Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. példáján keresztül mutatom be.

A dolgozat célja összességében az, hogy részletes képet adjon a CSR fogalmáról, eszközeiről, alakulásáról és betekintést nyújtson a Nemzeti Művelődési Intézet társadalmi felelősségvállalásába. Az empirikus kutatás során egyrészt azt vizsgáltam, hogy a Vas Megyei Igazgatóság vezetője és dolgozói mennyire vannak tisztában a társadalmi felelősségvállalással és a fenntartható fejlődéssel kapcsolatban. Másrészt pedig a helyi települések egy részében készített interjúm segítségével próbáltam felmérni, milyen kapcsolatban állnak az intézettel és az általuk végzett tevékenység mennyire van hatással a közösségekre. Strukturált interjúk segítségével végeztem el a kutatást. Ezenfelül szeretnék választ kapni arra, hogy a szervezetnek milyen hatása volt az évek során a társadalomra, valamint milyen új és innovatív online eszközökkel valósítják meg a programszervezést a kialakult járványügyi helyzet miatt.

Az eredmények alapján elmondhatom, hogy a munkavállalók számára fontos, hogy foglalkozzanak a társadalmat érintő problémákkal és megoldást találjanak rájuk. Pozitív eredménynek mondható el, hogy a megkérdezett települések szemében a Nemzeti Művelődési Intézet tevékenysége hasznos és a munkájuk hozzájárult a lakosság jobb életének megteremtéséhez.

A gyakorlati időszak alatt is körvonalazódott, hogy a Nemzeti Művelődési Intézet példamutatóan teljesít a társadalmi felelősségvállalás terén. Elmondható az is, hogy egy átfogó képet kaptam a témáról és bízom benne, hogy egyre több cég fog figyelmet fordítani a körülöttük lévő környezetre.