

**A vállalati társadalmi felelősségvállalása szerepe és jelentősége a modern fogyasztói  
társadalomban**  
**Hunyadi Dalma**

Gazdálkodási és menedzsment alapképzési szak, nappali munkarend

Agrár-és Élelmiszergazdasági Intézet/ Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan  
Tanszék

*Belső témavezető:* Tatár Emese, egyetemi tanársegéd, Mezőgazdasági és Élelmiszeripari  
Vállalati Gazdaságtan Tanszék

A vállalati társadalmi felelősségvállalás és a társadalmilag felelős fogyasztás aktualitása és jelentősége ma már megkérdőjelezhetetlen, dolgozatomban ezt a témakört vizsgálom. Az emberiség a javak előállításával és a túlfogyasztással terheli legjobban a Földet, ennek értelmében a fogyasztók és a vállalatok kölcsönös felelősségvállalása kulcsfontosságú a globális társadalmi és környezeti problémák megoldásában.

Kutatásommal célom, hogy bemutassam a vállalati társadalmi felelősségvállalás szerepét és jelentőségét a modern fogyasztói társadalomban. Ennek érdekében a WIN international által végzett 2022-es nemzetközi CSR felmérés, valamint a saját kérdőíves felmérésem eredményei alapján elemeztem és mutattam be a fogyasztók ismereteit és hozzáállását a CSR-rel kapcsolatban és annak vásárlási döntéseikre gyakorolt hatását.

Kutatásom eredményei alapján megállapítottam, hogy a CSR ismertsége nő, de globálisan még mindig sokan nincsenek tisztában jelentésével, illetve az is kiderült, hogy a felmérésben részt vett országokban jelentős különbségek vannak a CSR ismeretében és annak vásárlási döntésekre gyakorolt hatásában. Arra következtettem, hogy a különbségek a következő tényezőkre vezethetők vissza: kulturális értékek és normák, oktatás, törvényi szabályozás, gazdasági fejlettség, média és kommunikáció. Az eredmények arra is rámutattak, hogy a felsőoktatásban részt vett válaszadók tájékozottabbak és tudatosabbak a témát illetően. Továbbá arra a megállapításra jutottam, hogy az emberek világszerte nagyon bizalmatlanok a vállalatok CSR iránti valódi elkötelezettségét illetően. Ez hozzájárul ahhoz, hogy sok fogyasztó vásárlási döntései során, nem veszi figyelembe ezt a szempontot.