


**„Nonbusiness marketing koncepciók, az  
önkéntesség helye a nonbusiness  
marketingben”**

A close-up photograph of a person's hands gently holding a small, vibrant green seedling with several leaves, growing out of a mound of dark, rich soil. The background is softly blurred, showing a person's torso in a light-colored shirt.

**Nonbusiness Workshop  
Győr, 2016. március 21.**

**Hetesi Erzsébet  
Csovcsics Andrea**  
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi  
Kar, Üzleti Tudományok Intézete, Marketing-  
Menedzsment Szakcsoport

# Prezentáció felépítése

I . Probléma felvetése

II. A nonbusiness tevékenységek és az egyes szektorok kapcsolata

III. Interszektorális nonbusiness tevékenységek

IV. CSR, avagy a vállalati társadalmi felelősségvállalás bemutatása

V. Önkéntesség

VI. Primer kutatás (és kutatási terv)

VI. Összegző gondolatok, felmerülő kérdések



# I. Probléma felvetése

- Egyre összetettebb társ-i problémák → cégek felelősségvállalása, hozzájárulásuk
- **Szektorsemlleges** nonbusiness tevékenységek
- **Szorosabb** összekapcsolódás: állami + nonp., állami + profit, profit + profit, nonp. + nonp.

→ **Szektorsemlleges** vagy **interszektoralis** vagy **multiszektoralis**



# II. A nonbusiness tevékenységek és az egyes szektorok kapcsolata - Szektorok

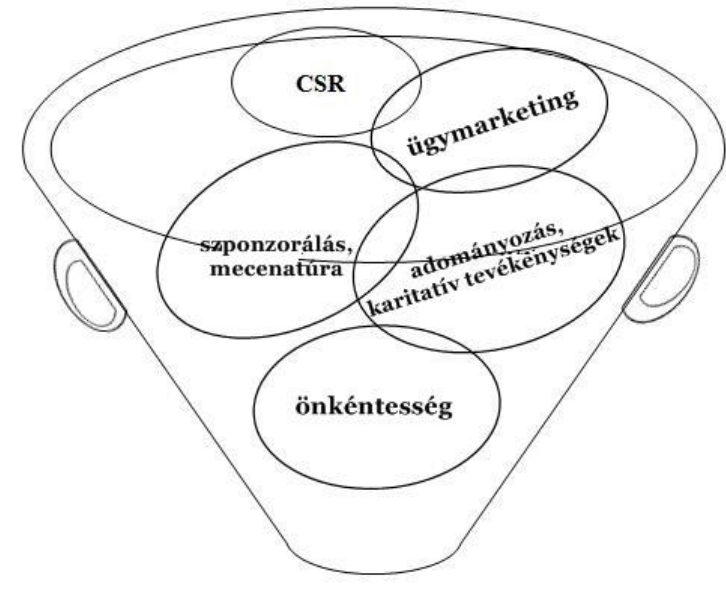
## Szervezeti oldal:

- Nonprofit szervezetek
- Költségvetési szervezetek
- Közüzemi szervezetek
- Vállalatok, amelyek tesznek a társadalmi jólétért



## II. A nonbusiness tevékenységek és az egyes szektorok kapcsolata - Nonbusiness tevékenységek

- **Előtérbe kerülésük\***
  - életkörülményeinek javítása
  - a piaci hiány
  - a közszolgáltatási hiány

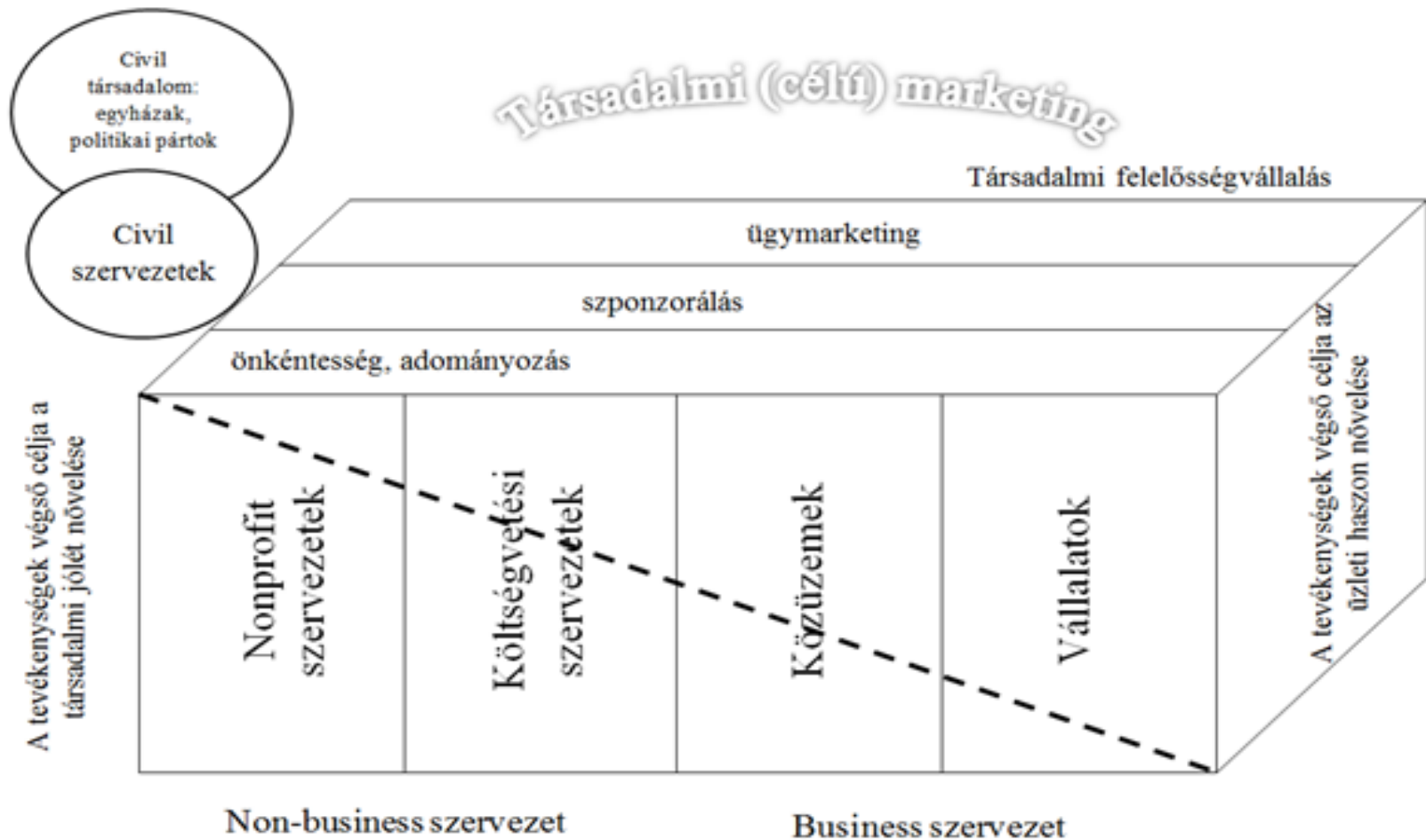


- **Csoportosításuk\*\***
  - Korábban: önzetlenség
  - Utána: üzleti célok
  - Manapság: emberiség helyzetének javítása

\*Steinberg (2006)

\*\*Dinya et al (2004)

# II. A nonbusiness tevékenységek és az egyes szektorok kapcsolata\*

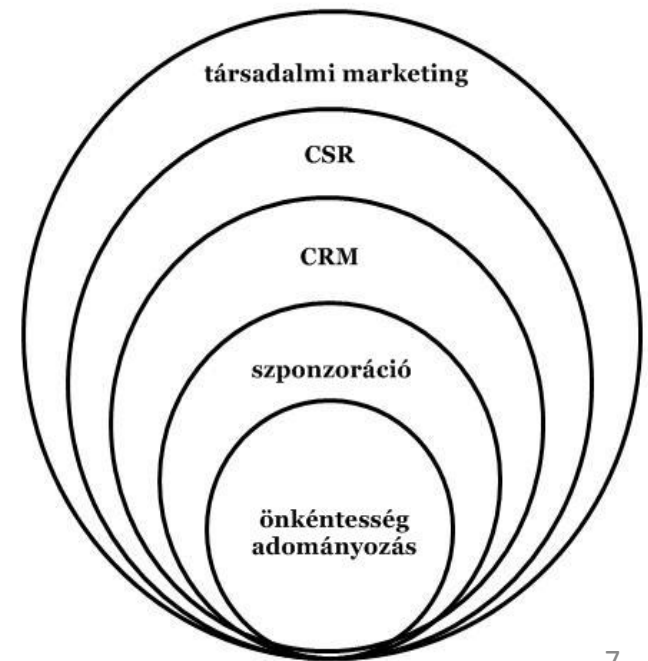


# III. Interszektorális tevékenységek

## Nonbusiness tevékenységek fejlődési modellje \*

- Szerves összefonódás
- Marketing megfontolások alakulása
- Mai állapot: minden átgondolt marketingstratégiát igényel

ÜZLETI ÉRDEK



# IV. CSR, avagy a vállalati társadalmi felelősségvállalás bemutatása

- **CSR evolúciós fejlődése:**
  - Bowen (1953): Social Responsibilities of the Businessman - a vállalatvezetőket a társadalmilag felelős tevékenységek kialakításának mozgatórugója
  - Davis (1960): háttérben álló motivációk
- **CSR fogalmi tisztázása:**
  - Votaw (1972): „A CSR jelent valamit, de nem mindig mindenkinek ugyanazt a dolgot”.
  - Nincs konszenzus
- **CSR pozitív kritikái**
- **CSR negatív kritikái:**
  - Kizsákmányolás
  - Zöldre mosás





# V. Önkéntesség

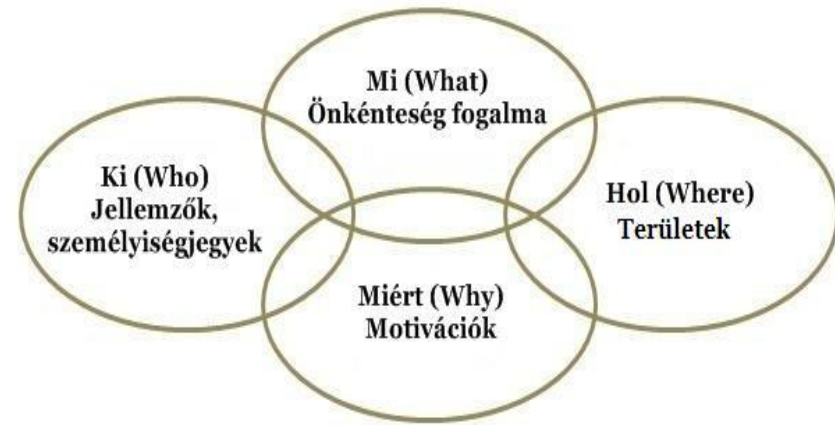
- **Mikor beszélünk önkéntességről?**
  - Szabad akarat
  - Mások érdeke
  - Anyagi ellenszolgáltatás hiánya
  - Legősibb forma
  - Magyarországi helyzet, súlya, térnyerésének okai



- Társadalmi feszültségek
- Nonprofit szektor erősödése
- Állampolgárok érzékenysége

# V. Önkéntesség

- Önkéntesség 4W modellje
  - Önkéntesség marketing szempontból való vizsgálata
    - Miért?
      - Motivációkutatások
      - (Dunlop – Esmond 2004)



Központi  
kérdés



# V. Önkéntesség (egyéni)

- **Altruista – idealista**  
(Hetesi – Veres 2013, Fényes – Kiss 2011)
- **Kollektív**  
(Hustinx – Lummertyn 2004)
- **Régi típusú, hagyományos**  
(Czike – Bartal 2004)

Két vagy  
háromszektoros  
modell\*

- **Egoisztikus – pragmatista**  
(Hetesi – Veres 2013, Fényes – Kiss 2011)
- **Reflexív**  
(Hustinx – Lummertyn 2004)
- **Új típusú, modern**  
(Czike – Bartal 2004)

- **Altruista – társadalmi – anyagi\*\***

\*Dunlop – Esmond (2004)

\*\*Fitch (1987), Morrow – Howell (1989)

# V. Önkéntesség (szervezeti)

Miért volt szükség a  
CSR bemutatására?

- **Szervezeti önkéntesség** = Company support for employee volunteering (CSEV), Employee voluntary program (EVP), Workplace volunteer program (WVP)
- *„...szervezett, menedzselte törekvés, amely törekszik az alkalmazottak motiválására, annak érdekében, hogy közösségi érdekeket szolgáljanak ki.”* (Community Partnership Movement 2013)
- *„A leggyakoribb mód, ahogyan a vállalatok szeretnének visszaadni.”* (Brockner-Senior-Welch 2014)
- *„Egy fontos jármű, amely odafigyelést, törődést és könyörültet szállít a közösség vagy egy ügy számára, szükség esetén.”* (Grant 2012 pp.589)



# V. Önkéntesség (szervezeti)

- **Terjedése, népszerűsége:**
  - Korai 20. század
  - USA
  - Magyar vállalatok
- **Fajtái**
- **Külső és belső hatásai (motivációi):**
  - Munkavállalók fejlesztése
  - Társadalmi igények kielégítése, problémák megoldása
  - Partnerekkel való kapcsolat fejlesztése, javítása
  - Jobb munkaadó
  - Elkötelezett munkaerő
  - Legitimitás kialakítása
  - Imázsépítés
  - Hírnév szerzés, építés
  - Vállalati kultúra erősítése
  - Értékteremtés
  - Versenytársaktól való megkülönböztetés

Központi  
kérdés



# VI. Primer kutatás (és kutatási terv)

- **Pilot kutatás**
  - Kvantitatív – online kérdőív
  - Fiatalok
  - Célja: a motivációk felmérése az önkéntes munkavégzés során
- **Kvalitatív kutatás (jövőben)**
  - Mélyinterjúk és fókuszcsoportos interjúk
  - Alkalmazottak, önkéntes programokért felelős személyek, egyéni önkéntesek
- **Kvantitatív kutatás (jövőben)**
  - Pilot kutatás és kvalitatív kutatás alapján
  - Online kérdőív
  - Összehasonlítás



# VII. Összegző gondolatok, felmerülő kérdések

- Motivációk összehasonlítása
- CSR negatív megítélése hatással van-e/lesz-e az önkéntességre?



# Köszönjük a figyelmet!

