

## Nem sokat várnak a magyarok a munkáltatójuktól – derült ki az UniCredit felméréséből

Az UniCredit Bank és a SteiGen közös kutatása azt vizsgálta, hogy mennyire vannak tisztában az emberek az ESG fogalmával Magyarországon, illetve mit várnak a nagyvállalatoktól a fenntarthatóság területén. A válaszok meglepő eredményt hoztak: a megkérdezettek többsége szinte még mindig csak a környezetvédelmet társítja elvárásként a vállalatok felé ezen a területen, míg 72 százalék szerint a hazai munkáltatók nem nagyon foglalkoznak a munkavállalói jóllét kérdésével.

Az ESG (E, environmental: környezeti, S, social: társadalmi, G, governance: vállalatirányítási területek) a fenntarthatóságért végzett munkát teszi láthatóvá és mérhetővé a közép- és nagyvállalatok esetében. Az UniCredit Bank és a SteiGen közös [kutatásából](#) nemrég megtudhattuk, hogy az **ESG fogalmát a magyarok mindössze 12 százaléka ismeri, annak társadalmi, vállalatirányítási vonatkozásait pedig még kevesebben**, valamint a magyarok adományozási szokásaival kapcsolatban is meglepő [eredményekre](#) jutott a kutatás.

### **Vállalati fenntarthatóság = környezetvédelem?**

A kutatás során az is kiderült, hogy az **ESG fogalmát a vállalatok szintjén a válaszolók kétharmada a környezetvédelemmel** kapcsolja össze. Mire gondoltak pontosan ezalatt? Például arra, hogy a cégek energiagényüket megújuló forrásból fedezzék, csökkentsék ökológiai lábnyomukat. Ezekhez szorosan kapcsolódva pedig folyamatos modernizálást, új technológiai vívmányok bevezetését, újrahasznosítást és a hulladékcsökkentést értették. A kutatók szerint ennek az az oka, hogy **a fogalomhoz mind a médiában, mind a közösségi médiában leginkább a környezetvédelmi dimenzió kapcsolódik.**

Az eredmények arra is rávilágítottak, hogy **a válaszadók több mint kétharmada (67 százalék) keveset vagy semmit nem tud munkáltatója társadalmi kezdeményezéseiről.**

### **Nem tudják a munkavállalók, kiknek adományoz a cégük**

A kutatásból megtudhattuk, hogy **elsősorban a nagyvállalatoktól várják el az emberek, hogy társadalmi ügyeket támogassanak**, ám csak 35 százalékuk gondolja úgy, hogy ez meg is valósul. A válaszolók mindössze 30 százaléka hallott már valamilyen lokális vállalati támogatásról, de közülük sem mindenki volt kellően tájékozott: „Adományoz a cég, de fogalmam sincs, hogy kinek és mennyit, mert egy perc alatt átfutottam a leírást, nem figyeltem oda” – mondta egy megkérdezett.

### **Munkavállalói jóllét? Nem is tudom...**

A kutatás eredményei alapján kijelenthetjük, hogy **meglehetősen negatívan ítéli meg munkáltatóját a lakosság a dolgozók jólléte szempontjából. A megkérdezettek 72 százaléka szerint a hazai munkáltatók nem nagyon foglalkoznak a kérdéssel**, így inkább a kézzelfogható tényezőket – elsősorban a fizikai szükségleteket (korrekt, időben érkező fizetés, bejelentett foglalkoztatás), majd a fizikai biztonságot (megfelelő munkakörülmények) – helyezik előtérbe mint elvárást a vállalatokkal szemben.

A konkrét elvárások – mint a **megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása, a kisgyermekesek, családosok vagy a női munkavállalók helyzetének figyelembevétele, illetve a dolgozók fizikai, szellemi jóllétének biztosítása** – szinte egyáltalán nem jelennek meg a magyar munkavállalók gondolattérképén. „Állásinterjún, amikor kiderült, hogy most vettünk fel CSOK-ot mint friss házások, azonnal elbuktam, mert sejtették, hogy akkor itt nemsokára gyerek lesz” – idézte fel tapasztalatait egy fiatal nő. A nemek közti egyenlőség területéről fontos megemlíteni, hogy **mindössze a nők 22 százaléka gondolja úgy, hogy a férfiakkal egyenlő feltételekkel tud dolgozni.**

**A vizsgált dolgozói juttatások csak a munkavállalók kis hányada számára elérhetőek:** utazási támogatást 47 százalékuk kap, részmunkaidős foglalkoztatásra 33 százalékuknak van lehetősége, míg a távoli munkavégzés 29 százalékuk számára adott. Utóbbi arány a versenyszférában egyébként jóval magasabb, az erre alkalmas munkakörök esetén 72 százalék.

„Tanulságos és egyben megnyugtató volt bankunkra nézve a kutatás társadalmi, vállalatirányítási része, hiszen az UniCredit Banknak számos sikeres munkáltatói kezdeményezése és programja van például a dolgozói jóllét megeremltése érdekében. Számunkra természetes, hogy bankunk stabil munkáltatóként mindig időben folyósítja a fizetést, juttatásokat, és támogatja a kollégák karrierjét. Ami ezen felül van, az a plusz, amit felelős munkáltatóként biztosítunk minden munkatársunknak. Hiszünk, hogy hatékony munkavégzés csak megbecsült és magát megbecsülve érző kollégától várható el” – mondta Lázár Zsuzsanna, People&Culture Expertise Center vezetője.

További információ: UniCredit Bank, kommunikáció, [sajtoinformacio@unicreditgroup.hu](mailto:sajtoinformacio@unicreditgroup.hu)

#### **A kutatásról**

Az UniCredit Bank arra törekszik, hogy felhívja a figyelmet a fenntarthatósági kérdések jelentőségére, ezért rendszeresen végez e téren kutatásokat, melyek eredményét közzéteszi. A legutóbbi [kutatás](#) arra mutatott rá, hogy milyen eltérések mutatkoznak a különböző generációk fenntarthatósághoz való viszonyában. A fent ismertetett adatok a SteiGen Research az UniCredit Bank Magyarország megbízásából készített 1000 fős, a felnőtt lakosságra nézve reprezentatív online kérdőíves kutatásából, valamint az ezt kiegészítő fókuszcsoportos beszélgetésekből és mélyinterjúkból származnak.

#### **Az UniCreditről**

Az UniCredit páneurópai kereskedelmi bank, amely egyedülálló szolgáltatási kínálattal rendelkezik Olaszországban, Németországban, Közép- és Kelet-Európában. Célunk, hogy a közösségeknek megadjuk a lehetőséget a növekedésre, miközben a legjobbat nyújtjuk minden érdekelt fél számára, és segítünk kibontakoztatni ügyfeleink és munkatársaink képességeit és lehetőségeit Európa-szerte.

#### **A SteiGenről**

A SteiGen Consultancy Kft. csapata több évtizedes piaci tapasztalattal segíti az ügyfeleit a céljaik elérésében. A hosszú távú és élményközpontú megoldásokat alkalmazó vállalat egyedi, generációs különbségeket is figyelembe vevő módszerekkel dolgozik. A SteiGen célja, hogy partnereik élményként éljék meg a velük töltött időt, és maximálisan profitáljanak belőle.