



MULTIDISZCIPLINÁRIS KIHÍVÁSOK, SOKSZÍNŰ VÁLASZOK

18  57

BGE



2020



2. szám

Online folyóirat

Szerkesztette: VÁGÁNY Judit Bernadett, PhD - FENYVESI Éva, PhD

Borító: FLOW PR

Kiadja: Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar, Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék

Felelős kiadó: FENYVESI Éva, PhD
a Közgazdasági és Üzleti Tudományok Tanszék vezetője

ISSN 2630-886X

2020.

BIZTOSÍTÓK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA

SOCIAL RESPONSIBILITY OF INSURANCE COMPANIES

KONTÓ Gizella - BAJZA István

Kulcsszavak: *társadalmi felelősségvállalás, CSR, környezettudatosság, biztosító társaságok*

Keywords: *CSR, enviromental sustainability, insurance companies*

JEL kód: *G22, G32, L29, M31, Q59*

<https://doi.org/10.33565/MKSV.2020.02.06>

ÖSSZEFOGLALÓ

Változó, globalizálódó világunkban egyre erősödik a lokális cselekvés a gazdaság szereplőinek azon felismerése, hogy felelősséget hordoznak környezetük és a társadalom iránt. Egyre fontosabbá válik az is, hogy hogyan vélekednek az egyének a vállalatról, annak értékfolyamatban betöltött szerepéről. Kutatásunk a CSR elterjedtségét vizsgálta a piaci szereplők egy szegmensében, a biztosító társaságoknál. Hipotézisek: H1: Csak a nagyobb biztosítók végeznek CSR tevékenységet. H2: A CSR tevékenység formája nem tér el lényegesen a nagy biztosítók között. H3: A CSR programok között legnagyobb ráfordítást a támogatás képvisel. H4: A CSR tevékenységre az éves működési eredmények kevesebb, mint 5%-át költik a biztosítók

Módszertan: Szekunder kutatás a biztosítók weboldalán található CSR jelentésekből. Kiemelten kezeljük az 5 legnagyobb vagyónú biztosító CSR szerepvállalását. Primer kvantitatív kutatás önkénteltős elektronikus kérdőív formájában, melyet 13 olyan biztosítóhoz juttattunk el, akik a honlapjuk szerint folytatnak CSR tevékenységet.

Eredmények: Örömteli, hogy a gazdálkodó cégek és a banki szféra nyomdokain haladva a biztosítási piacon is egyre nagyobb teret hódít a CSR. A kisebb biztosítók főként támogatások, adományok formájában, míg a nagyok szélesebb körű akciókkal valósítják meg a CSR teendőket. A nagy biztosító társaságok CSR tevékenysége nem tér el lényegesen egymástól: támogatásokra, az alkalmazottak önkéntességére és a környezet kímélésére építenek. Fontos kihangsúlyozni, hogy az oktatás terén igyekeznek a lakosságot és főleg a fiatalokat érzékenyíteni az egészségmegőrzés, a baleset- és kármegelőzés, továbbá a biztonság és a biztosítások, mint pénzügyi szolgáltatások terén. Közös sajátosság a sport, egészség kiemelt megjelenése a támogatásokban, ám több biztosító is országos hírnű sportklubokat vagy magyar válogatottat szponzorál, ami nem feltétlenül jelent valódi társadalmi felelősségvállalást, sokkal inkább reklámfelületet a biztosító intézet számára. A kérdőíves mérés szerint a CSR tevékenységre az éves eredménynek csupán kevesebb, mint 5%-át költik a biztosító társaságok.

SUMMARY

In our changing, globalizing world, local action is increasingly becoming a reality for economic actors to take responsibility for their environment and society. It is becoming increasingly important how individuals perceive the role of the company in its value process. Our research investigated how widespread the CSR in a segment of market participants, insurance companies.

Hypotheses: H1: Only major insurance companies perform CSR activities. H2: The form of CSR activity does not differ significantly between them. H3: Support is the biggest investment between CSR programs. H4: They spend less than 5% of annual operating results on CSR activities

Methodology: Secondary research from CSR reports on insurance companies' websites. We are focusing on the role of the 5 largest among them. Primary quantitative research in a survey of a self-contained electronic questionnaire sent to 13 insurers who perform CSR activities according to their website.

Results: We are pleased to see that CSR is gaining ground in the insurance market as a result of companies and the banking sector. Smaller insurance companies mainly use grants and donations, while the larger ones carry out CSR actions with a wider range of actions. CSR activities of large insurance companies do not differ significantly: they are built on support, volunteering for employees and the environment. It is important to emphasize that in the field of education, people are trying to sensitize the

population and especially young people in terms of health care, accident and injury prevention, as well as security and insurance as financial services. A common feature of sport is the prominent appearance of sports, but many insurance companies sponsor nationally-recognized sports clubs or Hungarian national teams, which does not necessarily imply real social responsibility, but rather an advertising space for the insurance institution. According to the questionnaire survey, insurance companies spend less than 5% of the annual profit on CSR activity.

BEVEZETÉS

Változó, globalizálódó világunkban egyre erősödik a lokális cselekvés, a közvetlen közösségi kapcsolatok iránti igény. Ennek egy újszerű eleme a gazdaság szereplőinek azon felismerése, hogy felelősséget hordoznak környezetük és a társadalom iránt. Egyre fontosabbá válik az is, hogy hogyan vélekednek az egyének a vállalatról, annak értékfolyamatban betöltött szerepéről.

A világháló hatalmas lehetőségeket, de ugyanilyen mértékű kockázatokat is hordoz egy cég megítélésével kapcsolatban. Vigyázni kell a jó hírnévre, fokozatosan felépítve a pozitív kötődés lehetőségét is. Erre kiváló keret a CSR, ami segít tudatosan formálni a kívánatos önképet, összekapcsolva a fontosnak tartott ügyeket a gazdaság adott szereplőivel. Izgalmas kérdéssé vált a Társadalmi Felelősségvállalás ügye.

Tanulmányunk vizsgálja e fontos tevékenységet, külön szegmensként vizsgáljuk a pénzügyi piacon belül a biztosítási szektort.

Hipotézisek:

H1: Csak a nagyobb biztosítók végeznek CSR / társadalmi felelősségvállalási / fenntartható fejlődési tevékenységet.

H2: A CSR tevékenység formája nem tér el lényegesen a nagy biztosítók között.

H3: A CSR programok között legnagyobb ráfordítást a támogatás képvisel.

H4: A CSR tevékenységre az éves működési eredmények kevesebb, mint 5%-át költik a biztosítók.

MÓDSZERTAN

Szekunder kutatás a biztosítók weboldalán található CSR / társadalmi felelősségvállalási / fenntartható fejlődési jelentésekből. Kiemelten kezeljük az 5 legnagyobb vagyónú biztosító CSR szerepvállalását.

Primer kvantitatív kutatás önkitöltős elektronikus kérdőív formájában, melyet 13 olyan biztosítóhoz juttattunk el, akik a honlapjuk szerint folytatnak CSR / társadalmi felelősségvállalási / fenntartható fejlődési tevékenységet.

Rövidítések: CSR – Corporate Social Responsibility, TF – Társadalmi Felelősségvállalás, FF – Fenntartható Fejlődés

SZAKIRODALOM FELDOLGOZÁS

A vállalati társadalmi felelősség (CSR)

A vállalati társadalmi felelősség (Corporate Social Responsibility) jelentős térnyerése figyelhető meg az elmúlt évtizedekben. A CSR jelenlegi megközelítései messze túlmutatnak a fogalom korai értelmezésén, amikor a menedzserek kapcsán vetődött fel az, hogy nemcsak gazdasági felelősségük van a tulajdonosok felé, hanem társadalmi felelősségük is a társadalom felé.

A CSR-piramis (1. ábra) szemlélteti a felelősség különböző rétegeit. Az alapot a gazdasági felelősség jelenti. Ezzel egy időben a vállalatoknak meg kell felelniük a jogi normáknak. Az etikai felelősség alapvető szintje a helyes, igazságos, tisztességes viselkedés kötelezettsége, és túlmutat a jogszabályoknak való megfelelésen. Ezeken felül jelenhet meg a diszkrecionális vagy jótekonysági felelősség (Carroll, 1991).



1. ábra. CSR piramis

Forrás: Carroll, 1991

A CSR-definíciók különböző változatai a felelősségvállalás öt fő dimenzióját különböztetik meg (Braun, 2007):

1. Környezeti (tisztább környezet, környezetgazdálkodás, az üzleti tevékenység környezeti szempontjai).
2. Társadalmi (a társadalom jobba tétele, a társadalmi szempontok integrálása az üzleti tevékenységbe, a vállalat társadalomra és közösségre gyakorolt pozitív és negatív hatása).
3. Gazdasági (a gazdasági fejlődéshez való hozzájárulás, hosszú távú nyereségesség).
4. Stakeholder (érintettek kezelése, párbeszéd az érintettekkel, érintettek bevonása)
5. Önkéntességi (a kötelező jogszabályokon túlmutató, önkéntes tevékenység)

Tehát a CSR-ben megjelennek a fenntartható fejlődés gazdasági, társadalmi, környezeti pillérei, kiegészítve a stakeholder-megközelítéssel és az önkéntességi dimenzióval. A

stakeholder-megközelítés tipikusan a vállalati szféra kapcsán jelent meg, mint etikai kötelesség.

A gyakorlatban azonban a vállalatok többségénél a CSR kapcsán még mindig jótékonyági programokkal találkozunk, jelentős részüknél célként jelenik meg a működési hatékonyság növelése, azonban a vállalatok csak kis részénél érzékelhető az üzleti modell valódi átalakításának igénye (Rangan, 2015). A fenntartható fejlődés koncepciója felveti azt, hogy minden vállalkozásnak egyben társadalmi vállalkozásnak is kellene lennie, harmóniát teremtve a gazdasági, környezeti és társadalmi célok között, hozzájárulva ezzel a fenntartható fejlődéshez.

Pénzügyi intézmények társadalmi felelőssége

A CSR kihívásaira a bankszektor viszonylag későn reagált. Előbb környezeti kérdésekkel foglalkoztak, majd ezt követték a társadalmi kérdések (Vigano, 2009). A CSR szerepe a pénzügyi szférában megjelenő eszközként arra szolgál, hogy növelje és legitimálja annak gazdasági teljesítményét, másrészt megjelenik az üzleti etikai alapelvek megtestesítőjeként is.

A 2008-as pénzügyi válság ráirányította a figyelmet a CSR szükségességére ebben a szférában is, felerősítve a bizalom és az ezt elősegítő elszámoltathatóság és transzparencia iránti igényt. A pénzügyi intézmények hagyományosan fő társadalmi funkciójának a közvetítő szerepet tekintik, amely a megtakarításokat közvetíti a befektetések felé, a hatékony allokáció és kockázatmenedzsment figyelembevételével. Ugyanakkor emellett az etikus és felelős viselkedés iránti igény hatására a pénzügyi és befektetési folyamat az elmúlt években túlmutat a betétesek és tulajdonosok legitim érdekeinek védelmében (Tzu-Kuan Chiu, 2014).

A 2. ábra a banki aktivitás (mérlegfőösszeg és a fiókok számának függvénye) és a CSR aktivitás függvényében mutatja a jellemző banki CSR-területeket. A CSR-aktivitás azt mutatja, hogy annál inkább beintegrálja a bank üzleti tevékenységébe a CSR-kezdeményezéseket, minél nagyobb a gazdasági potenciálja. Ugyanakkor kisebb mérlegfőösszegű bankok esetében csupán a jótékonyági szempont jelenik meg.

BANKI CSR-TÉRKÉP

CSR-AKTIVITÁS	Dzielbe integrált tevékenység	<ul style="list-style-type: none"> • Pénzügyi kultúra, tudatosság fejlesztése, pénzügyi oktatás • Felelős, prudenis hitelezés, kockázatkezelés • Korrekt, transzparens pénzügyi szolgáltatás, panaszkezelés 	<ul style="list-style-type: none"> • Hátrányos helyzetű ügyfelek segítése a banki szolgáltatások igénybevételére, termékek speciális igényű ügyfeleknek • Érintettek bevonása, etikus kezelés • Szociális (társadalmi) vállalkozások pénzügyi támogatása • Környezetvédelmi beruházások finanszírozása • Érzékeny szektorok finanszírozási alapelveinek kidolgozása • Pénzmosás, korrupció, terrorizmus elleni küzdelem
	Nem üzleti tevékenység	<ul style="list-style-type: none"> • Önkéntes akciók a helyi lakóközösség javítására • Hátrányos helyzetű társadalmi csoportok támogatása • Helyi közösség támogatása • Sport támogatása • Civil szervezetek támogatása • Kultúra és művészet támogatása 	<ul style="list-style-type: none"> • Hátrányos helyzetűek támogatása • Sport támogatása • Művészet, kultúra, tudomány támogatása • Civil szervezetek támogatása • Környezeti hatások csökkentése (szelktív hulladékgyűjtés, irodaház kialakítása) • Munkahelyek biztosítása, megfelelő munkakörülmények, esélyegyenlőség
		BANKI AKTIVITÁS	

2. ábra. Banki CSR-térkép

Forrás: Lentner – Szegedi – Tatay (2015)

Egyre többen vannak azon a véleményen, hogy az üzleti döntéshozatalnál nemcsak a profitmaximalizálást kell szem előtt tartani, hanem azt is, hogy az üzleti szervezetek önkéntes alapon járuljanak hozzá a társadalmi problémák megoldásához, ami nem gazdasági érdekük, hanem morális kötelességük (Barclift, 2012).

A 2006-os CSR kutatás a hazai pénzügyi szektorban (GfK - Braun & Partners) a következő kritikai megállapításokkal élt (Braun, 2007):

1. Az 5 legnagyobb mérlegfőösszegű bank CSR-tevékenysége minimális. Főként HR (képzés, fejlesztés, juttatások) és környezetvédelem területen tevékenyek.
2. A pénzügyi tudatosság növelése/transzparencia nem kiemelt téma (leginkább szponzoráció).
3. A vállalati programok a vezetők személyes elkötelezettségét és/vagy a külföldi tulajdonos elvárásait tükrözik.
4. Kevesen kezelik a társadalmi felelősséget a tudatos stratégia részeként.
5. Erős a félelem a társadalmi felelősségvállalás kommunikációjával kapcsolatban („Hogyan fogadnák az érintettek a vállalat CSR-tevékenységét?”).
6. Bár a legtöbben az ügyfeleket emelték ki, mint legfontosabb érintetteket, csupán egy vállalat kérte ki ügyfelei véleményét a társadalmi felelősségvállalásról.

És két pozitív, előre vivő következtetés is megfogalmazódott a kutatás kapcsán:

1. A várakozások szerint a CSR néhány éven belül megkülönböztető, versenyelőnyt biztosító tényezővé válhat.
2. A társadalmi felelősségvállalási tevékenységek várhatóan sokszínűbbé, egyedibbé és strukturáltabbá válnak.

EREDMÉNYEK

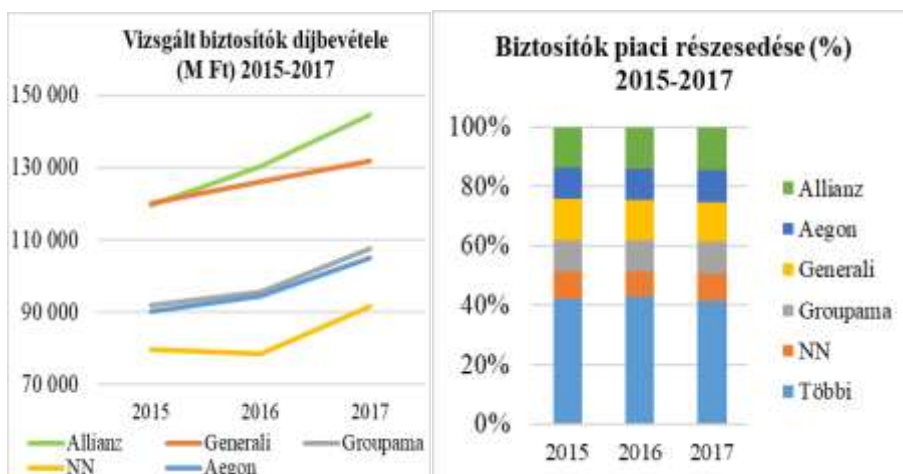
Biztosítók gazdasági teljesítménye

A pénzintézetek speciális ágazata a biztosítási piac. Tevékenységük kiterjed az élet-, nyugdíj-, egészség-, gépjármű-, lakás-, egyéb lakossági, illetve a vállalkozói biztosításokra, valamint a kármegelőzésre.

A Magyar biztosítók évkönyve adatai szerint 2015 és 2017 között a *díjbevétel szerinti* rangsor elején az 5 biztosító a következő (csökkenő sorrendben): 1. Allianz, 2. Generali, 3. Aegon, 4. Groupama, 5. NN (a díjbevételek 100.000-150.000 M Ft között szóródnak, 3. ábra)

Ugyanezen forrás adatai szerint 2015 és 2017 között a *piaci részesedés szerinti* rangsor elején az 5 biztosító a következő (csökkenő sorrendben): 1. Allianz, 2. Generali, 3. Groupama, 4. Aegon, 5. NN (a részesedések 9-15% között szóródnak, 3. ábra).

Az 5 legnagyobb biztosító adja a díjbevételek, és a piaci részesedés csaknem 60%-át. Ezért a CSR tevékenység vizsgálatánál őket fogjuk kiemelten elemezni.



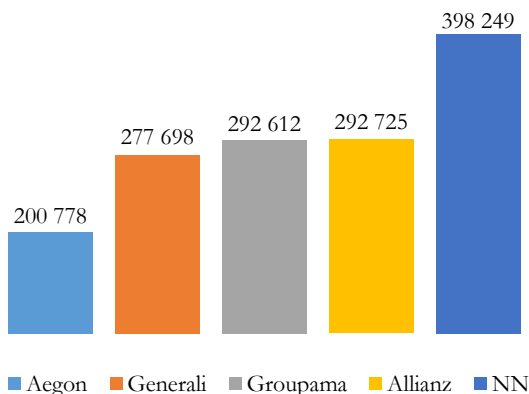
3. ábra. A vizsgált 5 nagy biztosító bruttó díjbevétele és piaci részesedése

Forrás: Magyar biztosítók évkönyve, 2018 - saját szerkesztés

Ahogy a 4. ábra mutatja - 2017. év végi adatok -, a biztosítók *vagyona alapján* első helyen áll az NN (kb. 400.000 M Ft), nagyjából 25%-kal megelőzve a közvetlenül mögötte állókat – Allianz-t, Groupama-t és a Generalit -, akik hozzávetőleg azonos vagyonnal rendelkeznek (kb. 300.000 M Ft). Kissé leszakad tőlük a vagyon terén az Aegon, kb.

feleakkora összeggel (kb. 200.000 M Ft), mint az NN, illetve kb. kétharmad akkorával, mint az Allianz, Groupama és a Generali.

Egyedül az Allianz tartja az 1.-2. helyezést mindhárom vizsgált eredményességi mutatóban (pozitív korreláció).



4. ábra. A vizsgált 5 biztosító vagyona, 2017 év végi adatok alapján (M Ft)

Forrás: Magyar biztosítók évkönyve, 2018 - saját szerkesztés

Érdekes megfigyelni, hogy a díjbevételek és piaci részesedés szerint csupán 5. helyen álló NN biztosító a vagyon alapján a legjobb pozíciót mondhatja magáénak. Még a Generali mutat hasonló negatív korrelációt (eredményben 4., míg díjbevételek és piaci részesedés alapján a 2.).

A Magyar biztosítók évkönyve és a Biztosítók Magyarországon weboldal adatai alapján 32 biztosítót vizsgáltunk. A minden intézményre kiterjedő adatokból az 1. táblában láthatjuk az 5 legnagyobb vagyonú biztosítót is, és azokat, amelyeket még rajtuk kívül felkerestünk a kérdőívünkkel.

1. táblázat. A biztosítók CSR/TF/FF tevékenysége a weboldalak alapján

	Biztosító	CSR jelentés (jellemzője)	webcím (ha van, a CSR tevékenység webcíme)
1	AEGON	részletesen a 2. táblában	https://www.aegon.hu/aegonrol/tarsadalmi-felelossegvallalas.html
4	ALLIANZ HUNGÁRIA	részletesen a 2. táblában	https://www.allianz.hu/hu/tarsadalmi-felelossegvallalas/tarsadalmi-felelossegvallalas.html/
12	ERSTE	részletes	https://www.erstebank.hu/hu/ebh-nyito/bankunkrol/erste-bank-hungary-zrt/tarsadalmi-felelossegvallalas
15	GENERALI	részletesen a 2. táblában	https://www.generalihungary.hu/Rolunk/Fenntarthato-jovo.aspx
18	GROUPAMA	részletesen a 2. táblában	https://www.groupama.hu/hu/Rolunk

19	K&H Biztosító Zrt.	részletes (2006, ..., 2017 PDF)	https://www.kh.hu/documents/20184/490492/K%26H+Csoport+fennntarthatosagi+jelentes+2017/5bef8a30-cc1f-4d3d-b551-531a3e26d3d4
20	KÖBE Közép-európai Kölcsönös Biztosító Egyesület	részletes	https://www.kobe.hu/kobewww/rolunk/tarsadalmi_felelossegvallalas
21	MAGYAR POSTA Biztosító Zrt.	egyszerű (magyar olimpikonok támogatása)	https://www.postabiztosito.hu/Magunkrol/EvesJelentesek.aspx
25	METLIFE Europe Limited Magyarországi Fiók	egyszerű (pü-i tájékoztatás, önkéntesség)	https://www.metlife.hu/rolunk/tarsadalmifelelossegvallalas/
26	NN Biztosító Zrt.	részletesen a 2. táblában egyszerű	https://www.nn.hu/az-nn-rol/tarsadalmi-felelossegvallalas
28	SIGNAL IDUNA Biztosító Zrt.	(Transparency International Hungary támogatása, szűrőprogramok, önkéntesség)	http://www.signal.hu/hu/tarsadalmifelelossegvallalasuk
29	UNION Vienna Insurance Group Biztosító Zrt.	egyszerű (Esélyt adunk program, Zöld lépések program, önkéntesség)	https://union.hu/tarsadalmifelelossegvallalas
30	UNIQA Biztosító Zrt.	egyszerű (jótékonykodás)	https://www.uniqa.hu/nyitolap

Forrás: Biztosítók weboldala, saját szerkesztés

Közülük 16 biztosító végez CSR/TF/FF tevékenységet - legalábbis a weboldaluk tartalma szerint -, azaz az intézmények fele kedvező elbírálás alá esik vizsgálatunk szempontjából. Igaz közülük hat csak az egyszerűbb társadalmi felelősségvállalás irányába mozdult, úgy, mint jótékonyág, támogatás, adomány, illetve pénzügyi tájékoztatás és szűrőprogramok (bár ez utóbbi tartalmasabb, mint a versenysport szponzoráció).

Az 1. hipotézisünk megdőlt, nemcsak a nagy biztosítók tartják fontosnak, és végeznek - kereteiken belül - CSR/TF/FF tevékenységet. Ugyanakkor árnyalja a képet, hogy az 5 legnagyobb biztosítón kívül a CSR tevékenységet végző intézetek többsége jelentős mértékű, hagyományos pénzügyi – banki szolgáltatásokat is nyújt (pl. Erste, K&H). Ez nyilván jelentősebb anyagi kereteket biztosít a társaság számára a társadalmi felelősségvállalás terén is.

A legnagyobb 5 biztosító CSR tevékenységét elemezzük a továbbiakban. (2. tábla). A biztosítók weboldalán fellelhető CSR/TF/FF jelentések, tájékoztatók alapján megállapítható, hogy a naprakészségük eltérő, 2015-2018 között íródtak. A legfrissebb az NN-é (2018), a legrégebbi az Allianz-é (2015).

A legrészletesebb jelentés a piacvezető (díjbevétel és piaci részesedés alapján) Allianz biztosítótársaságé, aki - nyilván anyagi lehetőségei függvényében - legkorábban lépett a

CSR terén, felismerve a benne rejlő pozitív lehetőségeket. A többi biztosító mintegy az Allianz nyomdokaiban haladva, kis késéssel dolgozta ki, illetve valósította meg a saját CSR eszköztrendszerét.

A biztosítók láthatóan nem egyformán értelmezik a társadalmi felelősségvállalás fogalmát: mutatja ezt egyrészt a jelentések eltérő elnevezése (CSR/TF/FF jelentés), másrészt az ilyen irányú tevékenységben megjelenő érintettek különböző súlyozása. Az alkalmazottak felé irányuló CSR nagy részletességgel csak az Allianznál jelenik meg, az ügyfelekre is csak 2 biztosító fordít figyelmet a jelentésben az ötből (Generali, Groupama), ám ők is csak általános megfogalmazásokat használnak. Így ezeket az összehasonlításokat nem tárgyaljuk.

Az 5 piacvezető biztosító CSR tevékenysége nagyjából hasonló területekre fókuszál: támogatásokra (oktatás – kultúra – sport), alkalmazottai önkéntességére, és a környezetért érzett felelősség irányába alkalmazott eszközökre (zöld-programok: papírtmentesítés, energiatakarékosság, szelektív hulladékgyűjtés).

A legnagyobb egyezés a támogatás/szponzoráció területén belül is a *sport támogatásában* mutatkozik meg. Megfigyelhetők a biztosítók által kiemelt sportágak, továbbá országos vagy nemzetközi jellegű támogatások. Az Aegon a magyar kézilabdával (MKSZ), az NN a focival (MLSZ, ill. az FTC), a vízilabdával (FTC) és a kézilabdával (Pick Szeged), az Allianz pedig a Forma 1-vel kötelezte el magát.

Erősen megkérdőjelezhető az országos hírnevű csapatok támogatását társadalmi felelősségvállalás címszó alatt szerepeltetni. Sokkal inkább reklámnak, marketing fogásnak mondhatnánk a szponzoráció következtében...

Ugyanakkor léteznek a nagyközönség számára meghirdetett programok is a sport és egészségmegőrzés terén: az NN a futókat (minden résztvevőt) támogatja futóversenyek szervezésével. A Generali csak egészségügyi szűrővizsgálatokat szervez, de ez utóbbiak nyitottak mindenki előtt, így inkább illeszkednek a CSR valós fogalomkörébe.

Az *oktatás* támogatása fontos szegmens, hiszen a lakosság pénzügyi tudatosság felé való nyitottsága, hozzáértő aktív tevékenysége minden pénzügyi intézet számára – és persze a társadalom számára is – kívánatos cél lehet. Megállapíthatjuk, hogy mind az 5 vizsgált nagy biztosító rendelkezik ilyen jellegű akcióprogrammal. Kiemelten kezelik ebben a fiatalok érzékenyítését e téma iránt, akiket vetélkedők formájában érnek el, vonnak be az ismeretszerzésbe (Aegon, Allianz, NN).

Az *egészségmegőrzés* illetve a *biztonság* ugyanakkor még inkább a biztosító intézetek profiljába vág, figyelembe véve az alaptervékenységeiket: élet-, nyugdíj-, egészség-, gépjármű-, lakás-biztosítások, illetve kármegelőzés. Ezek mind az 5 nagy biztosítónál hangsúlyos szerepet kapnak, ilyen-olyan formában: az Aegon a kármegelőzésre, az Allianz a balesetmegelőzésre és rehabilitációra, a Generali a szűrővizsgálatokra, a Groupama az autóbaleset megelőzésre, az NN pedig a tömegsportra összpontosít.

A 2. feltevéseink igazolódtak; nincs lényeges eltérés a nagy biztosítók CSR tevékenysége között.

Nézzük a különbségeket! A biztosítók felelős működésével, speciális szolgáltatásaival és a szakmai tudás átadásával szorosan összefügg olyan programok támogatása, ami *bevonja a fiatalokat a biztosító társaság tényleges munkájába*. Egyedül az NN valósította meg ilyen CSR aktivitást: „Árnyék-program” néven felsőoktatásban tanuló hallgatókat, és „Integrom-program” néven roma fiatalokat von be a cég napi szintű feladatainak megfigyelésébe, kipróbálásába.

A biztosítói támogatások eltérést mutatnak a *művészet és a tudomány* szponzorálása terén. A művészet felkarolására csak 3 biztosítónál van keret vagy affinitás az ötből: az Aegonnál irodalom témában kortárs művészeti díj formájában, a Groupamánál a Vígszínház, és az Allainznál természetfilmek, zenei fesztivál szponzorálásában.

A *tudomány* nagyobb volumenű támogatása pedig csak 2 intézménynél jelenik meg, az Allianz és az NN biztosítóknál (a legjobb gazdasági eredményességi mutatókkal rendelkezőknél), mégpedig országos ill. nemzetközi tudományos konferenciák formájában.

Az *alkalmazottak önkéntes segítő tevékenységét* sem építi be a CSR-be mind az öt nagy biztosító: csak az Aegon, az Allianz és a Generali épít dolgozóinak aktív karitatív tevékenységére és adományaira. Főként a rászoruló, hátrányos helyzetűek segítségével nyilvánul ez meg (kiemelten a gyermekeknek nyújtott támogatásban), illetve véradás formájában.

A *környezeti felelősségvállalás* terén az Allianz biztosító érdemel csak figyelmet. A hagyományosnak mondható technikákon túl (papírinterjesztés, szelektív hulladékkezelés, energiatakarékosság), itt figyelhetünk meg egyedül innovatív megoldásokat, úgy, mint pl. az esővíz újrahasznosítása.

2. táblázat. Biztosítók CSR / Társadalmi felelősségvállalás / Fenntartható fejlődés tevékenysége

Társadalmi felelősség	Aegon 2017	Allianz 2015	Generali 2017	Groupama 2015	NN 2018
<i>Támogatás</i>	1.OKP=Oktatást Támogató Program 2. Aegon Pénzügyi Akadémia 3. Országos Kármegelőzési Program 2013- 4. Együtt a biztonságért, online vetélkedő 5. Lakossági fórumok	1. Allianz Tudásközpont weboldal 2. „PénzSztár verseny” 2015- (középfiskolák)	Generali a Biztonságért Alapítvány	Groupama Tanpálya (autóbaleset megelőzés)	1. Társadalmi Innovációs Verseny 2015- 2. Árnyéknapi (felsőokt. diákok az NN-nél 1 napra) 2017- 3. Integrom program 2017- 4. Tájékoztató kampány

Társadalmi felelősség	Aegon 2017	Allianz 2015	Generali 2017	Groupama 2015	NN 2018
Kultúra, Művészet	Aegon Kortárs Művészeti Díj 2006-	1. Nemzetközi Természetfilm Fesztivál 2015- 2. Arcus Temporum: Pannonhalmi Főapátság zenéi művészeti fesztivál		Vígyszínház	
Tudomány		1. „Közös jövőnk” konferencia, 2014 2. Pénzügyi tudatosság konf. 3. Baleset megelőzési kutatóközpont			TEDxYouth@ Bp konferencia, 2015, 2017
Sport, Egészség	Kézilabda 2016- (Magyar Szövetség)	1. Allianz Junior Foci tábor 2016- 2. F1 2000- 3. Rehabilitációs füzet 4. Családi hétvége- Mogyoród, 2014 5. Nemzetközi Paralimpia Bizottság támogatója 2006- (6. Allianz Aréna – Bayern München)	1. Szűrővizsgálatok az országban	1. Football, FTC, 2014- 2. Vízilabda, FTC 2018- 3. Groupama Aréna 4. FTC szurkolói balesetbiztosítási kártya 5. MLSZ, 2010- 6. Kézilabda, Mol-Pick Szeged, 2018-	1. NN Ultrabalaton 2. NN Family Run 2015- 3. NN Night Run Bp 2017 3. Wizz Air félmaraton 2018-
Alkalmazottak önkéntességé, adományai, karitatív tevékenysége	1. Globális önkéntes nap 2. Karácsonyi cipősdoboz ajándék 2010-	1. Véradás 2. Érzékenyítés 3. Önkéntes nap: intézmények szebbé tétele	Generali a Biztonságért Alapítvány: 1. Mosolyvadász program (gyermekotthonok) 2. Hátrányos helyzetűek támogatása		
Egyéb		Korrupció ellenes intézkedések			

Társadalmi felelősség	Aegon 2017	Allianz 2015	Generali 2017	Groupama 2015	NN 2018
Környezeti felelősség					
Papír-mentesítés		x	x		x
Zöld iroda		x „zöld székház” (szigetelés, napkollektor, tisztított víz)			
Szelektív hulladék		x	x		
Energiatakarékosság, Fény-források		1. Energiatakarékos égők, mozgásérzékelő fényf.	x	x	
Egyéb		2. WWW Föld órája 2015- 1. <i>Eszívész</i> <i>újrabasználat</i> 2. <i>Tisztított víz az irodákban</i>	1. <i>Csúszásgátló útburkolatok finanszírozása</i>		

Forrás: Biztosítók CSR jelentésének webes felülete, saját szerkesztés

Áttekintve a biztosítók CSR/TF/FF programjait, illetve annak feltételezett költségigényét, kijelenthető, hogy a legszélesebb körű CSR tevékenység a támogatások terén tapasztalható, és ebből adódóan a legnagyobb összegeket támogatásokra/szponzorációra fordítják.

A 3. hipotézisünk is igazolódott, a támogatások adják a CSR tevékenység döntő részét.

A kérdőíves kutatás eredményei

Kérdőívünk 14 kérdést tartalmazott, 13 biztosítónak küldtük ki e-mailben a 32-ből (köztük az öt nagy, részletesen vizsgált intézetnek), a www.ripet.hu kérdőívszerkesztőt használtuk. Sajnos csupán 3 értékelhető válasz érkezett vissza (1 nagy és 2 kisebb biztosítótól). Ebből általánosítani természetesen nem szabad, mégis lehetőség nyílik nem publikus adatok megszerzésére.

1. Három biztosító töltötte ki kérdőívünket a megkeresett 13-ből (3/13=> 23%-os *válaszadási arány*), ezen belül egy nagy - az előző fejezetben vizsgált - biztosító volt az 5-ből (1/5=> 20%-os v.a.).
2. CSR tevékenységüket a válaszadók 2007-2017 évek között szóródóan *kezdték*. Jellemzően a külföldi tulajdonossal rendelkezők, korábban. Ez jelzi, hogy tőlünk nyugatra előbbre tart a CSR.
3. Sikeres CSR tevékenységként, *büszkségüként* az adományokat, a pénzügyi-, természetbeni-, kommunikációs-, és humán támogatásokat, illetve a támogatott intézeteket/partnereket említik a válaszadók. Két kis biztosító konkrét válasza az alábbi:

„Vállalatunk a teljes CSR programjára büszke. PARTNEREINK: Bátor Tabor, Fejér Megyei Gyermekvédelmi Alapítvány, Kézzenfogva Alapítvány, Nem Adom Fel Alapítvány, Magyar Vöröskereszt, Magyar Élelmiszerbank, Piros Orr Bobócdoktorok, Amadeus Művészeti Alapítvány. Támogatási formáink sokszínűek, a pénzügyi segítségen felül természetbeni, kommunikációs és humán (önkéntes munka) támogatásokat egyaránt nyújtunk partnereinknek és tevékenységünkben kiemelt szerep jut az edukációnak, a közös programoknak. Fontosnak tartjuk, hogy támogatottjaink és kollégáink között kötődés alakuljon ki.” (Union Biztosító)

„A Magyar Máltai Szeretetszolgálat (MMSZ) Kerekítsd fel! elnevezésű programjához csatlakozva, az EUB ügyfeleinek hozzájárulásával több mint 1,7 millió Ft-ot gyűjtöttünk össze. Az adományból az MMSZ a Mentőszolgálat javára 2 db video laringoszkópot vásárolt, amely az életveszélyes állapotban lévő betegek lélegeztetésének előkészítéséhez használható. A jelenleg futó kampányunk során betegszállító autóra gyűjtünk. A Budapesten megműtött fejűknél összenőtt bangladesi szíami ikerpár és családjának biztosítása (természetesen itt az utazással kapcsolatos utasbiztosításról van szó, nem pedig a műtéttel kapcsolatos kockázatok fedezetéről). A Generali Csoport tagjaként mi is klímataudatos és energiatakarékos módon folytatjuk működésünket: papírhasználatunk csökkent, hosszabb távon a teljesen papírmentes működés a célunk, korszerű világítással, szelektív hulladékgyűjtéssel, hőszigetelő nyílászárókkal üzemeltetett épületben dolgozunk.” (Európai Utazási Biztosító)

4. CSR/TF/FF jelentéseiket a biztosítók jellemzően a weboldalukon *kommunikálják*, de vannak, akik más internetes és médiafelületeket is használnak a tájékoztatásra.
5. Több biztosító tartja fontosabbnak a CSR programok cégen belüli kommunikációját, kevesebben vélik úgy, hogy a *külső és belső kommunikáció* egyformán fontos.
6. Arra a kérdésre, hogy milyen gyakran készítének CSR/TF/FF jelentést, csak egy biztosító válaszolt (nagy biztosító), aki *két évente* vizsgálja felül, aktualizálja, illetve bővíti ilyen irányú tevékenységének nyilvános dokumentumát. Vélhetően a szerényebb anyagi lehetőségű cégeknek nincs erre kapacitásuk.
7. Van külön *költségvetése* a CSR tevékenységnek a válaszadók kétharmadánál, azaz tervezetten költenek a társadalmi felelősségvállalás megvalósítására.
8. A szervezetben belül a *marketing-, PR-, kommunikációs osztály* felelős minden válaszadó cégnél a CSR tevékenység koordinálásáért. Ez az eredmény is azt erősíti meg, hogy a biztosítók nagy része inkább reklám lehetőséget lát a CSR tevékenységben, mint önzetlen (esetleg névtelen) segítséget.
9. Talán a legizgalmasabb kérdés az volt, hogy mekkora összeget költenek a biztosítók az éves *eredményük számlájában* CSR tevékenységre. Erre sajnos csak egy biztosító válaszolt: éves eredményük kevesebb, mint 3%-át. Ez az arány elszomorítóan alacsony.
10. A *sponzoráció/támogatás* az éves CSR tevékenységre fordított összeg kevesebb, mint 25%-át teszi ki minden válaszoló biztosítónál. Mivel a kérdésre 1 kis és 1 nagy biztosító válaszolt, nem általánosítható a megállapítás. Különösen a nagy biztosító(k) esetén kérdőjelezhető meg ez az arány, hiszen a 2.sz. táblázatban részletezett CSR tevékenységek közül a támogatás rendelkezik a legszélesebb spektrummal. (A

mostani vizsgálati keretek nem voltak elegendők ennek a kérdésnek a tisztázására, ám a további kutatások irányát jelezheti; a személyes interjúk és a céges kimutatásokba való betekintés pontosabb képet adhatnak).

11. A CSR tevékenységnek csak *pozitív hatása* van a válaszadók szerint: munkatárs megtartó erőt ad, élénkíti a csapatszellemet, érzékenyíti az alkalmazottakat, ugyanakkor a támogatók öröme visszahat a cégre, illetve az ügyfelek méltányolják ezeket a törekvéseket. (Ezeket a válaszokat két kis biztosító adta, a nagy nem felelt erre a kérdésre.) Két kis biztosító konkrét válasza:
„*Negatív hatás természetesen nincs. Pozitív hatás: - employer branding elemmé vált, munkatárs megtartó erővel bír - csapatszellemet szolgálja - érzékenyítés - támogató partnereink öröme visszahat.*” (Union Biztosító)
„*Közvetlen pozitív vagy negatív hatását nem feltétlen érzékeljük, de a Kerekítsd fel! kampány során kiderült, hogy ügyfeleink méltányolják a törekvéseinket, hiszen sokan voltak hajlandók felkerekíteni a vásárlás összegét a nemes cél érdekében.*” (Európai Utazási Biztosító)
12. A biztosítók vezetése, tulajdonosai az 1-5-ös skálán átlagosan *4-es fontosságúnak* érzik a CSR tevékenységet (két válasz volt: egyik 5-ös, azaz teljes mértékben fontos, a másik 3-as, azaz csak közepesen).
13. A CSR tevékenységnek *PR jelentősége átlagosan 3-as* az 1-5-ös skálán; a válaszadók kétharmada 2-es adott meg, egyharmaduk 5-öst. Azaz többségük - helyesen - nem a cég imázsának javításában látják a CSR lényegét.
14. A két válaszoló kisebb biztosító hozzájárult a kérdőív kiértékeléskor történő nevesítéséhez (Európai Utazási-, és Union Biztosító), az egy nagy, nem.

Egy hipotézisünk épült a kérdőívre (H4): A CSR tevékenységre az éves működési eredményadatok kisebb, mint 5%-át költik a biztosítók. Igaz, csak egy válasz alapján, de megerősítést nyert a feltevésünk.

KÖVETKEZTETÉSEK, ÖSSZEGZÉS

Kutatásunk a CSR elterjedtségét vizsgálta a piaci szereplők egy szegmensében, a biztosító társaságoknál. A cégek weboldalán található CSR jelentések alapján dolgoztuk fel a témát, továbbá kérdőívet juttattunk el a 32-ből 13 biztosító részére, akik végeznek ilyen irányú tevékenységet (sajnos csak 3 biztosító válaszolt... A további kutatás szükségessé teszi a személyes interjúkat). Az 5 legnagyobb vagyonú biztosító CSR tevékenységét vizsgáltuk meg részletesen.

A biztosító társaságok fele foglalkozik a társadalmi felelősségvállalás ilyen-olyan szintű megvalósításával, akik között nem csak jelentős anyagi háttérrel rendelkezők vannak. (Lehetséges, hogy még többen is foglalkoznak CSR-ral, csak még nem publikálják nyilvánosan, háttérben maradnak - tudatosan vagy lustaságból.) Örömteli, hogy a gazdálkodó cégek és a banki szféra nyomdokain haladva a biztosítási piacon is egyre nagyobb teret hódít a CSR. A kisebb biztosítók főként támogatások, adományok formájában, míg a nagyok szélesebb körű akciókkal valósítják meg a CSR teendőket. Ám kiemeljük, hogy még a nagyobb biztosítók is a támogatásokra, szponzorációra helyezik a

hangsúlyt, ennek a spektruma a legnagyobb. Bár a személyes megkeresésből érzékelhető, hogy a válaszoló szakemberek tisztában vannak a CSR önzetlenül segítő alapkövetelményével, ám mégis általános, hogy a marketinghez, az imázs építéséhez kötik mind szervezetileg, mind hatását tekintve.

A nagy biztosító társaságok CSR tevékenysége nem tér el lényegesen egymástól: támogatásokra, az alkalmazottak önkéntességére és a környezet kímélésére építenek. Fontos kihangsúlyozni, hogy az oktatás terén igyekeznek a lakosságot és főleg a fiatalokat érzékenyíteni az egészségmegőrzés, a baleset- és kármegelőzés, továbbá a biztonság és a biztosítások, mint pénzügyi szolgáltatások terén. Közös sajátosság a sport, egészség kiemelt megjelenése a támogatásokban, ám több biztosító is országos hírű sportklubokat vagy magyar válogatottat szponzorál, ami nem feltétlenül jelent valódi társadalmi felelősségvállalást, sokkal inkább reklámfelületet a biztosító intézet számára. A tudomány és a kultúra támogatását, illetve az alkalmazottak önkéntességét nem azonos mértékben alkalmazzák még a nagy biztosítók sem.

Bár kevés válasz érkezett a kérdőívre, de megerősödött az az előzetes feltevésünk, hogy a CSR tevékenységre – még ha tervezetten benne is van a költségvetésben – az éves eredmény nagyon alacsony arányát, kevesebb, mint 5%-át költik. A CSR tevékenység pozitív hozománya közé sorolták a válaszoló cégek a támogatottak és az ügyfelek méltányoló elismerését, de a munkatársak megtartó erejét és a csapatszellem erősítését is. A kutatás eredménye viszonylag világos következtetések levonását teszi lehetővé annak ellenére, hogy látszólagos sokszínűséggel talákoztunk. A legfontosabb megállapítások a következőkben foglalhatók össze:

Pozitívumok

A CSR ma a köztudat részévé vált a jelentősebb gazdasági szereplők esetében. Olyan elem, amelyet „kultúrember” nem hagyhat figyelmen kívül. Ebből a szempontból a biztosítók az átlag feletti elkötelezettséget képviselik. Érzékelik a társadalmi elvárást abban a tekintetben, hogy a tulajdonosnak és a menedzsmentnek jó példával kell elől járnia.

A biztosítók körében is egyre nagyobb az elterjedése a társadalmi felelősségvállalásnak. Méret, illetve vagyonfüggő az ilyen irányú tevékenység volumene. A nagy biztosítók részletesen kidolgozott, megvalósított CSR tevékenységet folytatnak.

A CSR/TF/FF tevékenység kommunikációja megfelelő, a biztosítók weboldalán megtalálhatók ebben a témában a jelentések. A nagy biztosítók 2 évente frissíti ezeket.

A biztosítók CSR/TF/FF tevékenysége nem tér el jelentősen. Legnagyobb aránya a támogatásoknak, szponzorációnak van, ami kiterjed az oktatásra, kultúrára és a sportra, egészségmegőrzésre. Továbbá minden biztosító a természeti környezet megóvása irányába is tesz lépéseket ilyen-olyan eszközökkel.

Büszkék a társadalmi felelősségvállalásukra.

Negatívumok

A biztosítók CSR/TF/FF tevékenységében elsődleges a PR, reklám, imázsépítés, és csak másodlagos a tudatos stratégia (kötelező házi feladatként jelenik meg), nincs beépülve a vállalati napi működésbe.

Általában a PR szervezethez delegálják – esetleg a HR-hez – és kampányszerűen foglalkoznak vele. A kiküldött kérdőívek kitöltésének „elfelejtődése” mutatja, hogy nincs a CSR-hez naprakész státusz hozzárendelve, és a témáért felelős vezető nem mer céges véleményt közölni felsővezetői útmutatás és jóváhagyás nélkül.

A CSR keret felhasználás domináns részét képezi a szponzoráció, ami sok esetben a biztosító reklámfelületeken való megjelenítését szolgálja, nem a társadalom érdekét.

A biztosítók az eredményük nagyon kis hányadát fordítják CSR/TF/FF tevékenységre, ami növelhető lenne.

A források felhasználása között általában az elsőszámú vezető személyes kötődése, vonzalma meghatározó módon fedezhető fel. A döntés iránya nem tudatos felelősségvállalási koncepció, céges szándék, hanem szubjektív elemek által meghatározott.

Ugyan vállalati konferenciák, belső marketing anyagok keretében megjelenik a cég ilyen irányú költése a belső kommunikációban, azonban korántsem állítható, hogy ezt hangsúlyosan, identitás képző erőként használná a menedzsment.

Egyértelműen érzékelhető, hogy a biztosító cégek büszkék Társadalmi Felelősség Vállalási tevékenységükre. Az szinte biztosra vehető, hogy a környezeti kihívások és a közösségek alapvetően humánus jellege miatt e fontos területen egyre cizelláltabb és elkötelezettebb munka fog folyni. Joggal reménykedhetünk abban is, hogy a társadalmi- és egyéni kockázatkezelés gyakorlatát és következményeit jól ismerő pénzügyi szektor élenjáró szereplő lesz a hosszútávú társadalmi nehézségek enyhítésének szép kihívásában.

FELHASZNÁLT IRODALOM

BARCLIFT, Z. J. (2012): Corporate Social Responsibility and Financial Institutions: Beyond Dodd-Frank. Banking & Financial Services Policy Report. Volume 31, number 1, Januar

BRAUN Róbert (2007): Felelősségvállalás a pénzügyi szektorban: Transzparencia és hitelesség. <https://www.mnb.hu/letoltes/20070522-23-braun-robort-1.pdf>

CARROLL, A. B. (1979): A Three-Dimensional Model of Corporate Performance. Academy of Management Review, 4(4): pp. 497–505. <https://doi.org/10.2307/257850>.

CARROLL, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons, July-August.

DALHSRUD, A. (2008): How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 15(1) pp. 1–13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>.

DODD, E. M. Jr. (1932): For Whom are Corporate Managers Trustees? Harvard Law Review 45(7) pp. 1145–1163. <https://doi.org/10.2307/1331697>.

EVAN, W. M. – FREEMAN, R. E. (1996): A modern vállalat stakeholder-elmélete: kantiánus kapitalizmus. In: Boda Zs. – Radácsi L. (1996). Vállalati etika. BKE Vezetőképző Intézet, Budapest pp. 93–108.

LENTNER Csaba – SZEGEDI Krisztina – TATAY Tibor (2017): Társadalmi felelősség a központi bankok működésében. Hítelinézeti Szemle, 16. évf. 2. szám, 2017. június, pp. 64–85.

LENTNER Csaba – SZEGEDI Krisztina – TATAY Tibor (2015): Társadalmi felelősségvállalás a bankszektorban. Pénzügyi szemle, 2015.1. pp. 96-104.

RANGAN, V. K. – CHASE, L. – KARIM, S. (2015): The Truth About CSR. Harvard Business Review, January–February pp. 40–49.

SZEGEDI Krisztina (2014): Possibilities of Corporate Social Responsibility. In: BERÉNYI L. (Ed.) (2014): Management Challenges in the 21st Century. LAP LAMBERT Academic Publishing.

Tzu-Kuan Chiu (2014): Putting Responsible Finance to Work for Citi microfinance. Journal of Business Ethics 119 (2):1-16 (2014)

VIGANO, F. – NICOLAI, D. (2009): CSR in the european banking sector: evidence from a survey. In: Barth, R. – Wolff, F. (ed.) (2009): Corporate Social Responsibility in Europe: Rhetoric and Realities. Edward Elgar Publishing Inc. ISBN 978 1 84720 764 7

Magyar biztosítók évkönyve, 2018. <https://mabisz.hu/wp-content/uploads/2018/08/evkonyv-2018-magyar.pdf>

Biztosítók weboldalai: (3. mellékletben mind a 32 vizsgált cég linkje szerepel)

<https://www.aegon.hu/aegonrol/tarsadalmi-felelossegvallalas.html> Utolsó letöltés ideje: 2019.04.01.

<https://www.nn.hu/az-nn-rol/tarsadalmi-felelossegvallalas> Utolsó letöltés ideje: 2019.04.01.

https://www.allianz.hu/v_1446807344000/hu/letoltheto-dokumentumok/allianz-csr-2014.pdf Utolsó letöltés ideje: 2019.04.01.

https://groupama.hu/hu/Fogyasztovedelem/fogyasztovedelmi_politikank_es_iranyelvek.html?redirected=true#onglets-span Utolsó letöltés ideje: 2019.04.01.

https://www.general.hu/~media/Ugyfelportal/Dokumentumok/Rolunk/Charter%20of%20Sustainability%20Commitments_HU.ashx Utolsó letöltés ideje: 2019.04.01.

<https://biztositomagazin.hu/biztositok-magyarorszag/> Utolsó letöltés ideje: 2019.02.25.

ISSN 2630-886X

18  57

BGE