



# Kézikönyv fenntartható vállalkozások alapításához

## 7. Modul: Stratégiai CSR

Kézikönyv fenntartható vállalkozások alapításához.  
Készült a Young GREENTrepreneurs projekt keretében.

Projektazonosító: 2021-1-HU01-KA220-YOU-000029114  
Erasmus+ Program



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



# Tartalomjegyzék

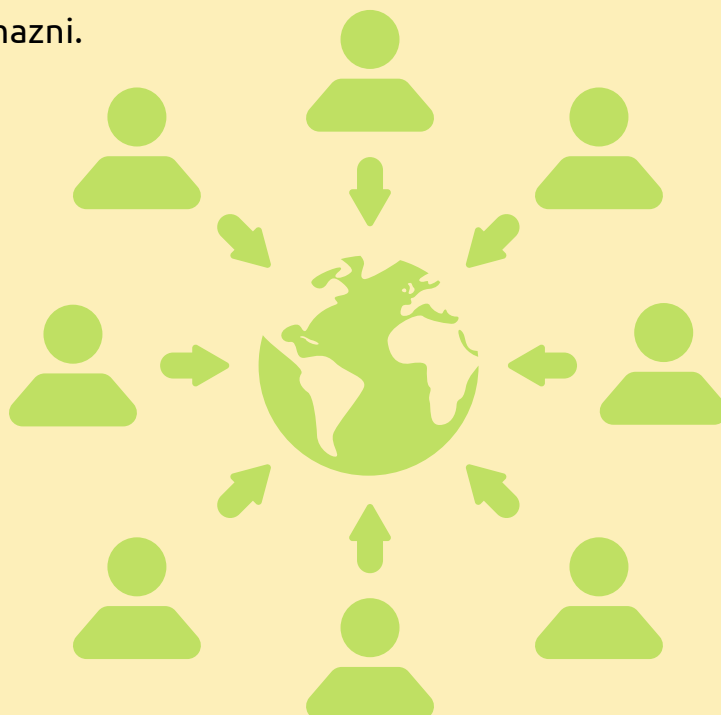
## Bevezetés: A társadalmi hatás meghatározása a vállalkozások kontextusában

1. lecke	Stratégiai CSR	Ebben a leckében a vállalati társadalmi felelősségvállalásról fogunk tanulni, és megismerkedünk néhány CSR-stratégiával, amelyet a vállalkozások alkalmazhatnak.
2. lecke	CSR-fejlesztés a kisvállalkozásoknál és startupoknál	A második leckében azt fogjuk megvizsgálni, hogyan dolgozhat ki és hajthat végre CSR-stratégiát a start-up vagy kisvállalkozásában.
3. lecke	Kulcsindikátorok	A CSR stratégiák bevezetése után nyomon kell követni az előrehaladást, és értékelni kell a teljesítményt és a sikert. Megnézzük azokat a kritikus mérőszámokat, amelyeken keresztül ezt megtehetjük.
4. lecke	CSR Tanúsítványok	Végezetül megvizsgáljuk, hogyan tudjuk demonstrálni az etikai, társadalmi és környezeti felelősségvállalás iránti elkötelezettségünket, és ez hogyan segíthet az érdekelt felek bizalmának kiépítésében és hírnevünk növelésében.

## Bevezetés

A meghatározás szerint egy vállalkozás "társadalmi hatása" azokra a számszerűsíthető és mérhető hatásokra vagy eredményekre utal, amelyeket egy vállalkozás tevékenységei, termékei, szolgáltatásai vagy kezdeményezései gyakorolnak a társadalomra vagy egy adott társadalmi csoportra. A társadalmi hatás magában foglalja mind a pozitív, mind a negatív változásokat, amelyek egy vállalkozás működéséből vagy beavatkozásaiból erednek. Általában különböző mérőszámok és mutatók segítségével értékelik, hogy a vállalkozás milyen mértékben járul hozzá a társadalmi problémák kezeléséhez vagy az egyének, közösségek vagy a társadalom jólétének javításához. A társadalmi hatás főbb jellemzői a vállalkozással összefüggésben a következők: mérhetőség, számszerűsíthetőség, hozzárendelhetőség, időkeret, hatókör, fenntarthatóság, kontextuális megfontolások, átláthatóság és jelentéstétel.

Ebben a modulban áttekintést nyújtunk a CSR-rel kapcsolatos kulcsfogalmakról és lépésekről az induló vállalkozások és kisvállalkozások számára. Kitérünk a CSR fontosságára, a CSR-stratégiák kialakítására és a tanúsítványok szerepére. Valós példákat adunk olyan vállalatokról, amelyek sikeresen alkalmazták a CSR stratégiát, így könnyebb megérteni, hogyan lehet ezeket a stratégiákat a gyakorlatban alkalmazni.



# 1. lecke: Stratégiai CSR

## CSR = Társadalmi felelősségvállalás

A CSR-stratégiák olyan megközelítések és kezdeményezések, amelyeket a vállalkozások dolgoznak ki és hajtanak végre annak érdekében, hogy a társadalmi, környezeti és etikai szempontokat beépítsék alapvető üzleti tevékenységeikbe. A CSR-stratégiák célja, hogy pozitív hatást gyakoroljanak a társadalomra, ugyanakkor összhangban legyenek az üzleti értékekkel és hosszú távú célokkal.

**Egy vállalkozó sokféle képpen megvalósíthatja CSR stratégiáját. A CSR stratégiák 4 fő típusa az alábbi:**



## Íme néhány CSR stratégia, amelyet a vállalkozások használnak:



Saját szerkesztés, forrás: [INVESTOPEDIA](#)

### FONTOS MEGJEGYZENI!

A hatékony CSR-stratégiák a vállalat egyedi körülményeihez, iparágához és értékeihez igazodnak. A stratégiákat be kell illeszteni a vállalat általános üzleti stratégiájába, és idővel a változó társadalmi és környezeti kihívások kezelése érdekében tovább kell fejleszteni. Végül is a CSR-stratégiáknak demonstrálniuk kell a vállalat elkötelezettségét a társadalomra és a bolygóra gyakorolt pozitív hatás iránt, miközben a vállalat hosszú távú fenntarthatóságának és hírnevének is hasznára válnak.

# GYAKORLATI FELADAT: ESETTANULMÁNYOK ELEMZÉSE

Ebben a gyakorlatban a résztvevők néhány valós CSR esettanulmányt kapnak olyan vállalkozásokról, amelyek sikeresen integrálták a társadalmi hatást az üzleti modelljükbe. A gyakorlat résztvevőinek elemezniük kell az eseteket, és azonosítaniuk kell a CSR-kezdeményezéseket, értékelniük kell azok hatását, és meg kell vitatniuk az üzleti és társadalmi eredményeket.

## PÉLDA EGY CSR-STRATÉGIÁVAL RENDELKEZŐ INDULÓ VÁLLALKOZÁS ESETTANULMÁNYÁNAK ELEMZÉSÉRE:

**A vállalat neve:** Patagonia, Inc.

**Iparág:** Kültéri ruházat és felszerelés

**CSR fókuszterületek:** Környezeti fenntarthatóság, etikus beszerzés, közösségi szerepvállalás.



### **Kulcspontok:**

**Környezeti felelősségvállalás:** A Patagonia híres a környezeti fenntarthatóság iránti erős elkötelezettségéről. A vállalat nemcsak környezetbarát anyagok felhasználásával gyártja termékeit, hanem aktívan kiáll a környezetvédelem mellett is. Nyereségük jelentős részét környezetvédelmi célokra adományozzák.

**Fenntartható ellátási lánc:** A Patagonia nagy hangsúlyt fektet az etikus beszerzésre és az átláthatóságra az ellátási láncában. Szorosan együttműködnek a beszállítókkal a tisztességes munkaügyi gyakorlat és a felelős anyagbeszerzés biztosítása érdekében.

**Javítás és újrahasználat:** Ahelyett, hogy a vásárlókat további vásárlásra ösztönöznék, a Patagonia arra ösztönzi őket, hogy javítsák és használják újra a termékeiket olyan kezdeményezésekkel, mint a "Worn Wear/Kopott viselet" program. Még ingyenes javítási szolgáltatásokat is kínálnak a termékeikhez.

**Közösségi szerepvállalás:** A Patagonia különböző közösségi kezdeményezésekben vesz részt. Eladásaik egy százalékát alulról szerveződő környezetvédelmi szervezeteknek adományozzák, és aktívan támogatják a természetvédelmi erőfeszítéseket.

**Átláthatóság:** A vállalat évente kiad egy környezetvédelmi és társadalmi kezdeményezésekről szóló kiadványt, amely részletes tájékoztatást nyújt a CSR erőfeszítéseiről, céljairól és az elért eredményekről. Ez az átláthatóság segít a bizalom kiépítésében az ügyfelek és az érdekelt felek körében.

**Következtetés:** A Patagonia CSR megközelítése nemcsak a márka hírnevét növelte, hanem a fenntarthatóságot és az etikus gyakorlatokat értékelő, társadalmilag tudatos fogyasztókat is vonzotta. Ez egy remek példa arra, hogy egy startup hogyan integrálhatja sikeresen a CSR-t az alapvető üzleti modelljébe.

## 2. lecke: CSR fejlesztés a kisvállalkozások és a startupok esetében. Miért fontos a CSR számukra és hogyan lehet hasznos?

A vállalkozásfejlesztés korai szakaszában kihívást jelenthet a fenntarthatóságot való gondolkodás és a vállalkozás pozitív társadalmi hatását figyelembe vevő és támogató stratégiák végrehajtása. Ezt gyakran elhanyagolják, mivel az üzlettulajdonosok aligha helyezik előtérbe a CSR-t, mivel jobban összpontosítanak a cégalap létrehozására, a potenciális ügyfelek vonzására és az üzleti tevékenységek finanszírozásához szükséges befektetések keresésére.

A növekvő társadalmi aggodalmak miatt azonban a CSR-stratégia megalkotása kritikus fontosságúvá vált a startupok számára, hogy hitelessé váljanak a nyilvánosság és a befektetők körében. Felismerik, hogy ez a lépés szükséges ahhoz, hogy üzleti funkcióikat skálázzák, és jó márkaképet alakítsanak ki az ügyfelek és a részvényesek számára.





# 7 OK, AMIÉRT A CSR FONTOS A KISVÁLLALKOZÁSOK ÉS AZ INDULÓ VÁLLALKOZÁSOK SZÁMÁRA

## 1. A MEGFELELŐ TEHETSÉGEK VONZÁSA ÉS MEGTARTÁSA

Az embereket arra ösztönözní, hogy jelentkezzenek a nyitott pozíciókra, rémálom egy startup környezetben. A nagyfokú bizonytalanság és instabilitás miatt a jelöltek ellenállnak a startup cégeknél való munkavállalásnak. Mivel a fiatalabbak társadalmilag sokkal tudatosabbak, és a CSR-kezdemenyvezések vonzó munkáltatóvá tehetik a startupot, ami segíthet a legjobb tehetségek bevonásában és megtartásában. A munkavállalók gyakran értelmes munkát keresnek, és olyan vállalatokhoz szeretnének tartozni, amelyek pozitív hatást gyakorolnak rájuk.

## 2. BEFEKTETŐI ÉRDEK

A kisvállalkozások CSR-stratégiája alapvető lépés a befektetők érdeklődésének felkeltéséhez a vállalat működési modellje iránt. A hatásbefektetők és a társadalmilag felelős befektetési alapok aktívan keresik az értékeikhez igazodó startupokat. Egy erős CSR-stratégia vonzó lehet a befektetők számára, és segíthet a startup vállalkozásnak a növekedéshez és terjeszkedéshez szükséges finanszírozás biztosításában.

## 3. AZ ÜGYFELEK VONZÁSA ÉS HŰSÉGÜK ELNYERÉSE

Az etikus üzleti működés iránti elkötelezettség visszhangzik az ügyfelek körében. Az ilyen tevékenységekben való aktív részvétel és lelkesedés hozzájárul a márkaismertség kialakításához és az ügyfelek márkahűségének növeléséhez. Azok az ügyfelek, akik egy vállalatot társadalmilag felelősnek érzékelnek, gyakran lojálisabbak, és nagyobb valószínűséggel ismétlik meg a vásárlásokat, és ajánlják a vállalatot másoknak, ami az ügyfél életciklusérték növekedéséhez vezet.

## 4. ELŐNY A VERSENYTÁRSAKKAL SZEMBEN

A zsúfolt piacon a CSR versenyelőnyt jelenthet. Megkülönbözteti a startupot a versenytársaktól, és eladási érv lehet az ügyfelek számára, akik egyre inkább értékelik az etikus és fenntartható gyakorlatokat. Megbízható és megalapozott CSR-stratégia nélkül a vállalatok továbbra sem tudnak egészséges ügyfélkapcsolatokat kialakítani. Másrészt viszont a stabil CSR-megközelítést fenntartó vállalkozások a magas szintű ügyfélkötelezettség, a hűséges ügyfélkör és a márka jó hírnevének növekedése terén élvezhetik az előnyöket.

## 5. INNOVÁCIÓ ÉS ALKALMAZKODÓKÉPESSÉG

A CSR a kreativitás, a problémamegoldás és a fenntarthatóság kultúrájának előmozdításával az innováció és az alkalmazkodóképesség katalizátoraként szolgálhat a startupokban. A CSR arra ösztönzi a startupokat, hogy innovatívan gondolkodjanak termékeikről, szolgáltatásaikról és működésükről. A CSR-t alapértékként felvállaló startupok jobb helyzetben vannak a társadalmi kihívások kezeléséhez, az új piacok megragadásához és ahhoz, hogy rugalmasak maradjanak a gyorsan változó üzleti környezetben.

## 6. A MÁRKA ISMERTSÉGÉNEK ÉS ELISMERTSÉGÉNEK NÖVELÉSE

A vállalkozásokat elsősorban az alapvető termékeik és szolgáltatásaik értékesítése miatt ismerik el. Ha aktívan hozzájárulnak az üzleti keretek társadalmi felelősségvállalásához, az ügyfelek új identitással találkoznak. Ez az új identitás segít az értékesítés ösztönzésében és emelésében, valamint a reklám- és marketingköltségek csökkentésében. Így már a kezdetektől fogva pozitív hírnevet és erős márkaidentitást építhetünk ki, és olyan társadalmilag tudatos fogyasztókat, befektetőket és partnereket vonzhatunk, akik támogatni akarják a céltudatos vállalkozást.

## 7. KÖLTSÉGHATÉKONY ÉS ZÖLD LÁBNYOMOT HAGY

Az üzleti vállalkozások társadalmi felelősségvállalása szempontjából vitathatatlanul az a legjobb választás, ha a fenntartható és ökológiai alternatívák választásával tudatosabbá válnak a környezetvédelemmel kapcsolatban. A CSR-programok lehetővé tétel a szervezetben pozitívan befolyásolhatja az emberek gondolkodását azáltal, hogy arra ösztönzi őket, hogy vegyék ki a részüket bolygónk erőforrásainak megmentéséből. Az iparágak a veszélyes gázok és az üvegházhatású gázok kibocsátásának egyik fő haszonélvezői. Olyan környezetbarát választásokat kell választaniuk, amelyek nem befolyásolják a termelési szintjüket, de összességében egészségesek a bolygó számára.

Saját szerkesztés, forrás:

Drivers for Sustainable Business Models in Start-Ups: Multiple case Studies; Complete guide on the importance of CSR strategy for startups

## Hogyan dolgozzunk ki CSR stratégiát egy kisvállalkozás vagy egy induló vállalkozás számára?

Amikor elkezdjük megtervezni a CSR-stratégiát az induló vállalkozásunkban, az első kérdés, ami eszünkbe jut: HOGYAN? Hogyan lehet elindítani a CSR-t egy vállalatnál? Ezt a feladatot nem szabad vakon megközelíteni az induló vállalkozásoknál, hiszen nem ez az elsődleges céljuk. A startupoknak más szempontokra is összpontosítaniuk kell: pénzügyek, marketing, értékesítés stb. és a költségvetés is kisebb. Tehát, amikor a CSR-t feltérképezzük vállalkozásunk számára, tartsuk szem előtt vállalkozásunk egészét, és ne a vállalkozásunk rovására tervezzük a CSR költségvetését.

Hogyan hozhatunk létre tehát hatékony CSR-politikát az induló vállalkozásunk számára anélkül, hogy torzítanánk a fő csatornáinkat? Az alábbiakban lépésről lépésre ismertetjük ezt:



1. lépés	Határozd meg CSR-célkitűzéseidet: Hozz létre egy egyszerű és megvalósítható CSR-programot egyszerű költségvetéssel, a meglévő munkafolyamatok megváltoztatása nélkül. Kezd azon konkrét társadalmi vagy környezeti kérdések meghatározásával, amelyek összhangban vannak vállalkozásod küldetésével, értékeivel, célkitűzéseivel és jövőképevel.
2. lépés	Értékeld az üzleti hatást: Határozd meg azokat a területeket, ahol vállalkozásod pozitívan járulhat hozzá vagy csökkentheti a negatív hatásokat. Ezt úgy teheted meg, hogy eldöntöd, mely társadalmi és környezeti szempontok a legfontosabbak az induló vállalkozásod számára, majd összegyűjtöd a szükséges információkat a vállalkozásodon belül.
3. lépés	Tűzz ki mérhető célokat: Határozz meg konkrét, mérhető, elérhető, releváns és határidőhöz kötött (SMART) vállalati társadalmi felelősségvállalási célokat. Ezeknek a céloknak összhangban kell lenniük a célkitűzésekkel, és tükrözniük kell az elérni kívánt hatást.
4. lépés	A CSR fókuszterületek meghatározása: Határozd meg azokat a konkrét CSR-fókuszterületeket vagy pilléreket, amelyekkel a vállalkozás foglalkozni fog. A leggyakoribb területek közé tartozik a környezeti fenntarthatóság, a közösségi szerepvállalás, az etikus üzleti gyakorlat és a munkavállalók jóléte.
5. lépés	CSR-kezdemenyyezések kidolgozása: Ötletelj és tervezz olyan CSR-kezdemenyyezéseket, amelyek összhangban vannak a kiválasztott fókuszterületekkel és célokkal.
6. lépés	Tervezd meg az erőforrásokat: Határozd meg a CSR-kezdemenyyezések végrehajtásához szükséges költségvetést, személyzetet és egyéb erőforrásokat.
7. lépés	Integráld a CSR-t a működésbe: Integráld a CSR-gyakorlatokat a napi működésébe és üzleti folyamatokba. Biztosítsd, hogy a CSR a vállalati kultúra, a döntéshozatal és az értéklánc része legyen.
8. lépés	Partnerség kiépítése: Keress partnerségeket nonprofit szervezetekkel, helyi közösségi csoportokkal vagy iparági szövetségekkel, amelyek támogathatják és együttműködhetnek a CSR-kezdemenyyezéseidben.
9. lépés	Kommunikáld és edukáld: Fejlessz ki kommunikációs tervet, hogy tájékoztasd a munkavállalókat, az ügyfeleket és az érdekelt feleket a CSR-tevékenységeidről.
10. lépés	Mérd és értékeld a hatást: Vezess be rendszert a CSR-kezdemenyyezések hatásának nyomon követésére és mérésére.
11. lépés	Jelentés és átláthatóság: Adj ki éves CSR-jelentést vagy fenntarthatósági jelentést, hogy az érdekeltek átfogó képet kapjanak CSR-tevékenységeidről és azok hatásáról.
12. lépés	Folyamatos fejlesztés: Folyamatosan értékeld és finomítsd CSR-stratégiádat a visszajelzések, a változó körülmények és az új lehetőségek alapján.

**FONTOS MEGJEGYZENI!**

A vállalati társadalmi felelősségvállalás elhanyagolása nem a megfelelő módja a költségvetés megtakarításának és a kiadások csökkentésének. A CSR-stratégia nem kiadás, hanem befektetés a vállalkozásod számára. Lehet, hogy nem segít közvetlen bevételt generálni, de kiváló márkahűséget teremthet az ügyfelek körében és jó hírnevet a nyilvánosság előtt.

Mivel az induló vállalkozások gyakran korlátozott forrásokkal rendelkeznek, döntő fontosságú, hogy olyan CSR-ra összpontosítsanak, amely rezonál az alapvető identitásukkal, értékeikkel és küldetésükkel.

**PÉLDÁK OLYAN VÁLLALATOKRA, AMELYEK SIKERESEN HAJTOTTAK VÉGRE CSR-STRATÉGIÁKAT KÜLÖNBÖZŐ FÓKUSZTERÜLETEKEN:**

<b>CSR Stratégiák</b>	<b>Cégek</b>
Filantropia és jótékonykodás	A Microsoft régóta foglalkozik jótékonyági kezdeményezésekkel, többek között a Microsoft Philanthropies programmal, amely világszerte különböző társadalmi célokat és nonprofit szervezeteket támogat.
Környezeti fenntarthatóság	A Tesla vezető szerepet tölt be a fenntartható közlekedés területén elektromos járműveivel, napelemes termékeivel és energiatárolási megoldásaival, amelyek célja a széndioxid-kibocsátás csökkentése és a tiszta energia előmozdítása.
Etikus ellátási lánc menedzsment	A Nike erőfeszítéseket tett az ellátási láncában a munkafeltételek javítása érdekében. Létrehozta a Fair Labor Association-t, és a tengerentúli gyáraiban a munkaügyi problémák megoldásán dolgozik.
Munkavállalói elkötelezettség és jólét	A Google kivételes munkahelyi kultúrájáról ismert, és számos munkavállalói juttatást kínál, többek között wellness-programokat, rugalmas munkaidő-beosztást és szakmai fejlődési lehetőségeket.
Diverzitás és befogadás	A Salesforce elkötelezett a sokszínű és befogadó munkaerő megteremtése mellett. Célokat tűztek ki a sokszínűség növelésére a vezetői pozíciókban, és rendszeresen beszámolnak az elért eredményekről.
Közösségi elkötelezettség és fejlesztés	Az Unilever Fenntartható életmód terve olyan kezdeményezéseket tartalmaz, amelyek célja a higiénia, a táplálkozás és a tiszta vízhez való hozzáférés javítása a közösségekben világszerte.

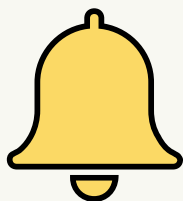
**Számos további példa van olyan vállalatokra (kicsikre és nagyokra), amelyek sikeresen alkalmazták a CSR-stratégiát. Ha további példákat szeretne látni, [kattintst ide](#).**

### *További tippek*

*Íme néhány gyakorlati tipp arra vonatkozóan, hogy a start-upok hogyan kezdeményezhetik és élvezhetik a CSR tevékenységeket anélkül, hogy veszélyeztetnék pénzügyi stabilitásukat:*  
**KEZDJÜK KICSIBEN & NŐVEKEDJÜNK FOKOZATOSAN**

A CSR INTEGRÁLÁSA AZ ÜZLETI MODELLBE  
MUNKAVÁLLALÓI ELKÖTELEZETTSÉG ÉS ÖNKÉNTES MUNKA  
TERMÉSZETBENI HOZZÁJÁRULÁSOK FELHASZNÁLÁSA  
EGYÜTTMŰKÖDÉS NONPROFIT SZERVEZETEKSEL  
CROWDSOURCING ÉS CROWDFUNDING  
KÉSZSÉGEK ÉS SZAKÉRTELEM HASZNOSÍTÁSA  
ERŐFORRÁS-HATÉKONYSÁG ÉS FENNTARTHATÓSÁG  
SZPONZORÁCIÓ ÉS PARTNERSÉGEK KERESÉSE  
ADÓKEDVEZMÉNYEK ÉS TÁMOGATÁSOK  
A HATÁS MÉRÉSE ÉS AZ EREDMÉNYEK KOMMUNIKÁLÁSA  
A HOSSZÚ TÁVÚ FENNTARTHATÓSÁG ELŐTÉRBE HELYZÉSE  
AZ ÜGYFELEKKEL ÉS A KÖZÖSSÉGGEL VALÓ KAPCSOLATTARTÁS  
A CSR BEÉPÍTÉSE A MARKETINGBE ÉS A MÁRKAÉPÍTÉSBE  
NYITOTTSÁG AZ INNOVÁCIÓRA ÉS AZ EGYÜTTMŰKÖDÉSRE

## 3. lecke: A bizonyítékokon alapuló megközelítés irányába



A KPI-k olyan kritikus mérőszámok, amelyeket a startupok az előrehaladás, a teljesítmény és a siker értékelésére használnak. A KPI-k segítenek a startupoknak nyomon követni célkitűzéseiket, adatvezérelt döntéseket hozni, és azonosítani a fejlesztendő területeket. Ebben a leckében a bevezetett CSR előrehaladásának és sikerének mérésére és értékelésére szolgáló KPI-kre fogunk összpontosítani. Minden vállalkozásnak ki kell választania a KPI-k olyan részhalmozát, amelyek összhangban vannak a saját CSR-célkitűzéseikkel és fókuszterületeikkel.



# LEHETSÉGES CSR KPI-K

## CSR beruházási arány

Kiszámítja a teljes CSR-beruházás és a teljes bevétel vagy nyereség arányát. Ez a KPI a CSR iránti elkötelezettséget mutatja a startup pénzügyi egészségéhez viszonyítva.

## Hatás mérőszámok

A CSR-kezdemenyezések konkrét hatásának mérése olyan területeken, mint a szén-dioxid-kibocsátás vagy az energiafogyasztás csökkentése, a hulladékcsoökkentés vagy az újrahasznosítási arány stb.

## Munkavállalói elkötelezettség

Nyomon követi a munkavállalók CSR-tevékenységekben való részvételét, beleértve az önkéntes órákat, a fenntarthatósági programokban való részvételt és a felméréseken vagy fókuszcsoportokon keresztül történő visszajelzéseket.

## Beszállítói és partneri értékelés

Értékeli a beszállítók és üzleti partnerek fenntarthatósági és társadalmi felelősségvállalási teljesítményét olyan kritériumok alapján, mint a tisztességes munkaügyi gyakorlat, az etikus beszerzés és a környezeti hatás.

## Ügyfélelégedettség és hűség

Figyelemmel kíséri az ügyfelek elégedettségét és lojalitását, kifejezetten a CSR-kezdemenyezésekhez kapcsolódóan. A mérőszám mérhető az ügyfelek körében végzett felmérések és visszajelzések révén.

## Az érdekelt felek bevonása

A CSR-projektekben és -kezdemenyezésekben való részvétel és együttműködés szintjét méri a legfontosabb érdekelt felekkel, beleértve az ügyfeleket, a munkavállalókat, a befektetőket és a helyi közösségeket.

## Sokszínűség és befogadás mérőszámai

Értékeli a sokszínűséget és a befogadást a startup munkaerő, a vezetői csapat és az igazgatótanács körében. A mérőszámok nyomon követik a sokszínűségi és befogadási célok felé tett előrehaladást.

## Etika és megfelelés

Figyelemmel kíséri az etikai irányelvek és a jogi megfelelés betartását, beleértve az induló vállalkozásra vonatkozó ágazatspecifikus szabályozásokat vagy CSR-szabványokat.

## Közösségi hatás

Az induló vállalkozásnak a helyi közösségre gyakorolt társadalmi és gazdasági hatását méri. Ez magában foglalhatja a munkahelyteremtést, a helyi vállalkozások támogatását és a közösségfejlesztési kezdeményezéseket.

## Jótekonysági adományozás

Nyomon követi a pénzügyi hozzájárulások, természetbeni adományok és a jótekonysági tevékenységekre fordított önkéntes munkaórák összegét és hatását.

## Termék / szolgáltatás hatása

Értékeli termékeink vagy szolgáltatásaink társadalmi és környezeti tényezőkre gyakorolt hatását. Fontold meg annak mérését, hogy ajánlataid hogyan kezelnek konkrét társadalmi kihívásokat vagy környezeti kérdéseket.

## Pénzügyi előnyök és megtérülés

Elemzi a CSR-kezdemenyezésekhez kapcsolódó pénzügyi előnyöket és a befektetések megtérülését (ROI), például a fenntarthatósági erőfeszítésekből származó költségmegtakarítást vagy a társadalmilag felelős termékekből származó megnövekedett bevételt.

## 4. lecke: CSR tanúsítványok

A CSR-hez kapcsolódó tanúsítványokat a szervezetek és vállalkozások gyakran használják az etikai, társadalmi és környezeti felelősségvállalás iránti elkötelezettségük bizonyítására. A CSR-tanúsítványok segíthetnek az érdekeltek bizalmának kiépítésében, javíthatják a hírnevet, és bemutatják a konkrét CSR-szabványok betartását.

### Jól ismert CSR tanúsítványok és szabványok

B Corp

Ezt a tanúsítványt a B Lab kezeli, és a vállalatnak a munkavállalókra, az ügyfelekre, a közösségekre és a környezetre gyakorolt hatását értékeli.

Fair Trade

Azoknak a vállalatoknak és termékeknek ítélik oda, amelyek megfelelnek a tisztességes bérekkel, a biztonságos munkakörülményekkel és a fenntartható mezőgazdasági gyakorlatokkal kapcsolatos

bizonyítvány követelményeinek.

ISO 14001

A környezetvédelmi vezetési rendszerek nemzetközi szabványa. Keretet biztosít a szervezetek számára környezeti teljesítményük irányításához és javításához.

Rainforest Alliance

A fenntartható mezőgazdasági és erdészeti gyakorlatokra összpontosít. Biztosítja, hogy a termékek olyan gazdaságokból és erdőkből származzanak, amelyek megfelelnek a szigorú környezetvédelmi és szociális előírásoknak.

ISO 26000

Ajánlásokat tesz a társadalmi felelősségvállalás beépítésére a szervezet gyakorlatába. Kitér az emberi jogokra, a munkaügyi gyakorlatra, a környezeti felelősségre és az etikus üzleti

magatartásra, behaviour.

SA 8000

Globális szabvány, amely egy szervezet társadalmi teljesítményét értékeli, beleértve a munkaügyi gyakorlatot, a munkavállalói jogokat, valamint az egészséget és biztonságot.





## Jól ismert CSR tanúsítványok és szabványok

Carbon Neutral

Azoknak a szervezeteknek ítélik oda, amelyek intézkedéseket hoztak szén-dioxid-kibocsátásuk ellensúlyozására vagy nettó nullára csökkentésére.

ETI

A munkaügyi normákat, köztük a gyermekmunkát, a kényszermunkát és a munkavállalói jogokat lefedő alapelvek összessége.

GRI

Keretet biztosít a szervezetek számára a gazdasági, környezeti és társadalmi teljesítményükről szóló jelentésekhez.

SABS

Iparág-specifikus szabványokat biztosít a fenntarthatósági jelentéstételhez.

Carbon Tru

Minősíti a szervezeteket a szén-dioxid-kibocsátás mérésére, kezelésére és csökkentésére tett erőfeszítéseikért.

Fair for Life

Azoknak a vállalatoknak ítélik oda, amelyek betartják a tisztességes munkaügyi és tisztességes kereskedelmi gyakorlatot az ellátási láncukban.

Saját szerkesztés, forrás:

<https://www.abs-group.com/Solutions/Management-Systems-Certification/Markets-and-Solutions/International-Standards-for-Corporate-Social-Responsibility-CSR/>



## Következtetés


Ez a modul átfogó útmutatóként szolgál az induló vállalkozások és kisvállalkozások számára, amelyek jelentős hatást kívánnak gyakorolni a társadalomra, miközben elősegítik a hosszú távú fenntarthatóságot. A modul során a CSR alapvető elveit és gyakorlatát vizsgáltuk, hangsúlyozva annak fontosságát a mai üzleti életben. Megtudtuk, hogy a CSR nem csupán egy emberbaráti törekvés; ez egy stratégiai megközelítés, amely számos módon előnyös lehet a startupok számára.

A legjobb tehetségek bevonásától kezdve a befektetők érdeklődésének felkeltésén át az ügyfelek hűségének növeléséig és az innováció elősegítéséig a CSR felkarolásának előnyei nyilvánvalóak. Ez nem kiadás, hanem befektetés a vállalat jövőjébe, hírnevébe és a közösségek jólétébe, ahol működik.

Elmélyedtünk a CSR-stratégia kidolgozásának gyakorlati lépéseiben, hangsúlyozva, hogy azt össze kell hangolni a startup alapértékeivel és küldetésével. Ne feledd, a CSR nem feltétlenül jelent pénzügyi terhet; sokkal inkább arról van szó, hogy olyan tudatos döntéseket kell hoznunk, amelyek tükrözik elkötelezettségünket egy jobb világ iránt, miközben pénzügyileg életképesek maradunk.

Megvizsgáltuk a kulcsfontosságú teljesítménymutatók (KPI-k) átfogó készletét, amelyek segítségével mérhetjük és értékelhetjük a CSR-kezdeményezések hatását. Ezek a KPI-k értékes eszközként szolgálnak az előrehaladás nyomon követéséhez, az adatvezérelt döntések meghozatalához és erőfeszítéseink kézzelfogható eredményeinek bemutatásához.

Végezetül pedig kitértünk a CSR-tanúsítványokra, amelyek érvényesíthetik a CSR iránti elkötelezettségünket és javíthatják hírnevünket.



A vállalati társadalmi felelősségvállalás útjára lépve tartsd szem előtt, hogy a vállalati társadalmi felelősségvállalás nem egyszeri erőfeszítés, hanem folyamatos elkötelezettség a pozitív változás mellett. A CSR-nek a napi működésbe való integrálásával, az érdekelt felekkel való együttműködéssel, valamint a kezdeményezések folyamatos értékelésével és javításával olyan tartós hatást érhetünk el, amely visszhangra talál az alkalmazottak, az ügyfelek, a befektetők és az általunk kiszolgált közösségek körében.

## Hivatkozások

Complete guide on the importance of CSR strategy for startups” from <https://www.volopay.com/blog/corporate-social-responsibility-for-startups/>(last visit: 23/01/2024)

“Corporate Social Responsibility Ideas for Startups”, from Myworkpay <https://www.myworkpay.com/blogs/corporate-social-responsibility-ideas-for-startups> (last visit: 23/01/2024)

Oyku Iyigun N. (2015). What could Entrepreneurship do for Sustainable Development? A Corporate Social Responsibility-Based Approach. Istanbul Commerce University, Istanbul, Turkey. Procedia - Social and Behavioural Sciences 195 ( 2015 ) 1226 – 1231

Peterson F., Lagerkvist F. (2023). The evolution of CSR strategies of SMEs. Jonkoping University, Jonkoping international business school.

Voinea C. L., Logger M., Rauf F., Roijackers N. (2019). Drivers for sustainable business models in Start-ups: Multiple case Studies. Faculty of Management, Science and Technology, Open University of the Netherlands, MDPI, journal of sustainability.

“What are the Sustainable Development Goals?”, author United Nations Development Programme from [https://www.undp.org/sustainable-development-goals?gclid=CjwKCAiAxvGfBhB-EiwAMPakql3dBcqWXE8NKbEzZpVtMXCV9gN5JsT0b6H4kPO6bH75qYFGIAtlhoChTsQAvD\\_BwE](https://www.undp.org/sustainable-development-goals?gclid=CjwKCAiAxvGfBhB-EiwAMPakql3dBcqWXE8NKbEzZpVtMXCV9gN5JsT0b6H4kPO6bH75qYFGIAtlhoChTsQAvD_BwE) (last visit: 23/01/2024)

“What is Social Impact in Business and Why it’s a Must-Have in 2023”, author EVERFI Content Team from <https://everfi.com/blog/community-engagement/what-is-social-impact-in-business-and-why-its-a-must-have/> (last visit: 23/01/2024)

“16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully”, author Digital Marketing Institute from <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully> (last visit: 23/01/2024)