

REWIND

UTBILDNINGSPLANER

Socialt ansvarsfulla företag

REWIND

Relaunching Enterprises through Workers' Innovation
and New Dynamics

februari 2023



Finansieras av Europeiska unionen. De åsikter som uttrycks är dock författarens/författarnas egna och återspeglar inte nödvändigtvis Europeiska unionens eller europeiska genomförandeorganet för utbildning och kultur (Eacea). Varken Europeiska unionen eller Eacea kan hållas ansvariga för dem.

Innehåll

Innehåll	3
Introduktion till modulen	4
Multimediaresurser	4
Läranderesultat	5
Teoretisk del	6
1. Företagens sociala ansvar i EU	6
1.1. Vad är CSR?	6
1.2. Typer av företagens sociala ansvar	7
1.3. Företagens sociala ansvar i praktiken: erfarenheter i EU	9
2. Att bli ett socialt ansvarsfullt företag	12
2.1. Vad betyder CSR för småföretag?	13
2.1.1. Varför ska småföretag anamma CSR?	14
2.2. Hur du anpassar ditt företag	18
Kort sammanfattning	20
Tips	21
Utbildningsaktiviteter	22
Aktivitet 1	22
Aktivitet 2	25
Självutvärderingsövningar	27
Källor	28

Introduktion till modulen

Denna modul syftar till att ge en grundlig förståelse för skapande och distribution av ett värde genom Corporate Social Responsibility (CSR) i EU med mera genom strategier, lagar och fallstudier och undersöka sätt att vidga ett socialt ansvarsfullt företag ytterligare.

I den här modulen kommer vi att fokusera på följande områden som kommer att förbättra CSR-tillämpningen i WBO-processer.

1. Företagens sociala ansvar i och utanför EU
2. Att bli ett socialt ansvarsfullt företag

Multimediaresurser

Du kan också utveckla en multimediaresurs som presenterar modulen (video etc) eller identifiera relevanta videor relaterade till modulens tema (källa: youtube etc)

Corporate Social Responsibility: [Vad är Corporate Social Responsibility \(CSR\)?_ - Youtube Video](#)

Läranderesultat

I slutet av modulen kommer eleven att ha förvärvat följande kunskaper, färdigheter och ansvar / autonomi:

Beskrivning av enheten för lärandemål: Denna modul syftar till att förbättra elevernas förståelse av begreppet företagens sociala ansvar och ge dem konkreta exempel på små och medelstora företag som tillämpar det för att underlätta genomförandet i egna organisationer.

Åtgärder/ landvinningar	LÄRANDERESULTAT		
	Kunskap	Färdigheter	Attityder
	K1. Beskriva begreppet Corporate Social Responsibility (CSR) K2. Förklara fördelarna med CSR K3. Identifiera strategier för att påverka samhället och genomföra CSR	S1. Analysera de positiva effekter som skapas av CSR-praxis S2. Genomför en konsekvensanalys för att välja och implementera CSR-aktiviteter i ditt företag S3. Design en CSR-strategi för ditt företag för att skapa ett socialt värde	A1. Utveckla en medvetenhet om betydelsen av CSR för den egna organisationens framtid A2. Hantera CSR-övergångsprocessen för ditt företag

Teoretisk del

1. Företagens sociala ansvar i EU

1.1. Vad är CSR?

Corporate Social Responsibility (CSR) kan definieras som en organisations åtagande att agera i enlighet med etiska principer, liksom dess vilja att vidta åtgärder som gynnar samhället över vinst. CSR-strategin uppmuntrar företag att ha en positiv inverkan på miljö och intressenter, inklusive olika parter som har ett intresse i företagets resultat och produktion, såsom anställda, fackföreningar, leverantörer, konsumenter, lokala/regionala och nationella myndigheter och samhällen som kan påverkas av affärsverksamhet som byggande, tillverkning och föreningar. Detta tillvägagångssätt tyder dock på att målet är att företag inte bara ska undvika att orsaka skada utan också aktivt bidra till att skapa en positiv inverkan på samhället.

CSR utvecklades ursprungligen i USA som ett sätt för företag att bevisa att de var goda samhällsmedborgare. Eftersom globaliseringen förbinder länder och ekonomier har begreppet företagens sociala ansvar (CSR) vunnit stor popularitet över hela världen. Företag ses inte längre bara som vinstdrivande maskiner, utan också som enheter som har ett ansvar gentemot människor, samhälle och miljö. Europeiska unionen har varit särskilt aktiv när det gäller att driva CSR-program och strategier och kräver att alla företag som gör affärer inom dess gränser följer vissa CSR-standards. För att göra detta har EU och många andra länder formulerat CSR-praxis och strategier som inte bara är bra för företagets image utan också för deras resultat.

1.2. Typer av företagens sociala ansvar

Företagens sociala ansvar (CSR) är en viktig aspekt av modern verksamhet. Företag idag inser vikten av att bidra till utvecklingen av samhället och miljön förutom att vara lönsamma. Företagens sociala ansvar delas i allmänhet in i fyra huvudtyper och ett företag kan välja att engagera sig i någon av dessa separat, och brist på bidrag på ett område utesluter inte nödvändigtvis ett företag från att vara socialt ansvarstagande.



Miljöansvar

Med miljöansvar avses företagets engagemang för hållbarhet och miljövänlig verksamhet.

Under årens lopp har det funnits en växande trend mot att införliva hållbara metoder i näringslivet. Företag gör i allt högre grad åtaganden att överväga sin miljöpåverkan i varje steg av sin verksamhet. Det kan handla om att minska företagets koldioxidavtryck eller utsläpp av växthusgaser eller anta hållbara metoder som att undvika engångsplast och hålla miljöhänsyn i centrum för alla affärsprocesser.

Att ta ansvar för miljön kan dessutom gå utöver ett rent engagemang för hållbar utveckling. När företag prioriterar skyddet av miljön visar de att de inser vikten av att bevara planeten för kommande generationer. Detta fungerar också som en kraftfull signal till intressenter, kunder och anställda att organisationen tar sitt sociala ansvar på allvar och värderar hållbarhet som ett viktigt mål.

Etiskt ansvar

Etiskt ansvar är en viktig och grundläggande aspekt av ett företags verksamhet eftersom det förkroppsligar företagets åtagande att bedriva sin verksamhet på ett principiellt och etiskt sätt som respekterar de mänskliga rättigheterna. Det är viktigt att företag följer etiska principer som strävar efter att främja rättvis behandling för alla kunder oavsett ålder, ras, kultur, lika lön och användning och användning av rättvisa handelsmetoder för att förbättra affärsverksamheten.

I likhet med miljöplikten finns det olika vägar som företag kan engagera sig i för att uppnå etiskt ansvar. Ett sätt är att uppmuntra dialog och samarbete med branschkollegor och tillsynsmyndigheter för att utforska och etablera genomförbara etiska affärsmetoder.

Filantropiskt ansvar

Företagens sociala ansvar är en grundläggande del av näringslivet, och filantropiskt ansvar utgör en viktig pelare i denna ram. Filantropiskt ansvar utgör en stor utmaning för företag, eftersom det kräver att man granskar och omprövar deras åtgärder och bidrag till samhället. I sin kärna hänvisar filantropiskt ansvar till hur ett företag använder sina resurser för att förbättra världen. Detta kan innebära en rad aktiviteter, till exempel att donera vinster till välgörenhetsorganisationer, stödja orsaker som överensstämmer med företagets värderingar eller bara engagera sig med leverantörer som överensstämmer med företagets filantropiska mål. Att omfatta filantropiskt ansvar fungerar som ett definierande kännetecken för socialt ansvarsfulla företag och en demonstration av deras engagemang för att göra en meningsfull inverkan på världen.

Ekonomiskt ansvar

Ekonomiskt ansvar utgör en integrerad del av ramverket för företagens sociala ansvar och kopplar samman de tre nyckelområdena ovan. Företag kan formulera strategier för att öka sin sociala och miljömässiga påverkan, men för att

genomföra dessa planer krävs ett betydande åtagande av ekonomiska resurser. Detta inkluderar investeringar i forskning och utveckling som syftar till att skapa hållbara och miljövänliga produkter, samt att attrahera och behålla en diversifierad och begåvad arbetskraft. Dessutom fördelar företag som prioriterar ekonomiskt ansvar vanligtvis resurser mot samhällsengagemangsinstitut, filantropiska donationer och andra program som återspeglar deras engagemang för att leverera positiva sociala resultat. Genom att prioritera ekonomiskt ansvar kan företag bygga en stark grund för sitt CSR-arbete och se till att deras positiva inverkan är hållbar på lång sikt.

1.3. Företagens sociala ansvar i praktiken: erfarenheter i EU

EU har spelat en viktig roll när det gäller att främja praxis och strategier för företagens sociala ansvar. Redan 2001 föreslog Europeiska kommissionen en definition av företagens sociala ansvar, som senare utvecklades i EU:s strategi för företagens sociala ansvar från 2011. Företagens sociala ansvar är viktigt för hållbarheten, konkurrenskraften och innovationen hos EU:s företag och EU:s ekonomi. Det ger fördelar för riskhantering, kostnadsbesparingar, tillgång till kapital, kundrelationer och personalhantering.

Europeiska kommissionen främjar företagens sociala ansvar i EU och uppmuntrar företagen att följa de internationella riktlinjerna och principerna. Relevant EU-politik bygger på en handlingsplan som syftar till att

- öka synligheten för företagens sociala ansvar och sprida god praxis,
- förbättra och spåra nivåerna av förtroende för företag;
- förbättra själv- och samregleringsprocesserna,
- öka marknadsbelöningarna för företagens sociala ansvar,
- förbättra företagens offentliggörande av social och miljömässig information,
- ytterligare integrera företagens sociala ansvar i utbildning och forskning,
- Parlamentet betonar vikten av nationella och subnationella strategier för företagens sociala ansvar.

- bättre anpassa europeiska och globala strategier för företagens sociala ansvar.

I denna strategi betonades att företagens sociala ansvar är en central del av företagen som bör gå längre än vad lagen kräver för att uppnå sociala och miljömässiga mål i sin dagliga verksamhet.

Under de senaste åren har kommissionen gjort stora ansträngningar för att stödja företagens sociala ansvar eller ansvarsfullt företagande¹ och genomföra FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter, vilket har banat väg för ett bredare arbete för att stödja genomförandet av FN:s agenda för 2030 för hållbar utveckling och målen för hållbar utveckling. Som ett svar på Agenda 2030 antog EU 2017 det nya europeiska samförståndet om utveckling baserat på de 5 P:na (enligt engelska) i Agenda 2030: människor, planeten, välbefinnande, fred och partnerskap, och det främjar integrering av företagens sociala ansvar i praktiken med arbetsgivare och arbetstagare för att säkerställa ansvarsfulla, hållbara och effektiva strategier och strategier.

Sedan 2011 har EU och dess medlemsstater gått i spetsen för främjandet av företagens sociala ansvar genom åtgärder både i EU och globalt. Mer än hälften av medlemsstaterna har infört omfattande nationella handlingsplaner och strategier för genomförandet av landspecifika rekommendationer/RBC och företag och mänskliga rättigheter, vilket framgår av tabellen nedan:

Praxis	Nivå av praxis	Omfattning
Europeiska fonden för förbättring av levnads- och arbetsvillkor (Eurofound)	Europa	Europeiska unionens byrå för förbättring av levnads- och arbetsvillkor, som fokuserar på frågor där den kan dra nytta av sin kärnsakkunskap på områdena arbetsvillkor, relationer mellan arbetsmarknadens parter, sysselsättning och levnadsvillkor, för att stödja sina intressenter genom att tillhandahålla underlag som kan

¹ en alternativ term som införts av OECD i nära samarbete med företag, fackföreningar och icke-statliga organisationer.

		vara till hjälp för deras politiska åtgärder.
Europeiska arbetsmiljöbyrån (EU-Osha)	Europa	Europeiska unionens arbetsmiljöbyrå försöker göra europeiska arbetsplatser säkrare, hälsosammare och mer produktiva – till förmån för företag, anställda och regeringar.
Europeiska yrkesutbildningsstiftelsen (ETF)	Europa	hjälper övergångs- och utvecklingsländerna att utnyttja potentialen i sitt humankapital genom att reformera utbildnings- och arbetsmarknadssystemen inom ramen för EU:s politik för yttre förbindelser.
Grenelle-lagen	Frankrike	Gör företagens hållbarhetsrapportering obligatorisk för företag som överskrider storlekströsklarna.
GRUNDERNA FÖR DEN ITALIENSKA HANDLINGSPLANEN FÖR FN "GUIDING PRINCIPLES ON BUSINESS AND HUMAN RIGHTS"	Italien	
Spansk strategi för företagens sociala ansvar	Spanien	Främjar åtgärder för att stärka företagens engagemang för att tillgodose det spanska samhällets behov och problem, inklusive nyföretagande, stärka hållbara förvaltningsmodeller och främja program för företagsansvar.
CSR Hellas	Grekland	Tillhandahåller kunskap, verktyg och tar initiativ för att sprida CSR-metoder för ekonomisk utveckling och värdeskapande som

		gynnar samhället i stort, med hänsyn till framtida samhällens behov.
--	--	--

Tabell 1. Erfarenheter av företagens sociala ansvar i EU

2. Att bli ett socialt ansvarsfullt företag

Alla företag närmar sig inte CSR på samma sätt. Deras tillvägagångssätt beror på deras resurser, tillgångar och företagskultur. Dessutom upplever vissa företag mer nytta av en typ av CSR än en annan. Ägarens personliga övertygelser och prioriteringar kan också påverka företagets inställning till socialt ansvar. Med den växande oron för miljö och socialt kapital kräver kunder, investerare och intressenter nu att företag inte bara fungerar lönsamt utan också har en betydande positiv inverkan på de samhällen de tjänar. Att utveckla en CSR-strategi och tillvägagångssätt är ett sätt en organisation kan säkerställa anpassning mellan sina värderingar och den inverkan den har på miljön och samhället.

2.1. Vad betyder CSR för småföretag?

Kommissionen uppmuntrar medlemsstaterna att anta en målmedveten strategi för företagens sociala ansvar, i syfte att förena kraven på konkurrenskraft och socialt ansvar. I Frankrike uppgav dock knappt en fjärdedel av företagen med nio anställda att de verkligen är engagerade i ansvarsfulla strategier och att företagens sociala ansvar inte är ett nytt begrepp för små och medelstora företag, men 60,4 % av dem uppgav att de inte känner till begreppet företagens sociala ansvar².

² Hämtat från undersökningen Entreprises et Développement Durable (Businesses & Sustainable Development) (EDD, slutet av 2011, INSEE).

I de flesta regioner i världen klassificeras en stor majoritet av företagen som "små och medelstora företag". Oavsett om det gäller mikroföretag för en person eller företag med cirka 200 anställda är små och medelstora företag också de största arbetsgivarna. Även om deras bidrag och påverkan på omgivande samhällen och miljön individuellt kan vara små, är dessa effekter tillsammans stora, och stödet från samhället kring småföretag är vanligtvis viktigare för deras framgång än för stora företag.

Alla företagare, särskilt i små och medelstora företag, vet att en av de avgörande nycklarna till framgång är att kunna anpassa verksamheten till tiden. Precis som att anpassa sig till förändringar i teknik måste företag anpassa sina CSR-strategier, det avslöjades att 76% av 2000-talisterna undersöker om ett företag är ansvarigt för sin ståndpunkt i sina miljömässiga eller sociala frågor, vilket fick många småföretag och företag på tårna.

För ett litet företag förväntar sig ingen att implementera samma policyer, rutiner, styrning och långa hållbarhetsrapporter som ett stort företag. Intressenter och aktieägare förväntar sig dock att se bevis på att verksamheten fungerar ansvarsfullt.

Detta inkluderar:

En förståelse för verksamhetens viktigaste effekter och risker

Bevis: En kort kommentar antingen på webbplatsen (till exempel avsnittet "hållbarhet" eller "ansvarsfullt företagande") eller som svar på relevanta anbudsfrågor som beskriver företagets verksamhet och relevanta miljömässiga och sociala konsekvenser

Ett åtagande att hantera dessa risker och agera i enlighet med hållbarhetsprinciper och etiska principer

Bevis: ett allmänt åtagande på webbplatsen eller enskilda policydokument för relevanta aspekter

Åtgärder (kontroller och initiativ) för att hantera effekter och förbättra prestanda

Bevis: beskrivning av specifika åtgärder såsom utbildningsprogram för personal, ersättning av utrustning med energieffektiv eller föroreningsnål teknik, ledningssystem som miljöledningssystem (EMS) och ledningssystem för hälsa

och säkerhet (HSMS) och certifieringar (t.ex. ISO 14001, ISO 18001 / ASNZS 4801, Fairtrade, FSC, etc.)

Rapportering om resultat

Bevis: uppgifter som sammanställts om två eller tre viktiga påverkansområden, till exempel energianvändning, utsläpp av växthusgaser, vattenanvändning, arbetsskador, volontärarbete osv.

Beroende på vilka intressenterna är kan dessa förväntningar vara mer formella och kraftfulla. Stora företagsinköpare kräver i allt högre grad att leverantörerna fyller i detaljerade leverantörsfrågeformulär och revisioner. Under tiden kan andra helt enkelt titta igenom företagswebbplats eller sociala mediekonton och överväga rekommendationer och recensioner från andra.

2.1.1. Varför ska småföretag anamma CSR?

Socialt ansvarsfulla företag presterar bättre än sina motsvarigheter, lockar kunder och håller sina anställda engagerade på jobbet. Små och medelstora företag kan använda företagets sociala ansvar för att ta itu med relevanta sociala frågor och frågor som är viktiga för deras intressenter och samhällen där de är verksamma. Här är några sätt som CSR kan gynna ditt SMF:



Bild 1: [Bildkälla](#)

Rekrytering och kvarhållande av anställda

Medarbetarnas motivation är en avgörande faktor för arbetsgivare att tänka på när de leder sina team. Trots dess betydelse är det kanske inte tillräckligt att motivera individer enbart genom månatlig ersättning. Forskning visar att ungdomar i åldern 18–35 från 186 länder anser att känslan av syfte och påverkan är en av de viktigaste faktorerna när man överväger en karriärmöjlighet. Betydande 55% av de anställda prioriterar att arbeta för socialt ansvarsfulla företag, vilket indikerar att lönen kanske inte är det enda man tänker på.

Förutom att ge konkurrenskraftig ersättning måste företagen också odla en kultur som betonar anställdas engagemang, erkännande, utveckling och meningsfullt arbete. Genom att göra det kan organisationer öka produktiviteten och medarbetarnas tillfredsställelse samtidigt som de stärker sin varumärkesimage och sitt rykte. Arbetsgivare som anammar dessa principer kan dra nytta av en motiverad personalstyrka, högre retentionsnivåer och ett mer engagerat och inspirerat team.

Förbättrar allmänhetens image

Autenticitet är en viktig aspekt som varje företag bör prioritera i sin verksamhet. Som företag är det viktigt att se till att din inställning till socialt ansvar är ärlig och transparent.

Små företag kan lära av sitt nätverk för att skapa initiativ för socialt ansvar som är äkta och uppriktiga. Företagen bör spela en aktiv roll när det gäller att ta itu med samhällsutmaningar och se till att deras insatser är autentiska och inte bara för publicitet. Autenticitet är nyckeln, och i kombination med företagets sociala ansvar främjar det ett positivt rykte, förbättrar kundlojaliteten och ökar lönsamheten.

Ökar försäljningen

Att införliva en välstrukturerad och effektiv strategi för företagets sociala ansvar (CSR) har visat sig öka försäljningen för företag avsevärt. Även om detta kan betraktas som ett indirekt inflytande, anses det fortfarande vara en anmärkningsvärd inverkan. I takt med att konsumenterna blir alltmer känsliga för de företag de stöder, gynnas företag som har etablerat starka ramar för företagets sociala ansvar vanligtvis framför konkurrenter som saknar sådana

initiativ eller vars kampanjer uppfattas som oäkta. Detta leder i slutändan till att kunderna väljer och engagerar sig i varumärket som överensstämmer med deras värderingar och prioriteringar. Införlivandet av företagens sociala ansvar i ett företags operativa ram är en integrerad del av dagens affärslandskap, vilket gör det möjligt för företagen att inte bara maximera försäljningen utan också att främja ett positivt rykte och en positiv företagsimage i allmänhetens ögon.

Förbättrar kundlojaliteten

I dagens affärslandskap är antagandet av en stark strategi för företagens sociala ansvar (CSR) inte bara en moralisk skyldighet utan också ett sunt affärsbeslut som kan generera betydande fördelar. Genom att anamma detta tillvägagångssätt kan företagare förvänta sig att uppleva en markant ökning av kund- och medarbetarlojalitet. För detta ändamål är det viktigt för ägare/anställda att regelbundet söka och utvärdera sina anställdas perspektiv på organisationens CSR-praxis. Det är lika viktigt för aktieägare och intressenter att följa ett företags policy för socialt ansvar och erkänna deras positiva inverkan på samhället. Genom att göra det kan företag förbättra sitt rykte bland den bredare allmänheten och visa ett engagemang för att skapa en bättre värld. En sådan hållning kan avsevärt bidra till att behålla kunder eftersom individer är motiverade att förbli lojala mot företag som visar filantropisk inriktning. Det är värt att notera att kunderna är mer benägna att förbli lojala mot företag som prioriterar CSR framför andra företag som erbjuder liknande produkter eller tjänster men utan ett sådant engagemang för socialt ansvar. Som sådana måste ledare se till att deras organisations CSR-fokus förblir högsta prioritet om de vill behålla och locka lojalitet hos både kunder och anställda.

Lämnar ett grönt fotavtryck

Att ta CSR på allvar är avgörande för att företag ska visa sitt engagemang inte bara för sina intressenter utan också för miljön och samhället de tjänar. Det är ingen hemlighet att några stora företag är ansvariga för betydande nivåer av koldioxidutsläpp. Faktum är att forskning visar att fem stora företag har bidragit till 12,5% av all koldioxidförorening sedan 1854. Denna alarmerande statistik belyser behovet av företag, oavsett storlek, att vara uppmärksamma på att minimera sina koldioxidavtryck.

Små och medelstora företag måste också ta företagets sociala ansvar på allvar, eftersom det är ett positivt exempel för framtida företagare. Varje företag, oavsett storlek, har ett ansvar att agera för att minska sin påverkan på miljön. Att införliva hållbara metoder i affärsverksamheten hjälper inte bara miljön utan främjar också en positiv varumärkesimage och kan till och med resultera i nya affärsmöjligheter och partnerskap.

Företag kan ta enkla men effektiva steg mot att bli mer hållbara, till exempel att minska sin energiförbrukning, använda återvinningsbara material och samarbeta med lokala organisationer för att ge tillbaka till samhället. Genom att vidta praktiska åtgärder för CSR kan företag visa sitt engagemang för att skapa en mer hållbar framtid för alla.

2.2. Hur du anpassar ditt företag

Ett CSR-program som genomförs effektivt kan generera fördelar som ökad försäljning, motiverade medarbetare och en förbättrad varumärkespositionering. Det är viktigt att upprätthålla äkthet när du representerar ditt företags syfte och värderingar i CSR-initiativ för att få långsiktiga fördelar. Att implementera ett effektivt CSR-program innebär flera nyckelfaktorer som måste beaktas. Här är några tips för att hjälpa till med ett framgångsrikt genomförande av ett CSR-program som överensstämmer med affärsvärldens mål.

1. Börja smått och bygg upp varje år

Det är viktigt för företag att börja sin CSR-resa genom att börja smått och gradvis bygga varje år. Det första steget är att sätta tydliga och uppnåeliga mål i linje med företagets kärnvärden. Därefter är det viktigt att söka feedback från alla relevanta intressenter, inklusive kunder, anställda och partners. Genom denna utvärderingsprocess kan organisationer identifiera sin interna kapacitet för att genomföra CSR-initiativ effektivt.

När en huvudidé har identifierats måste en genomförandeplan formuleras med hänsyn till potentiella utmaningar och hinder. Det rekommenderas att fokusera på ett program initialt och genomföra det med excellens, så att det överensstämmer med företagets kärnvärden och uppdrag. Följaktligen är det

viktigt att bedöma effektiviteten av detta initiala program, och detta kan göras genom att mäta social påverkan, medarbetarengagemang, avkastning på investeringar (ROI) och andra relevanta måtvärden. I slutändan, med varje års framsteg, kan företag utöka sina CSR-insatser samtidigt som äktheten bibehålls och bygger stark trovärdighet bland alla intressenter.

2. Skapa en position för CSR

För att visa upp din organisations engagemang för hållbara affärsmetoder och social påverkan är det lämpligt att antingen utse en ny anställd eller främja en nuvarande anställd som CSR-koordinator. Denna person är ansvarig för att utveckla väl genomtänkta och inkluderande strategier inriktade på att vårda relationerna mellan ditt företag och samhället, samtidigt som du lyfter fram din organisations engagemang för hållbara affärsmetoder och socialt bidrag.

3. Prioritera mångfald, jämlikhet, inkludering (DEI)

Integrationen av mångfald, rättvisa och inkludering (DEI) är en viktig aspekt av alla CSR-program. Att införliva dessa element i CSR-initiativ kan förstärka en positiv varumärkesimage och främja engagemang från samhällen som överensstämmer med dina kärnvärden. Bortsett från detta spelar DEI också en grundläggande roll för att förbättra anställdas moral genom att stärka deras känsla av tillhörighet på arbetsplatsen. Som ett resultat visar företag som prioriterar DEI ett engagemang för att skapa en inkluderande arbetsmiljö som främjar mångfald och driver rättvisa resultat för alla inblandade individer. Mot bakgrund av detta rekommenderas att företag prioriterar DEI i sina CSR-program för att främja sina sociala ansvars mål och skapa en positiv inverkan på samhället.

4. Arbeta med lokalsamhället

Att utveckla partnerskap med lokala myndigheter och stödja ideella organisationer är ett annat bra sätt att anpassa ditt företag till en CSR-strategi. Du kan börja med att nå ut till lokalsamhället för att skapa en stark relation och börja dina ansträngningar att vara mer involverade. Detta ökar inte bara din företagsprofil, utan hjälper också invånarna att se att du har en positiv inverkan på deras lokalsamhälle.

Du kan också registrera dig för sponsringsavtal och insamlingar, oavsett om det är för den lokala marknaden i staden eller skolteater. Till exempel kan företaget donera en liten andel av försäljningen till ett insamlingsprojekt av en lokal organisation.

Kort sammanfattning

Sammanfattningsvis har begreppet företagens sociala ansvar blivit en integrerad del av affärsverksamheten i EU. Med ett växande antal företag som inser vikten av företagens sociala ansvar.

Det finns många sätt på vilka företag kan engagera sig i CSR, allt från att donera pengar till välgörenhetsorganisationer till att genomföra miljömässigt hållbara metoder. Oavsett tillvägagångssätt bör målet alltid vara att skapa en positiv inverkan på samhället och miljön. Framöver är det absolut nödvändigt att företag fortsätter att anamma CSR-konceptet och leta efter sätt att göra sin verksamhet mer socialt och miljömässigt ansvarsfull.

Genom sin mångåriga erfarenhet av företagens sociala ansvar har EU visat att företag kan uppnå hållbar tillväxt och framgång genom att införliva etiska och socialt ansvarsfulla affärsmetoder. Genom att ta ansvar för effekterna av sina åtgärder har företagen i EU visat ett engagemang inte bara för sitt slutresultat, utan för de samhällen de verkar i och världen i stort. Begreppet CSR är här för att stanna, och småföretagare har en avgörande roll att spela i genomförandet. Genom att följa CSR-praxis kan småföretag också bidra till samhällets större nytta samtidigt som de får många fördelar för sig själva. Som samhälle behöver vi få fler företag att anamma CSR för att skapa en bättre värld för oss själva och kommande generationer.

Tips

- o Håll det lokalt - lokal/regional användning av CSR snarare än internationella exempel kommer att underlätta äktheten hos CSR-konceptet och dess genomförande.
- o Hjälp eleverna att utveckla en inblick i regionala/nationella metoder.
- o Börja med små steg - det är ingen brådska att lära sig allt på en gång.

Utbildningsaktiviteter

Aktivitet 1

Längd: 30 minuter

1. Titta på [den här](#) videon eller lyssna [på Benevitys podcast om olika typer av CSR](#).
2. Efter att ha tittat på videon, läs de två fallstudierna nedan och analysera de åtgärder som vidtagits av företagen ur CSR-perspektivet och ta reda på vilken typ av CSR som är integrerad.

Fallstudie 1

Reynaldi SRL: Italienskt familjeföretag inom kosmetikindustrin siktar på 100% hållbarhet.

Reynaldi SRL är en medelstor kontraktstillverkare baserad i Turin som erbjuder formulering, produktion och förpackningstjänster av naturkosmetik.

Reynaldi SRL erbjuder en rad tillverkningstjänster från tredje part för välkända internationella kosmetikamärken, samt lokala och ekologiska etiketter. Företagets affärsmodell är inte begränsad till produktion baserad på förspecifierade formler – Det syftar till att ligga steget före och erbjuder sina egna formuleringstjänster för att utveckla nya linjer av olika hudvårdsprodukter, dofter och andra kosmetiska preparat. Under årens lopp har hållbarhet och socialt ansvar blivit en del av företagets affärsmodell genom följande åtgärder:

1. **Utveckling av ett litet kvinnligt företag i Burkina Faso.** Regionen hade många sheanötsträd men lokalbefolkningen brukade bara plocka och sälja frukten snarare än att bearbeta den till sheasmör med högre mervärde. Den senare används ofta i kosmetika, därför hade Dr Reynaldi beslutat att stödja kvinnorna genom att hjälpa dem att utveckla ett företag relaterat till utvinning av sheasmör.
2. **Ge marginaliserade ungdomar arbetsmöjligheter.** Sedan 2019 köper Reynaldi naturliga ingredienser som odlades av medlemmar i San

Patrignano-gemenskapen för återanpassning, som syftar till att hjälpa ungdomar som lider av narkotikamissbruk och marginalisering.

3. **Installation av en vattenåtervinningsanläggning.** År 2016 installerade företaget en vattenåtervinningsanläggning som gör det möjligt att minska vattenförbrukningen i produktionsprocessen. Det innovativa slutna systemet gör det möjligt att spara i genomsnitt 350 ton vatten per år, vilket också resulterar i ekonomiska fördelar i form av besparingar på cirka 1 500 euro.
4. **Ta hand om anställda och vinstdelning.** Sedan 2020 infördes en vinstutdelningspolicy – en tredjedel av vinsten ägnas åt aktieägarna, ytterligare en tredjedel återinvesteras i företaget (till exempel för att uppgradera anläggningarna) och den sista tredjedelen delas ut till anställda i form av en företagsbonus

Fallstudie 2

Clio Muse Tours: en grekisk digital plattform som förbinder turism- och kulturindustrin

Clio Muse Tours är ett prisbelönt företag som skapar och distribuerar självstyrda digitala turer och virtuella turnéupplevelser. Företaget grundades 2014 och har producerat över 350 digitala turer i 15 länder som främjar hållbara metoder inom turism. Turerna spänner över ett brett spektrum av teman som historia, konst, arkitektur och "mörk turism". Några av dem används för utbildningsändamål och distribueras gratis. Det som skiljer detta företag från sina motsvarigheter är att turernas innehåll bygger på en prisbelönt metodik, som bland annat mildrar överturism. Slutligen är det viktigaste elementet i Clio Muse Tours affärsmodell att det också har utvecklat avancerade tekniska verktyg som gör det möjligt för tredjepartsskapare som kulturinstitutioner och experter inom turistnäringen att bli innehållsskapare och digitalisera sina företag.

1. **Gör det möjligt för yrkesverksamma och nybörjare inom turistnäringen att bli skapare av turinnehåll.** Clio Muse Tours gör det möjligt för arbetare inom kultur- och turistsektorn att skapa självstyrda turer via företagets författarverktyg CREATE. Företaget säljer sedan dessa turer på Clio Muse Tours-appen och webbplatsen och distribuerar dem via stora online-turistbyråer (OTA). Tredjepartspartners skapar sina turer baserat på

Clio Muse Tours metodik och de kan berika dem med det visuella och skriftliga innehållet efter eget val. Denna skalbara tekniklösning ger jobbbara som till exempel förlorade sina jobb under pandemin och hjälper dem att tjäna en extra inkomst genom att ägna provisioner på 30% av turnéns vinst till bidragsgivarna.

2. **Ständigt förbättra tjänsterna för personer med funktionsnedsättning.**

Teamet på Clio Muse Tours anser att fysiska funktionsnedsättningar inte bör vara ett hinder för en turistupplevelse av hög kvalitet. Därför förbättrar företaget ständigt sina tjänster för att anpassa sig till behoven hos personer med funktionsnedsättning. Till exempel uppgraderade de Clio Muse Tours-plattformen för webbläsare Tour Experience på ett sätt som gör det möjligt för personer med synnedsättning att justera kontrasten, hur texten och bilderna visas samt markera vissa delar av texten.

3. **Minimera de negativa effekterna av turism på populära destinationer.**

Clio Muse Tours planerar turernas rutter på ett sådant sätt att det uppmuntrar användarna att besöka både legendariska kulturarv och mindre kända platser. Företaget samarbetar ofta med mindre populära museer, liksom med kommuner och allmännyttiga företag.

Anmärkningar för differentiering i instruktionen / genomförandet:

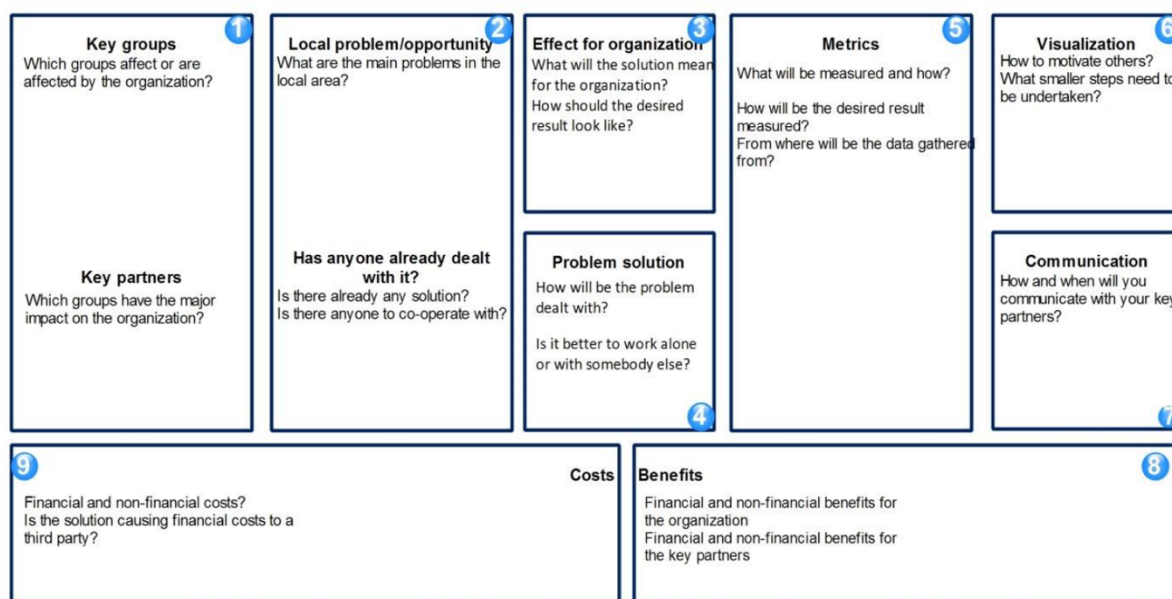
- Du kan ersätta dessa fallstudier enligt ditt mål, till exempel internationella fallstudier.
- Du hittar fler fallstudier här <file:///Users/arge/Desktop/E+/SCOP/Rewind/WPs/WP2/uptake%20of%20corporate%20social%20responsibility%20csr%20by%20european-EA0921514ENN.pdf>
- Som en uppföljning kan eleverna bli ombedda att söka ett företag i sin region som integrerar CSR i sin dagliga affärsverksamhet och presentera det för att bli bekant med den lokala / regionala erfarenheten.

Aktivitet 2

Varaktighet: 60 – 90 minuter

Att implementera en CSR-strategi för ett företag oavsett storlek så snart som möjligt är det bästa sättet att minska miljöpåverkan och skapa de mest effektiva affärsmodellerna. Det finns dock ingen metod som passar alla för en CSR-strategi eftersom varje företag har unika värden. Innan du fattar några avgörande beslut om att gå vidare för en CSR-strategi i verksamheten kan en korrekt CSR-bedömning hjälpa till att identifiera luckor och möjligheter och därmed förbättra affärsbeslut.

Fig. 1 CSR Canvas



Källa

1. Skriv ut eller skriv om modellen på papper eller skapa den i elektronisk form (till exempel Excel).
2. Du kan använda post it-lappar. Det är lätt att arbeta med dem och tvingar dig att vara kortfattad.
3. Börja fylla i rutorna i ordningen från 1 till 9. Det du inte vet nu kan du hoppa över och sedan komma tillbaka till. Kärnan är att identifiera viktiga partners, deras problem och hitta sätt att antingen fixa dem eller lindra dess effekter. Ge därför dessa fält maximal uppmärksamhet. För att dessa verksamheter ska vara effektiva måste de vara mycket exakt målinriktade.
4. Sök efter kontinuitet och relationer mellan olika fält.
5. Det är viktigt att skriva ner idén och läsa den högt. Fälten är små med avsikt, vilket tvingar dig att skriva tydligt och kortfattat.
6. Efter avslutat första försök, försök att fokusera på områden som visade sig vara problematiska.
7. Skapa en separat modell för varje grupp som du har hittat problemet eller möjligheten för och utöka den i detalj.
8. Utvärdera vad du tycker är det bästa alternativet och börja med implementeringen.

Självutvärderingsövningar

Vänligen inkludera tre övningar för utvärdering i flervälsformat eller sant / falskt.

1. På vilka villkor kan företag påverka genom CSR?

- a. Ekonomisk
- b. Filantropisk
- c. Samhälle
- d. Etisk
- e. Miljömässig

2. Vilket av nedanstående kan vara ett exempel på etiskt ansvar?

- a. Minska användningen av engångsplast
- b. Göra donationer
- c. Attrahera en diversifierad arbetsstyrka
- d. Lika lön**
- e. Stöd till lokala leverantörer

3. Vilket av nedanstående är inte en fördel med CSR för småföretag?

- a. Anställdas motivation
- b. Kundlojalitet
- c. Förbättrad ekonomi
- d. Samhällsengagemang**

Källor

Benevity (2022) *How to research when developing a Corporate Social Responsibility Strategy for your business, How to Research When Developing a Corporate Social Responsibility Strategy for Your Business*. Finns på:
<https://benevity.com/resources/corporate-social-responsibility-strategy-research>
(åtkomst 4.6.2023).

admin (n.d.). *CSR - Sustainability and CSR*. [online] www.bmas.de. Finns på:
<https://www.csr-in-deutschland.de/EN/CSR/Background/Sustainability-and-CSR/sustainability-and-csr-article.html>. (åtkomst 4.6.2023).

greenly.earth. (n.d.). *How to implement a CSR approach in your company*. [online]
Finns på:
<https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/how-to-implement-a-csr-approach-in-your-company#anchor-1> (åtkomst: 4.6.2023).

Hohnen, P. och Potts, J. (2007). *Corporate Social Responsibility an Implementation Guide for Business*. [online] Finns på:

https://www.iisd.org/system/files?file=publications/csr_guide.pdf. (åtkomst: 4.6.2023).

Segal, E. (n.d.). *How Small Businesses Are Implementing Corporate Social Responsibility Missions: Survey*. [online] Forbes. Finns på:

<https://www.forbes.com/sites/edwardsegal/2022/04/21/how-small-businesses-are-implementing-corporate-social-responsibility-missions-survey/?sh=619fa2364d05> [åtkomst 4.9.2023].