

Tóth Szilvia:

# EGYMÁST ERŐSÍTVE!

Miként legyek megoldás  
a gazdasági élet szereplői számára?



CKSZK Országos Hálózat - Okos füzetek 1.

# **EGYMÁST ERŐSÍTVE!**

Miként legyek megoldás  
a gazdasági élet szereplői számára?

**OKOS FÜZETEK 1.**

Kiadó:

Zalai Civil Életért Közhasznú Egyesület  
8900 Zalaegerszeg, Kossuth Lajos út 47-51.  
tel.: +36 20 474 3300  
e-mail: info@zalacivil.hu  
www.zalacivil.hu

Szerző: Tóth Szilvia

Közreműködött: Tornyos Ágnes  
Lektorálás: Horváth Rita

Nyomdai előkészítés:  
Göcsej Nyomda Kft., Zalaegerszeg, 2020

Minden jog fenntartva, beleértve a könyv bármely részének bármilyen módon történő reprodukálást.

## RENDAHAGYÓ ELŐSZÓ – gondolatok egy ötletes kezdeményezéshez...

Örömmel és büszkeséggel indítjuk útjára az **Okos füzetek** sorozatot, amelynek első számát a Zalai Civil Életért Közhasznú Egyesületnek köszönhetjük. 2020. július elsejétől a már új néven tevékenykedő civil közösségi szolgáltató központoknak és rajtuk keresztül a civil szervezeteknek szeretnénk segítséget nyújtani azon célok megvalósításában, amelyet kiemelten fontosnak tartunk mind a hálózatunk, mind az teljes civil szféra fejlődése szempontjából.

Már a sorozat címe is kifejezi azt a közös törekvésünket, hogy ne csak a célokat és a feladatokat határozzuk meg, hanem kínáljunk gyakorlati megoldásokat is melyeket megoszthatunk egymással. Az sem baj, ha mi magunk vagyunk a megoldás...

A következőkben a sorozat elindulásával kapcsolatos gondolatainkat fogalmaztuk meg, ezzel is megköszönve Zala megyei kollégáink munkáját és egyúttal megköszönve minden civil központban dolgozó kollégánknak azt, hogy együtt, „egymást erősítve” dolgozhatunk a civil szervezetekért.

*„A for-profit szervezetek tipikusan olyan hasznos és jó dolgokat állítanak elő vagy olyan hasznos és jó szolgáltatásokat nyújtanak, amelyeket azok megvásárlói, igénybe vevői piaci alapon meg is fizetnek. A non-profit szféra pedig tipikusan olyanoknak nyújt szolgáltatást, akik szolgáltatásaik ellenértékét részben vagy egészben nem tudják megfizetni. Utóbbi nélkül szegényebbek lennénk. A két szféra összekapcsolása a kölcsönös előnyök mentén a sorozat első kézikönyvének nagy érdeme. Köszönjük a lelkes zalai csapatnak, hogy a jó gyakorlatokkal segítik a közös szakma-politikai céljaink megvalósulását.” (Péter)*

*„Hiszek abban, hogy a civil szervezetek elengedhetetlen részét képezik egy társadalomnak, értéket teremtenek, színesítik és gazdagítják azt. Hiszem, hogy a gazdasági és a civil szféra összefogására mindkét félnek szüksége van és közösen olyan célok is megvalósíthatóak, amelyek külön-külön elképzelhetetlenek lennének. Egyike voltam azoknak, akik részt vettek az Év Zala megyei adományozója díjátadó ünnepségén, ahol bemutatották a for-profit és non-profit szereplők által közösen megvalósított projekteket is: még kívülállóként is megható volt látni ezt az összefogást, és rendkívüli büszkeséggel töltött el az együttműködés sikere. Az Okos*

füzetek első száma az együttműködéshez, kapcsolatfelvételhez nyújt gyakorlati tanácsokat, ötletes és eredeti módon. „A hit azt jelenti, hogy elhisi az ember, amit még nem lát. Ennek a hitnek pedig az a jutalma, hogy látni fogja, amiben hisz.” (Ági)

„Könyvtárakat lehetne megtölteni azokból a pszichológiai, önfejlesztő vagy interperszonális kapcsolatépítés témájú szakkönyvekből, melyek a kommunikáció fontosságát hangsúlyozzák két fél között, és valamennyi megfogalmazás egyetért a nézőpontváltás fontosságával. Ha érdemben el szeretnénk juttatni egy másik félhez az üzenetünket, ha fontos, hogy célunk támogatásra találjon, ha kiépítenénk egy tartós, prosperáló kapcsolatot, nélkülözhetetlen a másik fél álláspontjának, helyzetének, esetleg érdekeinek megismerése és megértése. A civilek számára nem idegen a más szemüvegén át való látás, hiszen számtalanszor van szükség az empátiára, „beleélésre”, „átérésre” és a segítségnyújtásra vagy együttműködésre a társadalom bármely szegmensében. Az új célok, új kapcsolatok azonban mindig fejlődésre és új kihívásokra kínálnak remek lehetőségeket! Találjuk meg minden kihívásban akár civil szervezetünk, akár saját egyéni fejlődésünk lehetőségét, tanuljunk egymás jó gyakorlataiból és vigyük hírét az Okos füzeteknek, hogy minél több együttműködni akaró szervezet segítségre találjon benne!” (Anna)

„Egy olyan kiadványsorozat első füzetét lapozta fel a kedves Olvasó, amely reményeink szerint a civil szervezetekhez kötődő szakmai tudást, illetve tapasztalatátadást tud nyújtani és nem utolsó sorban jó hangulatú, könnyed olvasási élménnyel is megajándékoz. Amolyan sikertervezési lehetőséget szeretnénk adni, amelynek során ötleteket, jó gyakorlatokat is megosztanak a szerzők, mind a civil szervezetek, mind pedig a terület iránt érdeklődők számára. Az 'Okos füzetek' szerzői és közreműködői a 8 éve, 2012. július 1-je óta működő Civil Közösségi Szolgáltató Központok (születési nevén: Civil Információs Centrum) megyei/fővárosi címbirtokos szervezeteinek munkatársai. Olyan szakemberek, akik hosszú évek, akár évtizedek óta a civil területen tevékenykednek, így igen magas szakmai tudással és nagyfokú tapasztalatokkal rendelkeznek a területen. Eljött az ideje, hogy a szürkeállományukban lévő információk megosztásra kerüljenek, így biztosítva a hasznos tudás- és tapasztalatátadást. A szerzők emberi oldalát is szeretnénk kiemelni, büszkék vagyunk arra, hogy ilyen remek munkatársakkal dolgozhatunk együtt a civil szféra fejlesztésén.

Köszönjük a Zala Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ munkatársainak a kiadványsorozat ötletét és az első füzet elkészítését. Kellemes időtöltést kívánunk a kiadvány olvasásához.” (Tamás)

„Egy marketing blogger szerint a szolgáltatás egyik legfontosabb ismérve, hogy igénybe vevője számára valamilyen értékkel bír. A meghatározáson persze elmélkedhetünk, de az biztos, hogy a civil központok szolgáltató tevékenységei nem csak a hatókörükbe tartozó civil szervezetek számára, hanem saját hálózatuk számára is értéket képviselnek. Természetesen továbbra is cél, hogy a színvonal növelésével a szolgáltatások egyre nagyobb „értékkel bírjanak” az igénybe vevők számára. Ha ehhez az kell, hogy legyünk „hidak”, vagy „hírvivők”, akkor teremtünk meg magunk számára ezekhez a szerepekhez a lehetőségeket, képességeket. Hogyan? Hát egyszerűen csak vegyük a kezünkbe az Okos füzeteket, és inspirálódjunk belőlük...” (Ildikó)

**Miniszterelnökség Civil Kapcsolatok és Társadalmi Konzultáció Főosztálya**

## AJÁNLÁS

A Zala Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány vezetőjeként örömmel fogom kezembe ezt a könyvet, ami hiánypótló kiadványként, új perspektívából mutat rá a civilek és a gazdasági társaságok egymást erősítő tevékenységének hasznosságára és fontosságára.

Zala megyében közel tízezer vállalkozás működik, Alapítványunk immár 25 éve foglalkozik a működésük széleskörű, szakmai profizmussal meg-alapozott támogatásával.

A Zala Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ 2012 óta segíti a közel kétezer zalai civil szervezet működését.

A legtöbb gazdasági társaság, civil szervezet jövőképében megfogalmazódik egy magasztos cél, ami nem más, mint működésükkel, példamutatásukkal hasznára lenni a társadalomnak. Mára elfogadott tény, hogy a környezetünkben, társadalmunkban bekövetkező folyamatokért egyén szintjén vagyunk felelősek.

A két szervezet felismerte a civilek és gazdasági társaságok egymást erősítő erejének hatását. Utat találtak az együttműködésre. Ezzel kinyílt egy ajtó, ami újszerű lehetőségeket kínál a résztvevőknek a társadalmi felelősségvállalás és szemléletformálás területén.

E könyv is rávilágít arra, hogy merjük hinni önmagunkban, megtenni az első lépést egyedi ötleteinkkel, legyünk elég bátrak, hogy követőket vonzzunk. Ez fog hozzásegíteni bennünket ahhoz, hogy olyan sokan legyünk, ami nagyobb eredményt képes hozni, mint amit álmodni merünk.

Szívből kívánok kellemes időtöltést ehhez az inspiráló példákat és egy kis elmélettel fűszerezett, hasznos ötleteket bemutató könyv olvasásához!

**Csalló Andrea**

**Zala Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány**

## BEVEZETŐ

A Zala Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ két évvel ezelőtt felvállalta, hogy a híd szerepét tölti be a megye civil szervezetei és vállalkozói között. Ennek a munkának az eredménye ez az okosfüzet is, amelyben sok hasznos információ mellett bemutatjuk az e témában elért eddigi eredményeinket is.

Mi, civil szervezetek, mindannyian hiánypótló munkát végzünk. Érdemes elgondolkodni azon, hogy ha kellő számú, aktív civil szervezet működik egy településen, akkor az önkormányzatokra kevesebb feladat és felelősség hárul. Egyesületeink, alapítványaink felelősségvállalása, társadalmi munkája, jelenléte jobbá teszi az élet számos területét. Gyakorlatilag minden területen jelen vagyunk, mint például a szociális ellátás, oktatás, környezetvédelem, érdekképviselet, kultúra, szabadidő és sport. Működésünk azonban nagyban függ a támogatottságunktól.

Egy jól működtetett, jövőképpel rendelkező civil szervezet biztosan együttműködésre törekszik a for-profit szereplőivel. Tudatosan épít arra, hogy képes legyen olyan „ellenszolgáltatást” nyújtani a reménybeli szponzoráló gazdálkodó szervezet számára, amely az egyoldalú támogatást kölcsönös segítséggé képes változtatni.

Legyünk kezdeményezők!

Ha a cégek nem érznek megfelelő nyomást a civil szervezetek, a média vagy a kormány részéről arra vonatkozóan, hogy támogassanak társadalmi ügyeket, miért is tennék? Ebben az esetben csak a vezetőség, a munkatársak morális hozzáállásán, esetleg érintettségén múlik, hogy támogatnak-e társadalmi ügyeket. Tehát rajtunk is múlik!

Javaslatainkkal, programjainkkal legyünk mi a cégek motiválói!

Egy kutatás szerint a vállalatok társadalmi részvételének elsődleges motivációi három fő forrásból fakadnak:

- morális és társadalmi felelősség (amelyet a társadalmi elvárás fel-erősíthet), amely elsősorban a rászorulóknak nyújtott jótékony adakozási programokban ölt formát;
- az a felfogás, hogy a vállalatnak hosszú távú érdeke, hogy egészséges társadalomban működhessen, ezért közösségi programokat támogat;

- az a felismerés, hogy a jótékonyság során a cég végez olyan tevékenységet, amely közvetlen előnyére lehet a cégnek, növelheti jó hírét, a munkamorált, a forgalmat, a nyereséget.

Ha ismerjük a motiváló tényezőket, ajánlhatunk azokra programokat.

Ebben a könyvben példákat vonultatunk fel arra, hogyan találhat egymásra a for-profit és non-profit szféra. Segítünk rávezetni, hogyan tudja megmutatni a civil szervezet a benne rejlő üzleti értékeket és lehetőségeket.

Higgyünk abban, hogy a jól megtervezett és átgondolt programjaink fontosak és hasznosak lehetnek a vállalatok számára, sőt alapját képezhetik a hosszú távú együttműködésnek!

**Horváth Rita**  
**Zalai Civil Életért Közhasznú Egyesület**  
**elnök**

## TARTALOM

1. Bemutatkozás, előszó.....	10
2. Gazdasági élet szereplői.....	12
2.1 Mik a civil szervezetek?.....	12
2.2 Tartsd magad pozitív fókuszban!.....	12
2.3 A piaci színpad résztvevői és a szerepek, amit képviselni kell.....	14
2.4 Összefüggések és következtetések a piaci szereplők kihívásai között.....	17
3. Jó gyakorlatok gyűjteménye.....	19
3.1 Gyűjtés az autisták részére.....	19
3.2 Egészségmegőrzés a munkahelyen.....	21
3.3 Egy reptéri sztori a Fülöp-szigetekről.....	22
3.4 Építs a Mosolyért!.....	24
3.5 + egy bónusz jógyakorlat, avagy „Az év Zala megyei adományozója” díj.....	26
4. Együttműködés.....	28
4.1 Az aktív közösségépítés modellje.....	28
4.2 Ki a jó kulcsembert?.....	31
4.3 Hogyan szólítsuk meg a cégeket? Milyen kommunikációs fogásokat alkalmazzunk?.....	33
5. Befejezés, összegzés.....	37
6. Sikeres projekt checklist.....	38

„Lelkesedés diktálja az iramot, a kitartás éri el a célt!”  
(Dan Millman)

## 1. BEMUTAKOZÁS, ELŐSZÓ

2018-ban meghívást kaptam a Zala Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ által szervezett vállalkozói vacsorára, ahol felkértek, hogy mutassak be jópéldákat, hogyan is aktivizáljuk magunkat, mint piaci szereplők, a társadalom többi tagja számára, illetve hasznára.

A jó hangulatú vacsora teret adott információcserére. A térségben hasonló értékrenddel gondolkozó vállalkozók, cégvezetők, cég képviselők, a városvezetés és a civil szervezetek ismerkedtek, beszélgettek egymással. Azzal a konklúzióval zárult a vacsora, hogy a civil központoknak kell betölteni a HÍD szerepét a vállalkozások és a civil szervezetek között. Sőt a HÍD szerep mellett a HÍRVIVŐ szerepet is be kell tölteniük.

2019. év végén a Zala Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ újtára indított egy programot, aminek megvalósításában szerepet kaptam.

Egyre nagyobb készlet és igény fogalmazódott meg, hogy szülessen egy kézikönyv, amelynek segítségével a civil szervezetek tudást, inspirációt meríthetnek az alábbiakról:

- megmutatni, hogyan helyezhetik el magukat egyenrangú félként, partnerként a civil szervezetek a gazdasági környezetben,
- megkeresni azokat a kapcsolódási pontokat, ahol a civil szervezetek programja összekapcsolható a piaci szektorral,
- paradigmaváltás, avagy hogyan lehet mások szemüvegén át látni saját szervezetüket, annak kihívásait. (A civilek problémaként megélt mindennapi feladataikat, hogyan tudják mások hasznára fordítani úgy, hogy abból ők is hasznot szerezzenek.)

Így született meg ez a könyv, illetve hozzá kapcsolódóan egy oktatási segédanyag, bízva abban, hogy sokak számára válik hasznos tudásforrássá.

### **Tóth Szilvia vagyok.**

**HR munkatárs** egy határmenti városban, ahol a humánerőforrás részére többszörös kihívást jelent, hogy a cég működéséhez biztosítsuk a megfelelően képzett mennyiségi és minőségi munkaerőt.

**Business coach, tréner vagyok.** Az üzleti élet szereplőit speciális eszközök segítségével támogatom szakmai előrehaladásukban.

**Önkéntes vagyok.** A teskándi Fitt Park egyik ötletgazdája. A teskándi jótékonyági sportnapok kitalálója és megvalósítója, sok más lelkes segítővel együtt. 2018. évben az Év Zala megye Önkéntese díj nyertese. Számos egyéb program kitalálója és megvalósítója. Autista egyesületek aktív támogatója.

*Vízióm, hogy ezzel a kézikönyvvel hozzájáruljak, hogy Magyarországon egyre több civil szervezet és vállalat felismerje a közösségi, együttműködő projektekben való részvétel gazdaságot és civil szervezeteket együttesen ösztönző, erősítő hatását.*

## 2. GAZDASÁGI ÉLET SZEREPLŐI

### 2.1 Mik a civil szervezetek?

Egyesületeket, alapítványokat, szövetségeket hívjuk gyűjtőnéven civil szervezeteknek. Ebből ma Magyarországon 53 613 van. Magyarországon rendszeresen mintegy 400 000 ember végez önkéntes tevékenységet civil szervezeti keretek között.

Az önkéntes tevékenység végzése gyors ütemben terjed, egyre többen érzik ennek hasznosságát és fontosságát.

Az emberek szeretnek jót tenni, jó ügy mögé állni.

A civil szervezeteknek nem kell mást tenni, mint megmutatni magukat, megmutatni a jó ügyet és lehetőséget teremteni, hogy a tettere kész emberek mögéjük állhassanak.

Ennyi lenne csupán? Ilyen egyszerű?

„Az vagy, amire a legtöbbet gondolsz.”  
(ismeretlen)

### 2.2 Tartsd magad pozitív fókuszban!

Miért érzik a civil szervezetek, hogy nehéz dolguk van? Talán azért, mert nincsenek aktív tagok, nincs elég anyagi forrás, nincs elég támogató, nincs elég segítő?

Valószínű, hogy a fenti válaszok a leggyakoribb válaszok. Ezek pörögnek nap, mint nap a beszélgetések során. Ha pedig ezzel foglalkoznak, akkor a „külvilág” fele ezt is üzenik. Vagyis azt, hogy a civil szervezetek segítségére szoruló, nehéz körülmények között működő szervezetek.

Sokkal fontosabb, hogy **arra koncentráljanak, amit el akarnak érni** és abból gazdálkodjanak, ami rendelkezésre áll. Ennek a tárháza pedig nagyon nagy, csupán a kreativitás gombot kell bekapcsolni.

„A Magyarországon működő mintegy 61 ezer civil és társas nonprofit szervezet felbecsülhetetlen hasznossággal képes előmozdítani a közösségi erőforrások aktivizálását, a jó célok elérését. Nincs az életnek olyan területe, legyen szó kultúráról, egészségügyről, szociális ügyekről, szaba-

didőről vagy éppen sportról, ahol ne tevékenykedne egy egyesület, egy alapítvány, amely számos esetben az állam, az önkormányzatok válláról is komoly terhet vehet le. A rugalmasság, az állampolgárokhoz való közelség és gyors reagálás képessége együttesen jellemzik az értéket teremtő és azt közvetíteni képes civil szervezeteket. Tudjuk, hogy ők azok, akik minden számukra biztosított 1 állami forint mellé másik 2 forintot tesznek saját munkával, gazdasági tevékenységgel, az adományok fogadásával.” – mondja mindezt Gulyás Gergely Miniszterelnökséget vezető miniszter.

Ha egy külső „szem” ilyen pozitívan értékeli, pozicionálja a civil szervezetek hasznosságát, akkor tegyék fel az alábbi kérdéseket maguknak a civil szervezetek, hogyan látják magukat és válaszoljanak őszintén:

- Kik vagyunk? Mi a víziónk?
- Mi a célunk?
- Miért vagyunk értékesek?
- Mire vagyunk büszkék?
- Miért érdemes hozzánk tartozni?

#### FELADAT



*Kérem, írja le az ön szervezetére vonatkozóana fenti kérdésekre a választ! Értékelje külső szemmel válaszait! Majd tegye fel magának a kérdést! Az adott válaszokat látva, ön mögé állna most ennek a szervezetnek?*

*Kérem, olvassa fel most hangosan az ön egyesületének, alapítványának, szövetségének a célját és vízióját! Amikor hangosan olvassa a sorokat, figyeljen befele, az önben rejlő érzésekre!*

*Az alábbi önreflexiós kérdésekre érdemes még őszintén válaszolni.*

- *Elhiszi, amit felolvasott az imént?*
- *Büszke rá?*
- *Milyen érzések kerítik hatalmába, amikor ezeket a sorokat olvassa?*
- *Látja már „lelki szemei előtt” megvalósulni a célt?*

*Ha igen, jó úton jár, a civil szervezete növekedő pályán van.*

*Ha nem, akkor kérem, olvassa el többször a leírt mondatokat! Amennyiben befele figyel az önben rejlő érzésekre és azok nem kellemesek, amikor a leírt sorokat hangosan felolvassa, akkor lehet, hogy módosítani kell a célon, a megfogalmazáson. Bátran tegye meg!*



Csak olyan cél mellé lehet hitelesen mögé állni, amiben ott a hit.

**„A hit azt jelenti, hogy elhiszi az ember, amit még nem lát. Ennek a hitnek pedig az a jutalma, hogy látni fogja, amiben hisz.”**

„Te egyszer, s mindenkorra felelős lettél azért, amit megszelídítettél.”

Kis Herceg

### 2.3 A piaci színpad résztvevői és a szerepek, amit képviselni kell

Ebben a részében fontosnak érzem a gazdasági élet más szereplőit is bemutatni, a profit termelésében érdekelt vállalatokat, szolgáltatókat. Első lépésben a saját szemüvegükön át.

Mi lehet a legfontosabb célja egy vállalatnak?

Természetesen, hogy minél magasabb profitot termeljen évről-évre, a tulajdonosi kör melegegedésére és elvárásaira. A fő cél a minél magasabb profit elérése. Elsődlegesen. De azért ez nem ilyen egyszerű és nyilvánvaló.

Ezt egy munkáltató csak úgy tudja elérni, ha stabil szakember gárdával rendelkezik. Hosszútávon pedig csak úgy képes a munkáltató elkötelezett munkatársakat megszerezni és megtartani, ha hiteles, ha bizalmat épít és az őt körülvevő közvetlen és tágabb környezetre nézve felelősen cselekszik. Magyarországon egyre több cég és intézmény felismeri, hogy a munkavállaló központi érték, és ezért a napi gyakorlatban tesznek is. Meg kell találni és meg kell tartani azokat a jól képzett munkatársakat, akik nélkülözhetetlenek a sikeres működéshez. Ismerni kell ezen munkavállalók belső motivációját, melyhez alkalmazkodni kell.

Felelős foglalkoztatóként egy munkáltató képes bevonni és megtartani a tehetséges munkavállalókat. Elkötelezettségük által hosszú távon több profitot képesek termelni.

Mindezekon felül, ki ne vágya arra, hogy a vállalat, amit létrehozott vagy a munkahely, ahol élete nagy részét tölti, olyan értéket teremtsen, amire a következő generáció is büszke lehet?

A cég jó hírnevét építeni kell. Megfelelő PR tevékenységet kell folytatni. Kedvező munkahelyi légkört kell kialakítani. Olyan munkahellyé kell alakítani a társaságot, ahova jó tartozni, ami biztonságot nyújt, amire

a munkavállalók büszkék lehetnek. A vezetésnek példát kell mutatni, hogy olyan jópéldák mellé áll, melyek a társadalom számára is hasznosak. Azaz a társadalmi felelősségvállalásban tevékeny szerepet kell betölteni. Értéket kell teremteni.

**„A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen generációs szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk esélyét arra, hogy ők is kielégítsék a szükségleteiket.”** (idézve a Bruntland Bizottság 1987-ben publikált (Közös jövőnk) jelentéséből).

A fenntartható fejlődés három alappilléren nyugszik, azaz a természeti-környezeti, a gazdasági és a társadalmi pillérek. Ez inspirálta a vállalatok CSR-felfogását is.

### Mi is az a társadalmi felelősségvállalás?

A CSR (Corporate Social Responsibility) magyar jelentése Vállalati Társadalmi Felelősségvállalás vagy társadalmi felelősségvállalás.

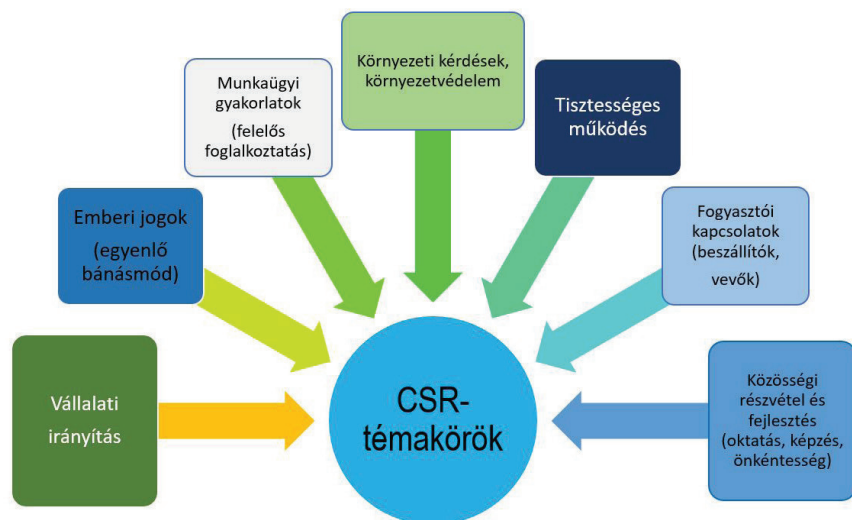
Egy gazdasági társaság a tulajdonosok által elvárt nyereség, illetve egyéb funkciói, alapelvei és működése mellett a társadalom iránti felelősségének is tudatában kell, hogy legyen. Magatartását, cselekedeteit, politikáját ez szerint alakítja ki.

**A társadalmi felelősségvállalás jelentése sokrétű: szociális érzékenység, környezettudatosság, etikus magatartás, tiszta verseny betartása, esélyegyenlőség, átláthatóság.**

A vállalatok társadalmi felelősségvállalás szabályozására nemzetközi szinten történt lépés: megjelent az ISO 26000:2010 szabvány a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról.

2011-ben az Európai Bizottság új definíciót fogadott el a CSR, vagyis a vállalati felelősségvállalás fogalmára. Bár a rövidítés továbbra is a vállalatok felelősségvállalására utal a működésük által a társadalomra és a környezetre gyakorolt hatások iránt, az új meghatározás szerint ezt már nem önkéntes alapon kell, hogy megtegyék. Elkerülhetetlen tehát, hogy a vállalkozások stratégiájukba építsék a felelősségvállalás szempontjait, és a fenntarthatóság elveit figyelembe véve fejlesszék céljaikat, tevékenységüket. (Forrás: <https://denkstatt.eu/news-publications/fogalomtar/vallalati-felelossegvallalas-csr/?lang=hu> 2020.03.09.)

Milyen területei vannak a vállalati felelősségnek?



Forrás: ISO 26000 szabvány

1. ábra CSR témakörök

Reményt keltően hangzik a vállalatok társadalmi felelősségvállalása. Viszont ez sok esetben komoly apparátust igényel. Sok időt és szervezést, kreatív csapatot, széles kapcsolatrendszerrel. Segítségre van szükségük.

„Amikor a változás szelei fújnak, a kétkedők falakat húznak fel, az optimisták pedig vitorlákat.”  
(ismeretlen)

## 2.4 Összefüggések és következtetések a piaci szereplők kihívásai között

Könnyű kijelenteni, hogy a vállalatoknak erőforrást kell erre képeznie. A valóság sok esetben az – különösen a kis- és középvállalati szektorban – hogy sem idő, sem humán erőforrás nincs rá vagy nem olyan mértékű.

**Tehát vannak szereplők, akik küzdenek olyan hétköznapi kihívásokkal, amelyek megoldásához másokra van szükségük? Egyedül küszködnek? Azaz együttműködésre van szükségük?**

A civil szervezetek képesek olyan megoldásokat kínálni a gazdasági élet szereplőinek, amelyekkel pont a gazdasági társaságok azon törekvésében tudnak segíteni, amelyekkel a vállalatok a társadalom számára fontos területek problémáira reagálnak, cselekednek vagy a profit növelést és a jó szakember gárda megtalálását és megtartását támogatják.

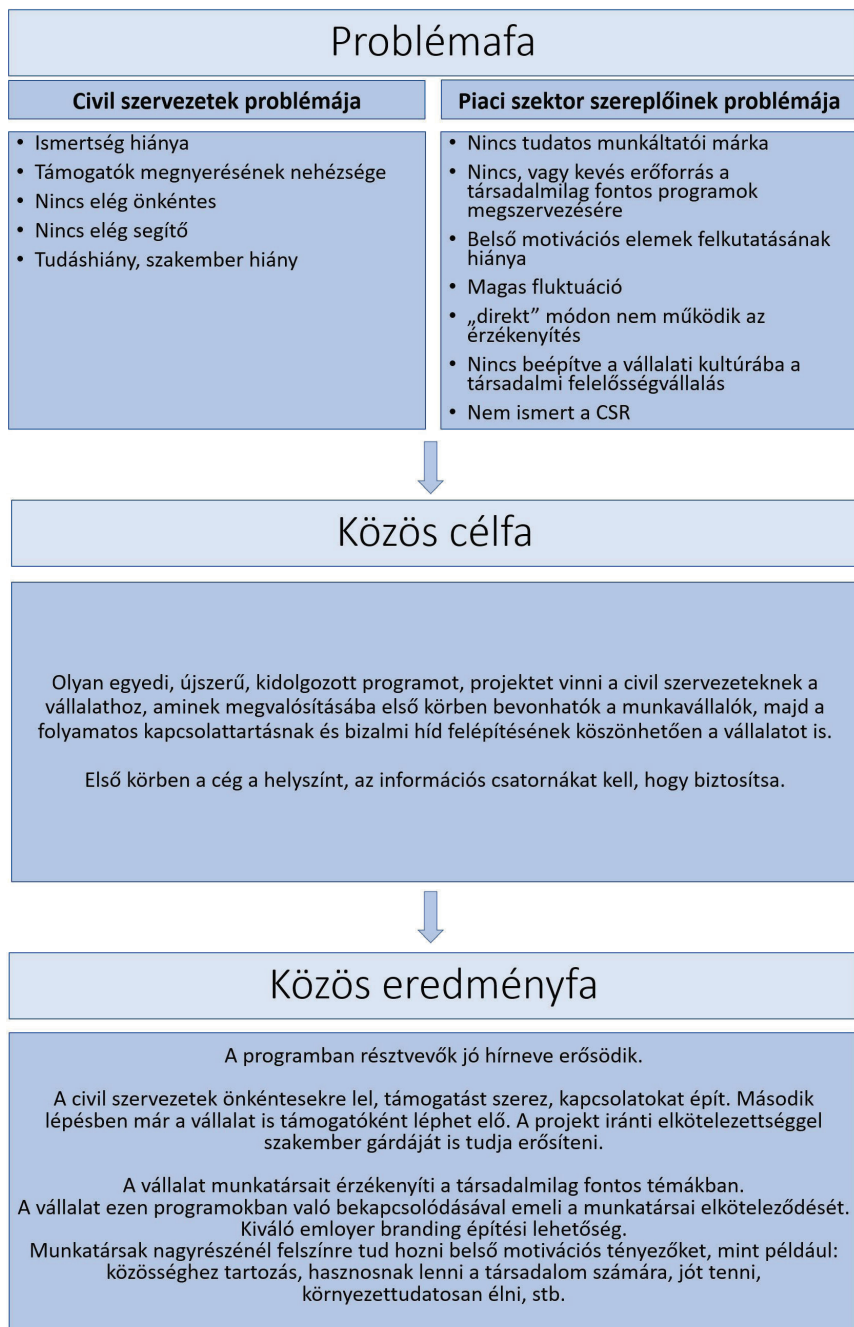
A civil szervezet tagjainak kell segítőként bekapcsolódnia a gazdasági szereplők mindennapi életébe, hogy közösen oldják meg ezeket a feladatokat. A civil szervezetek képviselőinek kell kész, egyedi, kreatív, izgalmas, a társadalom számára hasznos tartalommal felruházott programot vinni. Úgy, hogy a cégek csak platformot és információs csatornát kelljen biztosítani a projekt lebonyolítására.

Ennek lesz „mellékterméke” az, amire a civil társadalom éhezik.

- Hírt tudnak adni magukról.
- Önkénteseket tudnak maguk mellé állítani.
- Támogatókat tudnak gyűjteni.
- Kapcsolati hálójukat tovább tudják szélesíteni.
- Végül a vállalat is támogató szerepet fog vállalni anyagi, tárgyi vagy szaktudás formájában.

Összegzésként az eddig leírtakat a problémafa – célfa modellel mutatom be. A problémafa még külön-külön sorolja fel a civil szervezetek és a gazdasági élet szereplőinek kihívásait.

A problémák megoldás- és együttműködés fókuszú újrafogalmazása után már közös célfa kerül definiálásra, amellyel mind a két szegmens megoldásra lel.



2. ábra: Problémafa → Célfa → Eredményfa folyamatábrája

„Kreativitás. Minél jobban használod, annál több lesz belőle.”  
(ismeretlen)

### 3. JÓ GYAKORLATOK GYŰJTEMÉNYE

#### 3.1 Gyűjtés az autisták részére

A Sopronban működő IMS Connector Systems Kft. arra kérte a dolgozóit, hogy szavazzák meg, melyik helyi alapítványt, egyesületet támogassák 2019-ben. Sokféle ötlet érkezett, de a legtöbben a helyi autistákat támogató Autitok Egyesületet javasolták. A cég HR munkatársa felvette a kapcsolatot az egyesület elnökével és egy gyümölcsöző, hosszútávú kapcsolat vette kezdetét.

Egy novemberi napon „virtuális” sütivásárt tartottak a soproni cég telephelyén. A dolgozók azon a napon egy szelet sütre szánt összeggel támogathatták az Autitok Egyesület működését. Az egyesület biztosított információs és tájékoztató anyagokat is a cégnek. Így direkt információhoz jutottak a munkavállalók az autizmussal kapcsolatban. A virtuális sütivásár másnapján a HR munkatárs felhívta az egyesület vezetőjét, hogy átadja az összegyűlt pénzt. Sajnos ezt a találkozást el kellett napolniuk. Majdnem karácsony volt, amikor tudtak volna találkozni. Akkor az egyesület vezetője egy nagyszerű ötlettel rukkolt elő. Mégpedig azzal, hogy meglepi a cég dolgozóit hálájuk jeléül és karácsonyra apró ajándékot hoznak és kiosztják a céges karácsonyi rendezvényen mindenkinek, külön-külön. Az adományt pedig ott fogják ünnepélyes keretek között átvenni.

Az egyesület munkatársai, szülők, gyerekek bevonásával elkészítették az ajándékokat. Sőt az egyik anyuka azt is vállalta érintett gyermekével együtt, hogy két csodás karácsonyi dalt énekelnek.

Eljött a nagy nap. A dolgozók meghatódva fogadták ezt a figyelmes gesztust. Alig akarták megérteni, hogy őket, munkavállalókat ajándékozzák. Onnét érkezik ajándék, ahol nagyobb szükség lenne rá. A váratlan, meglepő fordulat el is érte célját. Az IMS Connector Systems Kft. elkötelezetté vált az Autitok Egyesület iránt.

Januárban a dolgozók kezdeményezték, hogy legyen egy teljes hónap, amikor ismét az Autitok Egyesületnek gyűjtsenek az autizmussal érintett soproni családok nyári táboroztatásáért. Ez 2020. márciusban valósult meg. Az adományt hónap végén a cég dolgozói juttatták el az egyesületnek.

A cég HR munkatársa az egész hónapos gyűjtés hírét elmondta más soproni cégek HR munkatársainak is és buzdította őket, hogy vegyenek részt ők is a programban. Szervezzék meg saját házuk táján a gyűjtést. Így kb. 1000 munkavállaló részére vált ismertté az egyesület működése, illetve számíthatnak önkéntesekre és további anyagi támogatásra.

Az Autitok Egyesület a gyűjtéshez kapcsolódó köszönetét nem szokványos módon hozta nyilvánosságra. Egy videót készítettek, amelyet az Autizmus Világnapján, április 2-án osztottak meg közösségi oldalukon.

<https://www.facebook.com/csukamono/videos/2405517569673130/UzpfSTEwMDAwMDQyNjc0Mzk4MzpWSzoYNzczMzA1MTUyNzY4ODI1/>



1-2. kép: Műsor és egyesületi ajándék céges rendezvényen

### Mi volt a civil szervezet célja, melyet sikerült elérni?

- autizmus elfogadásának népszerűsítése minél szélesebb körben
- önkéntesek toborzása a munkavállalói körből
- anyagi támogatás gyűjtése
- munkáltató megnyerése hosszú távra → a gazdasági társaság anyagi támogatása

### Mi volt a gazdasági társaság célja, melyet sikerült is elérni?

- munkavállalói érzékenyítés
- munkáltatói márka erősítése, munkáltató ismertségének növelése
- társadalmi szerepvállalás erősítése
- munkavállalók megtalálása és megtartása

### Melyek voltak a program kulcslépései, melyek sikerre vitték a projektet?

- az alapítvány és a cég részéről is volt egy kulcsember
- az alapítvány újszerű, kreatív, kész ötlettel állt elő
- a cégtől csak helyszínen és információ áramoltatásban kértek segítséget
- direkt visszajelzés (köszönet) a munkavállalók részére

### Mik voltak a program további hozadékai?

- a céges kulcsembernek köszönhetően további cégek kerültek bevonásra a programba, melynek eredményeként ezer fölé emelkedett a direkt elérések száma
- a munkáltatóval való kapcsolattartás bizalmi alapja kialakult, hosszútávú együttműködésre enged következtetni
- a vállalat is támogatóvá vált
- maximális a dolgozói elköteleződés az egyesület iránt

### 3.2 Egészségmegőrzés a munkahelyen

Egy gazdasági társaság zászlóshajójára tűz ki, hogy az egészségmegőrzés fontosságára felhívja dolgozói figyelmét. Egy helyi egyesülettel léptek kapcsolatba, akik előadást is tartottak külön a női és külön a férfi dolgozóknak, a szűrővizsgálatok fontosságáról, a megelőzésről. Egy héten át tájékoztató plakátok, információs anyagok kerültek kihelyezésre.

„Fizetségként” a cég gyűjtést indított az egyesület részére. Egy hét alatt 102 000 forint gyűlt össze, amit a dolgozók nevében két dolgozó adott át.

Az egyesület köszönőlevélben fejezte ki háláját a támogatásért. Ez a köszönőlevél látható helyen került kihelyezésre, mindenki örömére.

A HR osztályon dolgozó erről az esetről még annyit mondott el, hogy nagyban fokozta a gyűjtés sikerét, hogy naponta kör e-mailben tájékoztatták a dolgozókat, hogy épp hol, milyen összegnél tart a gyűjtés.

### Mi volt a civil szervezet célja, melyet sikerült elérni?

- Adománygyűjtés
- Szűrővizsgálatok fontosságának népszerűsítése széles körben

### Mi volt a munkáltató célja, melyet sikerült elérni?

- Az egészségmegőrzés célként került megfogalmazásra a cég hosszútávú stratégiájában. Erre kellett akcióterv a munkáltatónak. Az alapítvány által kínált lehetőség maximálisan illeszkedett az elképzelésbe.
- Minden munkavállaló oktatásban részesült, információhoz jutott.
- Társadalmi szerepvállalás az egészségmegőrzéssel kapcsolatban. Az információkat a munkavállalók az otthonaikba is el tudták vinni, így közvetve még több emberhez jutott el a hír.

### Melyek voltak a program kulcslépései, melyek sikerre vitték a projektet?

- Olyan programot sikerült összehozni, mely mind a két fél érdekeit, céljait szolgálta.
- A munkáltatónak csak helyet kellett biztosítani a programhoz, a többi az alapítvány hozta → első lépésben a munkáltató nem támogató
- Volt a programnak egy kulcsembere.
- Az alapítvány köszönőlevélben adott visszajelzést a munkavállalók részére.

### Mi volt a program további hozadéka?

- Munkáltató hosszú távon a kiépített bizalom miatt képes támogatóvá válni.

### 3.3 Egy reptéri sztori a Fülöp-szigetéről

Fülöp-szigetek egy kis szigetének repterén működik az alábbi példaértékű támogatás.

A reptéri váróban öttagú vak zenekar vidám zenével szórakoztatja az utazás előtt állókat.

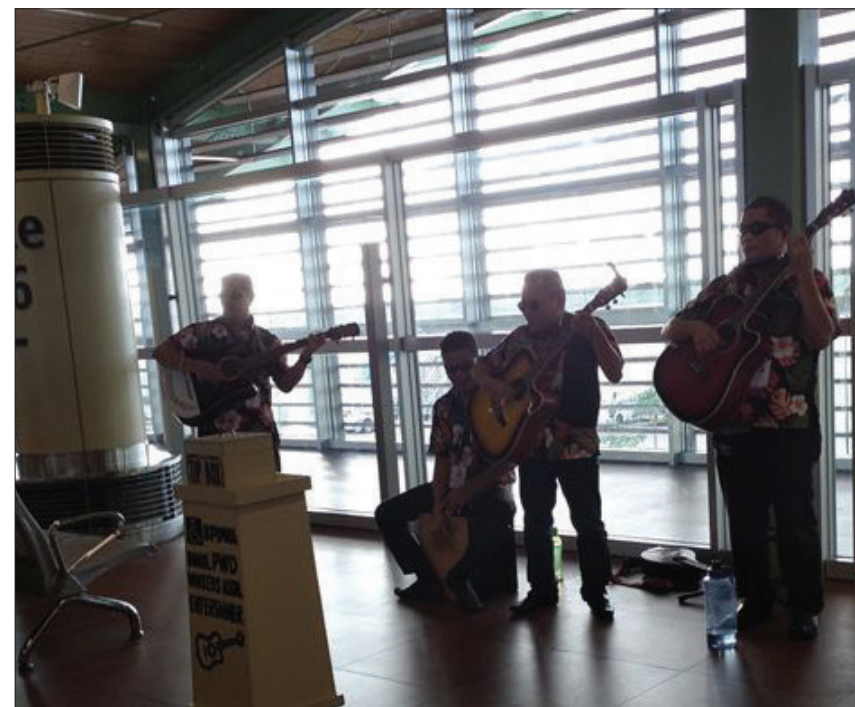
Amikor a hangosbemondó megszólal, csendesebben játszanak. Azon felül pedig folyamatosan, boldogan játszanak.



Egy doboz van kihelyezve a váróban, ahova a hallgatóság - olykor táncra perdülő utasok - dobhatják be adományukat a vak zenekar tagjainak támogatása céljából.

Ez is egy tökéletes win-win helyzet. A légitársaság jó példát mutat, mint munkáltató. Az utasok utazás előtti pánikja oldódik a zenének köszönhetően, a várakozási idő is gyorsabban repül, a turisták pedig utolsó pezsjukat, ami még megmarad a nyaralásból, értelmes

célra használhatják fel, elégedettséggel hagyják el a szigetet. A zenekar tagjai pedig anyagi támogatáshoz jutnak úgy, hogy olyan feladatot látnak el, amit szeretnek, sőt fontosnak is érezhetik magukat.



3-4. kép: Fülöp-szigetek, reptéri pillanatkép

### Mi volt a nem látó emberek vagy az őket képviselő civil szervezet célja, melyet sikerül elérni?

- Hasznosak legyenek a társadalom számára.
- Támogatást gyűjtsenek maguk és szervezetük számára.
- Önfenntartóvá váljanak nem látóként is.
- Országuk jó hírét erősítsék, azaz társadalmi felelősségvállalásukat erősítsék.

### Mi volt a munkáltató célja, melyet sikerült elérni?

- Munkáltatói márkájukat erősíteni tudták.
- WIN-WIN-WIN helyzetet teremtettek a vakok-munkáltató-turisták háromszögében.
- Nyitottságukkal, segítőkészségükkel anyagi támogatás szerzésére biztosítottak helyszínt és lehetőséget – szigorú szabályokkal keretekbe helyezve.
- Példamutatás, jópélda.

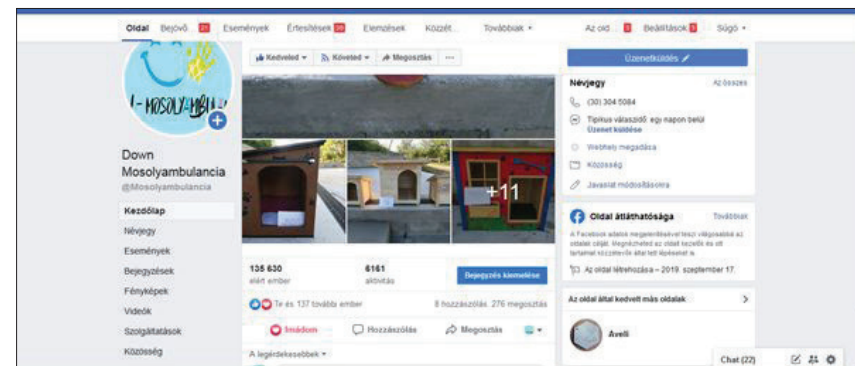
### 3.4 Építs a Mosolyért!

A DOWN – Mosolyambulancia Egyesület nagyon fiatal szervezet. A szervezetet Down-szindrómás gyermekek szülei és „Lélek jogán” érintett személyek alapították. Az egyesület alapvető, stratégiai célja: hogy a gyermekeknek, a szülői oltalomból való kikerülés után akár nyílt piaci körülmények között, akár védett rendszerben munkalehetőséget, valamint önálló lakhatást tudjon biztosítani.

Építs a Mosolyért! – címmel felhívást indítottak általános- és középiskolás osztályok számára. Kutyaház építési versenyt hirdettek. A kutyaházakat 3 méretben lehetett elkészíteni. Ez volt a standard, ezen túlmenően, az alapanyag, a kivitelezés szabadon választott volt. A program kommunikációs csatornája az egyesület facebook oldala, a kész pályaműveket oda kellett feltölteni és ott lehetett rájuk szavazni.

A programhoz egy videóval csatlakozott a ZTE kosárlabda csapata is, hogy népszerűsítsék a programot.

Az egyesület célja, miszerint ismertté tegye önmagát maradéktalanul sikerült. A facebook oldal látogatottsága, kedvelése és követése alig egy hónap leforgása alatt elérte az 1000-es számot (kedvelés: 958, követés: 959), valamint, ahogy a kép is mutatja, több mint 135 000 ember elérést sikerült megvalósítani. Első vagy sokadik körben ők már találkoztak a DOWN – Mosolyambulancia logójával.



5. kép: DOWN-Mosolyambulancia facebook oldal

### Mik voltak a program kulcslépései, amelyek sikerre vitték a projektet?

- Cél: egyesület népszerűsítése
- Kreatív ötlet: kutyaház építés → pozitív élmény alapú érzékenyítés
- Bevonandó célközönség: iskolások, pedagógusok, szülők
- Támogató közösségek megszólítása: ZTE kosárlabda csapat
- Nyilvánosság: maximálisan megmozgatott minden platformot az egyesület a program népszerűsítésére (facebook, youtube, helyi TV, rádió, iskolák belső információs csatornái, kosármeccs közbeni videovetítés)
- kulcsemberek erős összefogása

### Mi volt a civil szervezet célja, melyet sikerült elérnie?

- Az egyesület népszerűségének növelése.
- Ismertté tétele online és offline csatornákon egyaránt (facebook, helyi TV, rádió, iskolák, támogató közösségek)
- Bogáncs Állatmenhely támogatása.

### Mi volt a támogatók/iskolák célja, melyet sikerült is elérniük?

- Az iskolák be tudták vinni a gyerekek körébe az elfogadás témáját játékos formában.
- A gyerekek, a szülőkkel együtt aktív, hasznos szabadidős tevékenységet folytattak, jó ügyet szolgálva.

### 3.5 + egy bónusz jógyakorlat, avagy „Az év Zala megyei adományozója” díj

Az alábbi jó gyakorlat méltó példája a civil központok HÍD vagy összekötő szerepének a civilek és a gazdasági szervezetek között.

A Zala Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ 2019. évben létrehozta „Az év Zala megyei adományozója” díjat, amelyhez a civil központokat működtető államtitkárság és a helyi döntéshozók támogatását is elnyerték.

A felhívásra szép számmal érkeztek ajánlások. A díj átadását a Jótékonyság Világnapjához kötötték, ezért évente szeptember 5. táján szervezik meg az ünnepélyes átadót. A 2019-ben beérkezett jelölések közül kettőt emeltek ki és jutalmaztak adományozói plakettel, a további jelölteknek pedig emléklappal köszönték meg a civil szervezeteknek nyújtott segítségét.

### Mi volt a civil központ célja, melyet sikerült is elérnie?

- A társadalmi felelősségvállalásra, a példaértékű támogatói tevékenységre felhívni a figyelmet.
- Transzparensé tenni a jópéldákat, nyilvánosan elismerni, hogy követendő példává váljanak.

### Mi a civil központ hosszú távú célja?

- Idővel alakuljon ki egyfajta elköteleződés a vállalkozások részéről egy kiválasztott szervezet tekintetében. Így nem csupán alkalmi, hanem folyamatos támogatásra, kölcsönös, tervezhető együttműködésre számíthatnak a szervezetek.



6. kép: Az év Zala megyei adományozója díjátadó ünnepsége 2019-ben

„Egynek minden nehéz, soknak semmi sem lehetetlen.”  
(ismeretlen)

## 4. EGYÜTTMŰKÖDÉS

### 4.1 Az aktív közösségépítés modellje

A közös fókuszpontok, melyek sikerre vitték a projekteket:

1. **Nem mindig a legrövidebb út az egyenes.** Vagyis a vállalatokat a civil szervezetek egyszer sem „szólították fel”, nem kérték az anyagi támogatást. Ez minden esetben csak hozadék volt. Vagy már az első lépésben, vagy a következőben.
2. **Minden lépést átszö a cél,** ami a cselekvő lépéseket meghatározza! Ennek mentén célszerű az egyedi, újszerű ötletet megfogalmazni. **Az ötlet szolgálja a célt!**

*Milyen a jó ötlet?*

*Javaslatom, hogy mindenképpen olyan ötlet legyen, ami jelenleg a társadalmi megítélés számára fontos ügy. Illeszthető legyen egy cég felelős munkáltatói programjába.*

*Például: környezetvédelem, sport, egészségmegőrzés, családbarát, szociális érzékenyítéshez kapcsolható, oktatással, gyerekekkel, állatvédelemmel összefüggő legyen, stb.*

3. A legideálisabb, ha a civil szervezetet és a másik felet is egy-egy **kulcsember** képvisel. Ők határozzák meg és tartják kézben a feladatokat, határidőket, felelősöket, feladatok kivitelezését, végrehajtását. Koordinálják, biztosítják a szükséges technikai feltételeket.

**Mégis mi a legfontosabb feladatuk? Hitet, lelkesedést, kitartást visznek a projektbe.**

4. A program legyen konkrét és tartalmazzon mindenki számára **előnyös eredményt.**

5. A megvalósítás folyamata **élményt adjon** a résztvevőknek! Váltson ki olyan belső érzéseket, melyekből hiány van. Ilyenek például: büszkeség, segítő támogatás, jó ügy szolgálata, aktív résztvevőnek lenni. **Érezzék hasznosnak magukat a résztvevők.**
6. Az online és offline térben nyilvánosan nyomon követhető legyen a folyamat. **Folyamatos nyilvánosság.**
7. **Visszacsatolás,** köszönet, hála minden résztvevőnek.

Fentieket az alábbi ábra foglalja össze:

#### Cél + egyedi ötlet

- Legyen célod, melyhez találj egy újszerű, egyedi ötletet!

#### Kulcsember

- Mindig kell egy kulcsember!

#### Összefogás / win-win

- Programodhoz vonj be minél több ember!
- Soha ne kérj, hanem kínál lehetőséget!

#### Élmény

- A résztvevőknek adj élményt!

#### Nyilvánosság

- Az elért eredményeket folyamatosan tedd transzparenssé!

#### Visszacsatolás / feedback

- Köszönd meg nyilvánosan, ha lehet névre szólóan az aktív, segítő, proaktív részvételt!

3. ábra: Aktív közösségépítés modellje

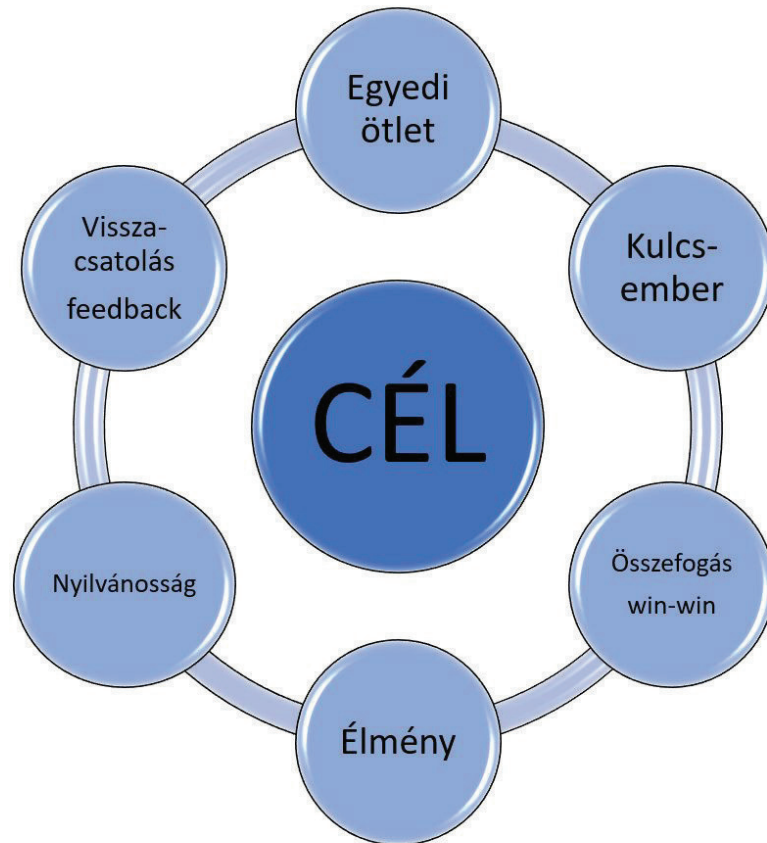
**Milyen további hasznok, előnyök göngyölíthetők fel, ha elindul egy ilyen közös projekt?**

- Kialakult bizalmi alapokon újabb, további egyedi ötletek, projektek megvalósítása.
- Kiépült kapcsolati háló további „kiaknázása”. Újabb ötletek „gyártása”.

A gazdasági társaság, mely első lépésben „csak” helyet és információs csatornát biztosított, előlép támogatói szerepbe is. Mindezt a kialakított bizalmi alap segíti elő. Ezt a bizalmat pedig folyamatosan ápolni, gondozni kell.



„Senki sem tudja, hogy mire képes, míg meg nem próbálja!”  
(Pubilius Syrus)



4. ábra: Közösségépítés egyszerűsített folyamatmodellje

#### 4.2 Ki a jó kulcsember?

A cégvezető? Valamelyik igazgató? Valamelyik dolgozó, munkás?

Kész recept nincs. Tapasztalatok alapján lehet csupán következtetést levonni. Az az ember a jó kulcsember, aki a céges belső szálakra hatással tud lenni formálisan vagy informálisan. Nem feltétlen kell, hogy döntéshozó legyen.

**Mi a legfontosabb személyiségjegye a kulcsembernek?**

**A jelleme. A lelkesedése és lelkesítése. A kitartása. Az erő, ami belőle árad.**

**Látja előre a megvalósuló célt. Képes álmodni és újabb célokat megfogalmazni és tenni érte.**

**Átvitt értelemben a felépített házból képes otthont varázsolni, vagyis a projektbe életet, érzéseket varázsolni.**

**Mi a különbség a gepárd és az alapítványi működés között? A gepárd a zsákmányszerzés érdekében képes 110 kilométeres sebességgel küzdeni. De csak másfél percig. Mert kicsi a szíve és nem bírja a lassú, kitartó küzdelmet.**

**Az alapítványi, egyesületi kihívásokat nagy szívvel, kitartóan, állhatatosan kell tenni. Bármilyen elméletet, modellt is határozunk meg, hogy beinduljon a gépezet, hogy működjön nagy szív, jószándék, akarat, állhatatosság kell. Erre pedig csak az ember képes.**

Mivel a 21. században, amikor munkaerőhiánnyal küszködnek a cégek, a fluktuáció csökkentése érdekében szinte mindent megtesznek a munkáltatók, a legjobb szakemberek megtartása érdekében egyedi programokat dolgoznak ki. Kreativitásuk határtalanságát kell nap, mint nap bizonyítaniuk, hiszen ki kell tűnniük a tömegből, hogy a szűk munkaerő kínálati piacról a legértékesebb, legjobb szakembereket tudják megszerezni. Kiténni a munkáltatók sorából nagy kihívást jelentő feladat. Miért? Mert egyrészt nagyon sok kreatív ötletre van szükség, másrészt az erőforrás

kapacitásuk is korlátozott sok esetben. Fentiek miatt a legjobb kulcsembereknek a HR szakembereket találom.

Rajtuk keresztül tökéletesen megvalósítható kreatív, egyedi programokat lehet bonyolítani céges keretek között.

De hol érhetők el a HR szakemberek?

Itt helyeződik a hangsúly a civil közösségi szolgáltató központok szerepére, amelyek előhírnökként fel tudják térképezni a piaci szektort, hírt tudnak vinni létező, működő, aktív civil szervezetekről, az összekötő híd szerepét betöltve.

Néhány tipp, ahol a HR szakma elérhető:

- célszerű felvenni a kapcsolatot helyi munkaerőközvetítő cégekkel, akik már kapcsolatban vannak a régió gazdasági szereplőivel, ezen belül főleg a HR-rel.
- hasznos a civil közösségi szolgáltató központok, rajtuk keresztül a civil szervezetek megismertetése különböző vállalkozásokat támogató, kiszolgáló szervekkel. Pl. vállalkozásfejlesztési alapítványok, kamarák.
- szinte minden városban működnek HR klubok. Rendszeresen találkoznak, megbeszélik aktuális kérdéseiket, témáikat. Ide is érdemes elvinni a hírt a civil szervezetekről, és felhívni a figyelmet, hogy a velük való szoros együttműködés milyen hasznokat eredményezhet a cégek életében.
- civil szervezetek vigyék a CSR – Vállalati Társadalmi Felelősségvállalás, mint felfogás hírét a kkv szektor fele. Mindezt úgy, hogy együttműködve tartalmas tevékenységgel töltik meg.

„A folyamatos javulás jobb, mint a késleltetett tökéletesség.”  
(Mark Twain)

### 4.3 Hogyan szólítsuk meg a cégeket? Milyen kommunikációs fogásokat alkalmazzunk?

Mielőtt fenti kérdésre választ kapunk, egy közvélemény kutatás eredményéről szeretnék beszámolni.

Tíz embert kérdeztem meg, hogy szerintük milyen módon lehet támogatást gyűjteni vállalatoktól, cégektől?

Tízből tízen válaszolták, hogy csak a kapcsolati tőke segít, hogy támogatáshoz jusson a civil szervezet, vagy akkor, ha a cégvezető emberileg érintett is abban, hogy segítsen. Senkinek sem jutott eszébe a válaszdáskor, hogy **kétlépcsős, indirekt módon is el lehet jutni cégekhez. Azaz kapcsolati háló vagy érintettség nélkül is létezik megoldás, hogy egy cég civil célokat támogató szervezetté váljon.**

**PARADIGMA VÁLTÁS. Mi szükséges a kétlépcsős „támogatószerző” módszerhez?**

#### HIT

Arra van szükség, hogy elhiggyük, hogy a civilek által kínált program hasznot hoz a gazdasági élet szereplőinek és „csupán” melléktermék, hogy a civilek is hasznot aratnak belőle.

#### POZICIONÁLÁS

A könyv legelején a hangsúlyt a civil szervezetek pozicionálása kapta. A másokkal való kommunikáció sikerét az határozza meg, hogy saját magunkat, mint civil szervezetet, hova helyezzük. Amennyiben egyenrangú félként vagyunk képesek képviselni magunkat és céljainkat, akkor garantált a siker.

#### ELŐSZÖR ADJ, HOGY MAJD KAPJ

Az élet számtalanszor bebizonyította, annak minden területén, hogy aki **először cselekszik és önzetlenül, jószándékkal ad, előbb-utóbb kapni is fog.** Ez működik a civil kezdeményezéseknél is. Egyben ez a **garanciája** is a kétlépcsős, indirekt „támogatószerző” módszer működésének is.

## KOMMUNIKÁCIÓ

A kínált programunkat a gazdasági szereplőnek úgy kell bemutatni, hogy az a másik fél számára fontos legyen. Ő fedezze fel, hogy ebből mi érdekli, mi ebből a haszna.

Legfontosabb tanácsok:

- Ne kérjen, helyette kínáljon lehetőséget!
- Mindig a másik szemüvegén át látott előnyökkel érveljen!
- Az ön szervezete számára fontos célokat eleinte kerülje, ne említse!
- Kerülje azokat a szavakat, amelyek alá-fölé rendeltségi viszonyt mélyítik!
- Használjon olyan szavakat, amelyek az egyenrangú tárgyalást támogatják!
- Fogalmazzon pozitívan, cselekvésre sarkallóan!
- Mindig tartsa pozitív tartományban a beszélgetést!
- Kerülje a feltételes módot, kerülje a nem szót!
- Ne féljen az elutasítástól! Aki elutasított, vesztes marad, kimarad egy nagyszerű lehetőségből. Meg fogja találni, akivel jó lesz együtt dolgozni.



Milyen szavakat, kifejezéseket **nem támogatják** a sikeres tárgyalást?

Ezeket kerüljük:

- *Elnézést, hogy zavarom!*
- *Bocsásson meg, hogy most zavarom a hívással!*
- *Sajnálom, ha épp valami fontos tárgyalás közben zavartam meg! Segítségét szeretném kérni, hogy alapítványunkat támogassák!*
- *Azért keresem önt, mert szervezetünknek támogatókra van szüksége. Tudnának segíteni?*



Milyen szavak, kifejezések **támogatják** a sikeres tárgyalást?

Példamondatok egy megnyerő tárgyaláshoz:

- *Örülök, hogy sikerült elérnem önt.*
- *Alkalmas most önnek, hogy röviden vázoljak egy egyedi lehetőséget, mely a HR munkáját megkönnyíti és a cégnek nem kerül anyagi kiadásba, ugyanakkor viszi a cég jó hírnevét? Mindezt úgy, hogy olyan kész programot szeretnénk bemutatni, ami a HR-nek nem fog plusz terhet jelenteni? Leginkább önt szeretnénk segíteni vele?*
- *Egy ingyenes információs csomagot állított össze szervezetünk környezetvédelemről/egészségmegőrzésről/stb., melyet minél szélesebb körben szeretnénk eljuttatni munkavállalók részére közvetlen módon. Kb. 10 perc erejéig tudunk erről beszélni?*
- *Összeállítottunk egy kérdőívet, ahol a cégek HR munkatársait kérdezzük a vállalatok társadalmi szerepvállalásáról, aktuális, őket érintő napi nehézségekről. Több céghez is megyek holnap. Mikor léphetek be önhöz, hogy kb. 15 perc alatt ezt a kérdőívet közösen kitöltsük? Ami ebből az Önök közvetlen haszna, hogy a kérdőív eredményéről ingyenesen és kötelezettségmentesen informálni fogjuk. Akkor holnap mikor alkalmas? 10 óra vagy 10.15?*
- *Azért keresem, mert van egy nagyszerű kész programunk, mely megoldást nyújt önöknek, hogy cégük minél jobban kitűnjön a munkáltatói tömegeből, emelve ezzel a cég jó hírnevét a régióban. Tudunk erről beszélni?*
- *Környezetvédelemben elkötelezett szervezetünk egy nagyszerű ötletet talált ki. Ebbe a programba néhány vállalatot szeretnénk csupán bevonni, hogy a program egyediségét megtartsuk. Most lehetőséget tudunk kínálni arra, hogy ehhez a programhoz csatlakozzanak önök is. Mikor tudunk erről beszélni?*

A lehetőségek tárháza határtalan, hogy nyissunk kapcsolati tőke nélkül is cégek irányába.

Kreativitás, merészség, kitartás, türelem, állhatatosság. Ezek a legfontosabb erények, melyek támogatják a civilek hosszútávú, sikeres működését!

Itt szeretném megragadni az alkalmat, hogy méltassak egy példaértékű együttműködési kezdeményezést a Zalai Megyei Civil Közösségi Szolgáltató Központ és a Zala Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány között. Közös hirdettek egy „Adni, kapni jó!” kampányt azzal a céllal, hogy a helyi vállalkozások jobban megismerjék a helyi civil szervezeteket és a civilek ötletei, szakmai tevékenységük támogatókra találjanak. A két szervezet ezzel az együttműködéssel elköteleződött annak érdekében, hogy a gazdasági- és a civil szféra egymásra találjon. Ezzel új szintre emelték és új területre vitték a civil közösségek tevékenységének gazdasági támogatottságát.

**ADNI, KAPNI JÓ!**

Zalai Civil Információs Centrum

ZALA ZMVA 1992

**Civilek a Vállalkozásokért**      **Vállalkozások a Civilekért**

- Cél, hogy a vállalkozások jobban megismerjék a helyi civil szervezeteket.
- Cél, hogy a civil szervezetek egyedi ötletei, szakmai tevékenysége, működése támogatóra találjon.
- Cél, hogy a vállalkozás társadalmi elismertsége növekedjen a kölcsönös együttműködés által.

**A ZALA MEGYEI CIVIL INFORMÁCIÓS CENTRUM ÉS A ZALA MEGYEI VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI ALAPÍTVÁNY FELADATOT VÁLLAL ABBAN, HOGY A GAZDASÁGI ÉS A CIVIL SZFÉRA EGYMÁSRA TALÁLJON.**

**A KAMPÁNYHOZ A MELLÉKELT ADATLAP KITÖLTÉSÉVEL LEHET CSATLAKOZNI!**  
AZ ADATLAPOT 2020.04.30-IG AZ ALÁBBI E-MAIL CÍMRE KÉRJÜK ELKÜLDENI : [info@zalacivil.hu](mailto:info@zalacivil.hu)

**INFORMÁCIÓ:**  
Zala Megyei Civil Információs Centrum - 8900 Zalaegerszeg, Kossuth L. út 47-51.  
[www.zalacivil.hu](http://www.zalacivil.hu)    [info@zalacivil.hu](mailto:info@zalacivil.hu)    06/92 707 626    06/20 474 3300

7. kép: Adni, kapni jó! kampány plakát (forrás: ZMCK)

„Tedd, vagy ne tedd, de ne próbáld!”  
(Star Wars)

## 5. BEFEJEZÉS, ÖSSZEGZÉS

Öröm volt számomra összefoglalni, bemutatni azokat a jó gyakorlatokat, melyekben közvetlen vagy közvetett módon részt vettem és láttam mind-egyiken a sikeres kezdetet és folytatást.

Különös élmény volt ezekből összegyűjteni és megfogalmazni azon közös elemeket, amelyek nélkülözhetetlenek voltak a projektek sikeréhez. A jövőben pedig másokat támogathatnak abban, hogy az általuk kitalált ötlet egy sikeres együttműködés kezdetét jelentse.

Érdekes volt a kommunikációs fogások összefoglalása. Amelynek sava-borsa a pozícionálásból, a pozitív megfogalmazásból, a másik szemüvegén át való látásból állt össze.

Felvillan egy nagyszerű ötlet a fejünkben, akkor kezdünk cselekedni. Ötletünkkel legyünk állhatatosak. Kitartóak. Legyünk képesek nézőpontot váltani. Higgyünk magunkban. Higgyünk abban, hogy az élet egyensúlyban tartja a folyamatokat. Vagyis, ha mi adunk, akkor előbb-utóbb kapunk is. Ha képesek vagyunk ezt elvárásmentesen tenni, akkor utólag mindig többet kapunk, mint adtunk korábban. Aki ennek az ízét egyszer megízleli, alig várja a lehetőséget, hogy újra és újra adjon. Azok az emberek, akik így gondolkoznak, találkozni fognak azokban a projektekből, melyeket a kreativitás, az egyediség, az önzetlen tenni akarás hoz össze és így fog egyre nagyobb erőt és példamutatást eredményezni.

Így légy példa mások számára!





## Támogatók:



MINISZTERELNÖKSÉG



BETHLEN GÁBOR  
Alapkezelő Zrt.



Nemzeti  
Együttműködési  
Alap

# CKSZK Országos Hálózat - Okos füzetek 1.



ZALAI CIVIL ÉLETÉRT  
KÖZHASZNÚ EGYESÜLET