

**(Corporate) Social Responsibility -
Společenská odpovědnost –
Trvale udržitelný rozvoj**

MVDr. Marta Mikulášková, CSc.

Auditor a poradce pro systém

ISO 9001, 14001, HACCP, BRC, IFS

- Zástupce zainteresovaných stran při odborné skupině ČNI pro ISO 26 000 a zástupce České společnosti pro jakost v této oblasti

Zajímá zákazníka jen samotná kvalita produktu/služby?

- Stačí kvalita samotného produktu/služby se všemi atributy pro upoutání pozornosti zákazníka tj. pro odlišení organizace v tržním hospodářství na začátku 3. tisíciletí nebo proto organizace budou muset naplňovat i další požadavky?

Ke kvalitě produktu/služby patří asi i něco víc!

- Stále více organizací si uvědomuje, že orientovat se pouze na okamžité zisky a krátkodobé, ryze komerční cíle není v současné době nadále udržitelná politika.
- Od organizací je požadováno dodržování pravidel, šetrnost k životnímu prostředí, dobrý vztah k zaměstnancům, zájem o dění v jejich okolí.

Charakteristika CSR

- Odpověď byznysu na společenskou (nejen sociální v úzkém smyslu) agendu a vlastní naplňování přijaté odpovědnosti:
investovat více do lidského kapitálu, životního prostředí a vztahů se zainteresovanými stranami.

Soudobé trendy

- Nová filozofie podnikání
- Principy jsou aplikovány ve všech operacích
- Podnikatelský pohled na CSR zdůrazňuje přidanou hodnotu, která takto vzniká
- Vedle chápání činnosti dobrovolné (nad rámec zákona) se objevuje měkká legislativa usilující o podporu CSR a vytvoření rámce

Charakteristika CSR

- Obtížný koncept, protože se překrývá s jinými, např.
- Řádné občanství (corporate citizenship)
- Udržitelný rozvoj (sustainable development)
- Etika v podnikání (business ethics)
- Skládání společenských a etických účtů, respektování zájmů zainteresovaných stran (Social and ethical accountability)

Hnací síly CSR

- Samotný byznys
- Nové požadavky společnosti
- **Vlády ve snaze čelit selháním státu, trhu a problému tradičních institucí uspokojovat nové potřeby společnosti**

CSR jiná kvalita vztahů byznysu k vládě a k nevládním organizacím

- Spolupráce (network) s vládou a NGOs – nevládními organizacemi, kde působení aktérů nezávisí ani na autoritě ani na tržních vztazích
- Jistá reciprocita založena na sdílených zájmech a hodnotách (Aktivity přes sektory)
- Angažování se ve veřejné politice, společné řízení a realizace komunitních projektů

Corporate Social Responsibility

Společenská odpovědnost

- *Společenská odpovědnost firem – Corporate Social Responsibility je zastřešujícím pojmem pro celou řadu aktivit sahajících od ekologie a sociální práce přes zaměstnanecká práva, etiku podnikání až po boj proti diskriminaci. Jejich společným jmenovatelem je obecná společenská prospěšnost a fakt, že jejich iniciátorem a realizátorem jsou komerční firmy.*

Dlouhodobě co je ekologické a sociální musí být i ekonomické

- Základem tohoto systému je sledování a zlepšování všech aktivit vlastní organizace v oblasti ekologické, ekonomické a sociální a jejich vzájemné propojení **přes parametry výkonnosti.**

Novodobá historie společenské odpovědnost firem - CSR v kontextu OSN

- V roce 1999 zahájil generální tajemník OSN Kofi Annan globální iniciativu **Global Compact**, jenž navazuje na existující mezinárodní deklarace a má za cíl prosadit 10 základních principů podnikání ve třech oblastech – lidská práva, pracovní a životní prostředí

10 základních principů CSR – od 26.6.2000 v OSN

Lidská práva

Princip 1:

- Podpora a respektování mezinárodních lidských práv v oblasti podnikání

Princip 2:

- Jistota, že firma se nepodílí na porušování lidských práv

Současné trendy v oblasti CSR v ČR

- Státní podniky v minulém režimu vykonávaly důležité sociální funkce, zrušeny po nástupu soukromých vlastníků
- Pod hlavičkou CSR se některé prvky vracejí, avšak v modifikované formě (hlavní rozdíly: dobrovolný charakter a rozměr)

Pracovní prostředí

Princip 3:

- Zachování práv svobody sdružování a účinného uznávání práv z kolektivní smlouvy

Princip 4

- Odstranění jakékoliv formy nucených prací

Princip 5

- Odstranění dětské práce

Princip 6

- Odstranění diskriminace při zaměstnání

Životní prostředí

Princip 7:

- Podpora preventivních opatření ve vztahu k problémům životního prostředí

Princip 8:

- Uchopení kroků pro podporu větší odpovědnosti za životní prostředí

Princip 9:

- Spoluúčast na vývoji a rozšiřování technologií šetřících životní prostředí

Soulad s mottem „Týdne udržitelného rozvoje“

- Pouze změna existujících způsobů spotřeby a výroby může vést k trvale udržitelnému rozvoji na globální úrovni, což není možné bez vzájemné komunikace a osobní odpovědnosti každého z nás a celé společnosti

Boj proti korupci – přidáno až 24.6.2004

Princip 10:

- Firmy mají postupovat proti všem formám korupce včetně vydírání a nabízení úplatků

Společenská odpovědnost firem - CSR v kontextu světového hnutí

- Na základě této výzvy se rozjelo hnutí zejména ze strany velkých nadnárodních společností – Corporate Social Responsibility – (CSR) nebo-li - Společenská odpovědnost firem.

Společenská odpovědnost firem - CSR v kontextu EU

- V EU - společenská odpovědnost firem je přímo navázána na závěry **Lisabonského summitu** z března 2000
- Vrcholní představitelé Evropské unie poprvé přímo „apelovali **na firemní smysl pro společenskou odpovědnost**“ a shodli se na nutnosti strategické podpory rozvoje společenské odpovědnosti firem po celé Evropě.

Cíl v EU v rámci hnutí pro Společenskou odpovědnost firem – CSR v EU

- Evropa do roku 2010 se má stát nejkonkurenceschopnějším prostorem ve světě za dodržení i těchto podmínek
- Priorita prezidenta EU Barossa – „Dítě ekonomika“ musí být opečovávána a děti „Životní prostředí a sociální oblast -láska“ se musí opečovávat už vůbec

Situace v ČR ve vztahu k Společenské odpovědnosti firem- CSR

- Mnoho firem v České republice již udělalo hodně kroků v tomto směru přes zavedené systémy managementu jakosti, environmentálního managementu, specifických systému v jednotlivých sektorech průmyslu
- pro tyto firmy to nebude těžké doložit v podobě **tzv. Zprávy o trvale udržitelném rozvoji společnosti** včetně nastavené integrované strategie a na to navazujících cílů a parametrů.

Situace v ČR ve vztahu k Společenské odpovědnosti firem- CSR

- Věřme, že toto hnutí bude tak silné, že další organizace všech typů se budou muset přidat (např. dnes to již požadují některé banky při poskytování půjček)

Corporate Reputation Watch 2002: Důležitost jednotlivých aspektů CSR (průměr EU)

- Vztahy k zaměstnancům 77%
- Řízení a správa 75%
- Etické hodnoty 69%
- Finanční transparentnost 58%
- Etický marketing 47%
- Investice v komunitě 27%
- Vztah k NGOs 21%

Corporate Reputation Watch 2002: Důležitost podnikatelských cílů, jež CSR napomáhá dosahovat (USA a EU)

- Získávání a udržování si zaměstnání
38 a 24%
- Zvyšování prodeje
22 a 35%
- Prosazování strategických iniciativ
18 a 15%
- Vytváření podpory pro iniciativy veřejné politiky
8 a 3%
- Pomoc přestát dopad krize 8 a 7%
- Růst cen akcií 2 a 10%

PRŮZKUM ZVEŘEJŇOVÁNÍ NEFINANČNÍCH INFORMACÍ U 33 FIREM NA PRAŽSKÉ BURZE

- 91% společností poskytuje informace o strukturách řízení a správy (corp.governance)
- 82% zveřejňuje informace souvisejících s auditem
- 48% zveřejňuje politiku v oblasti akcionářských práv
- 39% informuje o spotřebě energie a vody
- 61 % zveřejňuje své politiky v oblasti rozvoje lidských zdrojů
- 32% uvádí, zda dodržují environmentální standardy
- 58% informuje o patronátních a sponzorských programech

Odpovědnost vůči zaměstnancům

- Jednat s respektem
- Investovat do „rozvoje pracovníků“
- Zabezpečit pracovní prostředí bez diskriminace

Komunity

- Hledat pravidelné zapojení a možnosti komunikace
- Podporovat rozvoj lokálních podnikatelských subjektů
- Podpora lokálních projektů korespondujících s potřebami komunity
- Zapojení se a zájem o trvale udržitelný rozvoj

Motivace byznysu k CSR

- Specificky firemní
- Kolektivní zájem podnikatelských kruhů
- Kolektivní zájmy celé společnosti
- Vlastní zájem každého člověka

Pozitivní chování

- Komunikace na základě „Vyhrát – Vyhrát!“
 - Nebýt arogantní
 - Respektovat odlišné myšlení a kultury
-
- **Být příkladem**
 - **Dělejme to co říkáme**

K tomu jsou potřeba příklady:

- V politice
- V NGO
- V rodině
- Ve škole
- Top manažeři musí být lídři (vždy se srdcem)
- Vždy schopni bojovat na globální úrovni a ne hledat omluvy v souvislosti se specifikami trhu

Faktory stimulující CSR, které v ČR zatím zcela nepůsobí

- Tlak investorů
- Zájem médií
- Podpora vzniku organizací prosazujících CSR
- Fiskální daně
- Vládní podpora , institucionalizace

Motivace vlády podporovat CSR

- Substituce vládních snah
- Doplněk vládních snah
- Legitimizace vládních politik

Chování v souladu s principy CSR přináší:

- firmě jak hmatatelné, tak především nehmataelné zisky
- Stejně jako jsou pro firmu důležitá **hmotná aktiva** ve formě nemovitostí, zásob či finančního majetku, jsou pro ni klíčová
- **i aktiva nehmotná jako je lidský kapitál**, kapitál obsažený v přírodních zdrojích, hodnota značky, reputace či vztahy důvěry a partnerství.

Jaké přímé výhody přináší chování v souladu s principy společenské odpovědnosti firem?

- Větší přitažlivost pro investory

- Větší průhlednost

- Posílená důvěryhodnost

- Dlouhodobá udržitelnost firmy

- Zvýšená loajalita a produktivita zaměstnanců

Jaké přímé výhody přináší chování v souladu s principy společenské odpovědnosti firem?

- Možnost přilákat a udržet si kvalitní zaměstnance
- Budování reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu
- Odlišení od konkurence, větší potenciál rozlišení značky spotřebitelem
- Vytváření zázemí k bezproblémovému a úspěšnému komerčnímu fungování

Jaké přímé výhody přináší chování v souladu s principy společenské odpovědnosti firem?

- Zmenšení nákladů na risk management
- Budování politického kapitálu (zlepšování pozice pro současná a budoucí jednání)
- Dialog a budování vztahů důvěry s okolím a z toho vyplývající vzájemné pochopení
- Snížené riziko bojkotů a stávek
- Přímé finanční úspory spojené s ekologickou praxí

Pokud organizace má zavedený systém řady
ISO 9000, ISO 14 000, 18 001 aj.

- Zpracuje do jednotlivých požadavků
norem požadavky společenské
odpovědnosti tj. zainteresovaných stran

Pokud organizace nemá zavedený systém řady
ISO 9000, ISO 14 000, 18 001 aj.

- Tak pomocí poradce nebo dostupných dokumentů nebo již deklarováných zpráv z jiných organizací si mohou implementovat požadavky společenské odpovědnosti, protože každý má něco uděláno

- **Co je důležité si uvědomit hned na začátku , že bychom neměli opravdu dovolit , aby došlo k zprofanování této záležitosti ve všech typech organizací, protože pak naši Zemi ani lidstvo a tím i sebe dlouhodobě nemůžeme zachránit .**

- **Věřme a bojujme za to , aby firmy které budou respektovat tyto požadavky budou obchodně i morálně uznávány, jinak to nebude fungovat**

Je lepší jedno malé světlo zapálit
jako proklínat temnotu

Konfucius (551-479 p.K)