

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST

Mgr. Ing. Bc. Kamila Svobodová



Zdroj: cscm.cz

Organizace předmětu

- Povinná účast na výuce
 - Předmět ukončen zápočtem (3 kr.)
 - Absolvování zápočtového testu
 - Zadání seminární práce
-
- Kamila.svobodova@mvso.cz
 - Konzultace dle domluvy
 - K2.225

Koncept společenské odpovědnosti

- Struktura k tématu č. 1:
 1. Co je CSR?
 2. Historie
 3. Definice
 4. Tři pilíře CSR
- Cíl: seznámit studenty se základní koncepcí CSR.

Co je to CSR?

- CSR – Corporate Social Responsibility – Společenská odpovědnost organizací
- Dobrovolné aktivity jednotlivců nebo celých organizací
- Fungování a uplatňování etických pravidel
- Přístup, postoj k okolí člověka nebo nějakého jiného subjektu
- Trvalá udržitelnost
 - harmonizace ekonomického – sociálního rozvoje a ochrany životního prostředí
- Nejrozšířenější koncept pojmenovávající chování organizací vstřícného vůči širokému sociálnímu okolí (trvalá udržitelnost)

Historie CSR 1. část

- Koncept CSR se začal rozvíjet v 2. pol. 20. St.
- „Podnikatel je přijatelný jen do té míry, do jaké mohou být jeho zisky spojeny s tím, vyjádřeno zjednodušeně a v určitém smyslu, co jeho aktivity přinesly společnosti.“ (Keynes, J. M., 1923)
- První zmínky o CSR Howard Bowen (1953)
- Mezi 50. – 60. lety 20. stol. -> CSR nad rámec ekonomických zájmů = vztah moci x odpovědnost
- Rozmach v 70. letech 20. stol. a 1996 vzniká centrála CSR Europe s podporou EK
- Lisabonský summit Evropské unie (2000) – dohoda na strategických cílech do roku 2010 – jedním byla i podpora CSR
- 2001 EK vydává Zelenou knihu (Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility)

Historie CSR 2. část

- 2010 – nahrazení Lisabonské strategie **Strategií Evropa 2020** -> zaměření na udržitelný hospodářský růst.
- CSR je zde navázáno přímo na iniciativu „Průmyslová politika pro věk globalizace“
- ČR **nemá** národní strategii v oblasti CSR
- 12.12.2018 – Národní akční plán podpory CSR v ČR na léta 2019 -2023
- Motivační nejen pro soukromý sektor, ale i pro státní správu.

Historie CSR 3. část - CSR v ČR

- Historie CSR v ČR
- 40. léta 20. stol. – Tomáš Baťa
- Společenská odpovědnost byla považována za jeden z hlavních znaků firmy Baťa
- Přerušení 2. světovou válkou a komunismem -> **podniková sociální politika**
- Od 90. let 20. stol se postupně firmy přesouvají k 3P
- 1995 – vstup ČR do Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) – bližší posun k CSR
- 2004 – vstup ČR do EU

Definice?

- Je možné CSR jednoznačně definovat?
 - **NENÍ**
- Nekonkrétnost definic dává prostor k co nejširšímu uplatnění, hledání nových příležitostí, možností,



- CSR je neustále se rozvíjející koncept – závisí na okolním světě

- CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery. (Evropská unie. Zelená kniha, 2001)
- CSR je způsob podnikání, která odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání. (Nevládní organizace, Business for Social Responsibility)
- Koncept, kterým se v podniku otevřeně přiznávají ke své spoluodpovědnosti za stav a chod společnosti. Vyžaduje posun pohledu na vlastní společenskou roli z úrovně „profit only“ k širšímu pohledu v kontextu tří P. (Trnková, 2004, s. 7)
- Takové chování firem, kdy zohledňují potřeby svého vnitřního a vnějšího prostředí, aby obecně napomáhaly celkovému zlepšování stavu společnosti v rámci, i nad rámec, svého komerčního působení. (Putnová, 2004, s. 18)

Principy CSR

- Dobrovolnost
- Proaktivita, kreativita
- Aktivita nad rámec vlastního zájmu
- Projev pocitu sounáležitosti, sociálního cítění
- Komunikace s okolím, transparentnost v jednání
- Flexibilita, pozitivní myšlení

CSR jako východisko organizačního jednání

OBLAST	CHARAKTERISTIKA
Strategie	• CSR je pojmenováním určitého přístupu k podnikání • Orientace na dlouhodobé cíle • Stanovení vlastních firemních sociálních a etických standardů • Založení na strategii „win-win“
Etika a hodnoty	• Základem je etické jednání • Kontext udržitelného rozvoje • Respekt k lidským právům • Přínos společensky pozitivního x eliminace společensky negativního
Zaměření	• Orientace i na mimo-ekonomické aspekty fungování firmy • Orientace i na dění mimo vlastní organizaci • Vnitřní fungování organizace <u>nad rámec</u> zákonných povinností • Orientace na optimální zisk ne na maximální zisk

3P



- Triple bottom line (Elkington, 1998)
- Tři pilíře společenské odpovědnosti (Trnková, 2004)
- Posun pohledu z „profit only“ k širšímu pohledu na 3P
- 3P má **interní a externí dimenzi**

People – Planet - Profit

- **People – sociální pilíř CSR**

- vztah k lidem pracující ve společnosti
- k firemním partnerům
- ke komunitě
- ke společnosti

- **Planet – ekologický pilíř CSR**

- vztah k životnímu prostředí (ekologická výroba)

- **Profit – ekonomický pilíř CSR**

- aktivity vztahující se k podnikatelským aktivitám společnosti

Ekonomický pilíř

- Kodex podnikatelského chování firmy (etický kodex)
- Transparentnost
- Uplatňování principů dobrého řízení (corporate governance)
- Odmítnutí korupce
- Vztahy s akcionáři (shareholders dialogue)
- Chování k zákazníkům/spotřebitelům/klientům
- Chování k dodavatelům
- Chování k investorům
- Ochrana duševního vlastnictví

Sociální pilíř

- Firemní filantropie
- Dialog se stakeholdery
- Zdraví a bezpečnost zaměstnanců
- Rozvoj lidského kapitálů
- Dodržování pracovních standardů
- Work-life balance
- Rovné příležitosti
- Diverzity management
- Jistota zaměstnání
- Lidská práva

Environmentální pilíř

- Ekologická výroba
- Produkty a služby – ISO 14000
- Ekologická firemní politika
- Zmenšování dopadů na životní prostředí
- Ochrana přírodních zdrojů

Proč být společensky odpovědnou organizací?

- Uplatňování principu CSR přináší organizacím řadu výhod a nefinančních zisků (hodnota značky, vztahy, důvěra atd)

V CSR jde hlavně o nezbytnou image.

- Stává se nositelem pozitivních trendů a pomáhají měnit „prostředí“ jako celek.
- Výhodná investice do budování vztahů.
- Investice do CSR jsou investice do příštích generací!

Jaké jsou zisky z CSR?

- Příležitost pro inovace
- Větší přitažlivost pro investory, větší transparentnost
- Dlouhodobá udržitelnost
- Zvýšení loajalita a produktivita zaměstnanců
- Možnost přilákat a udržet si kvalitní zaměstnance
- Odlišení od konkurence
- Vybudování reputace a silné pozice na trhu
- Budování politického kapitálu
- Finanční úspory spojené s ekologickou praxí

Aktivity CSR

- Aktivity zahrnují začleňování sociálních parametrů a vlastností nejen do výrobního procesu a výrobků.
- Progresivní přístupy v oblasti ŘLZ
- **Komunita** – schopnosti, vzdělávání, zaměstnatelnost a sociální vyloučení. Podpora komunitních akcí. Zodpovědný a spolehlivý soused.
- **Životní prostředí** – změna klimatu, využívání zdrojů -> environmentální management
- **Tržní prostředí** – výzkum a vývoj, nákup, dodavatelské řetězce -> odpovědný prodej, bezpečnost výrobků. Poctivé jednání se zákazníky – informace a označování výrobků. Sledování odpadů z výrobků.
- **Pracovní prostředí** – zásadní význam zaměstnanců pro dosažení cílů. Komunikace, vzdělávání, zdraví, pohoda, bezpečnost -> pochopení významu CSR

Věrohodnost organizace

Jak poznat, že organizace bere CSR vážně?

1. **Osobitost** - osobitý přístup k věci, situaci, aktivitě – odlišný od jiných
2. **Autentičnost** – organizaci lze věřit, že CSR myslí vážně
3. **Transparentnost** – ochota poskytovat o sobě informace, dovolit nezávislé posuzování
4. **Důslednost** – v dodržování principů CSR