

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST

Mgr. Ing. Bc. Kamila Svobodová

T10 – Hodnocení CSR

OBSAH:

- Hodnocení a reportování CSR
- Principy reportování
- Normy a standardy hodnocení
- Neziskové organizace
- Municipality
- Malé a střední podniky

Hodnocení a reportování CSR

- CSR plní nadstandardní požadavky a především myslí na okolí.
- Některé organizace vnímají CSR stále jako PR -> dosažení lepšího obrazu u stakeholderů = tyto organizace nepřinášejí nic, jen reklamu.
- Hodnocení
 - Interní
 - Externí (použití norem, standardů)
- Trnková (2006) – dva způsoby hodnocení
 - Pozice organizace vůči jiným subjektům
 - Měření přínosů a výkonnosti podniku

- Tlaky nevládních organizací na vymahatelný rámec CSR -> není jednoduché najít globálně platné zákony!
- Problém i ve velikosti firem – jak definovat velikost, povinnost chovat se odpovědně => **ztráta smyslu dobrovolnosti** (zatížení, administrativa).
- Ztráta konkurenční výhody v podobě vymýšlení nových aktivit nad rámec zákonných povinností.
- **Argument** – zneužívání CSR právě jen k PR účelům a zatajování slabých či stinných stránek.
- Objevuje se stále více iniciativ, které usilují o zavedení jednotných standardů hodnocení.

Principy reportování CSR

- Základními principy reportování CSR:
 - Transparentnost -> komplexnost -> **informovanost**
-
- 1) rozhodnutí, jaké informace budou reportovány -> úplnost – relevance – udržitelný kontext
 - 2) Kvalita/spolehlivost reportovaných informací -> přesnost – neutralita – srovnatelnost
 - 3) Dostupnost reportovaných informací -> srozumitelnost - aktuálnost

7 oblastí standardů CSR

- Životní prostředí
- Pracovní podmínky
- Firemní politika
- „Praní špinavých peněz“
- Korupce a úplatkářství
- Lidská práva
- Měření CSR

Normy/standardy hodnocení CSR

- Normy v oblasti CSR mohou být účinné, pokud jsou předmětem vnější kontroly (Seithi, 2003).
- Důležité nastavit mechanismy (výběr zvolených indikátorů)
- Přes indikátory lze monitorovat, měřit a vyhodnocovat stav
- Normy by měly splňovat tzv. **3C**:
 - Comprehensive (komplexní)
 - Comparable (srovnatelné)
 - Credible (důvěryhodné) (Ranganathan, 1998)
- EK za nejkomplexnější standardy v oblasti hodnocení a reportování CSR uvádí dvě instituce:
 - OECD Guidelines for Multinational Enterprises
 - Global Reporting Initiative (GRI)

OECD pro multinárodní společnosti

- Vydány Organizací pro ekonomickou spolupráci a rozvoj.
- normy nejsou právně závazné, jsou dobrovolné.
- Směrnice pro nadnárodní společnosti – postavena na principu **závazku národních vlád k dokumentu** (34 zemí z toho 29 OECD) s cílem podpořit pozitivní příspěvek nadnárodních společností a minimalizovat negativní dopady.
- Firmy by měly stavět strategii na:
 - Uznání dobrovolného charakteru,
 - Transparentnosti
 - Důvěryhodnosti.

OECD témata:

- Transparentnost v podnikání – výsledky hospodaření
- Zveřejňování informací – plány a cíle organizace, vlastnické vztahy, hlasovací práva, seznam členů správní rady a managementu
- Vztah k průmyslu a životnímu prostředí
- Konkurenční boj
- Zaměstnanecké vztahy
- Financování managementu
- Vztahy k stakeholderům

GRI – Global Reporting Initiative

- Vytvořena v roce 1997, stále se vylepšuje. Tvořena tisíci dobrovolníky z celého světa.
- Prvotně se měla užívat u obchodních organizací, využívat ji mohou všechny organizace (typ, velikost, oblast, zaměření).
- Označuje se za průkopníka ve vykazování CSR – má cíl neustálého zlepšování a používání jednotných systémů na celém světě.
- Přináší návody a pravidla, slouží jako vodítko ke zlepšování **kvality, přesnosti a užitečnosti reportování CSR** – sestavení CSR reportů.
- Stanovuje zásady a indikátory, které je možné využívat k měření a hodnocení ekonomické, environmentální a sociální výkonnosti.
- Cílem je mít CSR report na úrovni s finančními zprávami.

- Návod **CO** by měl vlastní report obsahovat, **kvalitní a standardizované mechanismy hodnocení aktivit**,
- Umožňuje stakeholderům porozumět přínosům udržitelnosti,
- Zpracovává finanční i nefinanční údaje – vnitřních a vnějších vlivů.
- **Základní indikátory** (3P), kterých by se měly organizace ve zprávě držet, nebo vysvětlit, proč jsou opomenuty.
- Převážně u kvalitativních indikátorů je nutné správně nastavit měření a zpracování dat -> nejkvalitnější zachycení výsledků.

Metodika KORP

- Vytvořena pro ČR – sdružení Korektního podnikání ve spolupráci se Sdružením pro Cenu ČR za jakost a Radou kvality ČR.
- Vytvořena tak, aby ji mohly aplikovat i malé společnosti – bez krácení skóre.
- Opírá se:
 - Soustava ukazatelů GRI
 - Model excellence EFQM
 - Metodika sebehodnocení CAF 2006
- Od roku 2009 se na základě zpracování zprávy CSR vyhlašuje **Národní cena ČR za společenskou odpovědnost.**
- Cílem je přispět k prosazení a zviditelnění CSR v ČR a ocenit společnosti, které se hlásí k plnění principů CSR

CSR Z POHLEDU RŮZNÝCH DRUHŮ ORGANIZACÍ

Neziskové organizace

- CSR nejsou vázány jen na podnikající subjekty – organizace
- Pravidla CSR jsou platná pro jakoukoli právní formu organizace
- **Neziskové organizace** – organizace, které nevytváří zisk pro své vlastníky, zakladatele. Zisk organizace vytvořit může, ale musí ho použít pro rozvoj organizace. Cílem není zisk, ale realizace poslání a z něj vyplývající užitky.
- Dvě roviny
 - Řízena jako jakákoli jiná firma
 - Vnímána firmou jako zainteresovaná strana - stakeholder

- Vykonávají přirozeně CSR aktivity
- Nejčastěji v jednom pilíři (převážně sociální nebo ekologický)
- Aktivity jsou realizovány samostatně nebo ve spolupráci s organizacemi, kterým chybí nějaké zdroje (lidské, čas, peníze)

SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ

- Zásadou je využívání místních zdrojů – omezené.
- Chová se šetrně k životnímu prostředí = potenciál k dlouhodobé udržitelnosti.
- Možnost zvyšování kvality života v méně osídlených oblastech.
- Sociálním podnikem může být OSVČ, s.r.o., nebo spolek.

Sociální podnik

- Cílem je dělat věci jinak a lépe -> vychází z odlišných hodnot zakladatelů
- Umí podnikat, respektuje ekonomickou realitu. Podnikání je základem většiny jeho finančních zdrojů.
- Většinu případného zisku vrací zpět do podniku nebo ho věnuje na společensky prospěšné účely
- Respektuje zájmy a individuální potřeby svých zaměstnanců, usiluje o jejich identifikaci se sociálním podnikem.
- Zpravidla zaměstnává znevýhodněné osoby, není to ale podmínkou.
- Je nezávislý, spolupracuje s místní komunitou a zainteresovanými skupinami, chová se partnersky.

Sociální podnik není

- Ten, který se tak označí.
- Pokud je zřízen jen za účelem zisku
- Není to nestátní nezisková organizace (NNO), která si přivydělává prodejem výrobků nebo služeb, ale podnikatelské projevy NNO mohou být základem sociálního podniku,
- Není to sociálně terapeutické pracoviště, protože se jedná v zásadě o službu klientům a nejde v ní o zaměstnávání v ekonomickém smyslu.
- Integračním sociálním podnikem nemusí být automaticky každý zaměstnavatel s více jak 50 % OZP
- Není to nadnárodní společnost ani její část, případně podnik na ní závislý.

CSR a veřejná správa

- Municipality = území, které má právní subjektivitu a pravomoci místní samosprávy (obec, městys nebo město).
- CSR v rámci veřejné správy není tak rozvinutá jak u komerčních subjektů
- Principy CSR praktikuje
- Zaměřena hlavně na kvalitu => koncept kvality života*
- Jak je vnímána stakeholdery – jak jsou s veřejnou správou spokojeni.
- Zainteresované strany:
 - **Interní** – zaměstnanci, vedení úřadu, volení zástupci obce
 - **Externí** – přímí klienti VS, podnikatelé, občané, příspěvkové organizace, zřizované instituce, dodavatelé služeb, partneři, média atd.

Realizace požadavků veřejnosti

- Posilování transparentnosti prostřednictvím vedení dialogu se zainteresovanými, průběžné informování o dění,
- Zapojení zainteresovaných stran do rozhodování,
- Veřejné uznání a ocenění společensky odpovědných subjektů,
- Realizace CSR nákupů a veřejných zakázek
- Vlastní zapojení do projektů na podporu CSR,
- Podpora vzdělávání a výzkumu v oblasti CSR.
 - Podpora/záštita CSR akcí
 - Konference, semináře k tématům souvisejícím s CSR

Malé a střední podniky a CSR

- V rámci EU tvoří 99 % všech podniků
- V ČR 99,8 %
- Zaměstnávají 50 % všech zaměstnanců
- V ČR 60,9 %
- Mají dominantní postavení ve světové ekonomice
- Jsou různorodé – velikost, historie, odvětví, vlastnictví
- Jsou výrazně závislé na lokálním prostředí – rekrutují zaměstnance, zákazníci => reputace a dialog se stakeholdery = existenční otázky
- Přispívají k lepšímu stavu okolního prostředí -> jejich vlastní zájem – stabilita ovlivňuje jejich komerční úspěch.

- Jejich aktivity v oblasti CSR jsou spíše přirozené, vychází z pocitu solidarity (regionem, komunitou) než ze znalosti tématu CSR.
- Témata jsou **realizována spíš nahodile** a nebývají součástí strategie CSR
- Nejsou pojmenovávány jako CSR!!
- Hlavní úkol není v přesvědčování a mobilizaci těchto podniků, aby zaváděli CSR, ale v nalezení cest, jak tyto jejich aktivity posilovat.
- Důležité je vycházet z toho, jaké aktivity tyto podniky již vyvíjejí a pomoci jim s dalším rozvíjením těchto aktivit a implementací na strategii firmy.
- Neměly by být požadovány aktivity, které by je finančně přetěžovaly.
- SME Key je on-line nástroj, který pomáhá mapovat dosavadní CSR aktivity -> učí k problematice přistupovat strategicky
- Na příkladech z celého světa ukazuje, co je možné, jak o tom lze informovat (Souhrnně a finančně nenáročně)
- SME Key funguje jako databáze dobrých příkladů