

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST

Mgr. Ing. Bc. Kamila Svobodová

T4 – Etika, Ekonomický a ekologický pilíř CSR

- Obsah tématu:
- 1) etika
- 2) etické kodexy
- 3) Ekonomický pilíř CSR
- 4) Ekologický pilíř CSR

Etika

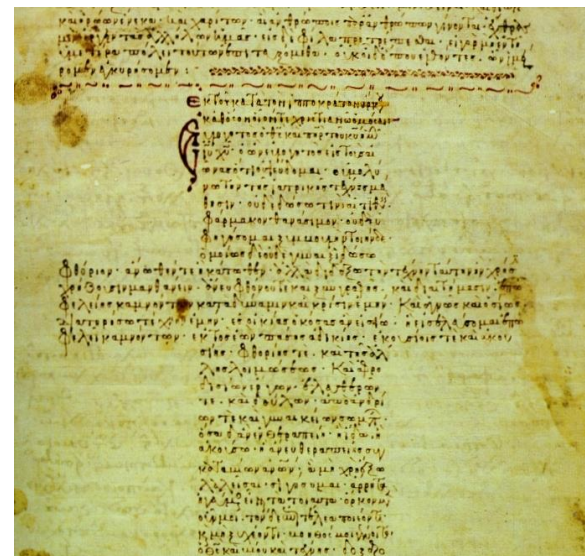
- Nauka o mravnosti, mravních zásadách vycházejících ze zvykových pravidel.
- Zkoumá motivační aspekt (hodnoty, postoje)
- Vývoj etického myšlení = **základní etické principy – konat dobro a nekonat zlo**
- **Podnikatelská etika**
 - definice není jednotná
 - „V podnikatelské etice jde o reflexi etických principů do veškerých podnikatelských činností, zahrnující individuální a korporativní hodnoty“ (Bohatá, 1994, s. 8)
 - špatná etika = špatný byznys (Sternberg, 1994, s. 19)

Etika a management

- Manažerská etika – úsilí zaměstnanců, které promítá etické zásady do veškerých fází rozhodovacích a řídicích procesů. (Bláha, 2003)
- Nedotýká se jen podnikání, ale všech oblastí, kde se aplikují principy managementu.
- I v manažerské praxi se etické otázky týkají osobních hodnot:
 - jak dosáhnout čestného a zásadového řízení organizace v podmínkách konkurenčního boje?
- Současné bariéry v etickém rozhodování – multikulturní vlivy, důraz na sociální etiku zaměřenou na jednotlivá práva než na povinnosti

Etické kodexy

- Systematické soubory norem, předpisů, které upravují vztahy mezi členy určité společnosti tak, aby odpovídaly uznávaným morálním hodnotám. (Ivanová, 2012)
- Odráží celé spektrum podnikatelské činnosti organizace, ale i její okolí.
- Co nejširší využití pro co nejvíce zúčastněných,
- Nesmí být příliš stručný/obecný, ale nesmí být ani příliš dlouhý/rozsáhlý
- Jasná a akceptovatelná pravidla,
- Umožňují rychlé vyhodnocování konkrétních situací a dávání návod k jednání (zvláště pro příslušníky jiných kultur)
- Měly by odpovídat na tři základní otázky:
 - Co mám dělat?
 - Co mám vědět?
 - S čím mohu počítat?



Zásady při tvorbě kodexů

Vnitřní konzistentnost, souvisí s posláním, cíli, strategií, politikou. Jasně formulované priority, závazky, požadavky a vymezení etických rolí.

Není příliš detailní ani obecný – vyváženost práv a povinností, požadavky na chování zaměstnanců uvnitř i vně organizace

Identifikace klíčových otázek i dilemat – pomoc s jejich řešením

Věnovat pozornost řízení lidských zdrojů

Možnost ustanovit výjimky – důvod morálního charakteru (snížení požadavků na handicapované, nemocné...)

* Skandinávský model x americký model

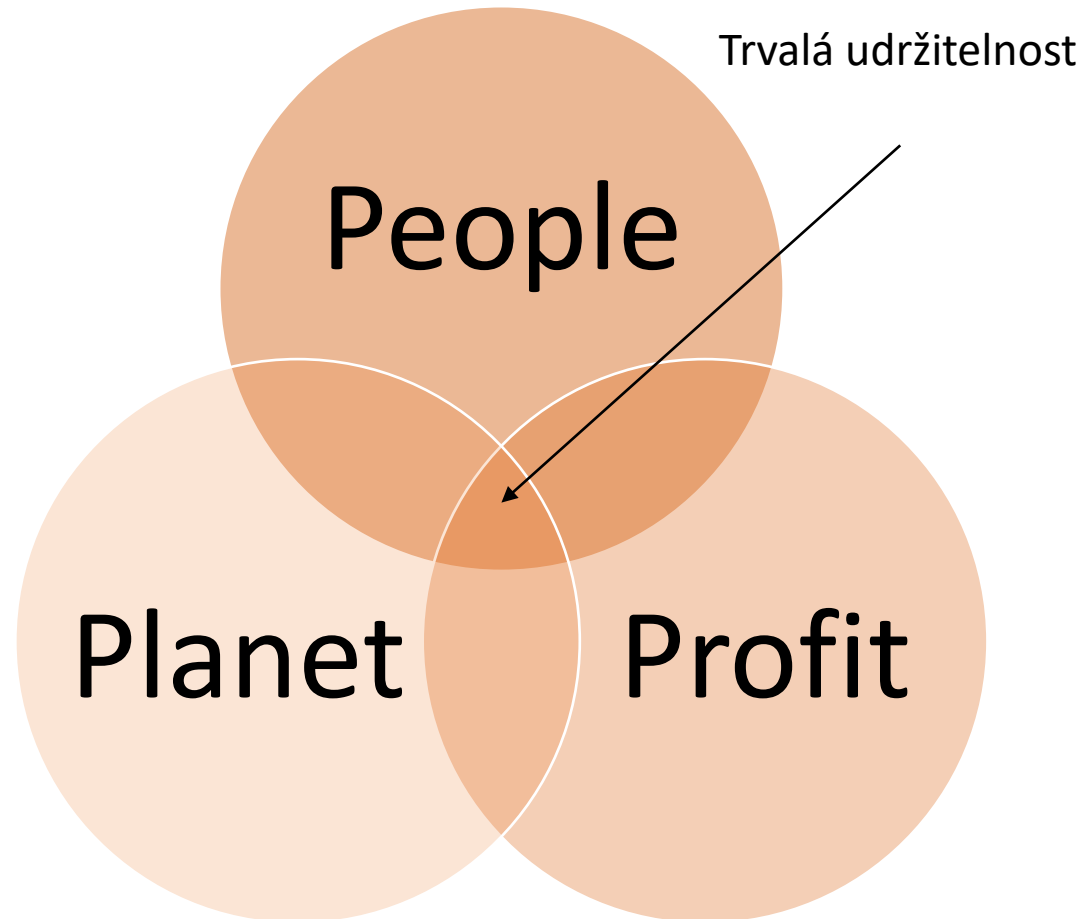
Implementace etického kodexu do organizace



(Putnová & Seknička, 2007)

Triple-bottom-line

Trvalá udržitelnost – soulad ekonomického sociálního rozvoje a ochrany životního prostředí. Je zaměřena na uspokojení potřeb v současnosti, aniž by byla ohrožena schopnost příštím generacím plnit své potřeby.



Shrnutí 3P (opakování)

- Při uplatnění koncepce CSR organizace bere ohledy nejen na dosažení zisku,
- CSR je komplexnější proces -> 3P
- Uplatňování 3P je dobrovolné a je nad rámec legislativních povinností
- Není podstatné, zda organizace myslí především na zisk nebo CSR => v budoucnu vygeneruje nejen zisk, ale i „dobro“ v rámci CSR
- Výhody CSR – zvýšení zisku, snížení nutnosti vládních regulací a zlepšení image.

Ekonomický pilíř



Cílem firmy je dosahování zisku -> nemusí to být vždy etické



Týká se hlavně zákazníků, dodavatelů, investorů a veřejného sektoru



Projevuje se hlavně odmítáním „nekalého“ jednání



Přijímání etických kodexů

Profit – dle Kunz, 2012

- **Organizace a její zaměstnanci se vyhýbají korupci a chovají se eticky**
 - etický kodex
 - najděte etický kodex
- **Způsob správy a řízení firmy**

„přiměřená správa obchodní společnosti znamená ochraňovat její tvořivost, svobodu a flexibilitu, a zjišťovat schopnost společnosti vytvářet bohatství a blahobyť, na kterém je občanská komunita závislá.“
(Milstein, 2011)
- **Organizace jsou věrohodné, transparentní**

„Transparentní organizace poskytuje informace takovým způsobem, aby zainteresovaní stakeholderi mohli získat patřičný náhled do věcí, které se jich týkají.“ (Dubbink & Graafland, 2008, s. 391)

Profit – část 2.

- **Vztahy se zákazníky a dodavateli**

- firmy dlouhodobě budují vztahy mezi jejich zákazníky a dodavateli
- důraz na uplatňování rovných příležitostí při výběru dodavatelů
- cíl = spokojený zákazník, bezpečné a kvalitní výrobky za přijatelnou cenu -> snížení reklamací, stížností

- **Dodržování dohod**

- dohodnuté podmínky dodání zboží či služeb
- dodržování termínů splatnosti (problematika platební morálky je velkým problémem, který může mít velké následky – firma i zaměstnanci)

Profit – část 3.

- **Chování k vlastníkům, akcionářům**

nejen zájmy vlastníků, ale i dalších investorů -> dialog, informovanost

- nejdůležitější je sladění podnikatelských aktivit s hodnotami a očekáváními akcionářů

- a) Respektování ochrany duševního vlastnictví
- b) Inovace a udržitelnost
- c) Respektování konkurenčního boje

Ekologický pilíř



V POSLEDNÍCH
DESETILETÍCH
ROSTE ZÁJEM O
OTÁZKY SPOJENÉ
S ŽIVOTNÍM
PROSTŘEDÍM,



AKTIVITY
ORGANIZACÍ
ZPOČÁTKU VZNIKALY
JAKO REAKCE NA
NAŘÍZENÍ A
REGULACE ZE
STRANY STÁTŮ,



Planet – část 1.



Uplatňuje se jak uvnitř organizace tak i navenek



Vnější prostředí vždy organizace ovlivňuje -> odpady, emise, dopravní zátěž, hluchnost, vzhled krajiny ...



Zátěž na životní prostředí, kterou vygeneruje by se měla snažit eliminovat -> **proaktivní politika**



Otevřenost a pravdivost v jednání se společnostmi při jakýchkoli problémech.

Planet – část 2.

- Omezení dopadu na životní prostředí,
- Ekologické standardy ISO 14.001
- Ekologická politika, šetrná výroba, produkty a služby,
- Monitoring vlivu na ŽP – vyhodnocování environmentální výkonnosti
- Ochrana přírodních zdrojů a efektivní zacházení s nimi -> snižování energií, vody, fosilních paliv x udržitelné zdroje



Planet – část 3.



- Recyklace, třídění – odpady
- Bezpečnostní zásady s manipulací s nebezpečnými látkami
- Minimalizace dopravní zátěže (doprava výrobků, surovin i zaměstnanců)
- Vyžadování stejných environmentálních principů i od dodavatelů

Planet – část 4.

- CSR v oblasti životní prostředí se netýká jen výrobních firem
- i nevýrobní organizace mohou v environmentální oblasti realizovat řadu aktivit:
 - snižování spotřeby energie
 - vody
 - třídění odpadu
- Vhodně nastavená a vykomunikována firemní politika může mít výrazný vliv na chování nejen spotřebitelů, ale i zaměstnanců.
- Zaměstnanci si mohou návyky z pracovního prostředí přenést i vlastních domácností.