

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST

Mgr. Ing. Bc. Kamila Svobodová

T8 – Hlavní témata CSR v praxi – II. část

- OBSAH:
 - Kvalita života
 - Udržitelný rozvoj
 - Citizen
 - Podnikatelská etika
 - Filantropie
 - Teorie stakeholderů

Kvalita života

- Život jak jednotlivce, tak i skupiny lidí (obyvatelé města, národ)
- „Kvalita života je stupeň, v němž prožívání života uspokojuje individuální psychologická a fyzická přání a potřeby; je výsledkem osobních hodnot a životního stylu, skrz něž se je jedinec snaží naplnit.“ (Kirby & Brooks, 1994, s. 104)
- **Osobní pohoda** - „jedná se o dlouhodobý emoční stav, ve kterém je reflektována spokojenost jedince s jeho životem“ (Šolcová & Kebza, 2004, s. 21)
- 4 hlavní směry týkající se vztahu kvality života a osobní pohody well-being:
 - Neodráží význam vztahu obou konstruktů,
 - Podle WHO – kvalita života je mnohohvrstevnatá teorie, v níž je osobní pohoda obsažena,
 - Ztotožnění kvality života a osobní pohody,
 - Osobní pohoda jako indikátor kvality štěstí.

4 roviny kvality života - Křivohlavý

- **Makro-rovina** – zamyšlení z pohledu absolutního smyslu života – pohled je zaměřen na kvalitu života velkých společenských celků (země, kontinent). Součást úvah a praktické činnosti politiků.
- **Mezo-rovina** – kontext malých sociálních skupin (škola, podnik). Respekt k morální hodnotě člověka, ale i záležitosti sociálního klimatu a interpersonálních vztahů.
- **Personální rovina** – život jednotlivce. Subjektivní hodnocení zdravotního stavu, bolesti, spokojenosti. Do hodnocení se promítají faktory jako osobní hodnoty jednotlivce, představy, očekávání – významné ovlivnění
- **Rovina fyzické existence** – posuzování na základě pozorovatelného chování jiných jedinců a jsou objektivně měřitelná.

(Trvale) Udržitelný rozvoj

- Je cíleným procesem změn v chování lidské společnosti – založen na rovnováze tří pilířů.
- Dosahování harmonického stavu životního prostředí, sociálního prostředí a ekonomického rozvoje
- Komplexní trojdimenzionální pohled – pilíře nejsou chápány izolovaně, součást jedné stavby -> vzájemně se ovlivňující oblasti a faktory rozvoje. (Kunz, Zich, Roubal & Rytina, 2006)
- Pokus o odpověď na současný světový vývoj = **přijímána jako jedno ze základních východisek hospodářské politiky a celkového civilizačního rozvoje** – náročné hlavně z pohledu hospodářsko-politického. Nutná mezinárodní spolupráce a hospodářsko-politická opatření. (Moldan, 2003)

Hledání definice

- „žijeme v civilizaci, která je fascinována ekonomickým růstem. Růst HDP je modlou ve slibech politiků, předmětem posedlosti finančních analytiků a oblíbenou upoutávkou titulkářů médií.“ (Mlčoch, 2007, s. 147)
- Celá řada definic a vymezení -> UR je různě chápán nejen v odborných kruzích
- První definice v závěrečné zprávě Světové komise pro životní prostředí a rozvoj – Naše společná budoucnost (The World Commission on Environment and Development) – Gro Harlem Brundtlandová
- Světová komise pro životní prostředí a rozvoj při OSN – Naše společenská budoucnost -> specifikovány hlavní principy zajištění udržitelného rozvoje (hospodářský růst, uchování přírodních zdrojů)

Definice

- Takový způsob rozvoje, která umožňuje naplnit potřeby současných generací, aniž by oslaboval možnosti budoucích generací naplňovat jejich vlastní potřeby. (Gro Harlem Brundtlandová, 1987)
- Trvale udržitelný rozvoj je pojem normativní, který má úzký vztah k lidským hodnotám a nemá plně objektivní základ daný nezávislým vědeckým zkoumáním. (Moldan, 2003)

Hlavní principy udržitelného rozvoje

- Hospodářský růst
- Změna kvality růstu
- Uchování a obohacování přírodních zdrojů
- Zajištění udržitelné úrovně populace
- Nová orientace techniky a odstraňování jejích rizik
- Integrace ekonomických a ekologických aspektů rozhodování
- Reforma mezinárodních hospodářských vztahů
- Posilování mezinárodní spolupráce

Udržitelný rozvoj a právní řád ČR

- Zákon č. 17/1992 Sb O životním prostředí
- Maastrichtská smlouva 1992 – udržitelný rozvoj jako jeden cíl EU
- Takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní potřeby a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů (§ 6)
- 2004 – MŽP Strategie udržitelného rozvoje České republiky:
 - Rozvíjet společnost takovým způsobem, který bude zohledňovat a respektovat potřeby všech občanů;
 - Účinně chránit životní prostředí a využívat přírodní zdroje udržitelným způsobem;
 - Zachovávat vysoký a trvalý standard ekonomického růstu a zaměstnanosti.

UR vs CSR

- Souvislost mezi udržitelným rozvojem a společenskou odpovědností organizací
- Trvale udržitelný rozvoj – převážně ekologie a ekonomika
- CSR – management
- Společné pojmy i překrytí témat,
- Při svém rozvoji si CSR začala integrovat pojmosloví spojené s koncepcí trvale udržitelného rozvoje
- Řada pojmů, které se překrývají – společenská odpovědnost firem jako velmi významná součást širokého proudu, který se zasahuje o udržitelný rozvoj.
- Od roku 2000, kdy se CSR exponenciálně rozvíjí, začala integrovat pojmosloví UR a přizpůsobila ho podnikatelskému sektoru.

Firemní občanství

- Corporate citizenship
- Není jednotná a všeobecná definice
- Dříve: snaha vytvářet dlouhodobá a udržitelná propojení mezi firmou a komunitou
- Good corporate citizen* = plnit funkce řádného občana -> firma by se měla angažovat vůči svému okolí a nažít se o celkový rozvoj okolí
- Dnes: běžně zaměňován s CSR.
- Archie B Carroll (1979) ve své definici CSR zmiňuje CC jen jako formu firemní filantropie.
- O přesnější vymezení se pokusili v Zelené knize představitelé EU v 90. letech 20. stol.

- Vytváření a dlouhodobé budování dobrých vztahů mezi firmou a jejím okolím, jak v lokálním, tak i globálním kontextu. (Zelená kniha, EU, 2001)
- I když se řada autorů snaží CSR a CC od sebe odlišit, přiznávají, že hranice mezi nimi je velmi těžké stanovit.
- Kuldová (2010) – CC z hlediska diskreční odpovědnosti je stále jen součástí konceptu CSR.
- Nešporová (2005) – rozlišení na základě toho, co více zdůrazňují – CSR více zdůrazňuje etickou stránku podnikání, CC zaměřeny na vztahy mezi podnikem a komunitou.
- CC někdy přesněji identifikují aktivity i cílové skupiny
- Rozdílné používání pojmů – vliv regionální rozdíly, rozdíly vnímání role podnikatelského sektoru ve společnosti

Podnikatelská etika

- Rozvíjí se v USA od 70. let a v Evropě 80 let 20. stol.
- „*Podnikatelská etika se snaží řešit či alespoň objasnit morální problémy, k nimž v podnikání dochází.*“ (Sternberg, 1994, s. 76)
- Etika aplikovaná v podnikání a dalších ekonomických činných organizací
- Inženýrský přístup X Etický přístup – etické souvislosti, problémy motivace, sociální problémy -> otázky: jak žít? Co je správné? Spravedlivé?
- DesJardis (2009, s. 6) „*doing good and doing well.*“ vkládá nejen etické teorie, ale i aplikace do oblastí podnikání obecně i pro konkrétní oblasti*.
- Význam podnikatelské etiky vzrůstá s globalizací -> rozlišení kulturních rámců = porozumění jejich etickému chování.

Filantropie

- Z řeckého *filein* = milovat, *anthrōpos* = člověk -> láska k člověku
- Humanisticky motivovaná dobročinnost nebo úsilí pro podporu obecně prospěšného účelu.
- Široký pojem, který v sobě zahrnuje celou řadu rozmanitých aktivit a chování, vedoucích k vědomé podpoře druhých osob => přispění k vyšší kvalitě života jednotlivce, tak i společnosti.
- Jsou dlouhodobější a mají **jasně definovaný cíl**
- **Obecněji** lze filantropií označit jakýkoli altruistický počín směřující k podpoře dobra nebo zlepšení kvality života.
- v Evropě je filantropie používána i v souvislosti s dárcovstvím firem – firemní filantropie.
- **Charita** – dobrovolné, dobročinné akce na pomoc lidem (starým, trpícím, nemocným, dětem). Dary, vykonání práce.*

Teorie stakeholderů

- Klíčovým pojmem v diskusi o CSR
- **Stakeholder** = zájmová skupina, zainteresovaný jedinec, participující skupina*
- 60. léta 20. stol – podnikatelé mají být společensky odpovědní vůči těm, kteří mohou být ovlivněni jejich aktivitami (Davis & Blomstrom, 1966)
- Teorii stakeholderů zformuloval v 80. letech 20. stol R. Edward Freeman – pomoc manažerům určit, na koho zacílit a vůči komu být společensky odpovědný.
- Všechny osoby, ale i organizace a instituce
- Mají přímý vliv na chod organizaci – pozitivní i negativní
- Jsou činností organizace nějak ovlivněni.
- V nejširším slova smyslu – zaměstnanci, zákazníci, akcionáři, obchodní partneři, dodavatelé, samosprávy, banky, zájmové skupiny, média, odbory, mezinárodní organizace.
- Působení může být přímé i zprostředkované.*

- **Teorie stakeholderů se stále dynamicky rozšiřuje** -> mezi odborníky jsou stále rozdíly v tom, kdo či jaké skupiny by měly být za stakeholdery ještě považovány.
- Neustálé rozšiřování spektra – nutnost specifikace konceptu CSR
- Teorie stakeholderů se snaží vysvětlit roli všech dalších relevantních a aktivních činitelů, kteří působí k dané organizaci, v prostoru, ale i vymezit systémovou odpovědnost všech zúčastněných stakeholderů.
- Každý stakeholder sleduje vlastní zájmy, které se dostávají do vzájemného vztahu, případně do rozporu se zájmy jiných subjektů.
- Komplementární, konkurenční, antagonistické (Kunz, Zich, Roubal & Rytina, 2006)

Definice

- Jakákoli skupina či jednotlivec, který může ovlivňovat nebo je ovlivňován dosahováním záměrů organizace (Freeman, 1984)
- Osoby, které mají určitý zájem, mohou něco získat nebo ztratit v důsledku firemních aktivit (Clarkson, 1998)
- Stakeholdeři nejen současní a potencionální subjekty ovlivňující či ovlivňované aktivitami organizace, ale také minulé a budoucí generace (Starik, 1994)
- Za relevantní stakeholdery lze považovat subjekty, kteří představují pro organizaci buď určitou příležitost nebo určité ohrožení (Tetřevová, 2013)

Identifikace stakeholderů

- Stejně jak se liší organizace, liší se i jejich stakeholderi
- Je důležité systematicky se zabývat analýzou stakeholderů:
 - Kdo jsou naši stakeholderi?
 - Jaká je jejich důležitost (kdo jsou klíčoví stakeholderi)?
 - Jaká jsou očekávání a zájmy našich stakeholderů?
 - Jaký je vliv stakeholderů na naše podnikání?
 - Jak se stakeholdery co nejlépe komunikovat?
- CSR by měla začít identifikací a nalezení způsobu, jak uspokojit a sladit očekávání
- Uvnitř organizace = konkrétní výsledky, nadefinování politiky CSR*

Různý přístup ke stakeholderům

- Dva přístupy ke skupinám stakeholderů:
 - Nelze preferovat jednu skupinu před druhou (Freemen, 1984; Jones & Wicks, 1999)
 - Je třeba uplatňovat rozdílný přístup k jednotlivým zainteresovaným skupinám (Carroll, 1994; Wartick, 1994)
- Aktivita, zaměřené na stakeholdery, jsou různě náročné* -> nutnost klasifikace dle relevance a přijmout odpovídající strategie chování ve vztahu k nim.
- Vždy je nutné správně určit primární a sekundární stakeholdery (Clarkson, 1995, 1998)

Členění stakeholderů

- Struktura stakeholderů není vždy stejná nebo neměnná, stejně jako vliv* jednotlivých subjektů.
- Podle vlivu na činnost organizace:
 - 1) **Primární stakeholderi** – významný vliv na organizace, firma bez nich nemůže přežít (vlastníci, investoři, zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé)
 - 2) **Sekundární stakeholderi** – zájmové skupiny (vláda, nátlakové skupiny, občanská a obchodní sdružení)
- Interní a externí:
 - 1) Interní – vlastníci, zaměstnanci
 - 2) Externí
 - a) spojené s trhem – zákazníci
 - b) nespojené s trhem - média

Dialog se stakeholdery

- Po identifikaci stakeholderů musí následovat komunikace s nimi.
- Organizace by se měla otevřít a ukázat zájem o názory a postoje stakeholderů jak uvnitř, tak venku organizace.
- I složitý dialog vedený racionálně a upřímně – posílení důvěry, pochopení.
- Nalezení společných řešení v důležitých oblastech místo nepochopení.*
- Vytváření dlouhodobých partnerství mezi sektory (cross-sector-partnership)**
- Naslouchání, rozvíjení spolupráce, systematické zapojení = předcházení rizik, větší transparentnost a odpovědnost, získání informací, inspirace, překonání vzájemné nedůvěry, budování dlouhodobých partnerství.
- Šíření dobrých praktik – vzájemná inspirace, motivace => dodavatelско-odběratelské vztahy (odběratel firma CSR – vyžaduje stejné principy u dodavatelů -> šíření CSR principů).