

ENVIRONMENTÁLNÍ BEZPEČNOST

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM

Ing. ALENA OULEHLOVÁ, Ph.D.

Univerzita obrany
Fakulta vojenského leadershipu
Katedra krizového řízení
Kounicova 65
662 10 Brno
telefon: 973 44 31 55
e-mail: alena.oulehlova@unob.cz

Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost

Projekt: ***Vzdělávání pro bezpečnostní systém státu***

(reg. č.: CZ.1.01/2.2.00/15.0070)



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

OBSAH

- Vymezení a historie Corporate Social Responsibility (CSR)
- Vazba na udržitelný rozvoj
- Přínosy CSR
- Oblasti CSR
- Stakeholders
- Implementace CSR
- Komunikace o CSR

Vymezení a historie Corporate Social Responsibility (CSR)

- český překlad - společenská odpovědnost firem;
- koncept se objevil počátkem 2. poloviny 20. století
- takový způsob vedení firmy a budování vztahů s partnery, který přispívá ke zlepšení reputace a zvýšení důvěryhodnosti podniku.
- firma zná, řídí a zlepšuje své působení na ekonomiku, životní prostředí a na společnost;
- odpovědné podnikání znamená úspěšně podnikat a zároveň myslet i na sociální a ekologické zájmy, které směřují k tvorbě zisku;
- dobrovolný nástroj (jde nad rámec právních požadavků);

- spolupráce s neziskovým sektorem a státními orgány;
- projevuje se integrací pozitivních postojů, praktik či programů do podnikatelské strategie firmy na úrovni jejího nejvyššího vedení;
- CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání (Business for Social Responsibility).
- posun pohledu z úrovně „profit only (jen zisk)“ na úroveň „people, planet, profit (lidé, planeta, zisk)“.
- Výsledek:
 - přímý i nepřímý prospěch;
 - zajišťuje dlouhodobou konkurenční výhodu oproti firmám, které se takto nechovají.

- 1953 – Bowen - kniha Social Responsibilities of the Businessman, první definice společenské odpovědnosti: „jedná se o závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí, nebo následovat takový směr jednání, které je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.“
- 60. léta 20. stol. Davis - upřesnění definice společenské odpovědnosti.
- 1979 - A. B. Carroll - definice CSR je složena ze čtyř složek: odpovědnosti ekonomické, zákonné, etické a dobrovolné; váhy jednotlivých složek: 4:3:2:1.

Další definice

- „...jedná se o závazky podnikatele realizovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí nebo následovat takový směr jednání, který je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.“ (Carroll, A. B., *Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct*, 1999)
- „Společenská zodpovědnost je závazek těch, co rozhodují, činit opatření, která povedou k ochraně a zlepšení blahobytu společnosti jako celku při uskutečňování svých vlastních zájmů.“ (Keith Davis a Robert Blomstrom, 1966)
- „CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“ (Mezinárodní organizace Business for Social Responsibility, <http://www.bsr.org/>)
- „CSR je kontinuální závazek korporací chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“ (World Business Council for Sustainable Development, 1997, <http://www.wbcsd.org/>)
- „Společenská odpovědnost firem (CSR) představuje dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají.“ (Business Leaders Forum, sdružení mezinárodních a českých společností – <http://www.blf.cz/aktivita/database.htm>)

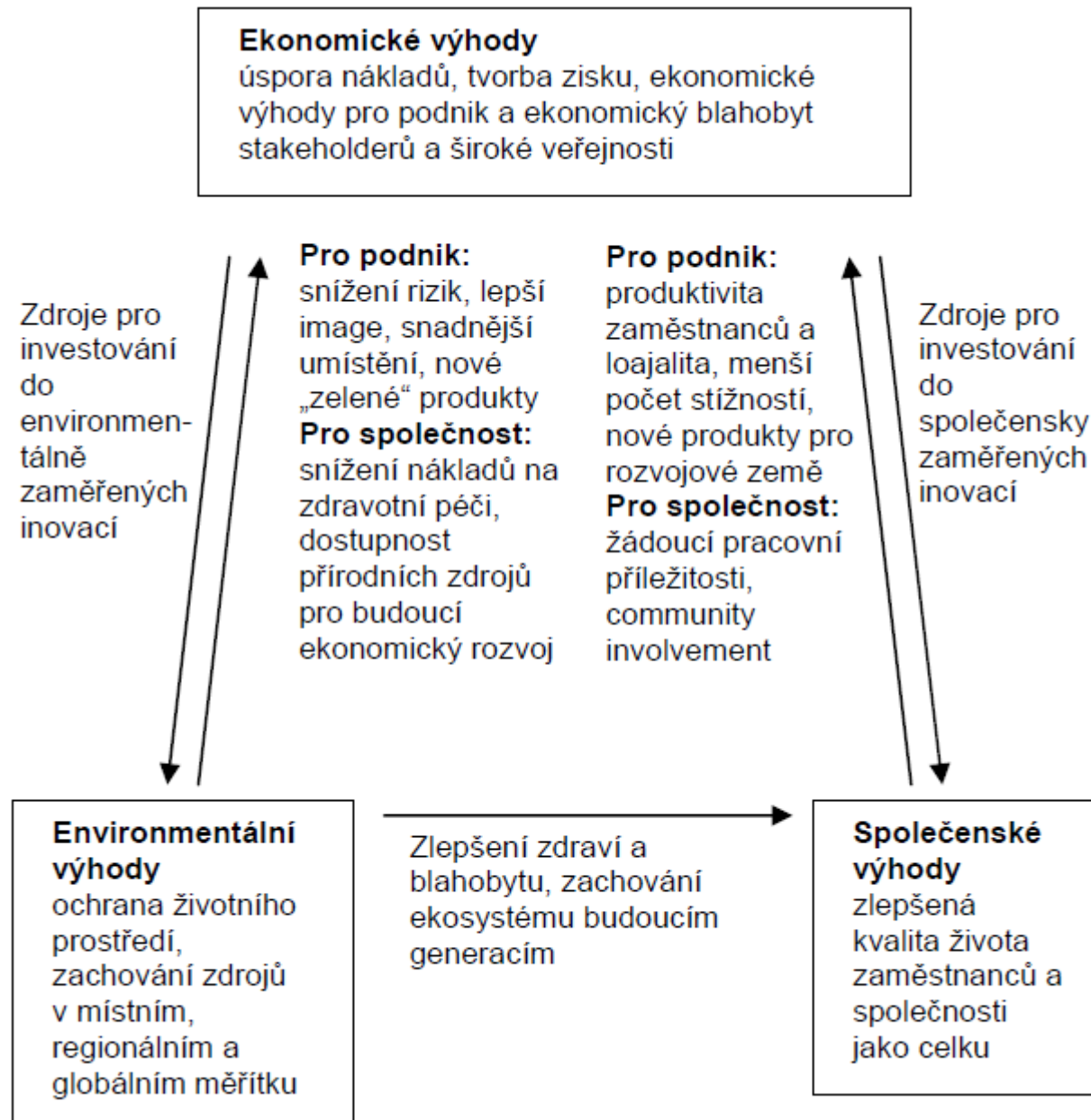
- *Evropská komise* - Zelená kniha (2001): Společenská odpovědnost firem dobrovolně integruje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku neboli stakeholdery.
- Hlavní rysy konceptu CSR:
- *CSR je podniky dobrovolně přijatý způsob chování, který jde nad rámec zákonných požadavků, neboť podniky jej považují za svůj dlouhodobý zájem,*
- *CSR je vnitřně spojen s konceptem trvale udržitelnosti: podniky musí začleňovat ekonomické, sociální a environmentální dopady do svých činností,*
- *CSR není volitelným „doplňkem“ k hlavním podnikatelským aktivitám, ale jde o způsob, kterým je podnikání řízeno.*

- Společné prvky (rysy) CSR:
- dobrovolnost – podnik veškeré odpovědné aktivity vykonává dobrovolně, nad rámec svých zákonných povinností;
- dialog se stakeholdery – zapojení zainteresovaných stran, které firmu výrazně ovlivňují;
- dlouhodobý charakter – aktivity CSR jsou realizovány dlouhodobě a nekončí, pokud se podnik ocitne v horší ekonomické situaci;
- důvěryhodnost – CSR přispívá k posílení důvěry ve firmu, činnosti však musí být transparentní, trvalé a nezveličované.

Vazba na udržitelný rozvoj

- základní stavební kameny udržitelného rozvoje jsou totožné.
- cílem společenské odpovědnosti organizace by mělo být přispívání k udržitelnému rozvoji.
- teorie CSR kopíruje základní myšlenky udržitelného rozvoje avšak na užší, specifické rovině, která je vytvořena především úzkou vazbou na konkrétní subjekt, který se rozhodl koncepci CSR do svých podnikových, strategických rozhodnutí zařadit.

Tři základní kameny udržitelného rozvoje



Přínosy CSR

1. Růst zisku
2. Přístup ke kapitálu
3. Snížení nákladů, zvýšení efektivity
4. Zlepšení image a pověsti značky
5. Růst prodeje a věrnosti zákazníků
6. Růst produktivity a kvality
7. Zvyšuje se schopnost získávat a udržet zaměstnance
8. Možná shovívavost orgánů v případě pochybení
9. Snížení rizika a růst řízení rizik
10. Konkurenceschopnost a odbyt

Oblasti CSR

1. Ekonomická činnost

- Trh

2. Sociální rozvoj

- Pracovní prostředí
- Místní komunita

3. Ochrana životního prostředí

Pilíře CSR

	Ekonomická oblast		Sociální oblast		Environmentální oblast
	Trh		Pracovní prostředí	Místní komunita	Životní prostředí
Stakeholdeři	- vlastníci a investoři - zákazníci/spotřebitelé - dodavatelé a další obchodní partneři - vládní instituce - média		- zaměstnanci - odbory	- neziskové organizace - veřejnost	- environmentální skupiny - další mluvčí za životní prostředí
CSR aktivity	- vytvoření etického kodexu - transparentnost - uplatňování principů dobrého řízení - odmítání korupce - včasné placení faktur - kvalitní a bezpečné produkty a služby - poprodejní servis - marketingová a reklamní etika - ochrana duševního vlastnictví - inovace a udržitelnost		- zdraví a bezpečnost - vzdělávání a rozvoj - vyváženost pracovního a osobního života - rovné příležitosti - rozmanitost na pracovišti (ženy, etnické minority, handicapovaní a starší lidé) - podpora propuštěných zaměstnanců	- firemní dárcovství (finanční i materiální) - firemní dobrovolnictví - sociální integrace - vzdělávání - podpora kvality života občanů (sport/kultura) - rozvoj zaměstnanosti a místní infrastruktury	- recyklační program - úspora energie/vody - hospodaření s odpady - omezení používání nebezpečných chemikálií - balení a přeprava - soulad s normami a standardy (ISO, EMAS a další) - ekologická výroba, produkty a služby - ochrana přírodních zdrojů

Alternativně bývá koncept CSR dělen do čtyř oblastí, vzniklých rozdělením sociálního pilíře na dvě oblasti:

■ trh

■ pracovní prostředí

■ místní komunita

■ životní prostředí

Stakeholders

- zainteresované osoby či skupiny osob uvnitř a v okolí firmy.

Primární stakeholders

Vlastníci a investoři

Zaměstnanci

Zákazníci (stávající i potenciální)

Obchodní partneři

Místní komunita

Neziskové organizace

Sekundární stakeholders

Veřejnost

Vládní instituce a samosprávné orgány

Lobbisté a různé nátlakové skupiny

Konkurenti

Média

Občanská a obchodní sdružení

Určení klíčových stakeholderů

- analýza zainteresovaných stran

Kdo jsou vaši stakeholderi?

Jaký mají vliv na vaši firmu?

Co od vás očekávají?

Kteří z nich jsou opravdu klíčoví?

- matice – seřazení stakeholderů podle jejich míry vlivu a očekávání.

- Úkol:

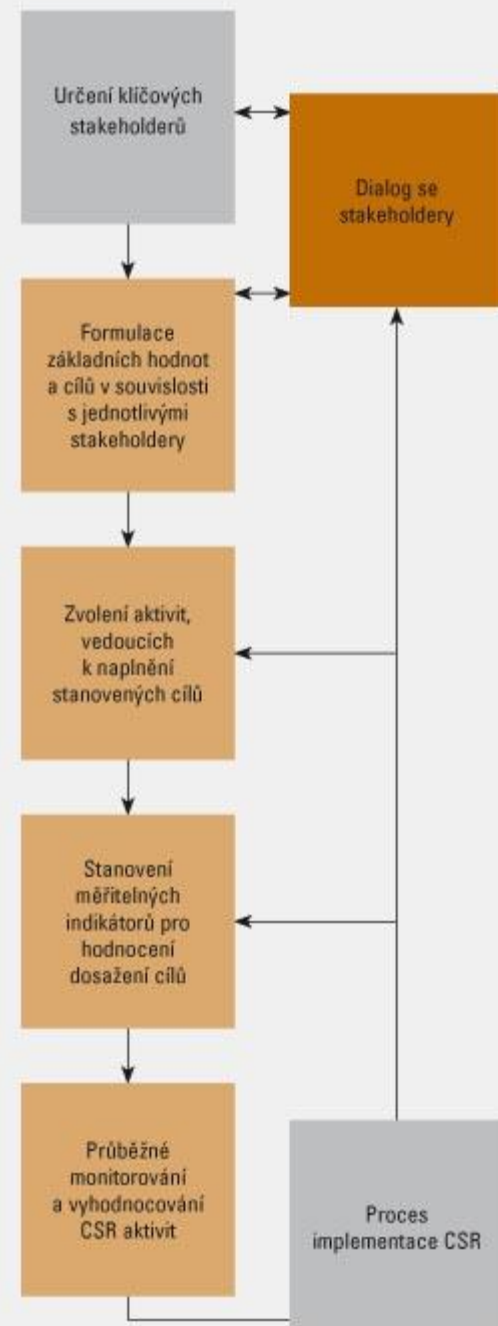
Určete očekávání primárních stakeholderů od podniku.

Zapojení stakeholderů

- Výhody zapojení klíčových stakeholderů:
 - inovativní prostředí;
 - řízení rizika;
 - vzájemně výhodný vztah;
 - nastavení cílů a monitorování výkonu;
 - informační hodnota.
- Prostředky zapojení stakeholderů
 - dotazníkové šetření
 - online diskuzní fórum
 - pracovní skupina
 - individuální jednání
 - neformální setkání
 - organizace společných projektů
 - telefonní podpora atd.

Implementace CSR

- Po vymezení klíčových stakeholderů si musí firma stanovit, čeho chce ve vztahu ke každé skupině dosáhnout, a podle toho hledat aktivity k dosažení těchto cílů.
- Pomocí vhodně zvolených indikátorů pak může danou činnost změřit, aby zjistila, zda je daná aktivita pro ni přínosná.
- CSR aktivity průběžně monitorovat a vyhodnocovat.



1. Plánování

- 1. krok: Závazek managementu
- 2. krok: Určení klíčových stakeholderů
- 3. krok: Stanovení hodnot a principů
- 4. krok: Analýza současného stavu
 - Vnitřní analýza
 - Analýza okolí
- 5. krok: Stanovení cílů
- 6. krok: Akční plán

2. Provedení

- 7. krok: Implementace

3. Hodnocení

- 8. krok: Monitorování
- 9. krok: Reportování

4. Zlepšování

- 10. krok: Opatření ke zlepšení

Komunikace o CSR

- vysvětlit zaměstnancům a spolupracovníkům význam a úlohu CSR;
- vnější prostředí – informovat o CSR aktivitách;
- výsledky pravidelné komunikace:
 - Transparentnost.
 - Dohled nad CSR aktivitami.
 - Zapojení stakeholderů.
 - Mezisektorová spolupráce.

Nástroje CSR komunikace

- CSR report;
- Internet a Intranet;
- interní či externí zpravodaj a časopis;
- oznámení zasílané elektronickou či klasickou poštou;
- školení zaměstnanců;
- firemní informační tabule;
- přijímací řízení;
- etický kodex;
- projev a prezentace;
- den otevřených dveří;
- tisková zpráva a konference;
- standardy a normy;
- produktové označení;
- sdílený marketing;
- získané ocenění
- prezentace firmy jako dobrého příkladu CSR prostřednictvím neziskových organizací;
- aktivní komunikace s médii.

CSR Report

- výroční veřejně publikovaná firemní zpráva;
- význam komunikační a manažerský;
- při tvorbě zprávy by se mělo dbát na obsahovou správnost (úplnost), důvěryhodnost a formální stránku.

DĚKUJI ZA POZORNOST

Dotazy?



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



UNIVERZITA
OBRANY

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ