



Z OBSAHU

str. 1

Společensky odpovědně se začínají stále více chovat i malé a střední firmy

str. 4

Co si myslí o CSR zaměstnavatelé

str. 6

O pojetí společensky odpovědného chování firem v rozhovoru s Tomášem Rakem

str. 8

Balíček změn pro CSR, který připravila Evropská komise, není dokonalý

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNĚ SE ZAČÍNÁJÍ STÁLE VÍCE CHOvat I MALÉ A STŘEDNÍ FIRMY

Fungování firemních nadací a společenská odpovědnost firem (CSR) spadají do kategorie společensky odpovědných aktivit. Corporate Social Responsibility, tedy zkratkou CSR, je takové chování a vystupování firem, které vede k udržitelnému rozvoji nejen podnikání, ale i života všech důležitých skupin okolo chodu firmy. A jak vyplývá ze zjištění regionálních manažerů Svazu průmyslu a dopravy ČR, stává se naplňování společensky odpovědných aktivit stále více běžnou součástí fungování i podstatně menších společností než jen nadnárodních kolosů, které v této problematice hrály v tuzemsku dosud prim.

Snad nejviditelnější odpovědí na to, jak v praxi mohou CSR aktivity vypadat, dávají v tuzemsku regiony, kde došlo k rekultivaci krajiny, třeba de-

sítky let zatěžované těžbou nerostných surovin, či vylepšení životního prostředí kvůli znečištění ovzduší. Neznamená to ovšem, že by jiné odpovědné aktivity nebyly vidět či nebyly veřejností sledovány. I když se odborníci na problematiku CSR shodují v tom, že místo výčtu všech aktivit, co mohou firmy udělat, je mnohem podstatnější změna ve vnímání množiny činností, nesoucí visáčku společensky odpovědných. A také to, že CSR činnosti oproti minulosti vykonává dnes mnohem více i malých a středních podniků, které se třeba dosud jen odvolávaly na to, že si nic

podobného nemůžou ekonomicky dovolit. I přes výrazné změny k lepšímu, ovšem i nyní zaměstnavatelé stále o svých společensky odpovědných

aktivitách neradi mluví. Jenže to je podle odborníků chyba.

Většímu „rozletu“ CSR v tuzemsku může, podle Tomáše Raka, manažera udržitelného

rozvoje skupiny New World Resources (NWR), která mimo jiné těží uhlí na Ostravsku, bránit také narůstající řada zákonných a byrokratických opatření. „To firmě logicky zužuje prostor pro

Odborníci firmám radí:
Nestyďte se CSR komunikovat!

pokračování ze strany 1

ostatní dobrovolné aktivity nad zákonný rámec. Řeknu-li to ve zkratce, české prostředí začíná být v některých ohledech „přeregulováno“, vysvětlil



Tomáš Rak. (Rozhovor s ním si můžete přečíst na straně 6 tohoto vydání). Mimochodem, právě NWR letos vydala svoji první Zprávu o udržitelném rozvoji podle mezinárodní metodiky a v nastaveném trendu bude pokračovat i v budoucnu.

Zásady, jež by měla ve své praxi společensky odpovědná firma dodržovat, lze rozdělit do třech základních skupin. První, která zahrnuje ekonomickou oblast působení firmy, hodnotí ekonomickou výkonnost firmy prostřednictvím ukazatelů, které jsou obsaženy ve výroční zprávě firmy. Jako rozšíření informací z výročních zpráv přidává koncept udržitelného rozvoje, například porovnání mezd v regionu, částky finanční pomoci od státu či EU, nákupy od lokálních dodavatelů i vztahy s akcio-

náři a zákazníky, nebo kodex etického podnikání, atd. Druhou oblastí aktivit CSR je sociální oblast, ve které si firma stanoví své postupy třeba pro naplňování filantropie, komunikaci se stakeholdery (důležité skupiny pro působení firmy, jako jsou akcionáři, investoři, dodavatelé, odběratelé a zaměstnanci), nebo pravidla pro striktní dodržování lidských práv a dodržování pracovních standardů. A třetí oblastí jsou činnosti firmy, které souvisejí s životním prostředím. V tomto segmentu by firma měla stanovit třeba to, jak může mít šetrnou produkci, včetně postupů pro získání certifikátů

podle mezinárodních norem, či stanovit pravidla pro svou ekologickou politiku na všech úrovních a ochranu využívaných přírodních zdrojů.

Dá se ale říct, že jen „viditelné“ CSR aktivity, jakými jsou třeba právě rekultivační práce firem po vytěžení nerostných surovin, či zajištění lepších ochranných pomůcek pro zaměstnance či předávání šeků na charitativní účely, přestávají být v ČR hnacím motorem. Podle Tomáše Raka zajistí v tuzemsku budoucnost CSR jen přechod k širšímu pojetí udrži-

Tipy, rady a definice CSR najdete na této adrese: www.businessinfo.cz/cs/clanky/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce-7482.html

telného rozvoje firem. „A to udržitelného rozvoje, který firmy komunikují navenek podle objektivních pravidel (např. mezinárodních standardů),“ upřesnil Tomáš Rak. A i když v tomto ohledu mají otěže ve svých rukách především zaměstnavatelé, hodně zlepšovat se má i co v konceptech CSR ve veřejné správě. Ta totiž svými rozhodnutími podstatně ovlivňuje všechny tři klíčové oblasti CSR (ekonomickou, sociální a environmentální), ve kterých zaměstnavatelé své aktivity naplňují.

Odborníci říkají, že být společensky odpovědnou firmou je v zájmu podniku samotného – odpovědné chování zvyšuje produktivitu práce a loajalitu zaměstnanců a přináší podniku dlouhodobě udržitelnou konkurenční výhodu. Předpokladem úspěchu je však systematický přístup, kdy odpovědné chování navazuje na obchodní strategii, hodnoty a poslání podniku. Jde

o to, volit takové aktivity, které odpovídají charakteru podniku a očekávají klíčových stakeholderů neboli zainteresovaných osob. Praxe také ukazuje, že aktivity spojované se

společenskou odpovědností firem nejsou účinné bez osobního etického přesvědčení vedení i zaměstnanců.

CSR politika zahrnuje obecně tři skupiny aktivit – ekonomickou, sociální a environmentální.

STANE SE...

Bezplatné akce připravené regionálními zastoupeními SP ČR

ZÁŘÍ – ŘÍJEN 2012

- **Nová právní úprava pracovnělékařské služby od 1. 4. 2012** se podrobně představí na semináři **18. září v Brně**.
- **Změny zákonů platné od 1. 1. 2012 a jejich dopady pro praxi firem** jsou hlavním tématem kulatého stolu **19. září v Liberci**.
- **Nové nástroje na trhu práce aneb první zkušenosti s využíváním katalogů povolání a kvalifikací** budete moci diskutovat na kulatém stole **20. září v Brně**.

SEMINÁŘE, KULATÉ STOLY

- **Švarcsystém a další úskalí zákoníku práce z pohledu inspekce práce** uvede seminář **21. září v Ostravě**.
- **Význam rekodifikace soukromého práva pro podnikatele** přiblíží seminář **2. října v Mostě**.
- **Obecné shrnutí změn občanského zákoníku a jejich dopadů do podnikatelského prostředí** vám objasní seminář **16. října v Brně**.

-og-

Podrobnosti o výše uvedených i dalších akcích naleznete v Kalendáři akcí na www.socialnidialog.cz nebo www.spcr.cz

OTÁZKA PRO...

MILOSLAVA PIKALOVÁ

HR & ADMINISTRATION MANAGER, OILES CZECH MANUFACTURING, S.R.O.



Jak se projevují aktivity CSR v působení vaší firmy?

Firma Oiles Czech Manufacturing, s.r.o. (OCM) je dceřiná společnost japonského koncernu Oiles Corporation. Vznikla v roce 2003 a byla prvním investorem v Průmyslové zóně Královský vrch v Kadani. Aktivity firmy OCM, které se dají zařadit do kategorie společensky odpovědných, se dají rozdělit podle několika hledisek. Mezi interní aktivity se řadí ty, které



se týkají především zaměstnanců firmy a životního prostředí. K externím aktivitám pak patří podpora mládeže a zdravotně postižených. Zaměstnancům se firma snaží vytvořit optimální podmínky nejen při samotné práci, ale i během přestávek a osobního volna. K tomu slouží především program zaměstnaneckých výhod, který má firma vypracovaný od roku 2005 a postupně jej modifikuje. Program se podařilo z podstatné části zachovat i během hospodářské krize. Zahrnuje podporu stravování formou vlastní jídelny, kterou provozuje soukromý nájemce. OCM hradí provoz jídelny a částečně

dotuje cenu obědů. Dále OCM podporuje dopravu do zaměstnání příspěvkem na dopravu. Každý zaměstnanec obdrží určitou peněžní částku denně, která je odvozena od vzdálenosti bydliště zaměstnance od sídla firmy. OCM se také stará a pečuje o pracovní oblečení. Pronajímá si od externí firmy pracovní oblečení pro všechny zaměstnance, montérky pro operátory, pracovní pláště pro pracovníky z kanceláří. Součástí programu je i zdravotní péče.

Benefit, který OCM poskytuje, je, že posílá na vlastní náklady zaměstnance na preventivní lékařské prohlídky častěji, než je stanoveno zákonem. OCM také podporuje kulturní a sportovní aktivity zaměstnanců formou poukazů Flexipass v hodnotě 100 korun měsíčně, tedy 1 200 korun ročně.

Mimo tohoto programu se OCM snaží o společenskou zodpovědnost tím, že při náborech lidí uplatňuje maximální diverzifikaci zaměstnanců. Nedělá rozdíly ve věku, sociálním nebo etnickém původu uchazečů a je zcela bezbariérová a plně připravena na zaměstnávání zdravotně postižených osob. Od

roku 2005 také přijímá na krátkodobé výpomoci a letní brigády přednostně děti zaměstnanců. Co se týká interních aktivit v oblasti ochrany životního prostředí, má OCM certifikaci ISO 14000, která je každoročně auditovaná ve spolupráci s externí akreditovanou firmou. OCM má vytvořen systém na třídění odpadu a všichni zaměstnanci jsou se systémem ochrany životního prostředí seznamováni při nástupu do firmy a pak jednou ročně na opakovacím školení. V rámci externích společensky zodpovědných aktivit poskytuje OCM již několik let jednou ročně malé sponzorské příspěvky všem základním školám a gymnáziu v Kadani. Další podpora je poskytována jednou ročně Domu sociálních služeb, kde jsou umístěni tělesně i duševně postižené děti a mladiství. OCM spolupracuje s ekonomickou fakultou ZČU v Plzni a prostřednictvím projektu firmy Unipranet nabízí vysokoškolským studentům možnost praxe a zpracování diplomových prací v OCM na témata, která firma vypisuje. Dále odborní pracovníci firmy OCM na ZČU pořádají přednášky v rámci spolupráce univerzit a praxe.

OCM poskytuje také prázdné papírové sudy městu Kadaň, které město používá jako odpadkové koše při kulturních a společenských akcích pořádaných venku, jako je například Císařský den, Posvícení, Masopust nebo při hudebních akcích. **-pd-**

MĚLI BYSTE VĚDĚT...

ZMĚNA PRAVIDEL PRO CSR

CSR (Corporate Social Responsibility) je koncepce chování, v rámci které firmy dobrovolně integrují sociální a ekologické aspekty do svého podnikání a do komunikace. V ekonomické oblasti CSR se od firem čeká transparentní podnikání a pozitivní vztahy s investory, zákazníky, dodavateli a obchodními

partnery. Sledují se také dopady na ekonomiku na lokální, národní i globální úrovni. V sociální oblasti se odpovědné chování firem orientuje na přístup k zaměstnancům a podporu okolní komunity. A v environmentální oblasti firma sleduje dopady podnikání na životní prostředí. Předpokládá se, že svou podnikatelskou činnost bude vykonávat tak, aby chránila přírodní zdroje a co nejméně zatěžovala životní prostředí. Z pohledu práva je pro zaměstnavatele v letošním roce novinkou, že Ministerstvo financí ČR (MF ČR) připra-

vuje změny, týkající se finančního režimu vůči státu ohledně CSR aktivit. Podle Radka Ležatky z tiskového odboru ministerstva financí v souvislosti se změnou zákona o daních z příjmů, jenž je součástí zákona o zřízení jednoho inkasního místa, MF ČR zvýší možnost odpočtu poskytnutých darů od základu daně právnických osob z 5 na 10 procent. „Jinou daňovou podporu v této oblasti ministerstvo financí v současnosti nepřipravuje,“ doplnil Ležatka. **-pd-**

CO SI MYSLÍ O CSR ZAMĚSTNAVATELÉ...

Agentura Byznys pro společnost uskutečnila ve spolupráci se Svazem průmyslu a dopravy ČR anketu mezi firmami, které podnikají v ČR, k tématu společenské odpovědnosti (CSR). V anketě bylo zastoupeno zhruba 60 % velkých firem, tedy těch, které mají nad 250 zaměstnanců. 40 % respondentů ankety tvoří firmy, které mají výhradně český kapitál.

Která témata považujete z hlediska CSR pro vaši firmu za prioritní?

(odpovědělo 50 respondentů)

	Odpovědi (v %)	Odpovědi (počet)
Boj proti korupci	48	24
Transparentnost procesů	68	34
Zdraví a bezpečnost zaměstnanců (opatření nad rámec zákonných povinností zaměstnavatele)	70	35
Rozvoj zaměstnanců, kariérní postup, systémy rovných příležitostí a benefitů a odměňování	74	37
Sladování práce a osobního života, rovné příležitosti a diverzita	58	29
Ochrana klimatu a přístup k životnímu prostředí	70	35
Spolupráce s etickými dodavateli	48	24
Férový přístup k zákazníkům	58	29
Reporting a měření CSR	36	18
Podpora potřebných a neziskového sektoru	56	28
Podpora vzdělávání a spolupráce s talenty	66	33
Soulad s mezinárodními standardy /OECD apod./ a základní certifikace	34	17
Další	22	11

Zdroj: průzkum Byznys pro společnost

Pro další rozvoj CSR/udržitelného podnikání a naši angažovanost bychom zejména potřebovali:

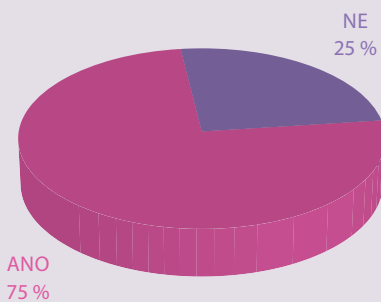
(odpovědělo 50 respondentů)

	Odpovědi (v %)	Odpovědi (počet)
Národní strategii rozvoje CSR, kterou by vytvořil a podporoval aktivně stát.	22	11
Stávající legislativní i regulační prostředí je vyhovující, stát by se měl zaměřit pouze na propagaci odpovědného přístupu, případně na motivaci firem k odpovědnému chování.	40	20
Snížit administrativní zátěž v některých oblastech a zlepšit motivace pro odpovědné firmy (formou zvýhodnění nebo jiných fiskálních benefitů).	66	33

Zdroj: průzkum Byznys pro společnost

ANKETA

V hlasování na webu Sociálního dialogu, www.socialnidialog.cz, na otázku, **zda se firmy mají, ať už jsou na tom ekonomicky jakkoli, věnovat společensky odpovědným aktivitám (CSR)**, odpovědělo:



Výsledek hlasování odpovídá trendu, který naznačuje, že nejen firmy, ale i jejich okolí

začíná vnímat společensky zodpovědné aktivity podnikatelů nejen očima financí. Jak naznačuje i Tomáš Rak, manažer udržitelného rozvoje skupiny NWR v rozhovoru pro Regionální kaleidoskop (STR. 6), spočívá budoucnost CSR aktivit domácích firem v přechodu k širšímu pojetí udržitelného rozvoje. A to udržitelného rozvoje, který firmy komunikují navenek podle objektivních pravidel (např. mezinárodních standardů). Domácí společnosti by se měly podle něj inspirovat v aktivitách CSR ve Velké Británii, Skandinávii nebo Švýcarsku a obecně u firem kotvaných na velkých mezinárodních burzách.

Příště hlasujte na www.socialnidialog.cz v anketě na otázku o tom, jak se daří řešit nezaměstnanost v regionech.

-pd-

Oblast CSR a odpovědnosti v podnikání by:

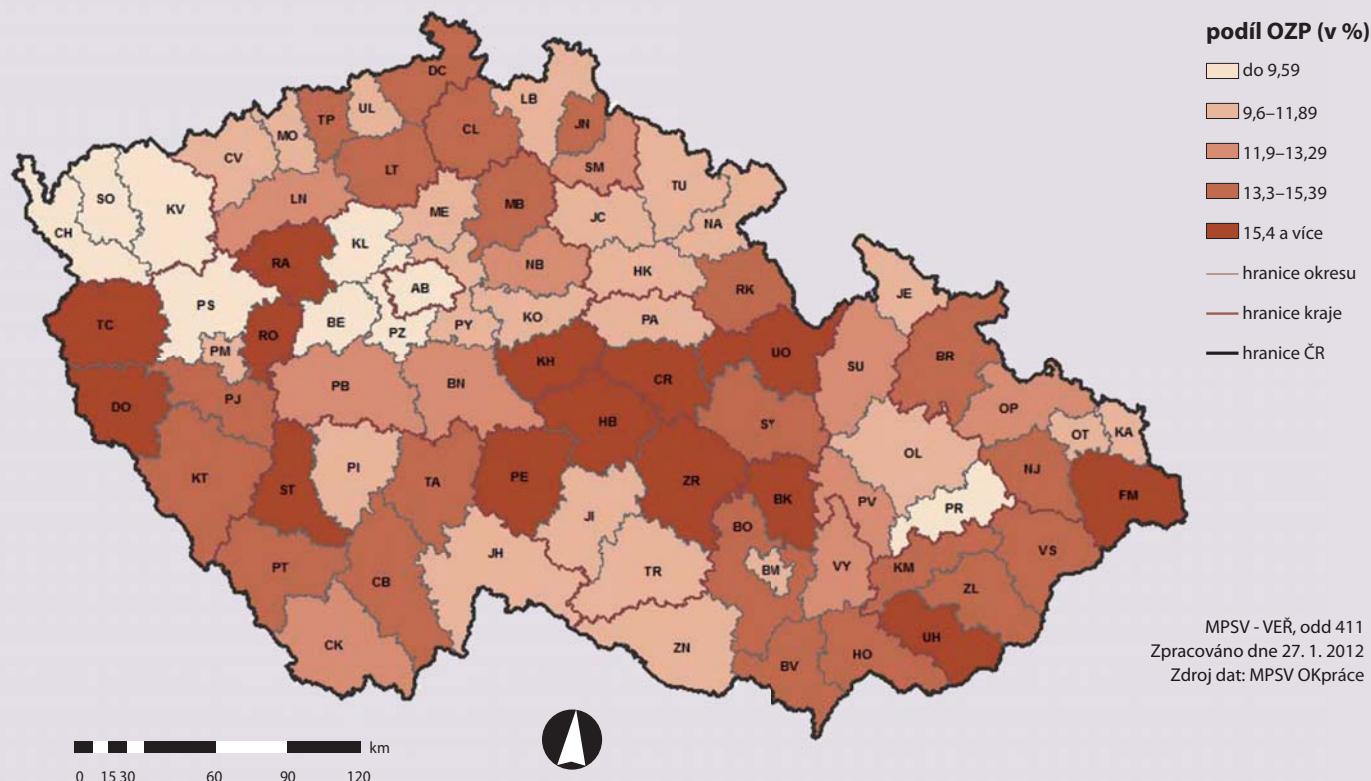
(odpovědělo 48 respondentů)

	Odpovědi (v %)	Odpovědi (počet)
Měly řešit firmy, například formou samoregulace a dobrovolně přijatých standardů v rámci střešních či oborových asociací.	64,6	31
Měl nadefinovat stát, alespoň na úrovni principů a základních požadavků.	31,3	15
Se měla řešit na mezisektorových platformách, např. se zaměstnanci, neziskovými organizacemi apod.	39,6	19
Měla regulovat Evropská unie a ve spolupráci s členskými státy definovat priority.	12,5	6

Zdroj: průzkum Byznys pro společnost

PODÍL OSOB SE ZDRAVOTNÍM POSTIŽENÍM NA CELKOVÉM POČTU UCHAZEČŮ O ZAMĚSTNÁNÍ (K 31. 12. 2011)

Mnoho zaměstnavatelů říká, že v rámci společensky odpovědného přístupu klade velký důraz na zaměstnávání zdravotně hendikepovaných lidí. Přinášíme proto oficiální přehled ministerstva práce a sociálních věcí o tom, jak se v regionech firmám daří dávat práci lidem se zdravotním postižením. Přehled udává, jaký je podíl osob se zdravotními problémy na celkovém počtu uchazečů o práci.



STANE SE...

Tipy na několik zajímavých akcí v regionech

ZÁŘÍ – ŘÍJEN 2012

● Sýry v Žatci

Neobyčejnou výstavu o (ne)obyčejné potraviny uspořádá regionální muzeum K. A. Polánka v Žatci. Historii segmentu potravinářského průmyslu, totiž sýrařství, ale i technologii výroby sýrů a etikety představí akce „Zdraví, sílu najdeš v sýru“. Výstava začíná 13. září a potrvá do 16. listopadu. Více na www.muzeumzatec.cz

● Vinobraní v Bzenci

Bzenec pořádá již dvacátý ročník Bzeneckého krojovaného vinobraní. Jde o tradiční jarmark, občerstvení, přehlídku lidových řemesel, ochutnávky vín, nebo představení loutkových divadel pro děti. Akce se koná od 21. do 22. září v jihomoravském Bzenci. Více na www.bzenec.cz

DALŠÍ AKCE V REGIONECH

● Oslava Svatého Václava v Krumlově

Podzimní jarmark, oslavu dobrého jídla a pití s velkou nabídkou divadelních kousků a koncertů k svátku svatého Václava - patrona české země, pořádá od 28. do 30. září Český Krumlov. Jde už o desátý ročník Svatováclavských slavností, které město organizuje. Více na www.ckrumlov.info

● Zahrady východních Čech v Častolovicích

Od 5. do 7. října pořádají v Častolovicích v Královéhradeckém kraji další ročník Zahrady východních Čech. Na akci se mají prezentovat všechny okresy východních Čech a Zahrada východních Čech se může pochlubit s návštěvností přes 15 000 lidí. Více na www.ou-castolovice.cz

ROZHOVOR S...

TOMÁŠ RAK



MANAŽER UDRŽITELNÉHO ROZVOJE SKUPINY NEW WORLD REROURCES

Společenské chování firem se nyní opět dostává do popředí diskuzí veřejnosti. Podle manažera udržitelného rozvoje těžbařské společnosti NWR ovšem nejde nyní jen o to, aby firmy poskytovaly peněžitě a nepeněžitě dary, na což se doposud problematika CSR soustřeďovala, ale aby se firma dokázala se svým okolím domluvit na tom, co bude pro všechny společensky odpovědné chování znamenat.

V čem se tematika společenské odpovědnosti firem za poslední měsíce v tuzemsku změnila?

Neřekl bych, že se problematika změnila za poslední měsíce, ale spíše za poslední 3 až 4 roky. O společenské odpovědnosti firem se začalo více hovořit a ČR s určitým zpožděním následovala trend ze Západní Evropy. Na druhou stranu – i v rámci střední Evropy máme stále co dohánět (Slovensko, Polsko a Maďarsko jsou v tomto ohledu dále). Bohužel je zatím společenská odpovědnost firmami v ČR chápána jen v užším pojetí, tj. že se jedná o poskytování peněžitých a nepeněžitých darů, event. sponzoringu a dále o různé formy dobrovolnictví.

Více v této souvislosti slyšíme o firmách poskytujících služby než o průmyslových podnicích. Přitom jsou to průmyslové firmy, které musí splnit řadu požadavků, ať už jde o bezpečnost práce zaměstnanců, ekologické požadavky na výrobu nebo soužití s místní komunitou, kde se provozní firmy nacházejí. V České republice je velmi často podceňována problematika řízení firem (corporate governance). Nejen tyto oblasti patří do širšího pojetí společenské odpovědnosti, stále častěji nazývané spíše termínem „udržitelný rozvoj“ (z angl. sustainability).

A v čem firmy dělají největší chyby při komunikaci CSR aktivit? Vede se třeba spor mezi tím, zda komunikovat nebo nekomunikovat aktivity CSR...

Jelikož pracuji pro průmyslovou firmu, budu hovořit především o průmyslových podnicích. Domnívám se, že otázka komunikovat a nekomunikovat je již překonána, resp. doufám v to. Pro výrobní firmu působící nejen v ČR, ale i globálně, jiná volba než komunikovat neexistuje. V dnešní době internetu, který umožňuje poskytovat informace komukoli a odkudkoli, ani nic jiného nezbyvá. Podle mého názoru nemá pro tuzemské firmy smysl veškeré informace veřejně nesdělovat. Naopak to pro ně může působit kontraproduktivně.

A jak by správná komunikace CSR vůči stakeholderům (zajímavým skupinám) měla vypadat?

V první řadě by se firma měla zabývat tím, co stakeholdery zajímá a z čeho mají obavy. Například obyvatelé Moravskoslezského kraje mají v první řadě obavu o ztrátu zaměstnání, naše společnosti se pak chovají tak, aby tuto obavu rozptýlily. Vyhodnocení těchto podnětů od stakeholderů velmi jasně ukáže, na co by se společnost měla zaměřit, a naopak co není prioritou. Ideální a objektivní formou je dle

mého názoru zpracování každoroční zprávy o společenské odpovědnosti/udržitelném rozvoji, kde je přístup firmy k tématům zmiňovaných stakeholdery jako důležitý, jasně a komplexně popsán v historickém kontextu.

Proč se podle Vás dostává tematika uplatňování CSR aktivit zase do popředí zájmu?

Podle mne to jednoduše souvisí s tím, že lidé se více zajímají o své okolí, jsou schopni se i na dálku, prostřednictvím např. sociálních sítí spojit a domluvit. V České republice pomohl této skutečnosti paradoxně fakt, že kroky některých veřejných činitelů jdou spíše proti transparentnosti společenské odpovědnosti. Lidé se pak jednoduše obracejí na soukromé firmy, očekávají tuto transparentnost od nich

a možná i doufají, že se tím podaří v dlouhodobém horizontu státní správu v tomto ohledu zkvalitnit.

Podle čeho si stanovit cíle CSR, které chce firma dosáhnout a jak je pak zajistit?

Cíle vycházejí z toho, co zajímá stakeholdery, jaké pocítují vůči firmě obavy. Pokud mi tedy stakeholderi říkají, že je provoz hlukový, pak by si firma měla stanovit dlouhodobý cíl, jak hlukovost snížit a pravidelně stakeholdery informovat o jeho plnění, které pro ně tedy bude znamenat zlepšení a důkaz, že firma jejich obavy bere vážně. Toto je zlaté pravidlo, které by mělo být splněno u všech stanovených cílů. Nemá smysl stanovit si cíl, který zajímá např. pouze management firmy a ostatní nikoliv.

Firma by si měla samozřejmě stanovit takové cíle, o kterých ví, že je bude schopná v určitém časovém horizontu za vynaložení výrobních prostředků a technologií splnit.

A jak poznat či rozeznat, kolik mám ze svého rozpočtu věnovat na tyto aktivity?

To je na zvážení každé firmy, kolik prostředků a úsilí chce společenské odpovědnosti věnovat, resp. záleží to na jejich možnostech. Stakeholderi musí mít v první řadě na mysli to, že firma je zde především proto, aby vyráběla a generovala zisk. Jedině pokud je tato podmínka splněna, může společnost podnikat kroky v oblasti společenské odpovědnosti nad rámec daný zákonnými podmínkami. Funguje zde tedy princip oboustranné odpovědnosti. Např. pokud zaměstnanci budou kvalitně pracovat, firma je náležitě odměňuje a většinou poskytuje i řadu dalších benefitů. Uvědomuje si, že bez spokojených zaměstnanců by nemohla existovat. Loajální zaměstnanci si zase uvědomují, co vše jim společnost poskytuje a kdyby zde nebyla, mohou mít problém. Stejně to funguje i mezi firmou a jejím okolním prostředím, ať už bereme v úvahu životní prostředí nebo sociální prostředí. Toto je ideální stav, který se málokdy shoduje se skutečností, nicméně firma a její stakeholderi by měli o tuto rovnováhu usilovat, pokud mají zájem o dlouhodobé působení.

-pd-

JAK FUNGUJÍ FIREMNÍ NADACE A PRINCIPY CSR V REGIONECH ČR

Kraj: Olomoucký a Zlínský kraj
Regionální manažer: Jana Mikulčíková



Zjištění:

Společenská odpovědnost profilovaná do všech oblastí CSR je záležitostí spíše větších organizací a věnují se jí k tomu vyhrazení pracovníci. CSR je jednou z vizítek firmy, vytváří dobré jméno organizace. Nicméně, společensky odpovědně se chovat je v dnešní době pro firmy nutností – firmy se chovají více ohleduplně k životnímu prostředí (i nad rámec zákonné povinnosti), rovněž péče o zaměstnance je pro firmy nutností a známkou dobrého zaměstnavatele. Např. loňští finalisté soutěže Firma/živnostník roku 2011 rovněž uvádějí svoji praxi v oblasti péče o zaměstnance, o klienty či ochraně životního prostředí. CSR v pravém slova smyslu je ovšem v menších firmách zaměřována s běžnou marketingovou strategií, personální strategií či motivačními nástroji a ochrana ŽP se redukuje jen na zákony stanovené povinnosti ekologické výroby nebo nutnost inovace výrobního stroje/zařízení pro udržení konkurenceschopnosti.

Kraj: Plzeňský a Jihočeský kraj
Regionální manažer: Michal Lehký



Zjištění:

Firmy v regionu přistupují k CSR velmi zodpovědně. Mnoho firem vnímá CSR jako podmnožinu PR, avšak CSR aktivity se postupně začínají „zabudovávat“ i do strategií firem. Dá se říci, že firmy, kterým jsou blízké hodnoty, jaké jsou v CSR standardech vytyčeny, nepotřebují žádná pravidla ani nadefinované poučky a chovají se ze své podstaty slušně a s respektem k zapojeným stranám. Většina, zvláště velkých firem, má program CSR zaměřený na oblast, kterou svojí výrobou ovlivňuje nejvíce. Mezi oblíbené aktivity v této oblasti patří například výsadba stromů, podpora výstavby dětských hřišť, pořádání společenských akcí apod. Společensky odpovědným firmám jde primárně o to, zasadit CSR pevně do své celofiremní strategie a propojit se všemi interními procesy a snažit se pomáhat hledat řešení skutečného problému, se kterým se potýká daná oblast i oblast podnikání té firmy.

Kraj: Jihomoravský kraj a Kraj Vysočina
Regionální manažer: Ilona Staňková



Zjištění:

Firmy v regionu si společenskou odpovědnost uvědomují a snaží se jí naplňovat. Roste rychle procento firem, které si uvědomují, že CSR není jen prosperita firmy, ale především nejbližšího okolí společnosti. V řadě firem mají nastaveny CSR strategie nejen k obchodním partnerům, ale i veřejnosti. To se nejčastěji uplatňuje ve formě spolupráce se školami a podporou studentů v podnikových praxích, ale i pořádáním a financováním sportovních a odpočinkových aktivit pro veřejnost. Zaměstnavatelé říkají, že se snaží o adresnost CSR aktivit. Velký počet firem z regionů komunikuje své CSR výstupy a aktivity spíše jen interně.

Kraj: Moravskoslezský kraj
Regionální manažer: Petr Holica



Zjištění:

Firmy v regionu se zásadním způsobem podílejí na vylepšování života místní komunity a svou společenskou odpovědnost chápou jako přirozenou součást podnikání. Firmy tak podporují kulturní, sportovní, komunitní i jiné projekty. V regionu také působí jedna z největších firemních nadací v ČR- Nadace OKD, v jejíž správním radě zasedá regionální manažer SP ČR. Kraj podporuje CSR aktivity „Cenou hejtmana kraje za společenskou odpovědnost“. V předchozích dvou ročnících se o cenu hejtmana utkalo 183 společností o jejichž umístění rozhodovalo 23948 platných hlasů.

Kraj: Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj
Regionální manažer: Markéta Heroutová



Zjištění:

Společenská odpovědnost firem je v regionu nepříliš známým tématem. Své programy pro podporu mají především velké firmy se zahraniční účastí, u kterých je to zvykem či své programy přebírají přímo od mateřských firem. Jedná se tak především o různé firemní nadace, kterými podporují aktivity v regionu směrem ke školství, dětem, ale i např. zaměstnávání vězňů. Všeobecně se tyto aktivity komunikují spíše směrem k místní municipalitě, případně známým neziskovým organizacím.

Kraj: Středočeský kraj
Regionální manažer: Kateřina Budínková



Zjištění:

Téma CSR není pouze záležitostí velkých národních či nadnárodních firem, které činnost cíleně zaměřují do konkrétních oblastí (environmentální, sociální a ekonomické), ale také malé podniky jsou v této oblasti činné, ač si svou aktivitu nemusí přímo nazývat a spojovat s oblastí CSR. Menší podniky se častěji zaměřují na konkrétní a mnohdy přímo místní, spíše než na regionální aktivity, kterými si tak nejen budují lepší image a napomáhají budovat obraz firmy u např. potenciálních zákazníků (stejně tak jako velké koncerny), ale utužují i konkrétní sociálně – obchodní vazby na lokální (pro malé firmy často důležitější) úrovni. Ve velké části firem je již CSR součástí samotné firemní strategie a na projektech s ní spojených se často aktivně podílí nejen management, ale i ostatní zaměstnanci.

Kraj: Karlovarský a Ústecký kraj
Regionální manažer: Václav Pavelek



Zjištění:

Pro mnoho firem je pojem CSR zcela nový, respektive nové pojmenování něčeho, co již existuje řadu let a s přibývajícím konkurencí na trhu je to i jeden z faktorů, jak působit na zaměstnance, potažmo zákazníky. Zároveň se to ale v regionu stává první obětí firemních škrtů. Hlavní rozdělení bych viděl v původu firmy - zatímco země z dálného východu, Japonska, Taiwanu a Koreje si na této problematice hodně zakládají, mají ji vrozenou do firemní kultury, u podniků v držení evropských majitelů je to různé. Důležitou roli hraje velikost a kondice firmy, její umístění a podnikatelský záměr. V poslední době se například rozšiřují firemní školky a do módy se vrací ozdravné pobyty pro zaměstnance, různé firemní akce, ale i výsadka stromků či vyčištění koryta řek, poukázky na kulturu a sport, péče o firemní prostředí. Zároveň bych poukázal, že v dnešní době již existují firmy, které pořádají různá sezení nejen se zaměstnanci, ale i obyvateli okolí a probírají společně záměry firmy do budoucna. CSR je jednou z metod, jak se nejen zviditelnit, ale jak pozvednout celkovou kulturu v každé firmě.

ANALÝZA

BALÍČEK ZMĚN PRO CSR, KTERÝ PŘIPRAVILA EVROPSKÁ KOMISE, NENÍ DOKONALÝ

Evropská komise avizovala svoje záměry v oblasti společenské odpovědnosti podniků (CSR) hned v několika strategických iniciativách doprovázejících Strategii Evropa 2020 – ve sdělení Průmyslová politika v globalizované éře a v Aktu pro jednotný trh. Jenže dlouho očekávaný „Balíček k CSR“ přijal Svaz průmyslu a dopravy ČR (SP) stejně jako většina evropských zaměstnavatelských svazů EU se smíšenými pocity.

Mezi specifické připomínky SP ČR k „balíčku CSR“, které vypracovala Vladimíra Drbalová, zástupkyně ředitelky pro mezinárodní organizace a EU Svazu průmyslu a dopravy ČR, patří:

- Komise sice vychází z původní definice CSR, která hovoří o konceptu, v rámci kterého podniky integrují na dobrovolném základě environmentální a sociální aspekty do svých podnikatelských operací, ale přichází s novou a daleko komplexnější definicí CSR (zahrnující další aspekty jako etiku, lidská práva, zájmy spotřebitelů a koncept tzv. předběžné opatrnosti).

- Jde o mix různých návrhů. Ne všechny jsou ovšem pro zaměstnavatele a podnikatele přijatelné. Zaměstnavatelé mohou podpořit především ta opatření, která pro podniky mohou být v rámci jejich dobrovolných postupů pobídkou. Podporují úsilí Komise o vyváženost mezi očekáváními zainteresovaných stran a podnikovou realitou, zvyšování povědomí a prezentaci příkladů dobré praxe, zahrnutí CSR do učebních osnov, dále pak i určitou formu ocenění v souvislosti s odpovědným chováním prostřednictvím investiční politiky a politiky veřejných zakázek.

- Na druhé straně přichází Komise s návrhy, se kterými zaměstnavatelé nemohou souhlasit a které odporují ve sdělení jasně deklarovanému dobrovolnému charakteru CSR. Velký důraz je kladen zejména na respektování lidských práv zakotvených v chartách, úmluvách či jiných mezinárodních právně závazných instrumentech, za jejichž implementaci a prosazování jsou však primárně zodpovědné především vlády jednotlivých států.

Komise také přichází s potřebou doplňkových regulačních mechanismů, které by posílily dobrovolný přístup podniků k naplňování jejich odpovědnosti v environmentální oblasti. Komise také prosazuje koncept předběžné opatrnosti (due diligence), který se objevuje v letos revidované Směrnici OECD pro nadnárodní společnosti a který posunuje odpovědnost podniků do oblasti, kterou nemohou přímo ovlivnit.

- Komise má také v plánu monitorovat velké podniky a nadnárodní společnosti, jak naplňují své závazky vyplývající z mezinárodních nástrojů – Global Conduct, ISO 26000 a Směrnice OECD pro nadnárodní společnosti.

Sdělení Komise předcházela na globální i evropské úrovni řada iniciativ, do kterých byl Svaz aktivně zapojen a snažil se jednak ukázat dosavadní pozitivní přístup podniků v oblasti CSR, jednak omezit rizika a dopady vyplývající z nově přijatých či revidovaných závazků a globálních nástrojů:

- SP ČR přispěl k formulování dvou materiálů BUSINESSEUROPE přijatých v roce 2009: Memorandu o CSR a Dokumentu o transparentnosti. Cílem obou stanovisek bylo prokázat, že evropské podniky ani v době krize nepolevily ve své společenské odpovědnosti a že CSR a koncept transparentnosti jsou součástí řídicích procesů moderních podniků.

- SP ČR se aktivně podílel v rámci IOE a BIAC (Business and Industry Advisory Committee) na procesu vytváření ISO 26000 CSR ve snaze připravit jednoduchý, srozumitelný a aplikovatelný návod pro podniky jak implementovat koncept CSR v souladu s podmínkami, ve kterých operují.

- SP ČR se aktivně podílel ve spolupráci s BIAC na revizi Směrnice OECD pro nadnárodní společ-

FOTO: ČTK



nosti. Cílem bylo, aby tento instrument zůstal i nadále právně nezávazný, nepodkopával konkurenceschopnost podniků, aby vycházel z reality, neboť hlavní odpovědností podniků je zajistit růst a tvorbu pracovních míst. Pro podniky je nepřijatelný také jakýkoliv koncept založený na principu odpovědnosti podniků za aktivity třetích stran (due diligence).

Vladimíra Drbalová, SP ČR

Máte hlad po dalších informacích?

Navštivte: WWW.SOCIALNIDIALOG.CZ

Chcete pravidelně dostávat tento bulletin do své e-mailové schránky?

Objednejte si ho na adrese :

REDAKCE@SOCIALNIDIALOG.CZ

Regionální kaleidoskop – měsíčník přinášející informace z dění v regionech ČR

Vydavatel: Svaz průmyslu a dopravy České republiky, Freyova 948/11, 190 05 Praha 9

Šéfredaktor: Pavel Daniel

Redakční rada: Ondřej Gbelec, Růžena Hejná, Milan Mostýn, Lucie Řezníčková

Kontakt: redakce@socialnidialog.cz, www.socialnidialog.cz

Grafická úprava, sazba a tisk: Ottova tiskárna, s.r.o.

Náklad: 2100 ks

Evidenční číslo: MK ČR E 20104

Uzávěrka vydání: 20. 8. 2012

Tento bulletin je vydáván v rámci projektu Udržitelnost sociálního dialogu, který je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR.