



společenská odpovědnost firem



**CSR - teoreticky, prakticky...
a diskusně!**

1. Část - teoreticky, prakticky

- Úvod - očekávání
- Co je to CSR
- Proč CSR
- Současné trendy
- Maslow
- Principy a pilíře CSR
- Zainteresované strany
- Systém managementu CSR
- Zavedení - jak na to

2. Část - diskuzně

co je to CSR

Evropská komise:
CSR = „*odpovědnost podniků za dopad jejich činnosti na společnost*“

Dopad?

Dopad = vliv.
Pozitivní i negativní.
Jak a čím podnik ovlivňuje své okolí.
Dopady sledujeme ve třech oblastech (viz pilíře) a
děláme takové aktivity, aby byly dopady menší.

proč CSR? 1 / 2

- **filantropie** (z řec. filein, milovat a anthrópos, člověk - láska k člověku)
- **zachování života na zemi**
 - trvale udržitelný rozvoj
 - Zelená ekonomika
- **vliv států (regulace a stimulance)**
 - Světový summit OSN 2012
 - Mezinárodní standardy pro systémy společenské odpovědnosti
- **vliv organizací**
 - Global Compact (2.4.2015 zapojení ČR)
- **vliv veřejnosti**
 - (sociální) média

proč CSR? 2/2

- zlepšení image, zvýšení důvěryhodnosti
- **transparentnost**
- konkurenční výhoda
- lepší vztahy s okolím (pochopení potřeb)
- zvýšení spokojenosti a loajality zaměstnanců
- věrnost zákazníků, odběratelů, dodavatelů
- dlouhodobá udržitelnost - stabilita
- ekonomické úspory
- využitelnost pro marketing

vybudování společensky odpovědné firmy
zvýšení reputace, lepší pozice na trhu
příspěvní k udržitelnému rozvoji
příspěvní k celkovému zlepšení společnosti

současné trendy v CSR 1 / 4

1990 - 2000
Věk image

- Nedělali jsme to, abychom pomohli planetě, ale abychom vypadali jako firma, která se o tyto věci zajímá (budování image- sliby)

2000 - 2010
Věk výhod

- Odlišit se a získat náskok před konkurencí, reakce na přání spotřebitelů, společensky odpovědné chování je nutný náklad. (naplňování slibů u některých firem)

2010 - 2020
Věk škod

- Firmy budou trestány, pokud se nedokážou chovat odpovědně. Spotřebitelé toho vědí o firmách mnohem víc a taky víc požadují. Informace se sdělují na sociálních sítích a mohou vážně firmu ohrozit.

současné trendy v CSR 2/4

- A co na to pan Maslow?

současné trendy v CSR 3/4

- **transparentnost** je důležitější než image
- největší moc mají lidé, kteří sdílejí informace
- demokratizace informací = **kapitalismus s zelenou krví**
- **generace Y**
- **80%** spotřebitelů je přesvědčeno, že jejich povinností je trestat neetické firmy tím, že budou bojkotovat jejich výrobky

současné trendy v CSR 4/4

CSR nezvyšuje cenu podniku,
ale zvyšuje jeho hodnotu

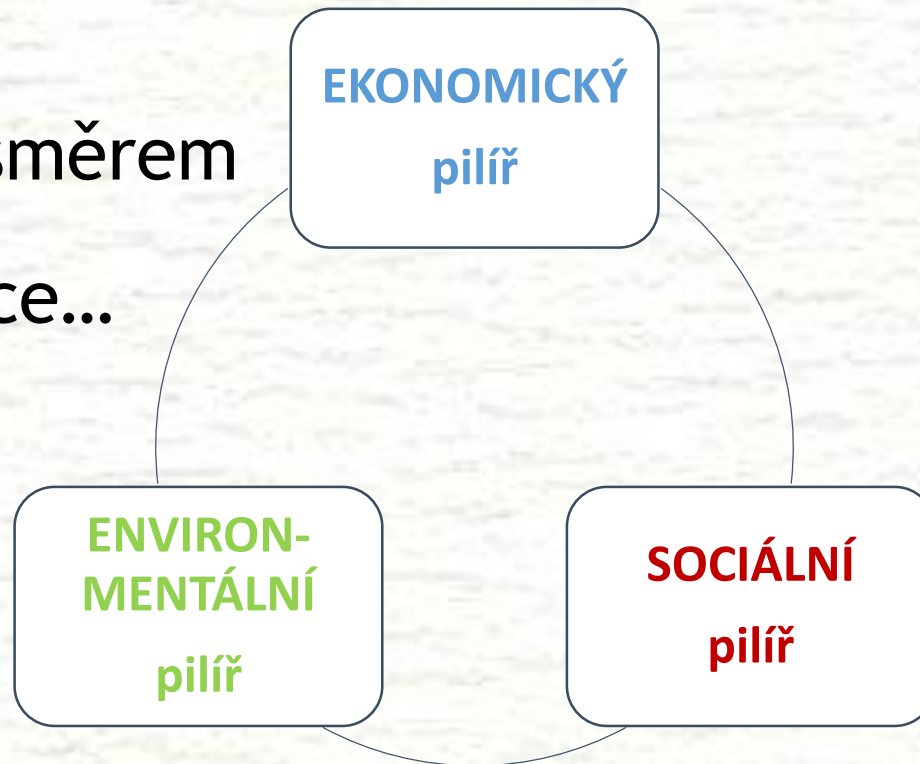
principy

(dle ČSN 01 0391 Společenská odpovědnost organizací - Požadavky)

- 1) **Odpovědnost**
- 2) **Transparentnost**
- 3) **Etické chování**
- 4) **Respektování potřeb zainteresovaných stran**
- 5) **Respektování práva**
- 6) **Mezinárodní standardy**
- 7) **Lidská práva**

pilíře CSR

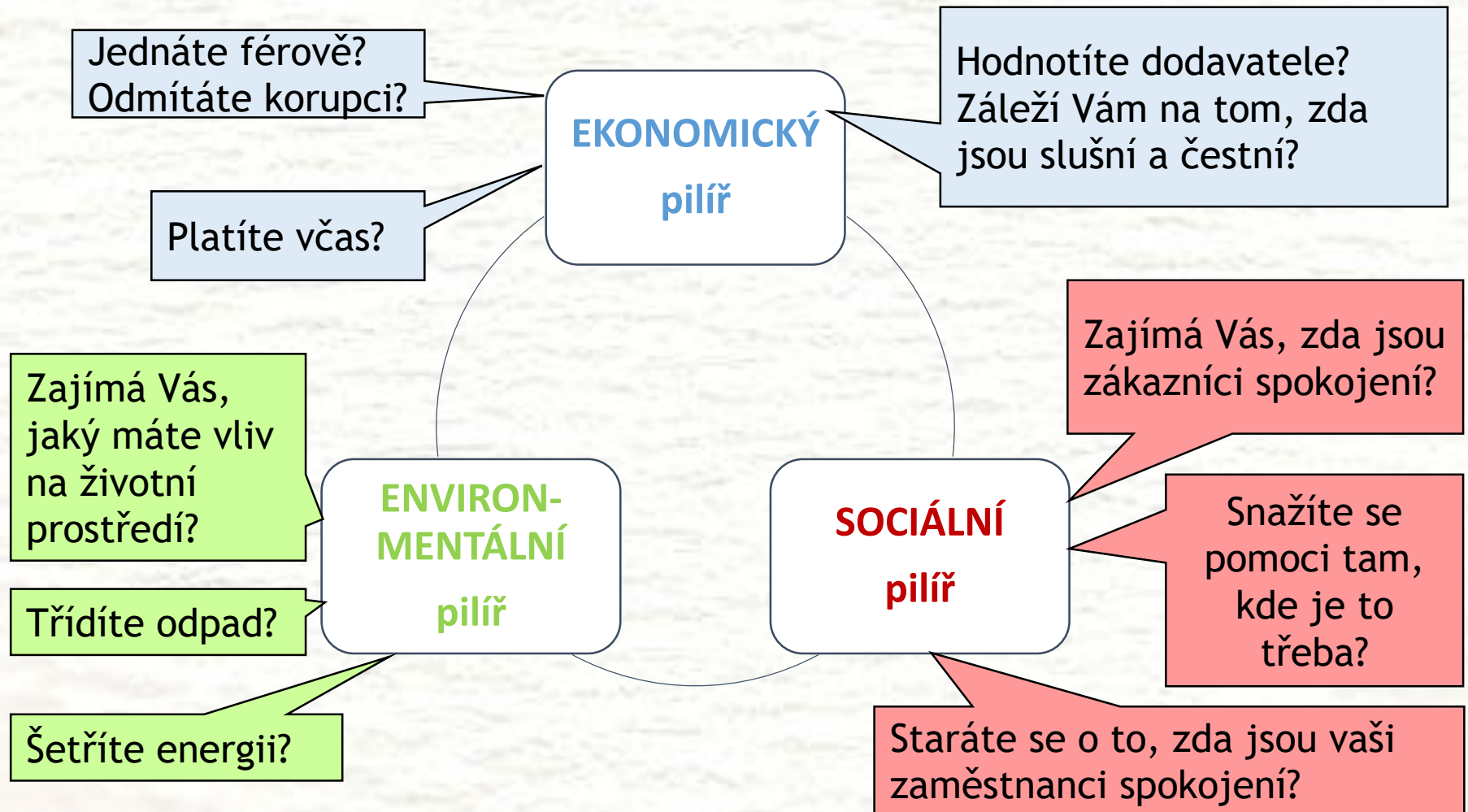
v každém pilíři
by měly
probíhat
aktivity směrem
dovnitř
organizace...



... a směrem
ven

Aktivity by
měly mít
nějaký cíl a
být SMART!

Je Vaše firma odpovědná?
Možná, že si ani neuvědomujete, že odpovědní jste.



zainteresované strany

Které osoby či skupiny ovlivňují firmu?

Které osoby či skupiny firma ovlivňuje?

cvičení

zainteresované strany

Kdo jsou naše zainteresované strany?

- osoby či skupiny ovlivňují organizaci
 - kdo na nás má vliv?
 - s kým je dobře být zadobře?
 - kdo nás podporuje?
 - kdo nás kontroluje?
- osoby či skupiny které organizace ovlivňuje
 - na koho máme vliv?
 - kdo nás sleduje?
 - kdo nás potřebuje?
 - koho zajímá, co děláme?

zainteresované strany - komunikace

míra jejich vlivu a našeho zájmu = míra naší aktivity jejich směrem

naš zájem o ně	vyšoký	průběžně je informovat	vést s nimi dialog a zapojit je
	nížký	odpovídat jim na otázky	zjišťovat jejich spokojenost
		malý	velký
jejich vliv na nás			

Komunikace 1/2

- cílové skupiny - **KOMU** sdělíme
 - = zainteresované strany
- obsah komunikace - **CO** sdělíme
 - vychází **ze zájmu** zainteresovaných stran
- forma komunikace - **JAK** sdělíme
 - vychází **ze specifíků** zainteresovaných stran

Komunikace 2/2 - reportování

- Zpráva o společenské odpovědnosti
 - základní dokument odpovědné firmy
 - může být přílohou výroční zprávy nebo samostatný dokument
- Report GRI
- Report Global Compact

system managementu

Předpokladem úspěchu je systematický přístup, kdy odpovědné chování navazuje na strategii, hodnoty a poslání organizace.

Řídíme-li odpovědné aktivity, máme je pod kontrolou.
Pokud jsou aktivity plánované (řízené), jsou transparentní.
Je tedy transparentní organizace.

zavedení řízení CSR v organizaci - 3 cesty

Existují tři cesty.

- intuitivní - „dělám to tak, jak mi to připadá dobré + občas se s někým poradím“
- dle nějaké normy - nastavení CSR jako „systému managementu“
- certifikovaná - nastavení jako „systém managementu“, a ten pak nechám třetí stranou ověřit - certifikovat

zavedení řízení CSR v organizaci - kterou cestu vybrat?

Je nutno si odpovědět na otázky:

- Jak velká jsme organizace?
- Kdo se „tomu“ bude věnovat a kolik na to má času?
- Chce to po nás někdo?
- Jak sami sebe vnímáme?
- Víme, jaké jsou naše zainteresované strany?
- Komunikujeme CSR ven?
- Chceme aktivity plánovat, řídit, sledovat a zlepšovat?

analýza - příloha

zavedení řízení CSR v organizaci - kterou cestu vybrat?



způsob	přínosy	nároky
intuitivní	<ul style="list-style-type: none"> - „udělám si sám“, nikdo mi do toho nekecá - CSR mi vezme tolik času, kolik chci <ul style="list-style-type: none"> - nejede se podle nějakého plánu, věnuji se tomu, když mám čas 	<ul style="list-style-type: none"> - aby to fungovalo dobře, je třeba konzultovat s poradcem (jinak netransparentní, neodborné, chaotické, nesystematické - navenek nepůsobí uceleně)
dle normy (jen zavedené)	<ul style="list-style-type: none"> - v CSR je zaveden systém, který je jasně daný a je možné jej ověřit - aktivity nejsou nahodilé, ale plánované, řízené a kontrolované - tedy transparentní - lepší image (komunikace) 	<ul style="list-style-type: none"> - spolupráce s poradcem, čas - tohle sám nezvládnou - spolupráce s poradcem - pravidelná ověřování (1x rok audit, podklady do výroční zprávy...)
dle normy - certifikované	<p>viz dle normy zavedené +</p> <ul style="list-style-type: none"> - nezávislé ověření třetí stranou doložené oficiálním certifikátem (prestiž) - plán řízení CSR na 3 roky 	<ul style="list-style-type: none"> - nutná spolupráce s poradcem - kvůli ceně certifikace vhodné spíše pro větší firmy - málo známé normy - závazek na 3 roky

a teď jak na to

	<i>Odborně řečeno</i>	<i>Co to znamená v praxi</i>	
↑ příprava	uznání společenské odpovědnosti - rozhodnutí	Jdeme do toho? Chceme být společensky odpovědní?	✓
	jakou zvolíme cestu?	Intuitivní, dle normy, certifikace - viz analýza	
	přidělení zdrojů + ustanovení týmu	Máme na to čas? A lidi? Peníze? Informace?	✓
↓ realizace	zhodnocení současného stavu	Analýza současného stavu CSR	
	určení a zapojení zainteresovaných stran	Zjistíme zainteresované strany, nastavíme komunikaci (komu, jak, co).	✓
	identifikace aspektů	Jaké jsou dopady naší činnosti?	
	stanovení hlavních CSR cílů a aktivit	Co budeme dělat/děláme v jednotlivých pilířích? Jsou cíle SMART?	
	provádění aktivit	Samotná realizace konkrétních aktivit.	
	monitorování výsledků, vyhodnocování, komunikace	Daří se nám cíle plnit? O všem komunikujeme tak, jak jsme si to nastavili.	
	interní audity, přezkoumávání, zlepšování	A děláme to tak, jak chceme? Nebo to budeme dělat trochu jinak?	

2. Část - diskuzně!



- dotazník

děkujeme za pozornost

Zdenka Vymětalová

www.csr-zlin.cz

vymetalova@csr-zlin.cz