



společenská odpovědnost firem

Praktické přínosy společensky odpovědného podnikání

Program

I. blok

9,30 – 11,00

- úvod, očekávání
- vhled do problematiky
- stav v ČR
- pilíře, aktivity
- sociální podnikání

II. blok

11,15 – 12,15

- systémy managementu společenské odpovědnosti
- integrace CSR do stávajících SM
- měření, hodnocení, reportování

III. blok

12,45 – 14,30

- zavedení řízení CSR
- praktické zkušenosti, diskuze

I. blok

- úvod, očekávání
- vhled do problematiky
- stav v ČR
- pilíře, aktivity
- sociální podnikání

vhled do problematiky

co je CSR

- „CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními „stakeholders““.

(Evropská Unie: Zelená kniha)

- Rysy CSR:
 - tři roviny aktivit
 - **dobrovolnost**
 - dialog se zainteresovanými stranami
 - dlouhodobý charakter
 - důvěryhodnost / transparentnost
- People – Planet – Profit – (Product)

vhled do problematiky



proč být
odpovědnou
firmou

- **transparentnost** buduje **důvěryhodnost** firmy (dovnitř i ven, etika, nekorupční jednání)
- **zvýšení spokojenosti a loajality zaměstnanců – ekonomické úspory**
- konkurenční výhoda – **zlepšení image** – podpora značky (obchod), vede k věrnosti zákazníků – pochopení potřeb komunity
- začlenění do sítě podobně smýšlejících firem – punc etiky - odběratelů, dodavatelů
- **stabilita – dlouhodobá udržitelnost**

vhled do problematiky

současné
trendy

1990 – 2000
Věk image
sliby

2000 – 2010
Věk výhod
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 ohrožit.

vhled do problematiky

současné
trendy

- **transparentnost** je důležitější než image
- největší moc má ten, kdo má informace (generační rozdíly)

<i>Generace X</i> <i>1965 až 1980, jejichž formativní roky trvaly zhruba 20 až 25</i>	<i>Generace Y</i> <i>1980 až 1995, jejichž formativní roky trvají zhruba 25 let</i>	<i>Generace Z</i> <i>1995 až 2010, jejichž formativní roky budou trvat až 30 let</i>
• "Nevěř nikomu nad třicet, najdi si vlastní cestu a drž se jí. Po třicítce musíš změnit svět k lepšímu." • Děti členů Velké generace, Ztracené generace a takzvané Baby Boom generace.	• "Proč jsme tady? Jaký má život smysl? Kam směřujeme? Kde mám telefon?" • Děti Baby Boom generace a generace X.	• "Hmmm," KLIK KLIK CVAK CVAK... "Vyřešeno," KLIK... "Nějaký další problém?" • Děti Baby Boom generace, generací X a Y.

- **80%** spotřebitelů je přesvědčeno, že jejich povinností je trestat neetické firmy tím, že budou bojkotovat jejich výrobky
- CSR nezvyšuje cenu podniku, ale **zvyšuje** jeho **hodnotu**

vhled do problematiky

- Strategie **Evropa 2020**
- Sociální politika – základní teze:
 - Občan má povinnost starat se sám o sebe a svou rodinu
 - Občan má povinnost aktivně se starat o věci veřejné
 - Občané sociálním konsensem nastavují sociální záchrannou síť, kterou pak spravuje stát.
 - Výše nastavení záchranné sítě je závislá na vyspělosti občanské společnosti
 - **Lidské milosrdenství, nikoli povinnost!**

sociální podnikání v ČR

- Zákon č. 435/2004 Sb. o zaměstnanosti - §81 zaměstnavatelé s více než 25 zaměstnanci jsou povinni zaměstnávat osoby se zdravotním postižením ve výši povinného podílu – 4%
 - zaměstnávat přímo
 - odebírat výrobky nebo služby od zaměstnavatelů (50% a více osob)
 - odvod do státního rozpočtu nebo kombinace způsobů
- Zákon č. 137/2006 Sb. o zadávání veřejných zakázek
 - §101 Zvýhodnění dodavatelů zaměstnávajících osoby se zdravotním postižením
- Zákon o sociálním podnikání 2017

co je sociální podnik

- Obecně prospěšný cíl – definován ve statutu
- Minimálně 40% zaměstnanců musí být zdravotně postižených nebo z jinak sociálně vyloučených skupin
- Co největší zapojení zaměstnanců do procesu rozhodování
- Min. 51% zisku musí být reinvestováno do dalšího rozvoje podniku
- Orientace na lokální komunitu a využívání místních zdrojů
- Environmentální přístup k podnikání

sociální podnik – kdy ano

- Kvalitní podnikatelský plán
- Reálné zhodnocení vlastních možností finančních, personálních, uplatnění na regionálním trhu
- Jakou velikost sociálního podniku jsme schopni akceptovat, aniž by došlo k ohrožení hlavní činnosti podnikání
- Dodržet zásadu od malých počátků ke smělym koncům
- Využití dotace je bonus, nikoli cíl
- Zaměstnanci nejsou dobrovolníci

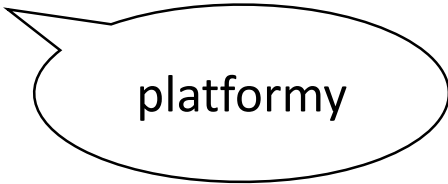
stav CSR v ČR



podpora

- Národní politika kvality
- Rada kvality – Národní středisko podpory kvality, Národní akční plán
- [Národní informační portál o CSR](#) (MPO + Rada kvality)
- Platforma zainteresovaných stran (jeden z výstupů NAP)
- Hospodářská komora ČR – pracovní skupiny, sekce

stav CSR v ČR



platformy

- Asociace společenské odpovědnosti, o.p.s. (GLOBAL COMPACT)
- Byznys pro společnost, fórum odpovědných firem (CSR Europe)
- Business Leaders Forum

pilíře, aktivity

jak uchopit CSR

stanovit
ZS

zjistit jejich
požadavky a
očekávání a
porozumět jim

určit způsob
komunikace

naplánavat
aktivity k
naplnění
potřeb ZS

vyhodnocovat
naplňování
potřeb

zainteresované strany

Které osoby či skupiny ovlivňují firmu?

Které osoby či skupiny firma ovlivňuje?

- 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	vysoký	průběžně je informovat	vést s nimi dialog a zapojit je
	nizký	odpovídat jim na otázky	zjišťovat jejich spokojenost
		malý	velký
		jejich vliv na nás	

pilíře, aktivity

dovnitř společnosti a vně +
SMART + potřeby a
očekávání ZS

EKONOMICKÝ pilíř

Jednáte férově?
Odmítáte korupci?

Platíte včas?

Hodnotíte dodavatele?
Záleží Vám na tom, zda
jsou slušní a čestní?

ENVIRON- MENTÁLNÍ pilíř

Zajímá Vás,
jaký máte vliv
na životní
prostředí?

Třídíte odpad?

Šetříte energii?

SOCIÁLNÍ pilíř

Zajímá Vás, zda jsou
zákazníci spokojení?

Snažíte se
pomoci tam,
kde je to
třeba?

Staráte se o to, zda jsou vaši
zaměstnanci spokojení?

pilíře: příklady aktivit z ekonomické oblasti

Aktivity směrem dovnitř

- dosahování pozitivních ekonomických výsledků vč. řízení rizik
- snaha o udržitelný rozvoj organizace
- budování dobrého jména a značky
- zjišťování potřeb zainteresovaných stran a snaha o jejich naplnění
- etický kodex organizace vč. protikorupčních opatření
- hledání nových příležitostí pro rozvoj – inovace
- matchingové fondy
- ochrana duševního vlastnictví, aj.

Aktivity směrem ven

- tvorba pracovních příležitostí
- upřednostňování místních dodavatelů
- odmítání korupce, podvodů
- odmítání nekalé konkurence a nekalé soutěže
- finanční podpora rozvoje místní komunity
- zakládání nadací, sociálních podniků
- veřejně prospěšné projekty, bezplatné služby aj.

pilíře: příklady aktivit z environmentální oblasti

Aktivity směrem dovnitř	Aktivity směrem ven
- vývoj a výroba ekologicky šetrných výrobků - LCA - používání ekologicky šetrných produktů napříč firmou - ekologicky vhodné způsoby transportu, logistika - analýza environmentálních rizik a uplatňování principů prevence a předběžné opatrnosti - zvelebování pracovního prostředí aj.	- snižování spotřeby materiálů, energie, vody (vč. snahy o zvýšení podílu využití obnovitelných zdrojů) - environmentální dobrovolnické aktivity - marketingové aktivity zaměřené na životní prostředí - snižování odpadů či jejich recyklace - snižování emisí do ovzduší, půdy, vody aj.

pilíře: příklady aktivit ze sociální oblasti

Aktivity směrem dovnitř

- dodržování lidských práv
- zaměstnanecké výhody, BOZP, work-life-balance
- komunikace se zaměstnanci (zpětná vazba, hodnocení, podíl na rozhodování)
- rozvoj lidského kapitálu (vzdělávání, rekvalifikace..)
- tvorba a rozvoj kultury organizace (symboly, způsoby jednání na pracovišti, hodnoty)
- spravedlivé odměňování, flexibilní formy zaměstnání, jistota zaměstnání
- rovné příležitosti, rozmanitost na pracovišti aj.

Aktivity směrem ven

- externí firemní filantropie (dary x sponzoring)
- dialog se stakeholders
- podpora aktivit místních sdružení
- preferování místních zaměstnanců při nábořech a výběrových řízeních
- zaměstnávání handicapovaných a jinak znevýhodněných osob aj.

II. blok

- systémy managementu společenské odpovědnosti
- integrace CSR do stávajících SM
- měření, hodnocení, reportování

systemy managementu společenské odpovědnosti

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

Řídíme-li odpovědné aktivity, máme je pod kontrolou.

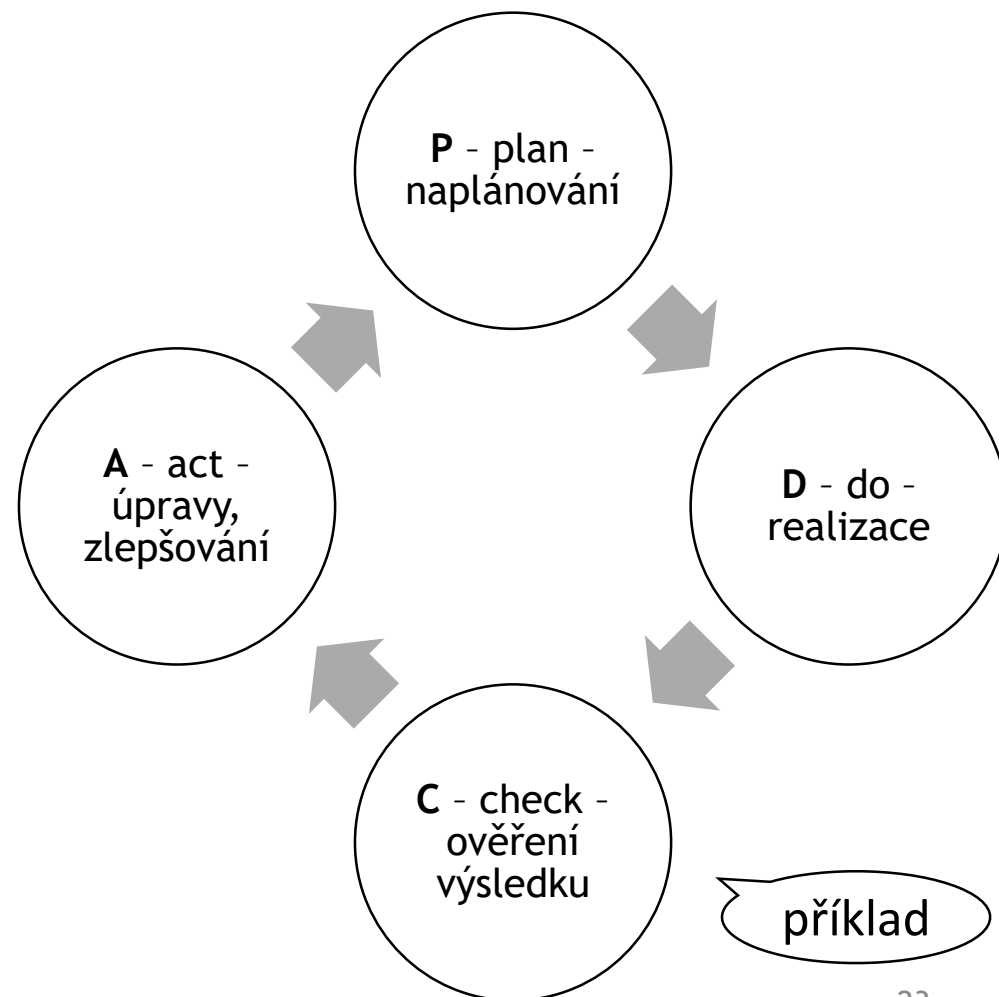
Pokud jsou aktivity plánované (řízené), jsou **transparentní**.
Je tedy transparentní organizace.

systemy managementu společenské odpovědnosti

systemy managementu
charakterizuje

**Demingův
cyklus (PDCA Cyklus)**

= metoda
postupného zlepšování
probíhající formou
opakovaného
provádění čtyř
základních činností:



systemy managementu společenské odpovědnosti

Systémové
standards
(řeší celou CSR)

- SA 8000**
 - certifikační, americký soukromý standard
 - z 90% obsahuje náš zákoník práce
- AA 1000**
 - série tří norem: 1) zásady a principy, 2) požadavky, 3) zapojení stakeholderů
- Global Reporting Initiative (GRI)**
 - z Nizozemí, rozšířen i v ČR; model pro měření a reportování
- ISO 26000**
 - necertifikovatelná, pouze návod; ideální pro pochopení komplexu CSR
- ČSN 01 0391**
 - certifikační - „jak by mělo vypadat řízení CSR v ČR“
- IQNet SR 10**
 - standard mezinárodní certifikační sítě IQNet, inspirován ISO 26000; certifikační

Systemy managementu společenské odpovědnosti



Dílčí standardy
(řeší CSR jen z části)

- ISO 9001 – kvalita (= 70% ekonomického pilíře)
- ISO 14001 – environment (= 80% env. pilíře)
- ISO 18001 – bezpečnost (= 40% sociálního pilíře)

INTEGRACE

měření, hodnocení

příklad

	Hmotná aktivita	Nehmotná aktivita
Zainteresaná strana	zákazníci	majitel, vlastník, vedení
Cíl	uspokojení potřeb zákazníka	růst hodnoty podniku
Aktivita	rozšíření poprodejního servisu	DOD podpora komunity zveřejňování informací
Indikátor	počet opakovaných nákupů od jednoho zákazníka	počet kladných ohlasů v médiích
Dlouhodobě měřitelný projev	zvýšení obrátu	možnost nových podnikatelských příležitostí získání sociálně citlivých spotřebitelů jako nových zákazníků

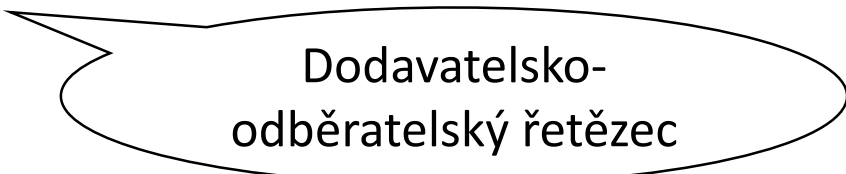
reportování



Komunikace!

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

měření, hodnocení, reportování



Dodavatelско-
odběratelský řetězec

Společenskou odpovědnost je třeba šířit.

Společensky odpovědná firma:

- **informuje** své spolupracující subjekty o tom, že je společensky odpovědná
- **ptá se**, zda jsou oni taky společensky odpovědní, případně proč ne (interní audit)
- **snaží se** spolupracovat se společensky odpovědnými organizacemi

měření, hodnocení, reportování

marketingové
využití

- Top odpovědná firma (2003, Byznys pro společnost)
- Národní cena za CSR (2009, Rada kvality ČR)
- Cena hejtmana za CSR (2009, Rada kvality ČR)
- Cena za Age Management (2013, Česká společnost pro jakost)
- Podnikáme odpovědně (2015, Rada kvality ČR)
- Cena FUTURUM (Business Leaders Forum)
- Inspirující projekt v oblasti společenské odpovědnosti (HK ČR)

III. blok

- zavedení řízení CSR
- praktické zkušenost z firem

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?

zavedení řízení CSR v organizaci – kterou cestu vybrat?



způsob	přínosy	nároky
intuitivní	- „udělám si sám“, nikdo mi do toho nekecá - CSR mi vezme tolik času, kolik chci – nejede se podle nějakého plánu, věnuji se tomu, když mám čas	- aby to fungovalo dobře, je třeba konzultovat s poradcem (jinak netransparentní, neodborné, chaotické, nesystematické – navenek nepůsobí uceleně)
dle normy (jen zavedené)	- 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)	- spolupráce s poradcem, čas – tohle sám nezvládnu - spolupráce s poradcem – pravidelná ověřování (1x rok audit, podklady do výroční zprávy...)
dle normy - certifikované	viz dle normy zavedené + - nezávislé ověření třetí stranou doložené oficiálním certifikátem (prestiž) - plán řízení CSR na 3 roky	- 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?
	zhodnocení současného stavu	Analýza současného stavu CSR
	jakou zvolíme cestu?	Intuitivní, dle normy, certifikace – viz analýza
realizace	přidělení zdrojů + ustanovení týmu	Máme na to čas? A lidi? Peníze? Informace?
	identifikace aspektů	Jaké jsou dopady naší činnosti?
	určení a zapojení zainteresovaných stran a jejich potřeb a očekávání	Zjistíme zainteresované strany, nastavíme komunikaci (komu, jak, co).
	stanovení hlavních CSR cílů a naplánování 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?

- praktické zkušenost z firem s realizací společensky odpovědných aktivit zaměřených dovnitř společnosti a vně (Mgr. Vladimíra Karasová, OZO Ostrava s.r.o.)
- praktické zkušenosti z firmy s nadnárodní matkou ()
- praktické zkušenosti s uchopením CSR v malém podniku (Petr Opletal, MEDMORAVIA s.r.o.)

*„Zajímám se o budoucnost,
protože v ní hodlám strávit
zbytek života.“*
(Ch. Chaplin)

Mgr. et Mgr. Zdenka Vymětalová
vymetalova@csr-zlin.cz

Ing. Alena Chalupová, MBA
chalupova@csr-zlin.cz