

Společenská odpovědnost

Ukončení: Zápočtem

Požadavky a podmínky

- Předmět je rozložen do přednášek
- Úvodní přednáška
- Druhá přednáška – prezentace studentů na vybrané téma (platí pro KS)
- Ukončení – zápočtem za prezentaci
- Dotazy

Struktura přednášky

- Vývoj konceptu společenské odpovědnosti firem ze světového i národního pohledu
- Oblasti společenské odpovědnosti
- Zavádění konceptu CSR
- Kritické pohledy na koncept společenské odpovědnosti
- Příbuzné koncepty a podnikatelská etika
- Společenská odpovědnost vysokých škol
- Příklady dobré praxe

Definice a vývoj

- Společenská odpovědnost firem neboli Corporate Social Responsibility (dále jen CSR) má své kořeny již v 19. století, kdy **Andrew Carnige** zveřejnil svůj názor na podnikání prohlášením, že bohatí lidé mají morální povinnost dělit se s ostatními o svůj majetek (Napříč společenskou odpovědností 2004). V posledních letech se můžeme setkat s názorem, že se tento koncept vyvíjí dynamicky již několik desetiletí. Samozřejmě v tomto případě musíme brát ohled na vývoj v jednotlivých zemích.
- V České republice se definice a první zmínky objevují kolem devadesátých let minulého století, přestože přístupy společenské odpovědnosti firem praktikoval již dávno před ustálením teoretické koncepce například Tomáš Baťa. Za prvního z významných teoretiků této oblasti je považován **Howard R. Bowen**, který ve své knize Social Responsibilities of the Businessman interpretoval CSR jako závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková 10 rozhodnutí nebo následovat takové směry jednání, které jsou z hlediska cílů a hodnot v naší společnosti žádoucí.

Definice a vývoj

- Největší rozkvět zaznamenal tento princip v poválečném období (60. léta, USA), kdy začalo být pro zákaznický segment důležité, jaké hodnoty firma uznává a jak se prezentuje. Tuto dobu považují odborníci za vznik moderního konceptu společenské odpovědnosti firem. Spojení CSR se pak ustálilo v devadesátých letech. Základním krokem pro usazování tohoto konceptu v zemích Evropské unie se pak stal Lisabonský summit (2000) z něhož vzešel závazek unie k tomuto konceptu.

Historie CSR

- Kořeny CSR nalézáme již v devatenáctém století, a to díky **Andrewu Carnigovi** a jeho prohlášení o podnikání bohatých lidí ve společnosti. Alternativně bychom však mohli za základy CSR v sociální rovině považovat také například založení tzv. Fuggerova městečka (je považováno za nejstarší sociální městečko světa, založené v roce 1521)
- V šedesátých letech se postupně objevují další apelace na bohaté podnikatele, na jejich přístup k okolní společnosti a komunitě.
- V roce 1979 navrhuje Archie B. Carroll definici CSR, která je založena na čtyřech základních požadavcích odpovědnosti – ekonomické, legislativní, etické a dobrovolné.
- Česká republika v tomto ohledu nezůstávala v pozadí. Za průkopníky tohoto konceptu se považují například Hugo František Salm, Josef Hlávka a Tomáš Bat'a.

Vymezení a definice CSR z pohledu Evropské unie

- Jak již vyplývá z historie CSR, existuje mnoho pohledů na tuto problematiku. Nezávisle na sobě se jí zabývá nejen vláda (vlády) a samotní podnikatelé, ale řada jiných světových i tuzemských organizací.
- V první řadě Evropská unie, která je pro členské země, k nimž Česká republika patří, příkladem dobré praxe a návodem jak problémy řešit a vzniklé možnosti využívat. CSR nachází silnou podporu u mezinárodních organizací jako je již zmíněná Evropská unie, OECD, OSN nebo Světové obchodní fórum pro udržitelný rozvoj (World Business Council for Sustainable Development).
- Nicméně Evropská unie se oblastí odpovědnosti systematicky zabývá již od roku 1995, kdy předseda Komise Jacque Delors inicioval založení evropské centrály CSR – CSR Europe

Vymezení a definice CSR z pohledu Evropské unie

- Z hlediska České republiky je podstatným vodítkem v této oblasti výsledek jednání tzv. European Multistakeholders Forum, které jako poradní fórum Evropské unie došlo v roce 2004 k důležitým závěrům o principech společenské odpovědnosti firem respektive organizací. Základní myšlenkou je deklarovaný princip dobrovolné integrace sociálních a environmentálních závazků firmy do jejích obchodních a jiných aktivit, které jsou realizovány nad rámec platné legislativy a obchodních smluv.
- v roce 2001 Evropskou komisí vydána Zelená kniha, která propaguje Evropský rámec společenské odpovědnosti firem a vyzývá všechny členské státy, aby zahrnuly principy CSR do svých národních strategií. Zabývá se všemi oblastmi CSR.
- Stěžejní v této oblasti je především přístup vlády a státní správy. Jedná se tedy o to, jaké podmínky v oblasti CSR vytvoří a jak je schopna motivovat a oceňovat firmy, které se chovají odpovědně.
- Dle Evropské komise je CSR definována jako „dobrovolné integrování sociálních a ekologických aspektů do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders“

Jak je to v ČR?

- Mezi hlavní organizace, které se v České republice CSR zabývají, jsou například Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo životního prostředí, platformy Byznys pro společnost a Business Leaders Forum. Byznys pro společnost je největší odborná platforma firem pro sdílení a šíření principů CSR a udržitelného podnikání v České republice.
- Definice, kterou uvádí na svých stránkách, vychází ze Zelené knihy Evropské komise „CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání“.
- „Společenská odpovědnost je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí se stakeholdery“ (Byznys pro společnost 2014).
- Business Leaders Forum charakterizuje na svých stránkách CSR jako „dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají“, což v podstatě vychází ze základní myšlenky definice, která je uváděna Evropskou komisí a ve své podstatě se podobá definici organizace Business for Social Responsibility, která definuje, že „společenská odpovědnost organizací je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání“

Jak je to v ČR?

Sféra společenské odpovědnosti absentuje jednotnou definici, která by byla mezinárodně uznávaná. Každý autor či organizace definici CSR ve své podstatě vystihuje na základě dobrovolnosti a závazků organizací zasazovat se o zlepšení situace v oblastech, jež se bezprostředně týkají společnosti a jejího fungování v ní. Vytyčují správný směr a popřípadě výhodu proti konkurenci. Hlavním smyslem je však snaha jít za hranice povinností podnikatelů, institucí a organizací a vytvořit dobrovolně přínos pro společnost a život v ní.

Oblasti společenské odpovědnosti

- Otázkou vymezení společenské odpovědnosti se zabývá řada autorů nejen v zahraničí, ale také v České republice. Obecně se koncept dělí do tří základních oblastí působení. Sféra ekonomická, sociální a environmentální. Někteří autoři doplňují tyto tři základní sféry působení ještě oblastí čtvrtou, což je oblast odpovědnosti vůči místní komunitě.
- Všechny tři sféry v odborné literatuře také nalzáme pod označením 3P (Profit, Planet, People). Každá z těchto sfér má svá specifika, charakteristické rysy a oblasti působení. Ekonomická sféra (Profit) například zahrnuje aktivity v oblastech boje proti zneužívání důvěrných informací, akce proti úplatkářství a chudobě, potírání kartelových dohod, ochranu spotřebitele či dodržování etických kodexů. Sociální sféra (People) obsahuje aktivity související s oblastí firemní filantropie, firemního dobrovolnictví, zaměstnanecké politiky, rovnoprávnosti žen a mužů a v neposlední řadě také oblast angažovanosti ve prospěch místní komunity. Poslední environmentální sféra působení (Planet) zahrnuje ochranu přírodních zdrojů, investice do ekologických technologií, úspory energie či ekologickou firemní kulturu a politiku podniku.

Tři pilíře CSR



Tří pilíře CSR

V literatuře nalezneme označení těchto pilířů jako triple–bottom–line. V tomto vymezení se znovu setkáváme s myšlenkou, že se firma a organizace při svém podnikání nezajímá pouze o dosažení zisku, ale její přístup může být mnohem zodpovědnější v důsledku dobrovolnosti angažovat se v komunitě nad rámec svých legislativních povinností (beyond compliance). Dobrovolně se tak rozhodují dělat i to, co není přímo nařízeno zákonem.

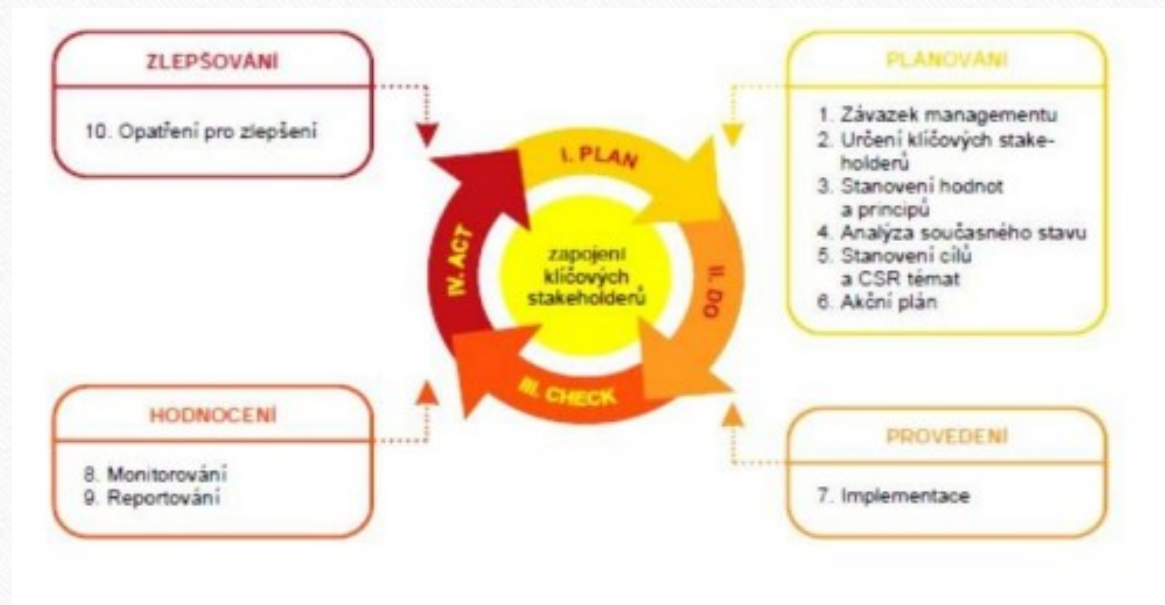
Zavádění konceptu CSR

- V současné době se objevuje mnoho charakteristik a členění přínosů CSR. Kuldová ve své publikaci například uvádí členění argumentů Werthera a Chandlera z roku 2006, kteří přínosy zavádění CSR dělí na morální, racionální a ekonomické. Morální jsou založeny na postřehu, že přestože firmy hlásají primární zaměření na zisk, uvědomují si, že jejich pozice bez společnosti, ve které působí, by nemusela být tak silná a nedosahovaly by takových zisků.
- CSR tak vzniká na základě vzájemně závislých vztahů mezi firmou a společností. Z morálního hlediska účelem tedy není pouze tvorba zisku, ale tvorba zisku s přidanou hodnotou něčeho „řekněme“ dobrého. Racionální argument je zastoupen myšlenkou tzv. „železného zákona společenské odpovědnosti“ .
- Uvádí, že ve svobodné a demokratické společnosti může volné zneužívání společenských povinností vést až k případnému odebrání moci těm, kteří ji neprávem zneužívají. Myšleny jsou tím například finanční skandály, korupce apod. Ekonomické argumenty jsou definovány při sledování vlastního zájmu podnikání tvorbou přidané hodnoty, která umožňuje aktivně reagovat na potřeby zájmových skupin a zainteresovaných stran.

Kroky implementace

Kvalitně zpracovaný koncept CSR pomáhá motivovat zaměstnance, ovlivňuje nákupní chování zákazníků, podporuje vztahy s dodavateli a často bývá investicí, kterou ocení široká veřejnost. Nicméně, každá organizace je individuální, specifická a proto si pro potřeby zavádění musí některé kroky modifikovat a upravit. Obecně se hovoří o tzv. „deseti krocích implementace“, které nabádají k tomu, aby se při zavádění CSR dbalo na poslání podniku, firemní kulturu, předmět a obor podnikání, obchodní strategii, environmentální profil, profil rizika a provozní podmínky.

Níže uvedený obrázek je návod na implementaci CSR, který je zasazen do rámce PDCA: Plan = plánujte; Do = dělejte, ve smyslu „provádějte“; Check = kontrolujte ve smyslu „hodnot’te“; Act = čňte ve smyslu „zlepšujte.“



Normy a iniciativy CSR

- ČSN EN ISO 9001 Systémy managementu jakosti
- ČSN EN ISO 14001 Systém environmentálního managementu
- EMAS Systém environmentálního řízení a auditu
- ČSN EN ISO 50001 Management hospodaření s energií
- ČSN OHSAS 18001 Systém managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
- ČSN ISO 26000 Společenská odpovědnost firem

Kritické pohledy na koncept společenské odpovědnosti

O společenské odpovědnosti se diskutuje na poměrně širokém poli společenské sféry. Mezi první akademiky, kteří se k tomuto tématu veřejně vyjadřovali, byli již ve 30. letech američtí profesori Adolf A. Berle a E. Merrick Dodd. Předmětem vzájemné intelektuální výměny mezi oběma akademiky v Harvard Law Review byla otázka, zda má být firma odpovědná pouze svým akcionářům, či zda má nést odpovědnost i k široké veřejnosti .

Nicméně koncept CSR se s postupným vývojem setkával také s kritickými pohledy na skutečnost, že firma či organizace neplní svou primární funkci (tvorba zisku), ale snaží se zasahovat i do oblastí, které se její činnosti bezprostředně netýkají.

Kritické pohledy na koncept společenské odpovědnosti

- První ze zásadnějších kritik 40 konceptu se objevila na počátku sedmdesátých let minulého století. Milton Friedmanem, známý liberální ekonom, který prohlásil, že „byznys podniku je byznys“. Filantropii a další společenskou angažovanost podniků považoval v podstatě za dodatečné zdanění - a tedy konkurenční nevýhodu. Jedinou odpovědností podniku byla podle něj maximalizace zisku v rámci platných zákonů a jedinou relevantní zainteresovanou stranou vlastníci podniku.
- Dle Friedmana by mohlo přijetí názoru, že manažeři firem a organizací mají jinou společenskou odpovědnost než vydělat co nejvíce peněz, podkopat základy svobodné společnosti.
- Další z kritiků konceptu CSR je např. Robert Reich z Kalifornské univerzity v Berkeley. V jedné ze svých publikací (Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life) jednoznačně odmítá koncept CSR a označuje ho za nebezpečné rozptýlení, které podkopává demokracii. Na základě této myšlenky se nechávají podnikatelé odvádět konceptem od hlavního cíle podniku, což je zmíněné navyšování zisku.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- Hovoříme-li o konceptu CSR, musíme si uvědomit, že v této oblasti existuje řada příbuzných konceptů. Na tomto poli tak vyvstává problém jejich identifikace a přesného vymezení. Setkáváme se s tímto problémem už při vymezení obecné definice CSR, která má různá pojetí, tak jak je to popsáno v textu. Za zmínku zde stojí výzkum profesora A. B. Carolla, který identifikoval více než 25 různých způsobů, kterými je o CSR v akademické literatuře pojednáváno.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Společenská výkonnost firem** vychází, jak píše Kuldová, z Carrollova propojení konceptu CSR a CSR2. Tento model slouží hlavně manažerům, díky němuž se mohou vypořádat se společenskými problémy. Jedná se hlavně o identifikaci problému komunity a určit správné oblasti aplikace společenské odpovědnosti.
- **Teorie hodnoty akcionářů** názory odborníků vychází právě z argumentů odpůrců konceptu CSR. Tito odpůrci jsou představitelé neoklasické ekonomické teorie, která se vyznačuje především maximalizací zisku. Akcionáři zde představují nejvýznamnější prvek firmy, kde se soustředí největší moc. V konceptu se manažeři snaží sladit vlastní hospodářské zájmy s maximalizací hodnoty pro akcionáře.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Firemní občanství** především zdůrazňuje, že zaměstnanec by měl cítit jistou míru sounáležitosti s firmou a organizací, ve které pracuje (Charvát 2009). Vymezení přesné definice však není jednoduché, stejně tak jako definice CSR. Tento pojem je v anglosaských zemích často spojován nebo spíše zaměňován s pojmem CSR
- **Teorie zainteresovaných stran** je založena převážně na myšlence, že společnosti nemohou existovat bez ohledu na zainteresované strany tzv. stakeholders.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Corporate Social Responsiveness** neboli CSR2 je překládán jako společenská vnímavost, rozšiřuje koncept společenské odpovědnosti o strategii na vytvořený společenský problém. Vychází z více manažerských přístupů a jeho zastánci kladou větší důraz na řízení a společenské vztahy. Scherer definuje koncept jako „odraz aktivnějšího postoje ze strany společnosti“.
- **Corporate Social Restitude** čili CSR3, tento koncept je prakticky rozšířením konceptu CSR2. Kuldová uvádí ve své publikaci také volný překlad tohoto konceptu, což je tzv. společensky odpovědná poctivost. Koncept souvisí s podnikatelskou etikou. V praxi se s ním však nesetkáváme.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Corporate Social Spirituality** označovaný také jako CSR4. Koncept rozvíjel Frederick a v roce 1998 přišel s novým pojetím, které bylo zaměřeno směrem k vesmíru a naturalistickému pojetí CSR z hlediska přírodních věd. Ve svém výzkumu se snažil analyzovat hodnoty, které zvýrazňují roli podnikatelských činností ve společnosti, jako jsou úsporné hospodaření a šetrné využívání energie. Znaky konceptu nalézáme například v teorii zainteresovaných stran, která tuto ideu obsahuje

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Firemní filantropie** je dle názorového portálu současného feminismu „klíčovou složkou širšího konceptu společenské zodpovědnosti podniků a důležitým pojítkem mezi firmou a místem, ve kterém podnik působí“. Především v posledních letech se role podniků ve společnosti změnila. Firma či organizace již není vnímána pouze jako subjekt, který má produkovat výrobky nebo služby výhradně za účelem vlastního zisku. Očekávání jejích zákazníků, klientů a také investorů jsou dnes podstatně větší. Pokud chtějí patřit mezi špičky v oboru svého působení, musí dbát nejen na dobrou pověst, ale také na prospěch své organizace a i celé společnosti. V rámci konceptu se však můžeme setkat i s nepeněžním dárcovstvím, které je založeno například na bezplatném pronájmu prostor, techniky, realizaci cílené osvěty atd.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Podnikatelská etika** zabývá se jí velké množství autorů a portálů pro podnikatele. Mimo jiné také Evropská unie a její orgány, které se v tomto zasazují o stále větší osvětu převážně v těch členských zemích, v nichž je vysoká korupce. Obecně můžeme podnikatelskou etiku 45 charakterizovat jako „zásady slušného jednání s obchodními partnery, jako vztahy s konkurencí či poctivé chování k zákazníkům“
- **Udržitelný rozvoj** se bezprostředně váže k životnímu prostředí. Koncepce společenské odpovědnosti tedy především reflektuje definici udržitelného rozvoje, která ve své podstatě zahrnuje cíle v oblasti sociálního rozvoje, ekonomického rozvoje a rozvoje v oblasti životního prostředí. Tyto tři sféry modifikovaně zasahují do klíčových momentů společenské odpovědnosti firem.

Příbuzné koncepty a podnikatelská etika

- **Společensky (sociálně) odpovědné investování** označované zkratkou SRI se v současné době šíří po celém světě. Podstatou je, že do základních investičních rozhodnutí jsou zahrnuta i sociální, etická a environmentální kritéria. Často bývá s podstatou tohoto konceptu spojováno i tzv. mikrofinancování. Historie SRI je datována od války ve Vietnamu, kdy někteří investoři začali prosazovat trend odmítání svěžit své prostředky společností podporujících válku. Tímto konceptem se převážně řídí společnosti, které se vyhýbají podpoře výroby cigaret, alkoholu, zbraní, hazardů apod.
- **Koncept sdílených hodnot** (Creating shared value) se věnuje především spojení společenské odpovědnosti a konkurenční výhody. Jak uvádí Backsttete a Stamp v Průvodci novou firemní (r)evolucí, vytváření sdílených hodnot je „investice do dlouhodobé konkurenceschopnosti podniků, které zároveň řeší společenské a environmentální cíle“
- **Work-life balance** neboli WLB je jedním z moderních trendů v oblasti podnikového řízení. Hlavní myšlenka je založena na zohledňování témat týkajících se pracovního a osobního života nejen při přípravě a realizaci personální politiky, ale i ostatních podnikových politik (finanční, inovační). Na základě tohoto modelu je velmi důležitá harmonie mezi mimopracovním a pracovním životem. Tento přístup bývá často řazen do sociálního pilíře společenské odpovědnosti.

Společenská odpovědnost vysokých škol

- Koncept společensky odpovědných univerzit prakticky respektuje specifika konceptu stejně jako ekonomický subjekt (týká se například i oblastí CSR). Pro jeho označení se využívá zkratky SRU (Social Responsibility of Universities) či zkratky USR (z anglického spojení University Social Responsibility). Obecně lze tento koncept charakterizovat jako odpovědnost univerzit veřejně propagovat a aplikovat soubor pravidel a hodnot při realizaci svých klíčových funkcí, kterými je výuka, výzkum, veřejné zapojení a institucionální řízení. Tyto principy a hodnoty přitom mohou zahrnovat závazek chovat se čestně, důvěryhodně a eticky, prosazovat sociální rovnosti a trvalý rozvoj lidských zdrojů.
- Tetřevová (2013, s. 130) popisuje společenskou odpovědnost univerzit jako „koncept založený na pozitivních aktivitách univerzity v oblasti ekonomické, sociální, environmentální, etické a filantropické ve vztahu ke všem jejím relevantním stakeholderům“.

Vývoj Společenské odpovědnosti vysokých škol

- Vývoj společenské odpovědnosti na vysokých školách zaznamenal rozmach závěrečným prohlášením Světové konference pro vysokoškolské vzdělávání UNESCO 1998, na nichž byly identifikovány některé aspekty související se sociálním posláním organizace vysokoškolského typu, jako je například názor, aby vychovávaly vysoce kvalifikované absolventy a odpovědné občany, daly studentům příležitost rozvíjet své schopnosti plně se smyslem pro společenskou odpovědnost.
- V závěrečném prohlášení z konference v roce 2009 UNESCO znovu potvrzuje povinnost vysokoškolského vzdělávání nejen v oblasti poskytování dovedností, ale také přispívání k formování občanů s etickými zásadami, podílející se na budování míru, ochraně lidských práv a demokratických hodnot.

Společenská odpovědnost vysokých škol

- Stejně tak jako v základní verzi konceptu i SRU vychází z oblastí svého působení (ekonomická, sociální, environmentální, etická).
- Do univerzitních aktivit v oblasti ekonomické odpovědnosti proto můžeme řadit následující: uplatnění principů dobrého řízení, rozvíjení pozitivních vztahů s relevantními stakeholdery (studenti, uchazeči o studium, absolventi, zaměstnanci atd.), vytvoření odpovídající nabídky kvalitních studijních plánů všech studijních oborů a programů v souladu s potřebami trhu práce a zájmy studentů, zavádění moderních výukových metod či rozvíjení univerzitního partnerství.
- Aktivity univerzit v sociální oblasti mohou být například vytvoření kvalitního pracovního prostředí s ohledem na zdraví a bezpečnost zaměstnanců, zapojování zaměstnanců do procesu rozhodování, vytvoření jasných a spravedlivých pravidel odměňování a pravidel participace zaměstnanců na získaných grantových prostředcích mzdového charakteru, nabídka zaměstnaneckých benefitů, vytvoření podmínek pro vzdělávání zaměstnanců a jejich spravedlivý kvalifikační růst, zajištění rovných příležitostí zejména pro mladé pracovníky, zákaz diskriminace přijetím závazných dokumentů či vytvoření vyvážených podmínek pro osobní a pracovní život.

Společenská odpovědnost vysokých škol

- Environmentální oblast působnosti univerzit je na základě množství administrativních i jiných úkonů dle mého názoru jedna z nejdůležitějších, proto skýtá mnoho rezerv, které nejsou dostatečně využívány. Do těchto aktivit můžeme zahrnout uplatnění 50 ekologického přístupu (recyklace, minimalizace odpadů, úspora energií), zajištění souladu s národními i mezinárodními standardy (viz předcházející kapitola a standardy ISO či EMAS), vývoj a propagace ekologických technologií nejen ve výuce, vedení k ekologickému a environmentálnímu citění, ochrana životního prostředí, a to formou propagace, projektů a zvyšování povědomí o situaci nejen ve světě, ale také v blízké oblasti působení.
- Etická oblast, která je často v základním konceptu zahrnována pod ekonomické aktivity, pak v oblasti působení univerzity spočívá převážně ve vytvoření, respektování a propagaci etického kodexu akademického pracovníka, odmítání korupce, ochraně duševního vlastnictví (zákaz plagiátorství ve všech sférách univerzitního prostředí), a rovněž v podpoře univerzitního dárcovství a dobrovolnictví.

Přínosy společensky odpovědné VŠ

- Univerzity pomohou najít ty nejlepší studenty a absolventy
- Školy zapůjčují své vybavení a prostory
- Akademická půda může jako benefit
- Možnost přístupu k zajímavým datům
- Škola vás přivede k dalším malým firmám