

Expertní zpráva k dokumentům národní ceny pro CSR

Dokumenty

Společenská odpovědnost (CSR) - hodnocení CSR firem v programu národní ceny ČR za společenskou odpovědnost (cca 70 tiskových stran); Společenská odpovědnost (CSR) - hodnocení CSR organizací veřejného sektoru v programu národní ceny ČR za společenskou odpovědnost (cca 70 tiskových stran);

Byly vyhodnoceny podklady pro národní cenu s tím, jak jsou zachovány principy mezinárodních norem a s analýzou možností zapojení spotřebitelů do procesu.

Analýza:

Odpovědné přístupy k podnikání jsou jednou z nejdynamičtějších a nejzajímavějších oblastí pro firmy fungující na globalizujících se trzích. V oblasti podnikání se dnes prosazují i takové principy, jako jsou odpovědnost a transparentnost v aktivitách firmy nebo jaká je shoda s relevantními mezinárodními standardy a národní legislativou. Jejich součástí je i respekt vůči lidským právům, akce proti korupci a úplatkářství i zvýšený dialog se státními i soukromými organizacemi, v neposlední řadě i pomoc nejpotřebnějším (dárcovství a dobrovolnictví, což je někdy považováno za hlavní soubor aktivit firem). Kořenem této nové koncepce managementu je vedle přirozené vlastnosti/ochoty pomáhat druhým především odpovědná kompenzace dopadů činností organizací na své zaměstnance, na klíčové obchodní partnery (zákazníky, dodavatele, investory,...), na životní prostředí i na kvalitu života občanů především v místní komunitě. Aby byla firma v dnešním světě dlouhodobě a trvale úspěšná, musí naplnit nová očekávání (místní komunita, zákazníci, dodavatelé, zaměstnanci apod.) – být tzv. společensky odpovědná (Společenská odpovědnost – Corporate Social Responsibility – CSR).

Společensky odpovědné firmy se chovají tak, aby zohlednily potřeby svého vnitřního i vnějšího prostředí, aby přispívaly k udržitelnému rozvoji, byly transparentní a obecně napomáhaly celkovému zlepšování stavu společnosti v rámci, i nad rámec svého komerčního působení. Konkrétně se společenská odpovědnost projevuje integrací pozitivních postojů, praktik či programů do strategie firmy na úrovni jejího nejvyššího vedení. Firmy si uvědomují, že nefungují izolovaně od okolního světa, ale jsou jeho přímou součástí. Navíc, hodnocení činnosti firmy jejím okolím a stav tohoto prostředí přímo ovlivňují její úspěšnost. Společenská odpovědnost firmy je trvalý závazek chovat se eticky a přispívat k ekonomické transparentnosti a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako místního společenství a společnosti jako celku.

Principy společenské odpovědnosti vedou k větší přitažlivosti firem:

- větší transparentností a posílenou důvěryhodností;
- zvýšenou loajalitou a produktivitou zaměstnanců i možností přilákat a udržet si kvalitní zaměstnance;
- vytvářením zázemí k bezproblémovému a úspěšnému fungování;

- lepšími příležitostmi pro inovace;
- snižováním nákladů na risk management;
- budováním politického kapitálu (zlepšování pozice pro současná a budoucí jednání);
- dialogem a budováním vztahů důvěry s okolím, a z toho vyplývajícím vzájemným pochopením;
- přímými finančními úsporami spojenými zejména s ekologickou praxí.

Firmy, které respektují principy společenské odpovědnosti postupně zjišťují důležitost zahrnutí těchto principů do své strategie a jejich začlenění jak do strategických, tak i každodenních cílů. Prosazováním principů CSR se vytváří nová kvalita vztahů mezi podnikatelskou sférou, státními orgány a organizacemi, nevládními organizacemi jako zástupci občanů -spotřebitelů i samotnými občany. Projevuje se ve spolupráci s vládou a nevládními organizacemi, kde působení aktérů nezávisí ani na autoritě, ani na tržních vztazích. Vzniká jistá reciprocita založená na sdílených zájmech a hodnotách (lze doložit řadou partnerství napříč sektory). Dochází k angažování se ve veřejné politice a ke společnému řízení a realizaci projektů ve společnosti.

Cílem této publikace je informovat podnikatelskou veřejnost o aktivitách Rady kvality ČR v oblasti společenské odpovědnosti, o Národní ceně ČR za společenskou odpovědnost (NC-CSR) a postupech hodnocení v NC-CR. Publikace obsahuje všechny dokumenty potřebné ke zpracování „Zprávy o CSR“ firmy českou originální metodou KORP pomocí sebehodnocení, která může sloužit jak podklad pro hodnocení firmy v Národní ceně ČR za společenskou odpovědnost i jako veřejný dokument pro zainteresované strany.

ISO 26000

Norma ISO 26000 – Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti předkládá komplexní charakteristiku celého konceptu systému managementu společenské odpovědnosti. Zahrnuje všeobecně uznávané principy CSR, možné oblasti pro volbu aktivit, jejich implementaci a hodnocení. Lze ji považovat za „kuchařku“ pro ty, kteří neznají nebo tápou, jak principy společenské odpovědnosti aplikovat. Tato norma neslouží k hodnocení úrovně CSR, není ani určená k certifikaci, znamená však soubor informací a doporučení k aplikaci CSR ve firmě. Norma si stanovila několik základních cílů, především:

- poskytnout organizacím návod pro budování CSR;
- identifikovat a vtáhnout zainteresované strany;
- zvýšit důvěryhodnost Zpráv o CSR;
- zvýšit spokojenost zákazníků;
- zdůraznit nezbytnost růstu výkonnosti;
- být konzistentní se stávajícími systémovými normami.

Český dokument rozvíjí základy ISO normy tak, aby bylo možné procesy certifikovat.

Závěry, doporučení

Je prioritním zájmem spotřebitelů, aby se CSR uplatňovalo systematicky a organizovaně, aby obsah těchto procesů získal a držel kredibilitu ze strany občanů. Jinak hrozí, že procesy budou „certifikovány“ komerčními subjekty bez záruky zajištění smysluplného obsahu.

Národní cena takové zastřešení zajišťuje.

Je třeba zajistit zapojení spotřebitelů do procesů.

V první etapě členství v Odborné sekci RK pro CSR. Umístit informaci na web.