

# UN Global Compact

## Praktický průvodce společenskou odpovědností pro malé a střední podniky



asociace  
společenské  
odpovědnosti

# **UN Global Compact**

## **Praktický průvodce společenskou odpovědností pro malé a střední podniky**

Český překlad publikace vydává Asociace společenské odpovědnosti, o.p.s., ve spolupráci s Informačním centrem OSN v Praze

Květen 2014

### **Global Compact**

UN Global Compact (UN GC) je síť firem a organizací, které se rozhodly sjednotit své poslání i každodenní činnosti s deseti obecně přijímanými principy společenské odpovědnosti v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a korupce. V současné době sdružuje přes 12 000 organizací ze 145 zemí světa a je tak největší platformou společenské odpovědnosti na světě. Více informací najdete na:

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).

### **Asociace společenské odpovědnosti**

Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR) je platforma, která sdružuje, propojuje a reprezentuje zájmy společensky odpovědných subjektů v ČR. Její unikátní vize zapojuje do tématu společenské odpovědnosti nejen firmy, ale i všechny další složky společnosti, a to včetně veřejné správy, neziskového sektoru, sociálních podniků, škol a v neposlední řadě i jednotlivců. Nejvyhledávanější informační portál o společenské odpovědnosti (CSR) v České republice již od roku 2009 přináší aktuality ze světa společenské odpovědnosti, odpovědného podnikání a udržitelnosti. A-CSR přijala 10 základních principů UN Global Compact. Více informací najdete na: [www.spolecenskaodpovednost.cz](http://www.spolecenskaodpovednost.cz).

## Úvodní slovo

### **Lucie Mádlová, výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR)**

Držíte v rukou ojedinělou publikaci, která vám pomůže pochopit Global Compact, jeho základní filozofii a krok po kroku vás provede procesem zavádění Deseti principů v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a protikorupčních opatření. Přestože se jedná o největší iniciativu společenské odpovědnosti na světě pod záštitou OSN, v České republice byl doposud neprávem opomíjen.

Mnoho firem či organizací netuší, co vše si lze pod pojmem společenská odpovědnost představit. Global Compact jim nabízí ucelený balíček, vynikající příležitost a především mezinárodní know-how dozvědět se o společenské odpovědnosti více. Deset základních principů UN GC komplexně provádí napříč společenskou odpovědností, počínaje ekologií až po korupci. Principy jsou platné jak pro velké nadnárodní firmy, tak pro malé a střední podniky, neziskové organizace či školy.

Nebojte, nejedná se o žádnou další certifikaci. Záleží čistě na vás, jak k němu přistoupíte. Zavedením Deseti principů Global Compact (GC) však můžete jen získat. Připojíte se tak k více než 12 tisícům organizací ze 145 zemí světa. Zjistíte, že společenská odpovědnost není vůbec žádná věda. Budete překvapeni, jak jednoduše můžete díky Deseti principům odpovědné podnikání do vaší společnosti zavést. Věděli jste, že mnoho z vašich každodenních činností (jako např. recyklace odpadu, energetické úspory, podpora místní komunity, bezpečné pracoviště, vzdělávání zaměstnanců, podpora rovných příležitostí aj.) spadá do Deseti základních principů GC?

Ráda bych na tomto místě poděkovala Informačnímu centru OSN v Praze, především pak panu Brožovi za to, že úsilí Asociace společenské odpovědnosti rozšířit povědomí o problematice Global Compact v ČR podporují. Vždyť společenská odpovědnost je vysoce aktuální téma, a díky tomu počet účastníků GC po celém světě neustále roste. Je velká škoda, že k němu Česká republika doposud přistupuje s nezájmem. Např. ve Španělsku přijalo Deset principů na 1 400 organizací. Liché jsou i obavy, že se GC týká jen velkých firem a nadnárodních korporací. V posledním roce zaznamenala iniciativa obrovský nárůst především z řad malých a středních podniků. Z 8 000 soukromých subjektů, kteří jsou členové UN GC, je většina (56 %) malých a středních podniků s méně než 250 zaměstnanci.

Téma CSR bylo doposud jako takové velmi vzdálené malým a středním podnikům a bylo domé-  
nou zejména nadnárodních korporací a velkých firem. Ne snad, že by menší firmy se nechovaly  
zodpovědně ke svému okolí, ale prostě tento název neznaly / neznají a mají zcela jiné starosti  
s provozem – sehnat zakázky, vymoci jejich zaplacení, hlídat peníze na výplaty, konkurenci, všech-  
ny předpisy a časté změny legislativy a lidí a času málo. Z toho vyplývá, že velká řada z nich se  
vlastně chová dle pravidel CSR, aniž by to sami věděli. Z naší praxe můžeme jmenovat například  
rodinné firmy, které jsou fenoménem samy o sobě. Rodinnost se nesleduje jako statistický údaj,  
přičemž tento segment podnikatelů je neobyčejně zajímavý. V r. 2013 naše asociace realizovala  
nezávislý průzkum mezi rodinnými firmami. Klíčová zjištění byla velmi překvapující – navzdory  
nepříznivému ekonomickému klimatu ve společnosti očekává většina z nich v příštích třech le-  
tech udržení či mírný vzestup tržeb. Velká většina z nich také vnímá „rodinnost“ svého podnikání  
jako výhodu, a to jak v očích zákazníků, tak obchodních partnerů, zaměstnanců či jejich oko-  
lí. Mezi nejvýraznější výhody rodinných společností patří jejich velká flexibilita, stabilita a etika  
v podnikání. Také podnikají s vidinou toho, že firma tu bude existovat ještě za 10, 20 let a oni  
ji budou moci předávat svým následníkům. Jde mnohdy o menší firmy regionálního charakteru,  
jejich zaměstnanci i okolí se dobře znají, jejich děti chodí spolu do školy, bydlí ve stejné ulici  
apod. Taková firma, když se dostane do problémů, nepropouští své zaměstnance hned, ale snaží  
se maximálně udržet zaměstnanost – např. jen zkrátí pracovní dobu a mzdu v případě nedostat-  
ku zakázek. Zaměstnanci velké korporace jsou naopak jen čárkou na seznamu, kterou vedení  
v dobách nejistých bez mrknutí oka a osobního kontaktu škrtně. Malé firmy také velmi často  
podporují ve svém okolí charitativní akce, přispívají na dětské domovy, provádějí zdarma opravy  
pro domovy seniorů, opravují drobné kulturní a náboženské památky, přispívají místním sborům  
dobrovolných hasičů apod. Stejně tak se často chovají i mladí začínající podnikatelé, kteří o tomto  
tématu slyšeli ve škole a přijde jim normální se chovat ekonomicky, ekologicky a přispívat k soci-  
álnímu rozvoji. Akorát to o sobě nevytrubují do světa, skromně o všem pomlčí a ví, že podporují  
dobrou věc. Mnohé z nich vede k CSR také zkušenost v rodině, u obchodních partnerů apod. Jen  
zkrátka malé a střední podniky nejsou v hledáčku médií a tak se o mnoha dobrých skutcích širší  
veřejnost nedozví. AMSP ČR se proto v r. 2014 rozhodla spolupracovat také s Asociací společen-  
ské odpovědnosti na daných tématech a rozvíjet téma společenské odpovědnosti právě u malých  
a středních podniků.

*Eva Svobodová, MBA  
generální ředitelka AMSP ČR*

#### O AMSP ČR

Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky (AMSP ČR) sdružuje na otevřené, nepolitické platfor-  
mě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé republiky a byla založena v r. 2001. Zastupuje zájmy  
cca 250 tisíc podnikatelských subjektů napříč obory. Od r. 2009 realizuje sérii unikátních NEZÁVISLÝCH PRŮZKUMŮ  
o názorech podnikatelů na problémové oblasti podnikání, jejichž výsledky jsou stěžejním podkladem pro klíčová stano-  
viska Asociace. Asociace spolupracuje s vládou, jednotlivými ministerstvy a v uplynulých letech iniciovala řadu zákou-  
ných opatření. Je připomínkovým místem k připravované legislativě, členem Podnikatelské rady a řady dalších poradních  
orgánů vlády a ministerstev vč. hodnotitelských komisí. Zvýšenou pozornost věnuje asociace aktuálně čtyřem projek-  
tům: začínajícím podnikatelům, rodinným firmám, podpoře řemesel a podpoře žen v podnikání.

## ÚVOD. 6

### I. ÚČAST V UN GLOBAL COMPACT. 7

Jak ovlivnit výsledky zavedením principů odpovědného podnikání?. 7

Co je to Global Compact?. 7

Deset principů Global Compact. 8

### II. PŘÍPRAVA. 9

Jak rozumět UN Global Compact? (sebehodnocení). 9

Kde hledat poradenství?. 10

Spojenci, kteří mohou pomoci. 10

### III. VÁŠ PRŮVODCE GLOBAL COMPACT: NOVÁ VIZE A PRIORITY. 11

Co je to vlastně „dobrá praxe“?. 11

Co děláme dobře?. 11

Vize a cíle: Co je důležité pro nás, jako pro podnik a jako pro občany?. 11

Priority: Potřebuje nějaká oblast neodkladnou pozornost? Existují možnosti pro zlepšení?. 11

### IV. ZAČÍNÁME. 12

Koho se to bude týkat? (Mapování zainteresovaných stran). 12

Rozumí všichni tomu, jak pracovat, aby byly principy naplňovány?. 12

Pravidla, strategie a zvyky naší firmy: pomáhají nebo brání rozvoji?. 12

### V. BUDOVÁNÍ TÝMŮ. 12

Kdo to všechno bude dělat?. 12

### VI. ZAVÁDĚNÍ PRINCIPŮ. 13

Lidská práva. 13

Pracovní podmínky. 13

Životní prostředí. 14

Protikorupční opatření. 14

### VII. VYHODNOCOVÁNÍ. 15

Proč a jak měřit zlepšení?. 15

### VIII. KOMUNIKACE POKROKU. 15

Proč a komu komunikovat pokrok?. 15

Jak po roce komunikovat pokrok?. 16

Kdo může pomoci?. 17

### IX. MONITORING/OCEŇOVÁNÍ. 17

Jak navázat na zlepšení?. 17

Jak docílit, aby zaměstnanci měli dobrý pocit z toho, že přispívají k uplatňování Deseti principů?. 17

Příspěvatelé. 18

## ÚVOD

Myšlenka společenské odpovědnosti firem (CSR, z anglického Corporate Social Responsibility) ovlivňuje i podniky malé a střední velikosti (SME, z anglického Small and Medium Enterprises). Debaty o společenské odpovědnosti se v minulých letech zaměřovala hlavně převážně na velké společnosti a nadnárodní korporace. Ale vztahy mezi dodavateli, vývoj legislativy a mezinárodní standardizace a certifikace a také rozšíření iniciativy UN Global Compact (UN GC) ve světě přeneslo debatu i na lokální úroveň.

V rozvinutých zemích mají malé a střední podniky intenzivní znalosti ve svém odvětví. Mohou ovlivnit koloběh podnikatelského chování a stát se efektivními partnery v předávání technologií, zlepšování obchodních praktik a otvírání trhu pro partnery z rozvojových zemí.

V rozvojových zemích jsou malé a střední podniky motorem pro rozšiřování obchodních vztahů, ekonomický růst i pro pronikání zisku k širšímu segmentu společnosti. Díky napojení na dodavatelské a výrobní subjekty fungují jako mocný nástroj pro integraci modernizujících se ekonomik do globálního trhu za předpokladu, že postupují podle standardů odpovědného chování.

Malé a střední podniky musí ale za účelem úspěšného zavádění sociálních a environmentálních standardů často překonávat velké překážky, jako je nedostatek pracovní síly či finančních zdrojů. Podniky této velikosti tvoří celosvětově přibližně 90 % veškerého obchodu a vytváří 50-60 % pracovních míst. Proto je nutné zvyšovat jejich povědomí a poskytovat jim znalosti v oblasti společensky odpovědného podnikání.

V roce 2006 pověřil Úřad Global Compact pověřil skupinu mezinárodních odborníků z UNIDO (Organizace OSN pro průmyslový rozvoj) vypracování této publikace, s názvem "Praktický průvodce pro malé a střední podniky". Cílem bylo navýšení počtu aktivních členů z řad malých a středních podniků v Global Compact a poskytnutí pomoci při zavádění tzv. Deseti principů.

**Tato publikace pro malé a střední podniky** poskytuje jednoduchý návod pro uplatňování principů podle UN Global Compact.

Pořadí jednotlivých kroků je následující:

**PŘÍPRAVA – VIZE A PRIORITY – ZAČÁTEK – BUDOVÁNÍ TÝMŮ – UPLATŇOVÁNÍ PRINCIPŮ V PRAKTICE – VYHODNOCOVÁNÍ – KOMUNIKACE POKROKU - OCEŇOVÁNÍ**

Tento průvodce je prvním krokem k vytvoření tvůrčího prostoru v rámci UN Global Compact, kde si malé a střední podniky mohou samy vyměňovat nejlepší nápady pro praxi a pomáhat šíření iniciativy Global Compact. I proto bude Asociace společenské odpovědnosti tentotento dokument v budoucnu doplňovat o nové postřehy a zkušenosti včetně příkladů dobré praxe.

## I. ÚČAST V UN GLOBAL COMPACT

Jak ovlivnit výsledky firmy zavedením principů odpovědného podnikání?

Zavedení principů společensky odpovědného podnikání přinese vaší společnosti vřdymůže přinést vaší společnosti jen samé výhody. Přinese vám finance i uznání. Obojí vám pak pomůže v krátkodobém i dlouhodobém horizontu. Tím, že povedete svůj podnik společensky odpovědným způsobem, postupně **zvýšíte vaši konkurenceschopnost** tím, že:

- snížíte spotřebu materiálů, energie a vody,
- motivujete své zaměstnance,
- zefektivníte provoz,
- zlepšíte vztahy s lidmi, kteří jsou důležití pro vaše podnikání,
- zlepšíte pověst společnosti u zákazníků.

**UN GlobalCompact** se svými Deseti principy v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a protikorupčních opatření nabízí vaší společnosti ojedinělou platformu pro zapojení do společensky odpovědného podnikání a mezinárodní sdílení zkušeností. Když se vaše společnost připojí k iniciativě Global Compact UN GC, získá přístup k rozsáhlým znalostem OSN v oblasti rozvoje i kontakty na vlády, byznys, občanská sdružení a další důležité hráče.

Tento Průvodce vám pomůže pochopit GlobalCompact a jeho filozofii a zároveň vás provede procesem zavádění Deseti principů. Zavedení principů není jednorázový krok. K UN GC je potřeba přistupovat jako k neustálému zlepšování dle cyklu PDCA:

- Plan (plánuj)
- Do (konej)
- Check (kontroluj)
- Act (reaguj)

Průvodce popisuje osm postupných kroků, které byly vytvořeny tak, aby mohly být neustále zlepšovány.

### Co je to GlobalCompact?

GlobalCompact je mezinárodní iniciativa, která podporuje podniky a společnosti v zavádění ekologicky šetrných a společensky odpovědných metod a postupů, o kterých také následně informují. GlobalCompact je také Deset principů, které pokrývají čtyři základní oblasti:

- Lidská práva
- Pracovní podmínky
- Životní prostředí
- Protikorupční opatření

Cílem GlobalCompact je propagovat společensky odpovědné podnikání tak, aby byznys pomáhal řešit výzvy, které přináší globalizace.

GlobalCompact není regulační úřad, nekontroluje, nevynucuje ani neposuzuje chování nebo kroky společností. Spíše spoléhá na společenskou odpovědnost, transparentnost a vlastní zájem společností či odborových a občanských sdružení, že budou samy iniciovat smysluplné kroky k dosažení principů, na kterých je GlobalCompact postaven.

GlobalCompact má charakter „sítě“. V současné době sdružuje přes 12tisícorganizací ze 145 zemí světa. Iniciativa je podporována i některými univerzitami a městy. Základem je Kancelář Global-Compact a 6 dalších agentur při OSN:

- Úřad vysokého komisaře OSN pro lidská práva
- Program OSN na ochranu životního prostředí
- Mezinárodní organizace práce (ILO)
- Rozvojový program OSN (UNDP)
- Organizace OSN pro průmyslový rozvoj (UNIDO)
- Úřad pro drogy a kriminalitu (UNODC)

GlobalCompact vytvořil více než 100 národních sítí, které fungují jako dobrovolné asociace, ve kterých se sdružují firmy a organizace a zapojují se do společných aktivit.

## Deset principů GlobalCompact

UN GlobalCompact žádá společnosti, aby přijaly Deset principů a uplatňovaly je ve své podnikatelské činnosti, vyhledávaly projekty a aktivity, které podpoří principy a širší cíle OSN. Jedním z prvořadých cílů je zasadit principy, tedy dobré obchodní vystupování, do firemní strategie. Tyto principy jsou následující:

### Lidská práva

Princip 1 firmy mají podporovat a respektovat mezinárodně uznávaná lidská práva,  
Princip 2 zároveň si mají být jisté, že se neúčastní porušování lidských práv v jakémkoli směru.

### Pracovní podmínky

Princip 3 Firmy mají uznat právo na sdružování zaměstnanců a uznat jejich právo na kolektivní vyjednání  
Princip 4 nedovolit jakoukoliv formu nucené práce,  
Princip 5 zamezit dětské práci  
Princip 6 a bránit jakékoli diskriminaci v zaměstnání.

### Životní prostředí

Princip 7 Firmy mají podporovat preventivní přístup k ochraně životního prostředí,  
Princip 8 účastnit se iniciativ prosazujících zvyšování odpovědnosti vůči životnímu prostředí  
Princip 9 a podporovat vývoj a šíření ekologicky šetrných technologií.

### Protikorupční opatření

Princip 10 Firmy mají být proti všem formám korupce, včetně vyděračství a úplatkářství.



## II. PŘÍPRAVA

### Jak rozumět UN GlobalCompact? (sebehodnocení)

Tento dotazník slouží k sebehodnocení, jež vám pomůže zjistit, nakolik rozumíte společenské odpovědnosti (CSR). V následujícím testu zaškrtněte možnosti, které nejlépe odpovídají skutečnosti v rámci vašeho podnikání (činnosti).

#### 1. O UN GlobalCompact:

- a) Toto je můj první kontakt s tématem.
- b) Něco málo o tématu vím.
- c) Snažím se prohloubit své znalosti o tomto tématu.

#### 2. Co se týče právních závazků, moje organizace:

- a) Těžko dostává právním předpisům a závazkům.
- b) Dostává většinu právních předpisů a závazků.
- c) Bere právní předpisy a závazky jako prioritu.

#### 3. Etika je pro mě:

- a) Abstraktní pojem.
- b) Jednoduchá na porozumění, ale těžko aplikovatelná.
- c) Základ, na kterém by měly být postaveny mezilidské vztahy.

#### 4. V souvislosti s jednáním s lidmi v mé organizaci:

- a) Chovám se ke každému, jak si zaslouží.
- b) Snažím se chovat ke každému tak, abych se vyhnul konfliktům.
- c) Snažím se rozpoznat potřeby jednotlivců a hledat nejlepší způsoby, jak je naplňovat.

#### 5. Ohledně životního prostředí:

- a) Sotva kdy na něj myslím.
- b) Zajímám se o životní prostředí, ale moc pro jeho ochranu nedělám.
- c) Usiluji o zlepšení životního prostředí a hledám praktická řešení problémů. Povzbuzuji ostatní, aby dělali totéž.

#### 6. Ve vztahu k dodavatelům:

- a) Mám často konflikty a vždy se cítím ohrožený.
- b) Mám přátelské vztahy.
- c) Hledám takové partnery, kteří mají podobné zásady a kteří mohou nějak obohatit moje podnikání/činnost.

#### 7. Co se týče zákazníků nebo spotřebitelů:

- a) Jsou důležití, ale je nemožné je uspokojit.
- b) Snažím se na ně brát ohledy.
- c) Chovám se k nim tak, jak bych očekával, že se moji dodavatelé budou chovat ke mně.

#### 8. Pokud bych zaslechl, co lidé zvenčí říkají o mé společnosti, určitě bych slyšel jednu z těchto vět:

- a) „Doufám, že se přesunou někam jinam!“
- b) „Hele, Pepíku, jestli budou nějaká volná místa u vás v podniku, nezapomeň mi říct, ano?“
- c) „Věci se hodně pohnuly od té doby, co sem přišli lidi z [vaše organizace].“

#### 9. Moje společnost v době voleb:

- a) Zakazuje zaměstnancům diskutovat o politice ... Hádky ohledně fotbalu stačí.
- b) Dovoluje zaměstnancům rozdávat volební letáky podle libosti.
- c) Usiluje o zvýšení povědomí mezi zaměstnanci a ve veřejnosti o tom, jak důležité je volit, a podporuje otevřenou diskusi.

Tento dotazník vám mohl přinést alespoň zběžný pohled na to, jakou pozici má společensky odpovědné podnikání ve vaší firmě. Jestliže jste zaškrtnuli odpověď „c“ u všech či většiny otázek, již nyní rozumíte Principům Global Compact poměrně dobře. Jestliže jste zaškrtnuli „a“ nebo „b“, ale chtěli jste zaškrtnout „c“, už nyní přemýšlíte jako společensky odpovědný jedinec. Ovšem pokud jste pokaždé zaškrtnuli „a“ jako správnou odpověď, prostudování tohoto Průvodce vám může pomoci.

## **Kde hledat poradenství?**

Kontaktem číslo jedna je pro vás národní síť Global Compact, kde obdržíte veškerou pomoc a poradenství. Národní síť se skládá z přidružených firem a akademických a společenských institucí, které koordinují aktivity sítě. Národní sítě Global Compact byly vytvořeny ve většině zemí světa napříč všemi kontinenty.

V České republice se o rozšíření povědomí o UN Global Compact aktivně zasazuje Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR) s podporou Informačního centra OSN v Praze. Podívejte se na výstup z prvního kulatého stolu k UN Global Compact v ČR, který společně uspořádali dne 21. listopadu 2013 v prostorách Informačního centra OSN v Praze [zde](#).

A-CSR vás obeznámí se specifickými souvislostmi Deseti principů v kontextu České republiky. Poskytne vám cíle Global Compact, pomůže vám zvolit principy, které jsou zásadní pro vaši společnost. A-CSR vám pomůže zavést základní principy do strategie vaší společnosti, poskytne bližší informace, předá vám zdroje a nástroje pro zavádění změn. Ráda vás také pozve na školení či k dialogu s ostatními podobně smýšlejícími jednotlivci nebo organizacemi. Pro více informací nás neváhejte kontaktovat. Více naleznete na [www.spolecenskaodpovednost.cz](http://www.spolecenskaodpovednost.cz), nejvyhledávanějším informačním portálu o společenské odpovědnosti v České republice, který již několik let přináší aktuality ze světa společenské odpovědnosti, odpovědného podnikání a udržitelnosti, informuje o zajímavých projektech, akcích, publikacích a výzkumech.

## **Spojenci, kteří mohou pomoci**

I když se můžete cítit osamoceni a zahlceni, když čelíte výzvám, které zavádění principů Global Compact přináší, existují různí spojenci, kteří mohou vaše úsilí podpořit: např. podnikatelské asociace, společenská sdružení, akademici, stážisté, vládní úředníci a další. Kontaktujte národní síť Global Compact ve vaší zemi, pomůže vám takové spojence najít.

### III. Váš průvodce Global Compact: Nová vize a priority

#### Co je to vlastně „dobrá praxe“?

Global Compact po firmách požaduje pravidelná hlášení o zavádění Deseti principů. Co vlastně může být považováno za „dobrou praxi“?

Budete překvapeni, jak jednoduše můžete zavést principy odpovědného podnikání. Například zhasínání světel, když není třeba svítit, je dobrá praxe, kterou je jednoduché začít uplatňovat. Snižování spotřeby vody nebo surovin může být další krok. Tento průvodce vám poradí, co udělat ve čtyřech oblastech, o které se Global Compact zajímá, tj. lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí a protikorupční opatření.

#### Co děláme dobře?

Mnoho vašich zvyků lze jistě považovat za správné chování dle principů Global Compact. Jde například o recyklaci odpadu nebo práci pro vaše blízké okolí. Pamatujte, že vaši zaměstnanci jsou první linií v jakékoliv obchodní činnosti, zejména pak v oblastech souvisejících s Global Compact. Požádejte je, aby pomohli identifikovat dobré postupy vytvořením seznamu současných činností, které souvisí s principy Global Compact. Zaměstnanci mohou také přicházet s vlastními návrhy. Snadno tak zjistíte, co vaše společnost již dělá, a zároveň můžete snadněji odstranit nedostatky.

Zde jsou některé postupy stojící za úvahu:

- Recyklace odpadu.
- Využití energeticky efektivních přístrojů a vozů.
- Spolupráce s místními dodavateli.
- Podpora projektů ve vašem blízkém okolí.
- Poskytování bezpečného pracovního prostředí a možnost vzdělávání pro zaměstnance.
- Zlepšení genderové rovnoprávnosti a work-life balance na pracovišti.

#### Vize a cíle: Co je důležité pro nás, jako pro podnik a jako pro občany?

Usiluje vaše společnost stejně o blaho lidí a životního prostředí jako o zisk? Vází si vaši obchodní partneři, zákazníci, spotřebitelé a investoři obchodování s vámi nebo investování do vaší společnosti? A co vaši zaměstnanci a vaše okolí? Smýšlí vaši zaměstnanci o firmě jako o skvělém místě, kde mohou pracovat? Je vaše firma dobrým sousedem?

Zhodnoťte, co je pro vaši společnost důležité a pokuste se to začlenit do firemních vizí a cílů.

#### Priority: Potřebuje nějaká oblast neodkladnou pozornost? Existují možnosti pro zlepšení?

Zavedení Deseti principů Global Compact nemusí proběhnout najednou. V závislosti na vaší konkrétní situaci nejprve zkontrolujte, co děláte dobře, a popřemýšlejte o vizích a cílech firmy. Potom můžete začít se stanovením priorit. Změny tak dosáhnete postupně. Jestliže vaše společnost podniká například v hornictví, budou se vás dotýkat nejvíce otázky životního prostředí. Firmy v sektoru služeb mohou být nejvíce ovlivněny problematikou korupce. Mějte na paměti principy Global Compact a snažte se odhalit vysoce rizikové oblasti a chování v rámci vaší firmy, jež mohou ohrozit vaši reputaci. Přemýšlejte, kde může uplatňování Deseti principů podnítit inovaci, větší efektivitu, vyšší produktivitu nebo lepší přístup na finanční trhy. Přemýšlejte o rizicích a příležitostech při stanovování krátkodobých priorit a dlouhodobých cílů.

## IV. ZAČÍNÁME

### Koho se to bude týkat?

Přemýšlejte o všech skupinách a jednotlivcích, kterých se dotýká vaše podnikání – všichni jsou zahrnuti do termínu tzv. stakeholders (**zainteresované strany**). Existují čtyři hlavní skupiny zainteresovaných stran:

- vaši zaměstnanci,
- veřejnost,
- vaši klienti a zákazníci,
- vaši dodavatelé.

Můžete začít tak, že si nakreslíte diagram, který bude znázorňovat vztah ke každému z vašich stakeholders. Naslouchání a rozmlouvání se všemi v pravidelných intervalech může zlepšit pověst vašeho podniku. Za málo peněz.

### Rozumí všichni tomu, jak pracovat, aby byly naplňovány principy?

Je nezbytné, aby závazek k zavedení praktik odpovědného podnikání vzešel od nejvyššího představitelů firmy (generální ředitel, předseda představenstva, jednatel, majitel apod.). Především proto, že právě on/a zodpovídá za výsledek celého úsilí.

Ale protože v první linii stojí především vaši zaměstnanci, budou to právě oni, kdo budou principy v praxi uplatňovat. Proto je nanejvýš důležité všechny o svých plánech informovat. Můžete svolat neformální setkání, oficiální seminář nebo vydat oznámení všem zaměstnancům. V další fázi informujte své pracovníky o konkrétních krocích, které máte v plánu přijmout.

### Pravidla, strategie a zvyky naší firmy: pomáhají nebo brání rozvoji?

Je možné, že ve vaší firmě jsou zavedena pravidla nebo firemní politika a/nebo praxe, jež brání v úspěšném zavedení Deseti principů Global Compact. Mohou vám dokonce bránit v sestavení žebříčku priorit nebo provedení prvního kroku k zavedení principů. Přemýšlejte, zda má vaše společnost oficiální nebo neoficiální postoje nebo zavedené praktiky, které dovolují následující: uplácení úředníků, žertování o rase či náboženství, neposkytování rovnocenných příležitostí pro ženy, zanedbávání bezpečnostních opatření apod.

Pro odpovědné podnikání je důležité takové překážky odhalit. Jak už bylo zmíněno dříve, dobrý způsob, jak podobné problémy odhalit, je naslouchat všem zainteresovaným stranám a brát jejich podněty vážně.

## V. BUDOVNÍ TÝMŮ

### Kdo to všechno bude dělat?

Proces zavádění změn vyžaduje 100% zapojení zaměstnanců. Nicméně často je jednodušší nastartovat proces s **pilotním týmem** v oblasti, kterou jste si stanovili jako prioritu. Prvním cílem pilotního týmu je zformulovat nové strategie a provozní procedury a uvést je do praxe.

Tento tým se může skládat ze široké škály zaměstnanců, od obsluhy strojů až po zástupce vedení společnosti. Přítomnost někoho, kdo má přehled o celkové strategii podniku, je důležitá, protože později může vést další týmy.

Členové týmu by měli být v úzkém kontaktu se svými podřízenými i nadřízenými. Nejprve kvůli získání a zpracování potřebných dat a později kvůli zavádění jednotlivých kroků.

Mějte na paměti, že pro pilotní tým budete potřebovat strategickou podporu i finanční zdroje.

## VI. ZAVÁDĚNÍ PRINCIPŮ

### Otázky lidských práv

Podle mezinárodně uznávané deklarace lidských práv se všichni lidé rodí svobodní a sobě rovni co do důstojnosti a práv. Je na vás zajistit, aby bylo ve vaší firmě s lidmi zacházeno s respektem. Firmy mají na rozdíl od vlád pouze povinnost neporušovat práva druhých. Je tedy na vás, zda se dobrovolně připojíte k aktivní podpoře lidských práv. Tipy pro vaši firmu:

- S podporou národní sítě Global Compact zorganizujte školení pro zaměstnance o principech lidských práv a jejich univerzálnosti.
- Důrazně odmítněte vtipy nebo chování mířící na zaměstnance či dodavatele kvůli jejich barvě pleti, pohlaví, vyznání, postižení, sexuální orientaci nebo politickému či jinému názoru.
- Ujistěte se, že existuje funkční a bezpečný mechanismus, který zaměstnancům umožní nahlásit případy obtěžování nebo zneužívání.
- Je-li to možné, zaměstnejte lidi, kteří jsou postižení nebo z nějakého jiného důvodu znevýhodnění.
- Vyplácejte srovnatelné platy za srovnatelnou práci.
- Buďte si vědomi toho, že vaše firemní aktivity mohou ovlivnit lidská práva ve společnosti jako celku.
- Vybírejte si dodavatele a zákazníky, kteří neporušují lidská práva.

### Otázky pracovních podmínek

Respektování pracovních práv a udržování řádných pracovních podmínek je právní povinností každé firmy. To ale nespadá do aktivit Global Compact. Iniciativa Global Compact nicméně podporuje zlepšování podmínek na všech úrovních firmy, obzvláště pokud je do procesu zapojeno vedení, zaměstnanci nebo dokonce i představitelé místní komunity. To může přinést nejen očekávané výhody, ale také probudit netušený potenciál a růst. Klíčové kroky v tomto ohledu jsou:

- Všem zaměstnancům předejte pracovní smlouvy, ve kterých budou popsány podmínky pro danou pozici, možnosti ukončení pracovního vztahu i sankce za špatně odvedenou práci.
- Zaveďte takové postupy, které zajistí bezpečí všech zaměstnanců, a seznamte je s nimi.
- Oficiálně informujte všechny zaměstnance, že mají možnost vytvořit odbory a iniciovat kolektivní vyjednávání bez obav ze zastrašování či represí.
- Buďte otevření k vytváření pozic na poloviční úvazek či pozic s pružnou pracovní dobou.
- Zvažte podporu denní péče o děti či starší rodinné příslušníky svých zaměstnanců.
- Podporujte zdravé pracoviště (např. zaveďte zákaz kouření nebo vytvořte program proti závislosti na alkoholu či drogách).
- Zaveďte firemní politiku proti genderové diskriminaci.
- Zajistěte rovnocenné příležitosti pro zaměstnance z minoritních skupin.
- Přemýšlejte o možnostech, jak zvýšit životní standard v místní komunitě, kde vaše společnost funguje, jako např. program pro dobrovolníky z řad vašich zaměstnanců.
- Zvyšte povědomí o všech těchto bodech mezi vašimi dodavateli.

## Otázky životního prostředí

Malé a střední podniky se nijak neliší od velkých korporací co se týče negativního vlivu na životní prostředí. Nemusí to být nezbytně jejich individuální vliv, ale jejich společná činnost.

V některých částech světa donutila legislativa malé a střední podniky, aby přijaly odpovědnost za své působení na životní prostředí a odpadové hospodářství. Bude-li se ale vaše firma v těchto otázkách angažovat dobrovolně, může dosáhnout větších úspěchů než jen pouhé dodržování zákonného rámce. Zvažte některé z těchto počátečních kroků:

- Šetřete energii, emise a vodu pravidelnými revizemi výrobního procesu s cílem dosáhnout potenciálních úspor.
- Šetřete suroviny tím, že budete používat nebo produkovat recyklované nebo recyklovatelné materiály.
- Pokud je to možné, volte místní dodavatele nebo zboží vyráběné lokálně, abyste snížili dopravu na minimum.
- Zvažujte nebezpečí a rizika ve výrobě, obzvláště pokud se specializujete na těžký průmysl a používáte chemikálie. Ujistěte se, že máte dostatečně bezpečnou výrobu a máte zavedená opatření v případě nouze.
- Pravidelně školte zaměstnance za účelem zvyšování povědomí o životním prostředí.
- Posilujte informovanost vašich dodavatelů a žádejte po nich environmentální informace o jejich produktech.
- Kompenzujte emise oxidu uhličitého například výsadbou stromů.
- Upřednostňujte videokonference s možnými dodavateli nebo zákazníky před cestováním.
- Založte systém řízení s ohledem na životní prostředí s cíli a procedurami hodnotícími pokrok, minimalizujícími negativní dopady a zajišťujícími přenos dobré praxe.<sup>2</sup>

## Protikorupční opatření

Korupce je vnímána jako hlavní překážka v podnikání malých a středních podniků. Pro ně je často těžké uplatňovat politiku nulové tolerance vůči korupci, jelikož nemají dostatečně silnou pozici při vyjednávání a také jim chybí prostředky, aby ustály znevýhodnění na trhu.

Je ale k dispozici řada základních kroků, kterými se můžete řídit při zavádění protikorupčních strategií:

- Představte interní kodex chování zakazující všechny formy korupce. Toto je první signál všem vašim dodavatelům a klientům, že chápete korupci jako problém a jste ochotni ji čelit.
- Jestliže nechcete představit kodex chování ve vaší firmě nebo se bojíte, že by takový kodex mohl vyústit ve vaše znevýhodnění na trhu, začněte tlačit na prosazení kodexu chování v rámci asociace či podnikatelského sektoru.
- Obrat'te se na své klíčové spojence (národní síť UN Global Compact, podnikatelské asociace, obchodní komoru, nevládní organizace) a připravte protikorupční školení pro vaše zaměstnance.
- Vytvořte nezávislý mechanismus odhalování korupčního jednání. Může to být například poradenská linka, kterou může mít na starosti někdo z vašeho podniku nebo pro zachování anonymity může být outsourcována.

<sup>2</sup> Dva důležité nástroje jsou **UNEP Efficient Entrepreneur online support** (<http://www.efficient-entrepreneur.net/>), která radí malým a středním podnikům v řízení s ohledem na životní prostředí, a **UNIDO SMEs Cleaner Production Reporting Tool** (<http://www.unido.org/doc/42159>).



## VII. VYHODNOCOVÁNÍ

### Proč a jak bychom měli měřit zlepšení?

Jeden z klíčových požadavků na firmy je každoroční zasílání zprávy o krocích k zavedení Deseti principů do podnikání. Této zprávě se říká Communication of Progress (COP), tedy Komunikace pokroku. Smyslem COP je zajistit a prohloubit závazek firem v naplňování principů. Zároveň tak vzniká cenný zdroj dobré praxe. Pravidelné a nejlépe každoroční hodnocení vám pomůže lépe pochopit vztahy mezi zavedenými kroky a skutečnými výsledky.

Zlepšení kvantitativních složek, jako např. snížení emisí, vstupních zdrojů či odpadů, se vyhodnocuje snadno. Vyhodnocování kvalitativních složek, jako je například spokojenost zaměstnanců, je samozřejmě náročnější.

Vaše národní síť Global Compact vám pomůže najít vhodný nástroj, jak jednoduše vyhodnotit zlepšení, jehož jste dosáhli.

## VIII. KOMUNIKACE POKROKU

### Proč a komu komunikovat pokrok?

Způsob, jakým vaše společnost přistupuje k otázkám lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a protikorupčních opatření, je důležitá informace. Vytváří pozitivní dojem o vaší firmě. Dejte vašim dodavatelům, zákazníkům i společnosti vědět, že máte firmu pod kontrolou, že v rámci dodavatelské sítě udáváte směr v sociálních a environmentálních otázkách a že své závazky berete vážně.

Neustálá a profesionální komunikace má pro vaši společnost z dlouhodobého hlediska obrovské výhody. Zlepší reputaci vaší firmy, vylepší vztahy s dodavateli a zákazníky, motivuje zaměstnance a může pozitivně ovlivnit i vaše obchodní kontakty.

COP má význam pro ty, kteří ji píšou, i pro ty, kteří ji čtou. Informace obsažená v této zprávě je důležitá pro rozhodování. Není potřeba vzletných slov, důležitá je podstata a obsah čeho se podařilo dosáhnout a kde je nutné zlepšení.

Některé z předních společností využívají tuto zprávu jako interní řídicí nástroj k neustálému zlepšování. Jiné společnosti ji využívají jako prostředek ke komunikaci vně, tedy ke zlepšování vztahů a image. Důležité je, že vnitřní nebo vnější výhody nejsou tím, co firma hledá. Jsou pouze mezistupněm k nárůstu prodeje, snižování nákladů, přilákání investic nebo k rychlejšímu rozhodování.

Následující tabulka ukazuje některé z hlavních výhod COP:

#### Zaměřené dovnitř společnosti

Určuje, jak mohou zaměstnanci sdílet příklady dobré praxe s ostatními

Upozorňuje na problémové oblasti, vyzývá k programovým změnám, úpravám cílů či ke změnám v odpovědnosti zaměstnanců

Napomáhá k potřebným zlepšením v řízení

Pomáhá specifikovat obchodní rizika a příležitosti z krátkodobého a dlouhodobého hlediska

#### Zaměřené vně společnosti

Umožňuje lepší rozhodování investorů (např. ohledně zaměstnanosti, nákupů, investic)

Vede k zapojení se do společensky odpovědných investičních fondů a indexů

Ovlivňuje chování dodavatelů i spotřebitelů ve prospěch udržitelnosti

Reaguje přímo na tlaky zájmových skupin

Formuje debatu a ovlivňuje názory na klíčová témata

Ne všechny společnosti budou mít prospěch ze všech bodů zmíněných v předchozí tabulce. Každá firma si musí sama zhodnotit, jak a kde nejvíce získat. Jednou z nejdůležitějších výhod COP je hlubší porozumění toho, jak může firma efektivně přispět k udržitelné budoucnosti vlastního podnikání i celé společnosti a prostředí, na kterém závisí a ve kterém funguje.

## **Jak vytvořit COP?**

Zde jsou tři základní kroky: vytvoření, sdílení a zveřejnění zprávy COP

### **Krok 1: Vytvoření COP**

Proces vytvoření Komunikace pokroku je jedinečný pro každý podnik. Nicméně každý report COP musí zahrnovat následující tři klíčové prvky:

#### **Prvek 1:**

Prohlášení nejvyššího vedení společnosti o podpoře iniciativy Global Compact. Toto prohlášení společně s podpisem výkonného ředitele nebo správní rady je důležitým prvkem výroční COP. Odráží zapojení vrcholového managementu pro úspěšné zavedení všech principů z dlouhodobého hlediska. Pokud vedení jednoznačně nepodporuje vizi GC, nevysílá jasné signály a priority a nechová se jako vzor, zavádění změn se zpomalí a firma se vrátí k obvyklým postupům.

Prohlášení by mělo vyjadřovat jasnou podporu Global Compact. Nestačí pouhé sdělení, že zpráva dokládá jednání firmy podle Deseti principů. Dále by prohlášení mělo odkazovat na nově zavedené příklady dobré praxe, které ukazují výhody zapojení se ke Global Compact.

Jestliže je COP spojená s výroční zprávou nebo zprávou o společenské odpovědnosti či udržitelnosti, prohlášení o podpoře iniciativy Global Compact musí být vyjádřeno v úvodním dopise od vysokého představitele firmy. Jestliže je COP připravována jako samostatný dokument, prohlášení nejvyššího představitele společnosti o podpoře Global Compact může zaznít v úvodním slově.

#### **Prvek 2:**

Popis praktických kroků (závazků, postupů, systémů, aktivit, nebo vybudovaných obchodních vztahů), které byly učiněny během uplynulého roku na podporu prosazování Deseti principů Global Compact. Tyto kroky mohou mít formu závazků či systémových postupů ve vztahu k Deseti principům.

#### **Prvek 3:**

Měření výsledků nebo očekávaných výsledků za použití indikátorů a metod iniciativy Global Reporting (GRI). Neustálé zlepšování vyžaduje hodnocení pokroku v naplňování cílů společnosti. Systematická aplikace indikátorů výkonu je klíčová. Směrnice GRI poskytují nejpropracovanější rámec pro podávání COP o udržitelném rozvoji. Tato směrnice neposkytuje jediný způsob, jak vytvořit COP, nicméně nabízí mezinárodně uznávané a Global Compact doporučené pokyny, které vám pomohou vytvořit kvalitní zprávu.



## **Krok 2: Sdílení COP zainteresovaným stranám**

Zpráva COP má význam pouze tehdy, když je aktivně sdílena a slouží jako nástroj pro dialog a podpora neustálého zlepšování. Je důležité si uvědomit, že COP **neslouží** jako prostředek komunikace s kanceláří UN Global Compact. Má fungovat jako prostředek, jak mohou firmy informovat své dodavatele, klienty i veřejnost o zavádění Deseti principů. A měly by využít zavedených metod, jak mezi ně COP rozšířit, např. internetové stránky, e-maily, oznámení pro zaměstnance, uspořádání dne otevřených dveří, apod.

## **Krok 3: Zveřejnění COP na stránkách Global Compact**

Očekává se také, že společnosti zveřejní elektronickou verzi své zprávy COP na stránkách Global Compact a popíší, jakým způsobem byla předána všem zainteresovaným stranám.

### **Kdo může pomoci?**

Global Compact a jeho národní sítě nabízí publikace se vzory a nástroji, které vám pomohou vytvořit COP.<sup>3</sup> Požádejte národní síť, aby vám doporučila vzorový nástroj, který bude nejlépe odpovídat potřebám vaší firmy. Podívejte se na stránky Global Compact <http://www.unglobalcompact.org/COP/index.html> nebo kontaktujte tým pro COP v Úřadu Global Compact: [senne@un.org](mailto:senne@un.org)

## **IX. MONITORING / OCEŇOVÁNÍ**

### **Jak navázat na zlepšení?**

Podarilo se vám úspěšně zavést některé z principů Global Compact? Gratulujeme! Ale neusněte na vavřínech. Vést podnik, který je šetrný ke společnosti a životnímu prostředí, je **nikdy nekončící proces**.

Pokračujte v opakování kroků zmíněných výše, odhalujte oblasti, které potřebují zlepšení, a ty uvádějte do praxe. Nezapomínejte každoročně informovat o pokroku i vaše dodavatele, klienty a veřejnost.

### **Jak docílit, aby zaměstnanci měli dobrý pocit z toho, že přispívají k uplatňování Deseti principů?**

To, že zavedete strategie, které pozitivně ovlivní vaše zaměstnance, vám automaticky pomůže získat je na svou stranu. Ale můžete udělat mnohem víc, abyste je motivovali. Připomínejte úspěchy a poučte se z neúspěchů. Vyhledávejte soutěže na místní, regionální či národní úrovni, vytvořte si vlastní firemní soutěž, kde můžete ohodnotit vynikající výkony jednotlivců, týmů či oddělení.

<sup>3</sup> Průvodce „Making the Connection“ je společná publikace od Global Compact a Global Reporting Initiative ([http://www.unglobalcompact.org/docs/communication\\_on\\_progress/Tools\\_and\\_Publications/Making\\_the\\_Connection\\_Final.PDF](http://www.unglobalcompact.org/docs/communication_on_progress/Tools_and_Publications/Making_the_Connection_Final.PDF))

## **Přispěvatelé**

Escudero, Manuel (UN Global Compact Office), obecná koordinace projektu

Bethke, Kai (UNIDO), obecná koordinace a implementace projektu

Senne, Jeff (UN Global Compact Office), koordinace COP

Belil, Mireia (UNGC Barcelona Center)

Ziegler, Oliver (UNIDO), koordinátor projektu

Raleigh, Kathrine (UNGC Barcelona Center)

Wickert, Christopher (UN Global Compact Office)

## **Hlavní příspěvky od:**

Barnett, Mark (The Consortium for Purchasing and Distribution Ltd.)

Boesenhofer, Manuela (UNIDO)

Chavez, Diana (Global Compact Network Mexico)

Eckenschwiller, Conrad (Global Compact Network, France)

Herrera, Santiago Macias (Compite Mexico)

Jensen, Mads Holst & Allan Lerberg Jorgensen (Danish Institute for Human Rights)

Kuhndt, Michael (UNEP/Wuppertal Institut Collaborating Centre on Sustainable Consumption Production)

Lehmann, Marie (Dansk Industri)

Lindekjeld, Vidar (Global Compact Nordic Network)

Lugt, Cornis van der (UNEP Division of Technology, Industry and Economics)

Plugge, Leontien (Global Reporting Initiative)

Rynhart, Gary (International Organisation of Employers)

Tejlgård, Lars (Dansk Industri)

## Deset principů Global Compact

UN Global Compact žádá společnosti, aby přijaly Deset principů a uplatňovaly je ve své podnikatelské činnosti, vyhledávaly projekty a aktivity, které podpoří principy a širší cíle OSN. Jedním z prvořadých cílů je včlenit principy, tedy dobré obchodní vystupování, do firemní strategie. Tyto principy jsou následující:

### Lidská práva

- Princip 1 Firmy mají podporovat a respektovat mezinárodně uznávaná lidská práva,
- Princip 2 zároveň si mají být jisté, že se neúčastní porušování lidských práv v jakémkoli směru.

### Pracovní podmínky

- Princip 3 Firmy mají uznat právo na sdružování zaměstnanců a uznat jejich právo na kolektivní vyjednávání
- Princip 4 nedovolit jakoukoliv formu nucené práce,
- Princip 5 zamezit dětské práci
- Princip 6 a bránit jakékoli diskriminaci v zaměstnání.

### Životní prostředí

- Princip 7 Firmy mají podporovat preventivní přístup k ochraně životního prostředí,
- Princip 8 účastnit se iniciativ prosazujících zvyšování odpovědnosti vůči životnímu prostředí
- Princip 9 a podporovat vývoj a šíření ekologicky šetrných technologií.

### Protikorupční opatření

- Princip 10 Firmy mají být proti všem formám korupce, včetně vyděračství a úplatkářství



asociace  
společenské  
odpovědnosti