

# Podnikatelský model nového tisíciletí



TEXT: Ing. Lucie Mádlová, Ph.D. FOTO: autorka

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ AKTIVITY, ANGAŽOVANOST VŮČI MÍSTNÍ KOMUNITĚ, REALIZACE VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝCH PROJEKTŮ, DOBROVOLNICTVÍ, TO VŠE ZNAČÍ ROSTOUCÍ POTENCIÁL SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI NEJEN V PODNIKATELSKÉM PROSTŘEDÍ. PŘESTOŽE SE STÁLE JEDNÁ O AKTIVITY JDOUCÍ NAD RÁMEC ZÁKONNÝCH OČEKÁVÁNÍ, ODPOVĚDNÉ CHOVÁNÍ FIREM JE V DNEŠNÍ SPOLEČNOSTI VÍCE NEŽ NUTNÉ.

Můžeme se bavit o CSR (Corporate Social Responsibility), o společenské odpovědnosti, o udržitelnosti rozvoje či prostě o odpovědném podnikání. Společenskou odpovědnost není třeba vysvětlovat složitou definicí a čtenáře tak odradit hned na samém počátku. V řadě případů lze k interpretaci použít „obyčejný“ selský rozum, vnímat svět a podnikání v širším kontextu a začít se zabývat nejen maximalizací zisku, ale také tím, jaký vliv má chování firem na životní prostředí a celkově na společnost. A také co ona demokratická společnost od firem vlastně očekává. Postupně se mění tradiční přístup podniku, jehož výhradní odpovědností je pouze zvyšování zisku či hodnoty pro akcionáře.

## Report společenské odpovědnosti

Nejnovější studie CSR přicházejí se zajímavými čísly. Společensky odpovědné chování se v posledních letech stává stále důležitějším pro nejvyšší vedení firem. Vytváření odpovědných hodnot bude silít i v horizontu následujících pěti let. Otázkou zůstává, zda se stále jedná o dobrovolnou aktivitu, nebo se jen firmy připravují na trend, kdy se reportování společenské odpovědnosti stane zákonnou povinností. Podle nové evropské směrnice budou muset velké firmy nad 500 zaměstnanců

v rámci nefinančního reportingu v příštích letech povinně reportovat rovněž svoji společenskou odpovědnost. **Směrnici oficiálně přijala Rada Evropské unie v září letošního roku.**

Nový přístup ke zveřejňování informací si klade za cíl **posílení transparentnosti a odpovědnosti společnosti**, snížení administrativní zátěže na podniky a zajištění rovných podmínek pro

Podle nové evropské směrnice budou muset velké firmy nad 500 zaměstnanců v rámci nefinančního reportingu v příštích letech povinně reportovat rovněž svoji společenskou odpovědnost.

firmy v celé Evropské unii. Jako návod, jak nefinanční informace vykazovat, může společností posloužit tzv. **Communication on Progress mezinárodní organizace UN Global Compact**, největší platformy společenské odpovědnosti na světě pod záštitou OSN. UN Global Compact 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 korrupce. V současné době sdružuje přes 12 000 organizací ze 145 zemí světa.

## Trend i společenská nutnost

Čísla studie CSR jasně ukazují, že se společenská odpovědnost stává světovým trendem a je nezbytným předpokladem úspěšného podnikatelského modelu nového tisíciletí. A firmy si tento trend začínají velmi rychle uvědomovat. Důležité je, aby nadnárodní společnosti nepřebíraly strategii globálně, ale společensky odpovědné aktivity směřovaly do místa, kde působí. Právě **podpora CSR na regionální úrovni**, tam, kde skutečně přímo ovlivňuje blízké okolí, je nejméně důležitá.

Jako první nadnárodní společnost v České republice přijal **deset základních principů UN Global Compact i na lokální úrovni T-Mobile.**

Deutsche Telekom je členem iniciativy Global Compact již několik let, proto se i T-Mobile plně ztotožňuje s principy, které jsou v rámci této platformy přijímány. K založení národní sítě Global Compact je třeba získat desítku významných signatářů a podporovatelů z řad zdejších firem. Pokud se podaří shromáždit dostatečný počet organizací, vznikne v průběhu nadcházejícího roku česká síť Global Compact a do ČR přinese zcela nový rozměr pojetí společenské odpovědnosti, a především pak obrovské mezinárodní know-how. Je velká škoda, že k němu Česká re-



Zdroj: LaceUp.cz

publika doposud přistupovala s nezájmem. Například ve Španělsku přijalo deset principů již 1400 organizací. Obavy, že se to týká jen velkých firem a nadnárodních korporací, nejsou namístě. V posledním roce zaznamenala iniciativa obrovský nárůst především z řad malých a středních podniků.

Z 8000 zapojených firem je **více než polovina (56 %) malých a středních podniků** s méně než 250 zaměstnanci.

### Komplexní pohled na podnikání

Organizacím, které netuší, co vše si lze pod pojmem společenská odpovědnost představit, napovíme, že Global Compact je provádí napříč společenskou odpovědností počínaje ekologií až po korupci. Převážně velké firmy integrují CSR do strategického řízení. Řada firem plní jen některá kritéria (z větší části environmentální politiku či firemní filantropii). Setkáváme se i s propracovanou strategií, kterou lze firmě věřit a jež má skutečný dopad na společnost, ale také s čistě marketingovou strategií, která CSR převrací v mnohdy těžko uvěřitelné PR. Dobře nastavená strategie může společnosti prokazatelně přinést dlouhodobý užitek. Podstatné je, aby byla přímo zakotvena v poslání a vizi firmy, jež tak dokáže snadněji generovat zisk a identifikovat vliv na výkonnost a konkurenceschopnost tím, že společensky odpovědné aktivity mají přímou vazbu na jádro podnikání. Není třeba se držet zažitého rozdělení **CSR na tři oblasti (people–planet–profit)** a rov-

noměrně je pokrývat ve všech oblastech, ale hledat vlastní příležitost, kde vznikne společná hodnota pro firmu i pro společnost (komunitu). Je logické, že dopravní firma by se měla primárně zabývat úsporami v logistickém řetězci, minimalizací emisí a hledáním úspor v rámci environmentální politiky. Zcela jinou hodnotu může identifikovat farmaceutická společnost, výrobce piva, finanční či poradenská společnost.

### Transparentnost musí vést k zisku

Výzkumy rovněž potvrzují důkazy o přímém spojení mezi udržitelnými opatřeními a ziskovostí firem. Výsledky prokazují, že 500 společností, které zahrnují udržitelná opatření do základních firemních procesů, si vede lépe než ty, jež šly jinou cestou. Firmy, které přistupují odpovědně a aktivně k dopadu vlastní činnosti na klimatické změny a snaží se v tomto ohledu podniknout konkrétní opatření, mají o **18 % vyšší návrat investic** než firmy, které nejsou v tomto směru aktivní, a dokonce o **67 % vyšší** než firmy, které odmítají informace o vlivu vlastní činnosti na životní prostředí vůbec zveřejnit.

Pět set společností, které zahrnují udržitelná opatření do základních firemních procesů, si vede lépe než ty, jež šly jinou cestou.

Tyto výsledky by mohly odpovědět na otázku, která se v oblasti průmyslu a obchodu objevuje již dlouho: „Má udržitelnost nějakou souvislost s finančními výsledky společností?“ Firmy a organizace z celého světa, které podnikly kroky k tomu, aby působily pozitivně na své okolí, a zakomponovaly udržitelná opatření do svých strategií, si již dlouho stěžují, že jejich tržní hodnota tyto snahy vůbec nereflektuje.

## Společenská odpovědnost firem

Organizace věří, že tento důkaz způsobí **narůst investic do udržitelných strategií**, změní mínění investorů a přinese finance například pro oblast výzkumu obnovitelných zdrojů. Aktivita v oblasti udržitelnosti a boje proti klimatickým změnám dokazuje dlouhodobý zájem společnosti naplňovat požadavky všech zainteresovaných stran. Navíc již máme mnoho důkazů, že se tato investice skutečně vyplatí.

**Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR)** je platforma, která sdružuje, propojuje a reprezentuje zájmy společensky odpovědných subjektů v ČR. Oproti českým i zahraničním platformám zapojuje její unikátní vize do tématu společenské odpovědnosti **nejen firmy, ale i další subjekty**. Je nejvyhledávanějším informačním portálem o CSR a udržitelném podnikání u nás. Přestože koncem března uplynul teprve rok od jejího založení, již nyní je členem Asociace na 70 významných vybraných organizací napříč všemi sektory – další přibývají.

[www.spolecenskaodpovednost.cz](http://www.spolecenskaodpovednost.cz)

### Lucie Mádlová

Autorka je zakladatelkou a výkonnou ředitelkou Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR). Odbornice na společenskou odpovědnost a udržitelnost, specialista pro CSR Národního informačního střediska podpory kvality ([www.npj.cz](http://www.npj.cz)) a místopředsedkyně odborné sekce Společenská odpovědnost organizací Rady kvality ČR. Píše odborné knihy, vědecké studie a metodické příručky zabývající se problematikou společenské odpovědnosti a odpovědného podnikání.

Kontakt: [madlova@a-csr.cz](mailto:madlova@a-csr.cz)  
[www.spolecenskaodpovednost.cz](http://www.spolecenskaodpovednost.cz)