



O podivné zkratce CSR

Společenská odpovědnost firem, to už samo o sobě zní dost koženě. Když se k tomu přidá ještě z angličtiny odvozená zkratka CSR, může to v očích manažerů být prostě jenom kolonka, kterou je nutné vyplnit. Přitom je to ale klíčová věc a rozhodně nepatří jen velkým firmám.

Byla by chyba nechávat všechnu tíhu světa pouze na nich. Je fakt, že zrovna ony se za ta tři písmena mnohdy jen schovávají. V jejich pojetí pak nálepka CSR vyvolává spíše negativní pocity. Vnímáme společenskou odpovědnost menších a středních podniků, kterým je odpovědné chování mnohdy zcela přirozené a vlastní. Nedávají ho „lacině“ na obdiv a nepotřebují se jako někteří za své skutky plácát po zádech při honosných akcích. O své společenské odpovědnosti neinformují v rozsáhlých zprávách, na jejich stránkách nenajdete záložku CSR. A přesto je tam. Ke společenské odpovědnosti, ačkoli ji v řadě případů ani neidentifikují, je vedou silné etické a osobní zájmy majitelů, rodinná tradice či prostě jen opravdu silná vůle vytvářet udržitelné hodnoty.

Společenská odpovědnost se nedá naroubovat povinným zavedením těch tří písmen. Musí se učit, musí se chápat jako samozřejmost, musí se ukazovat.

Společensky odpovědným se totiž nikdo nerodí. Společensky odpovědným se člověk stává. Ale učit se společenské odpovědnosti na vysoké škole je příliš pozdě. Společenská odpovědnost není jen prázdná fráze

a při vzdělávání může hrát významnou roli v budoucím chování celé naší společnosti. Je však třeba začít u těch nejmenších, počínaje mateřskými a základními školami. To oni budou v budoucnu odpovědní spotřebitelé či majitelé firem, kterým záleží na jejich okolí a mohou výrazně přispět k roz-

**ODPOVĚDNOST SE MUSÍ
UČIT, MUSÍ SE CHÁPAT
JAKO SAMOZŘEJMOST,
MUSÍ SE UKAZOVAT.
SPOLEČENSKY
ODPOVĚDNÝM SE NIKDO
NERODÍ. SPOLEČENSKY
ODPOVĚDNÝM
SE ČLOVĚK STÁVÁ.**

voji celé společnosti.

Je úžasné, že např. ve Švédsku již malé děti říkají: Až vyrostu, chtěl bych podnikat odpovědně a měnit svět! Jak je tomu u nás? Drtivá většina mladých studuje vysokou školu s vidinou stát se úspěšnými a především dobře placenými manažery v systému nadnárodních firem, ve výsledku jen šoupou nohama nebo narážejí hlavou do zdi.

Je otázka, co má větší dopad na společnost. Firma, která násilně verbuje společenskou odpovědnost do svého podnikání (takové aktivity jsou často zcela vytrženy z kontextu jejího podnikání), anebo společensky prospěšní podnikatelé, v řadě případů mladí lidé, kteří jsou zapálení pro věc a chtějí něco skutečně změnit? Ti cítí

mnohem větší pocit naplnění s vědomím toho, že se nehoní jen za ziskem, ale pomáhají ho vytvářet i pro ostatní. Řídí se tím, co je nejlepší pro člověka, nikoli jen pro byznys. Jsou šťastnější, přestože pracují dlouhé hodiny. Mají dobrou náladu, přestože je jejich plat pouhým zlomkem toho, co by vydělávali jako vysoce postavení manažeři ve velkých korporacích.

V budoucnu budou hrát významnou roli tzv. společensky prospěšné podniky. Společenská odpovědnost je zakořeněna v jejich DNA: nelze o ní pochybovat. Takový podnik neusiluje ze své podstaty primárně o maximalizaci zisku, ale veřejného prospěchu. Pomáhá řešit sociální i ekologické problémy a zároveň je dlouhodobě ekonomicky udržitelný, zisk je navíc z větší části použit pro jeho další rozvoj. Oproti velkým korporacím pracuje s velice omezeným finančním rozpočtem, avšak s přímým dopadem na společnost. Odpovědné podnikání je pro takové podnikatele nejen příležitostí, ale i morální povinností, jdou tomu naproti celým svým srdcem.

Děkuji časopisu Forbes, že prokázal svou společenskou odpovědnost a poskytl prostor napsat o CSR nikoli v rámci placené inzerce, jež je u nás běžnou praxí, ale čistě nezištně. Zkuste se také podívat na „odpovědné podnikání“ některých firem jiným úhlem pohledu. Je morální v televizi předávat šeky na směšné částky nesrovnatelné s cenou za reklamu v hlavním vysílacím čase? Je třeba svou společenskou odpovědnost dávat na odív, nebo nechat mluvit své skutky? 