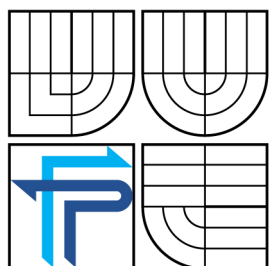


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUT OF ECONOMICS

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST PODNIKÁNÍ VE STROJÍRENSKÉ FIRMĚ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN ENGINEERING COMPANY

DIPLOMOVÁ PRÁCE
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

Bc. BARBORA MAŠKOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

doc. RNDr. ANNA PUTNOVÁ, Ph.D., MBA

BRNO 2008

Anotace:

Diplomová práce se zabývá tématem společenské odpovědnosti firem. Analyzuje současnou situaci v oblasti CSR u podniků sídlících v Českém technologickém parku Brno. Dále analyzuje postoj k problematice společenské odpovědnosti u české strojírenské firmy TOS – Kuřim OS, a.s. Obsahuje návrhy na zlepšení, které posílí firemní kulturu, důvěryhodnost a dobré jméno společnosti TOS Kuřim - OS, a.s.

Klíčová slova:

Podnikatelská etika, společenská odpovědnost firmy, sociální odpovědnost, enviromentální odpovědnost

Annotation:

This diploma thesis is focused on corporate social responsibility. It analyses current situation in area of CSR in companies situated in Czech Technology Park Brno. Further it analyses attitude to this topic from point of view of the czech company TOS – Kuřim OS, a.s. specialized in civil engineering. It includes suggestions how to strenghten corporate environment and reliability as well as the image of the company.

Key words:

Business etic, corporate social responsibility, sustainable development

Bibliografická citace:

MAŠKOVÁ B. *Společenská odpovědnost strojírenské firmy*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008. 84 s. Vedoucí diplomové práce doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně na základě uvedených zdrojů a pod vedením doc. RNDr. Anny Putnové, Ph.D., MBA

.....

Podpis

V Brně dne 12.5. 2008

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí diplomové práce, paní doc. RNDr. Anně Putnové, Ph.D., MBA za cenné rady, účinnou pomoc a metodické vedení, které mi velmi pomáhalo při přípravě a zpracování této diplomové práce.

Obsah

1. ÚVOD	7
2. CÍLE PRÁCE	8
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	10
3.1 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM (CSR)	10
3.1.1 Obsah společenské odpovědnosti firem	12
3.1.2 Důvody přijetí společenské odpovědnosti	16
3.1.3 Proč usilovat o přijetí CSR.....	18
3.1.4 Klamná představa CSR.....	20
3.1.5 Dobrovolnost nebo povinnost CSR.....	21
3.1.6 Teorie stakeholders (teorie participujících skupin).....	22
3.1.7 Společenská odpovědnost firem na mezinárodní úrovni.....	24
3.2 STANDARDY A NORMY SPOJENÉ S CSR.....	29
3.2.1 AA 1000 (Accountability).....	30
3.2.2 SA 8000 (Social accountability).....	30
3.2.3 ISO 9001	31
3.2.4 ISO 14001	31
3.2.5 OHSAS 18001.....	33
3.2.6 ISO 26000	34
3.2.7 EMAS (Enviromental Management system).....	37
4. METODIKA PRÁCE.....	41
5. ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE	43
5.1 SPOLEČNOST TOS KUŘIM OS, A.S.....	45
5.1.1 Základní informace.....	45
5.1.2 Výrobní sortiment	46
5.1.3 Historie firmy	47
5.1.4 Společenská odpovědnost firmy TOS Kuřim – OS, a.s.....	48

5.2	VÝZKUM CSR FIREM V ČESKÉM TECHNOLOGICKÉM PARKU	55
5.2.1	<i>Popis výzkumného souboru</i>	55
5.2.2	<i>Vyhodnocení dat</i>	58
6.	NÁVRHY ŘEŠENÍ.....	69
6.1	DOPORUČENÍ V RÁMCI PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ ČR	69
6.2	TOS KUŘIM – OS, A.S.	70
6.2.1	<i>Zpráva CSR ve firmě TOS Kuřim-OS, a.s. - návrh</i>	70
6.2.2	<i>Doporučení pro TOS Kuřim – OS, a. s. v rámci budoucího vývoje CSR</i>	76
6.3	EKONOMICKÉ ZHODNOCENÍ A PŘÍNOSY	77
7.	ZÁVĚR	79
8.	POUŽITÉ ZDROJE:	81
9.	SEZNAM PŘÍLOH	84

1. Úvod

Společenská odpovědnost firem patří v současnosti k oblastem, na které je kladen velký důraz u všech podniků ve vyspělých zemích. Firmy již nejsou vnímány pouze jako ekonomické jednotky, ale začínají hrát roli občanskou i sociální. V oblasti podnikání se prosazují principy jako jsou odpovědnost a transparentnost, dobré vztahy s partnery, zákazníky, zaměstnanci a všemi skupinami, které ovlivňují podnik. Součástí je i respekt vůči lidským právům, boj proti korupci a ochrana životního prostředí.

Role organizací ve společnosti se v posledních letech změnila. Ke stále náročnějším požadavkům zákazníků se přidávají i očekávání investorů a široké veřejnosti. Podnik je hodnocen nejen podle kvality výrobků a služeb, ale také podle míry odpovědnosti působení ve společnosti na firmu. Okolí předpokládá, že organizace bude plnit požadavky i v dalších oblastech, jako jsou životní prostředí nebo podpora rozvoje činností v sociální oblasti.

Společenská odpovědnost firem se stává nezbytnou součástí strategického plánování každé firmy a to nejen v zahraničí, ale i v České republice. Se stále se zvyšující globalizací a přílivem zahraničních podniků na český trh se některé české podniky dostávají do konkurenční nevýhody díky nezájmu o tuto problematiku, a může tím být ovlivněn jejich komerční úspěch.

Předpokladem, jak být společensky odpovědnou firmou a mít společenské uznání, je podnikatelské chování, které podporuje ochranu životního prostředí, naslouchá dlouhodobě potřebám společnosti, zákazníkům i zaměstnancům, reaguje na jejich podněty a snaží se porozumět jejich zájmům.

Otázka společenské odpovědnosti je velmi rozsáhlá a každý člověk má na její důležitost odlišný názor. Věřím, že až vznikne v České republice koncepční celospolečenská diskuse o roli společenské odpovědnosti v komerčním sektoru, kdy vláda a média podpoří chování odpovědných firem, bude se stavět důležitost společenské odpovědnosti i v České republice na přední místa.

2. Cíle práce

V diplomové práci se zabývám tématem společenské odpovědnosti firmy, jelikož je toto téma velmi aktuální a zajímavé. Vybízí k řešení otázek, na které nejsou dány jednoznačné odpovědi a je k nim tedy možno přistupovat s vlastním úsudkem.

Diplomová práce je koncipována do třech částí. První část nastíní teoretická východiska společenské odpovědnosti firmy (CSR) a otázky s ní související: její definice, obsah konceptu CSR a proč je společenská odpovědnost firem důležitá. Dále se věnuje otázce dobrovolnosti a povinnosti zavedení konceptu CSR a také řešení této problematiky na mezinárodní úrovni. Presentovány jsou také mezinárodní normy a standardy, které s tímto tématem úzce souvisí. Věnuje se i připravující se normě ISO 26000, která má mimořádný význam a rozsah, a poskytne návod pro funkční společenskou odpovědnost.

Na teoretická východiska práce navazuje praktická část, kde analyzuji současnou situaci a postoj k CSR firmy TOS – Kuřim OS, a.s. Dále analyzuji současnou situaci CSR firem sídlících v Českém technologickém parku v Brně na základě vlastního výzkumu, který jsem provedla v měsících prosinec 2007 až březen 2008. Na základě těchto analýz a získaných dat vyhodnocuji výsledky podniku TOS Kuřim – OS, a.s. a také pokročilost CSR firem z Technologického parku.

V navazující kapitole popisují návrhy řešení vztahující se ke strojírenské firmě TOS Kuřim OS, a.s., které povedou ke zlepšení v oblasti společenské odpovědnosti a dále formulují doporučení pro další rozvoj CSR. V závěru této části také uvádím finanční náklady na tyto řešení.

V závěru diplomové práce shrnuji její náplň, hodnotím přínosy navrhovaných řešení pro strojírenskou společnost TOS – Kuřim OS, a.s. a v neposlední řadě posuzuji splnění stanovených cílů.

Cílem diplomové práce je analyzovat strojírenskou firmu TOS – Kuřim OS, a.s. z hlediska společenské odpovědnosti firmy. Dále analyzovat současnou situaci

problematiky CSR u podniků sídlících v Českém technologickém parku, které jsou pokrokové v této oblasti. Na základě výsledku provedených analýz porovnat pokročilost daných firem se společností TOS Kuřim - OS, a.s. a pro tuto firmu navrhnout vhodná opatření, která povedou ke zlepšení v problematice CSR. Dále také doporučit řešení pro další rozvoj v oblasti CSR, tak aby se tento podnik dostal na podobnou srovnatelnou úroveň s vyspělejšími společnostmi.

3. Teoretická východiska práce

3.1 Společenská odpovědnost firem (CSR)

Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility - CSR) se vyvíjí už od 70. let, ale komplexněji se jí začala zabývat v roce 2001 Evropská Komise v tzv. Zelené knize¹. Shrnuje v ní základní principy, nástroje a přístupy k problematice společenské odpovědnosti firem, které vycházejí z Lisabonské strategie.

Z pohledu České republiky jako právoplatného člena Evropské unie je důležitým bodem v této oblasti výsledek jednání tzv. European Multistakeholders Forum², které jako poradní fórum Evropské unie došlo k podstatným závěrům o společenské odpovědnosti firem. Zásadním prvkem je deklarovaný princip sociálních a enviromentálních závazků firmy, které jsou zahrnuty do obchodního podnikání, a realizují se nad rámec legislativy a obchodních smluv [3].

Neexistuje pro ni žádná jednotná definice. Je to dáno skutečností, že společenská odpovědnost firem fakticky nemá žádné konkrétní vymezující hranice. Je prostředkem pro dosažení ekonomického, sociálního a enviromentálního pokroku a slouží k začlenění těchto zájmů do podnikatelské praxe.

Uvádím nejznámější definice, které jsou definovány v různých literaturách. Podle Evropské unie, Zelená kniha 2001 je „*CSR dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.*“³

¹ Zelené knihy jsou dokumenty EU, které mají podpořit debatu a realizovat konzultace na evropské úrovni.

² Multistakeholder forum – více informací v kapitole 2.1.6

³ Skupina stakeholders v nejširším pojetí zahrnuje zákazníky, akcionáře, zaměstnance, obchodní partnery, dodavatele, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory a mezinárodní organizace. Pojem stakeholders bude ještě dále blíže vysvětlen v kapitole 3.1.6

Definice, kterou uvádí Nevládní organizace Business for Social Responsibility je *„CSR způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“*

„CSR je kontinuální závazek podniků chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvalit života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku“, podle World Business Council for Sustainable Development z roku 1997.

Charakteristickým rysem společensky odpovědného chování firem je přijetí závazků, které jsou založeny na dobrovolnosti. Odpovědné firmy se tedy rozhodují samy dělat to, co přímo nenařizuje zákon. „Nadzákonná“ aktivita manažerů by měla směřovat ke zlepšení pracovních podmínek zaměstnanců, ke zlepšení dodavatelsko-odběratelských vztahů, měla by pozitivně ovlivnit kooperaci s místní samosprávou, zájmovými skupinami a také by měla mít pozitivní dopad na životní prostředí. Dnešním trendem je změna orientace firem z krátkodobých cílů na dlouhodobé, z maximálního zisku na optimální zisk.

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. Tato „nadzákonná“ aktivita manažerů by měla konkrétně směřovat ke zlepšení pracovních podmínek zaměstnanců, ke zlepšení dodavatelsko-odběratelských vztahů, měla by pozitivně ovlivnit kooperaci s místní samosprávou, zájmovými skupinami a také by měla mít pozitivní dopad na životní prostředí [9].

Společenská odpovědnost firem se projevuje integrací pozitivních postojů, praktik a programů do podnikatelské strategie firmy na úrovni jejího nejvyššího vedení. Vyžaduje posun pohledu nad vlastní společenskou roli z úrovně "profit only" (pouze zisk) k širšímu pohledu v kontextu v dnešní době často používaných 3P, kterými jsou "people, planet, profit" (lidé, planeta, zisk). Znamená to, že se společnost soustřeďuje nejen na ekonomický růst, ale i na environmentální a sociální aspekty své činnosti, protože nefunguje izolovaně od okolního světa, ale je jeho přímou součástí. A její hodnocení okolím přímo ovlivňují

komerční úspěšnost firmy. Tato myšlenka je základem pro dnes užívaný pojem tzv. triple – bottom-line (trojí základ podnikání).

3.1.1 Obsah společenské odpovědnosti firem

Pro objasnění společenské odpovědnosti v praxi, jsou v této kapitole uvedeny projevy ve třech rovinách, které jsou dány zmíněným trojím základem podnikání. Jedná se o tři pilíře: **ekonomický, sociální a envirometnální.**

Projevy společenské odpovědnosti firem (CSR) v ekonomické oblasti [1]:

- **vytvoření kodexu podnikatelského chování firmy (popř. etický kodex),**
- **transparentnost,**
- **uplatňování principů dobrého řízení,**
- **odmítnutí korupce,**
- **vztahy s akcionáři ,**
- **chování k zákazníkům / spotřebitelům,**
- **chování k dodavatelům,**
- **chování k investorům,**
- **ochrana duševního vlastnictví,**
- **poprodejní servis,**
- **marketingová a reklamní etika,**
- **inovace a udržitelnost.**

V ekonomické oblasti se od firmy čeká transparentní podnikání a pozitivní vztahy s investory, zákazníky, dodavateli a dalšími obchodními partnery. Sledují se také její dopady na ekonomiku na lokální, národní i globální úrovni, například prostřednictvím rozvoje zaměstnanosti nebo boje proti korupci.

Společenská odpovědnost firem v sociální oblasti a její projevy [9]:

- **dobročinnost firmy,**
- **trvalý dialog s tzv. stakeholders,**
- **zdraví a bezpečnost zaměstnanců,**
- **rozvoj lidského kapitálu,**
- **dodržování lidských práv na pracovišti**
- **vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců ,**
- **rovné příležitosti (pro ženy a muže a ostatní znevýhodněné skupiny obecně),**
- **rozmanitost na pracovišti (etnické minority, handicapovaní a starší lidé),**
- **zajištění rekvalifikace propouštěných zaměstnanců pro jejich další uplatnění,**
- **jistota zaměstnání,**
- **lidská práva.**

V sociální oblasti se odpovědné chování firmy zaměřuje na přístup k zaměstnancům, na jejich péči i péči o jejich rodinu a podporu okolní komunity. Na pracovišti i v místní komunitě tak podnik ovlivňuje životní úroveň, zdraví, bezpečnost, vzdělávání a kulturní rozvoj občanů.

Projevy společenská odpovědnosti firem v enviromentální oblasti [9]:

- **ekologická výroba, produkty a služby (standardy řady ISO 14000⁴ a EMAS⁵),**
- **ekologická firemní politika (recyklace, používání ekologických produktů),**
- **zmenšování dopadů na životní prostředí,**

⁴ ISO 14000 – mezinárodní norma o řízení ochrany životního prostředí

⁵ EMAS – systém enviromentálního řízení a auditu z hlediska ochrany životního prostředí

➤ **ochrana přírodních zdrojů.**

Odpovědnost vůči životnímu prostředí se promítá např. do vytváření ekologicky příznivých pracovních podmínek firmy, do šetrného zacházení s přírodními zdroji, pěstování příznivého prostředí v nejbližším okolí sídla či provozovny firmy, ale i do ekologicky šetrné výroby [3, str. 56].

Jako příkladný koncept společenské odpovědnosti firem by se dal uvést návrh, který vytvořila Lenka Míková z několika zdrojů, které jsou uvedeny pod následující tabulkou.

Tabulka č. 1: Příkladný koncept společenské odpovědnosti firem

Tématická oblast					
		Sociální	Ekonomická	Enviromentální	Správa věcí veřejných
Cílová skupina	Zaměstnanci	sociální zaměstnanecké výhody	vzdělávání, profesní rozvoj, jazykové a jiné kurzy, školení	nadstandartní bezpečnost a ochrana při práci	vhodná intervence zaměstnance při zjištění porušování povinnosti a práv
	Obchodní partneři a zákazníci	nevyužívání klamavé reklamy a kampaně, neetického marketingu	dodavatelsko odběratelské vztahy (platební styk, rychlost, cena, spolehlivost, oboustranná výhodnost smlouvy)	ekologické vstupy, výroba, výrobky (výstupy), prodej	etický marketing
	Vlastníci, akcionáři a členové správních orgánů	Corporate Governance			
	Místní komunita (vláda, zájmové skupiny apod.)	sociální péče a vzdělávání dětí a mládeže, dopady výroby na životní prostředí, předvídatelné a transparentní chování firmy vůči místní veřejné správě apod.			

Zdroj: Center for Responsible Business, University of California, Zodpovědné podnikání, Evropská unie, 2004, Centrum společenské odpovědnosti firem, ISP ČR, Společenská odpovědnost firem, AISIS, o.s.

Existuje ještě jedno hledisko klasifikace CSR – **podle vnějšího a vnitřního zaměření ve firmě.**

Do vnějšího prostředí CSR můžeme zařadit vztahy v komunitě, vztahy k zákazníkovi, k dodavatelům, k životnímu prostředí a vztahy ke stakeholders.

Mezi vnitřní prostředí CSR patří následující body: fyzické prostředí (bezpečnost, zdraví zaměstnanců), pracovní podmínky ve firmě, minority (věnování pozornost skupinové různorodosti a multikulturnímu prostředí), organizační struktura a styl managementu, komunikace a transparentnost (podpora vnitropodnikové komunikace všemi směry) a vzdělání a trénink (osobní rozvoj zaměstnanců) [1].

3.1.2 Důvody přijetí společenské odpovědnosti

Mezi ekonomy neexistuje shoda nejen v definici společenské odpovědnosti firem, ale také v prioritách a rozsahu CSR, přesto moderní pohled na podnikání respektuje a v rozvinutých zemích i podporuje přijetí společenské odpovědnosti minimálně z těchto důvodů [1, str. 131]:

1) Jako snahu vyhnout se vládním zásahům.

Společnosti již mnohokrát přesvědčily, že je lepší stanovit si vlastní sebeomezení a rámec svého chování, než přijmout autoritativně zaměřené regulace, které jsou často reakcí na nevhodné chování firem.

2) Potřebu seberegulace byznysu jako odpovědi na jeho vzrůstající ekonomickou moc.

Ekonomická síla velkých společností s sebou přináší kromě téměř neomezené ekonomické moci ještě jeden významný poznatek. Velké firmy jsou totiž svým chováním příkladem pro menší subjekty. Jsou tedy zásadními tvůrci a nositeli chování, které další firmy napodobují.

3) Změna vnímání byznysu ze strany veřejnosti.

Roste požadavek kontroly a transparentnosti podnikání. Je to součástí moderního trendu, který v rozvinutých zemích klade důraz na ekologické i sociální přístupy k ekonomickým aktivitám. Dnes mají zákazníci možnost informovat se o společenské odpovědnosti firem a často bývá tato informace velmi důležitá pro jejich rozhodnutí, zda zůstat věrným zákazníkem nebo nikoliv

V letech 2001 a 2002 byl prováděn výzkum, který ukázal, jak rostl počet firem, které doplatily kvůli nesolidnímu jednání ztrátou svých zákazníků.

Graf č. 1: Procentuální vyjádření počtu firem, které byly potrestány svými zákazníky



Zdroj: Environics International 2002, in: <http://www.csreurope.org>

3.1.3 Proč usilovat o přijetí CSR

Chování v souladu s principy CSR přináší firmě řadu výhod a zisků především nefinanční podoby, ale lze konstatovat, že jejich důležitost je pro dobré a dlouhodobě udržitelné fungování firmy nezanedbatelná. Stejně jako jsou pro firmu důležitá hmotná aktiva ve formě nemovitostí, zásob nebo finančního majetku, jsou pro ni klíčová i aktiva nehmotná jako je lidský kapitál, kapitál obsažený v přírodních zdrojích, hodnota značky, reputace či vztahy důvěry a partnerství. Společensky odpovědné firmy jsou charakteristické svou proaktivní politikou. Jejich vedení předvídá a aktivně vytváří nové, pozitivní trendy.

Výhody, které plynou ze společensky odpovědného firemního chování [9]:

- **příležitost pro inovace,**
- **větší přitažlivost pro investory,**
- **větší transparentnost,**
- **posílená důvěryhodnosti,**
- **posílení firemní kultury,**
- **přilákání a udržení kvalitních zaměstnanců,⁶**
- **budování reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu,**
- **odlišení od konkurence (konkurenční výhoda),**
- **vytváření zázemí k bezproblémovému a úspěšnému komerčnímu fungování,**
- **snížení nákladů na risk management – schopnost vyhnout se rizikovým faktorům,**
- **budování politického kapitálu (zlepšování pozice pro současná a budoucí jednání),**
- **dialog a budování vztahů důvěry s okolím a z toho vyplývající vzájemné pochopení.**

⁶ Britská společnost BT v roce 2004 změřila, že 49 procent zaměstnanců je díky CSR orientaci své firmy na svou práci více pyšných

- **snížené riziko bojkotů a stávek**
- **přímé finanční úspory spojené s ekologickou praxí.⁷**

Aby firma mohla plně zhodnotit výhody, které jí CSR nabízí, musí být její společenská odpovědnost opravdová a věrohodná. Existují čtyři hlavní předpoklady, které byly identifikovány jako zásadní pro věrohodnost CSR u veřejnosti⁸

- 1) Osobitost - firma zaujme veřejnost svým osobitým přístupem k věci, svou odlišností od ostatních.**
- 2) Autentičnost - firmě lze věřit, že její vedení a lidé jsou přesvědčeni o správnosti CSR.**
- 3) Transparentnost - ochota poskytovat o sobě informace, dovolit nezávislé posuzování (a to i co se týče samotného CSR).**
- 4) Důslednost v dodržování principů CSR.**

Pro úplnost je však nutno dodat, že rozvoj CSR má i své zpomalující aspekty. Za nejčastější „brzdu“ je považována ignorace odpovědného chování firem ze strany spotřebitelů a médií. Další zpomalující aspekt rozvoje CSR představuje ekonomická recese, která firmy vede ke snižování nákladů a orientaci na bezprostřední krátkodobé cíle. Problémem se může stát i nepochopení ze strany nejvyššího managementu, a tedy jeho chybějící podpora, která je pro implementaci principů CSR klíčová [3].

⁷ Britské firmě BT se díky ekologicky odpovědné politice podařilo za 10 let ušetřit přes 600 miliónů liber.

⁸ Více informací na: <http://www.csreurope.org> - článek prof. Charlese Fombruna: CSR can be measured. New York University.

3.1.4 Klamná představa CSR

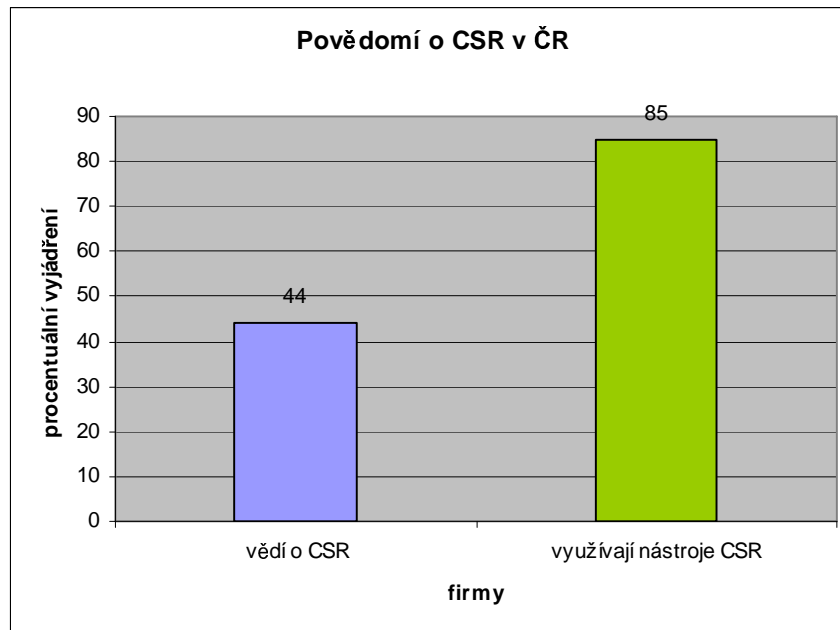
Koncept společensky odpovědné firmy se na český trh dostává se zpožděním a ani zdaleka nejsou využívány jeho možnosti při prosazování podnikatelských příležitostí. Možná právě proto, že mají společnosti klamnou představu o tom, co vlastně společenská odpovědnost firem je a jaké výhody a užitek by mohlo zavedení CSR přinést.

V českých podmínkách bývá koncept sociální odpovědnosti firem často mylně zaměňován a také omezen na filantropii a sponzoring. Podle článku uvedeného na Business Leaders Fóru to může být dáno tím, že zkratka CSR evokuje „dárcovství“.

Podstatou této mylné představy je chápání CSR ne jako investice, ale jako výdaje, který je nutno vynaložit pro „jakési“ dobro, a který společnosti nic nepřináší. Tato skutečnost je zapříčiněna i tím, že oblast CSR mají na starosti často lidé se špatnou kvalifikací. Špičkové projekty společenské odpovědnosti firem tvoří špičkoví manažeři s příslušnými kompetencemi, tedy u firem, které se chovají opravdu zodpovědně [3].

„Na druhou stranu malé a střední podniky v současnosti realizují množství aktivit, které lze zařadit do konceptu CSR. Nemají však informace ani zkušenosti o možnostech jejich vzájemného propojení, které by vedly k podpoře celkových výsledků firem,“ uvedl v jednom z článků Miroslav Dinga, místopředseda Business Leaders Fora. Při svém tvrzení vycházel z výsledků průzkumu, který jeho organizace v Praze provedla od září do listopadu roku 2006. O koncepci CSR tak podle průzkumu slyšelo pouhých 44 % respondentů z řad podniků. Jejich nástrojů však využívá plných 85 % podniků, což je pro přehlednost znázorněno na grafu č. 2 [19].

Graf č. 2: Koncepce CSR a povědomí českých firem



Zdroj: data čerpána z: <http://www.blf.cz/napsali.htm>

Nevědomosti o CSR přispívá také nezájem a přetrvávající skepse médií, které mohou velmi ovlivňovat myšlení a jednání lidí v České republice.

3.1.5 Dobrovolnost nebo povinnost CSR

Velké rozpory panují i v otázkách dobrovolnosti CSR. Zatímco mezinárodní organizace či organizace zastupující zájmy firem trvají na dobrovolnosti CSR, na druhé straně zejména vlivné nevládní organizace tlačí na povinný a právně vymahatelný rámec CSR.

Příznivci dobrovolnosti argumentují tím, že povinné vymáhání CSR by znamenalo konec radosti, inovace a kreativity na tomto poli a redukovalo by celou věc na vyplňování dalších formulářů. Navíc vidí jako nemožné nalezení jednotné CSR šablony, kterou by bylo možno aplikovat na všechny firmy bez rozdílů velikosti, oblasti komerčního působení a

lokálního kontextu. Navíc panuje obava, že dobrovolný přístup k CSR nemá dostatečnou sílu přimět firmy, aby přijaly svou společenskou odpovědnost.

Příznivci povinného rámce CSR vidí ale hlavní hrozbu v redukci CSR na pouhé firemní PR (Public relations), kdy firmy hovoří jen o dobrých věcech a zamlčují špatné.

Často se tedy hovoří o možnosti "třetí cesty" mezi regulací a dobrovolným přístupem, tzv. "smart regulation" (chytré regulace), která by spočívala v definování závazných minimálních standardů za současného ponechání prostoru pro variabilitu a flexibilitu. Na poli hodnocení a informování o CSR se již v současné době vyskytuje množství různých iniciativ, zejména z dílen neziskových organizací či vládních institucí. Jejich kvalita, šíře záběru a účel se různí. To vede k chaosu jak na straně firem, které chtějí dobrovolně podstoupit nezávislý audit svého CSR, tak na straně těch jednotlivců či skupin, kteří tyto nezávislé informace hledají. Z těchto důvodů jsou mezinárodně vyvíjeny snahy ke sjednocení, standardizaci a transparentnosti CSR aktivit a k nalezení přímé a jednoduché cesty komunikace těchto informací spotřebitelům. Doposud nejkomplexnějšími, nejznámějšími a skutečně globálními iniciativami na tomto poli jsou OECD Guidelines for Multinational Enterprises a Global Reporting Initiative (GRI). Obě mají dobrovolný charakter.

3.1.6 Teorie stakeholders (teorie participujících skupin)

Pokud hovoříme o společenské odpovědnosti firmy vůči společnosti, je třeba objasnit, kdo je „společnost“, vůči které má být firma odpovědná.

Jde o tzv. pojem stakeholders. Jako stakeholders jsou označovány všechny osoby, instituce či organizace, které mají vliv na chod podniku nebo jsou fungováním podniku ovlivněni [3, str. 32].

Skupina stakeholders v nejširším pojetí zahrnuje zákazníky, akcionáře, zaměstnance, obchodní partnery, dodavatele, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory a mezinárodní organizace. Každou z uvedených skupin zajímá jiná část společenské odpovědnosti dané firmy. Akcionáři mají svůj zájem na růstu a prosperitě podniku, lokální organizace, zajímá dopad působení firmy na životní prostředí v jejím

okolí. Dále pak zaměstnanci, kteří posuzují pracovní podmínky ve firmě, stejně jako zákazníci, které zajímá kvalita služby nebo produktu firmy.

Množství teorií argumentuje a předkládá důkazy na potvrzení skutečnosti, že zajištění bezproblémového fungování firmy a dlouhodobě uspokojivých výnosů akcionářům je možné pouze v případě, jsou-li i potřeby ostatních stakeholders přiměřeným způsobem uspokojovány.

Identifikace stakeholders

Skupina stakeholders se u každé firmy liší, stejně jako se liší význam jednotlivých členů této skupiny. Společenská odpovědnost firmy by měla začínat právě identifikací klíčových stakeholders a nalezením způsobu jak uspokojit a sladit jejich očekávání. Pokud tento proces uvnitř firmy proběhne, přinese velmi konkrétní výsledky, které pomohou firmě nadefinovat její CSR politiku [9].

Dialog se stakeholders (tzv. stakeholder dialogue)

Po jasné identifikaci stakeholders by měl následovat krok směrem k dialogu s nimi. Pokud firma skutečně chápe svou společenskou odpovědnost, měla by se otevřít a ukázat zájem o názory a postoje stakeholders nejen uvnitř, ale i vně firmy. Jakkoliv je tento dialog složitý, pokud je veden s dobrou vůlí a racionálně, ve výsledku napomůže nalézt klíčové body, posílit důvěru a vzájemné pochopení v oblastech, které jsou důležité pro všechny zúčastněné. Dalším pozitivním výsledkem dialogu se stakeholders je šíření dobrých praktik, vzájemná inspirace a motivace. Velmi zřetelně se tento aspekt projevuje na příkladu dodavatelsko-odběratelských vztahů. Je-li odběratelem firma s vysokou společenskou odpovědností, a bude-li stejné vyžadovat od svých dodavatelů, je to přímá a velice účinná cesta k šíření principů CSR [1].

3.1.7 Společenská odpovědnost firem na mezinárodní úrovni

Společenská odpovědnost firmy nachází silnou podporu u mezinárodních organizací. Evropská unie, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, Organizace spojených národů, Světové obchodní fórum pro udržitelný rozvoj a další [3].

Iniciativy v oblasti společenské odpovědnosti firem na mezinárodní úrovni jsou velmi rozsáhlé, proto uvádím jen některé významné organizace a aktivity s nimi souvisejícími.

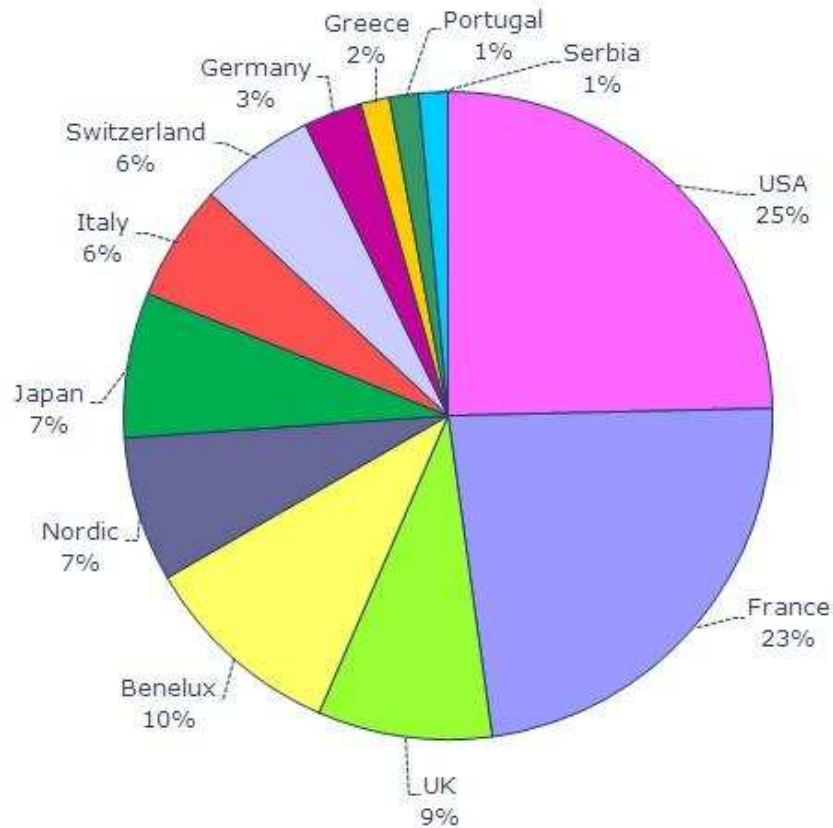
Evropská unie

CSR Europe

Evropská unie se oblasti CSR věnuje systematicky již od roku 1995 a podporuje dobrovolný, nikoliv povinný charakter společenské odpovědnosti firem. Byla založena evropská centrála CSR s názvem CSR Europe, která vznikla na základě myšlenky tehdejšího Předsedy komise Jacquese Delors. Posláním této bruselské organizace je propagace a prosazování odpovědného podnikání na úrovni Evropské unie. Je snahou dosažení celoevropské koordinace v oblasti CSR (jednotná politika, jednotná pravidla), podpora vzdělávacích manažerů v oblasti společenské odpovědnosti, podpora výzkumu nástrojů CSR, informační kampaně a další.

CSR Europe má okolo 70 členů z řad největších světových firem a 25 partnerských organizací po celé Evropě. V České republice je jejím partnerem Business Leaders Forum.

Obrázek č. 1: Procentní rozložení členů CSR ve světě



Zdroj: <http://www.csreurope.org/pages/en/corporatemembers.html>

Lisabonský summit

Dalším výrazným mezníkem pro evropský rozměr CSR se stal Lisabonský summit v březnu 2000. Vrcholní představitelé Evropské unie poprvé kladli důraz na firemní smysl pro společenskou odpovědnost a shodli se na nutnosti strategické podpory rozvoje společenské odpovědnosti firem po celé Evropě. Koncept CSR je zaměřený na cíl, který Lisabonský Summit vytyčil, a sice stát se do roku 2010 nejdynamičtější a konkurenčně

nejzdatnější znalostní ekonomikou na světě. Měla by zajišťovat stálý ekonomický růst s větším počtem a lepšími pracovními místy a vyšší sociální soudržností.

Další iniciativy

Na Lisabonský summit přímo navázalo několik dalších iniciativ:

V červnu 2001 vydává Evropská komise v souvislosti s celosvětovou aktivitou Mezinárodní organizace práce (International Labor Organization, ILO) tzv. **Zelenou knihu** s podtitulem Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, která obsahuje první EU definici CSR (viz kapitola 2.1). Jejím cílem je zahájit diskusi o konceptu společenské odpovědnosti firem a identifikovat, jakým způsobem jej lze propagovat a posilovat na evropské i globální úrovni. Zelená kniha byla předložena k volné diskusi a Evropská komise na ni obdržela více než 250 reakcí, z nichž polovina pocházela z řad firem.

V říjnu 2002 zahajuje práci tzv. **Multistakeholder Forum**, které za předsednictví Evropské komise dále sdružuje 18 zástupců z roviny zaměstnavatelských svazů, podnikatelských svazů, odborů a nevládních organizací. Cílem Fóra je propagovat transparentnost a inovativnost konceptu CSR a postupné sblížení existujících iniciativ v této oblasti. Multistakeholder Forum funguje na bázi periodických kulatých stolů. V roce 2004 vznikla závěrečná zpráva fóra, která představuje budoucí evropskou strategii směrem k CSR. Mezi jejími doporučeními se objevuje např. doporučení k celoevropské koordinaci. Jsou jimi jednotná pravidla, politika, podpora vzdělávání budoucích manažerův této oblasti, podpora výzkumu nástrojů CSR, informační kampaně a další. Tato zpráva je ke stažení na stránkách v anglickém jazyce.⁹ Všechny tyto aktivity Evropské komise uvítal a podpořil též Evropský parlament.

⁹ http://europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm

Organizace spojených národů (OSN)

Světová Organizace spojených národů je nejvíce spojována s otázkami míru a bezpečnosti, ale valná většina zdrojů OSN je soustředěna na podporu sociálního a ekonomického rozvoje. Tento závazek je zakotven v Chartě OSN. Od 90. let minulého století uspořádala OSN řadu mezinárodních konferencí, z nichž vzešla potřeba zahrnout do rozvojových programů i otázky postavení žen, lidská práva, trvale udržitelný rozvoj i ochranu životního prostředí. Nyní je pozornost soustředěna na plnění závazků z těchto konferencí [14].

Global Compact

V červenci roku 2000 vyhlásil generální tajemník OSN Kofi Annan iniciativu nazvanou Global Compact. Jde o mezinárodní síť sdružující agentury OSN, nevládní organizace, zástupce více než tisícovky firem a zástupce dalších mezinárodních organizací (International Labor Organization, World Business Council on Sustainable Development.)

Tato globální iniciativa navazuje na existující mezinárodní deklarace a klade si za cíl společné prosazení devíti základních principů podnikání po celém světě v oblastech lidských práv, práce a životního prostředí [9].

➤ Lidská práva

- 1) Firmy by měly podporovat a respektovat ochranu základních lidských práv.
- 2) Zajistit, že se žádným způsobem nepodílí na jejich porušování.

➤ Pracovní standardy

- 3) Měly respektovat svobodu sdružování a uznat právo na kolektivní vyjednávání.
- 4) Eliminovat jakékoliv formy nucené práce.
- 5) Nedovolit dětskou práci.
- 6) Eliminovat diskriminaci v zaměstnání.

➤ **Životní prostředí**

- 7) Firmy by měly podporovat ochranu životního prostředí.
- 8) Podněcovat iniciativy propagující odpovědný přístup k životnímu prostředí.
- 9) Podporovat vývoj a šíření technologií ohleduplných k životnímu prostředí.

Global Compact chce nejvíce těžit ze svého globálního charakteru a vysokého mezinárodního kreditu. Je založen na dialogu a partnerství, nic nevynucuje, nýbrž nabízí prostor ke společné akci těm, kteří nejsou lhostejní k otázkám globalizace a udržitelného rozvoje. K iniciativě Global Compact se lze přihlásit oficiálním a veřejným dopisem nejvyššího vedení firmy generálnímu tajemníkovi OSN.

Firemní odpovědnost je podporována i ze strany vlád národních států, jejichž role spočívá zejména ve vytvoření vhodného prostředí, které by odpovědnému chování firem nekladlo překážky, ale naopak je podporovalo a stimulovalo.

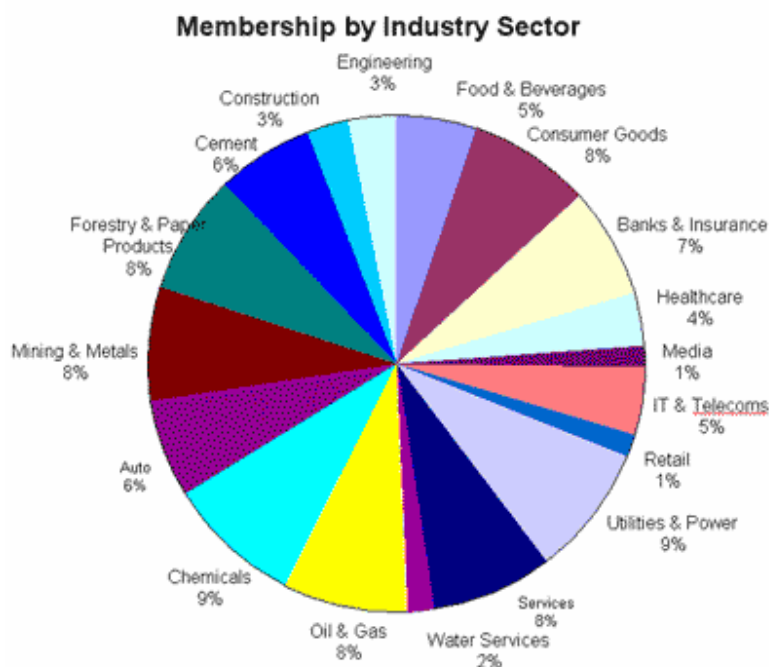
Světové obchodní fórum pro udržitelný rozvoj

Jedná se o mezinárodní koalici, které sdružuje přibližně 200 společností ze všech kontinentů, a které se sdružily prostřednictvím společného závazku k udržitelnému rozvoji. Tyto společnosti navzájem sdílí své zkušenosti a praxi na fórech, spolupracují s vládami a potom také s nevládními i mezivládními organizacemi. Jejich snahou je vytvořit právní rámec a podmínky pro business, tak aby efektivně přispíval k udržitelnému lidskému pokroku [3].

Oblasti, do kterých soustředí svoji iniciativu taktéž stojí na třech pilířích, kterými jsou: ekonomický růst, ekologická rovnováha a sociální vývoj.

Společnosti, které jsou členy světového obchodního fóra, jsou uvedeny v následujícím grafu a jsou rozděleny podle oboru podnikání. Jsou mezi nimi společnosti z 22 evropských států. Česká republika mezi ně nespadá.

Graf č. 3: Členství společností Světového obchodního fóra podle oboru podnikání



Zdroj:

<http://www.wbcسد.org/templates/TemplateWBCSD4/layout.asp?type=p&MenuId=MzM5&doOpen=1&ClickMenu=LeftMenu#>

3.2 Standardy a normy spojené s CSR

Tyto mezinárodní normy a standardy vedou podniky k aktivnímu a samostatnému jednání v rámci společenské odpovědnosti, která se může týkat bezpečnosti práce, životního prostředí, motivace zaměstnanců, transparentnosti rozhodování managementu společnosti, kvality práce apod.

Každá společnost má možnost získat osvědčení o splnění požadavků určité normy, tzv. Certifikát. Organizace, která se rozhodne získat Certifikát, musí vytvořit, dokumentovat a udržovat systém vedoucí ke splnění dané normy a neustále zlepšovat jeho efektivnost. Certifikaci podle jednotlivých norem mohou provádět pouze certifikační

orgány, které získaly akreditaci u příslušného institutu. Účast podniků na splnění těchto norem je dobrovolná.

3.2.1 AA 1000 (Accountability)

Tato norma vznikla již v roce 1999 ve Velké Británii s cílem vytvořit strukturu pro měření a hodnocení společenské odpovědnosti v podnikání. Jedná se komplexní nástroj, který zahrnuje metody komunikace se stakeholdery, etický audit, tvorba společensky odpovědné strategie, zpětnou vazbu ke stanoveným cílům.

Tato norma se dá použít u všech typů společností i u společností v neziskovém sektoru. Přispívá k posilování důvěryhodnosti organizací [15].

3.2.2 SA 8000 (Social accountability)

Norma SA 8000 je mezinárodní standard, který monitoruje a upravuje především pracovní podmínky zaměstnanců. Je obecně použitelná pro jakýkoli obor podnikání a pro firmy všech velikostí. Představuje průhlednou a měřitelnou normu.

Mezi základní požadavky této normy patří rozvoj, udržení a prosazování zásad v oblasti základních lidských práv, které je možno podnikem ovlivňovat a usměrňovat. Zaměřuje se na devět základních oblastí, kterými jsou¹⁰: dětská pracovní síla, donucená pracovní síla, ochrana zdraví a bezpečnosti při práci, právo na sdružování, diskriminace, udržení kázně, pracovní doba, odměna za práci a management [15].

Za hlavní výhody zavedení systému společenské odpovědnosti lze považovat:

- **posílení vztahu se zaměstnanci a zvýšení jejich loajality,**
- **zlepšení komunikace uvnitř společnosti, rozvoj partnerských vztahů se zákazníky, dodavateli a investory,**
- **potvrzení prestiže v oboru,**

¹⁰ Bližší informace jsou uvedeny na stránce:

http://www.dnv.cz/certifikace/systemova_certifikace/socialni_odpovednost/SA8000.asp

- **zlepšení vztahů s orgány státní správy a samosprávy,**
- **uveřejnění organizace v celosvětovém seznamu certifikovaných společností.**

3.2.3 ISO 9001

Norma ISO 9001 definuje požadavky na systémy řízení kvality (QMS) ve společnostech, které chtějí a potřebují prokázat svou schopnost trvale poskytovat produkty vyhovující technickým a zákonným předpisům [16].

Výhody plynoucí z úspěšného zavedení této normy:

- **zvýšení důvěryhodnosti firmy,**
- **snížení nákladů,**
- **možnost získání dotací z EU,**
- **zaměření na zákazníka,**
- **jednodušší přístup ke státním zakázkám,**
- **efektivnější přístup společnosti při procesech řízení.**

3.2.4 ISO 14001

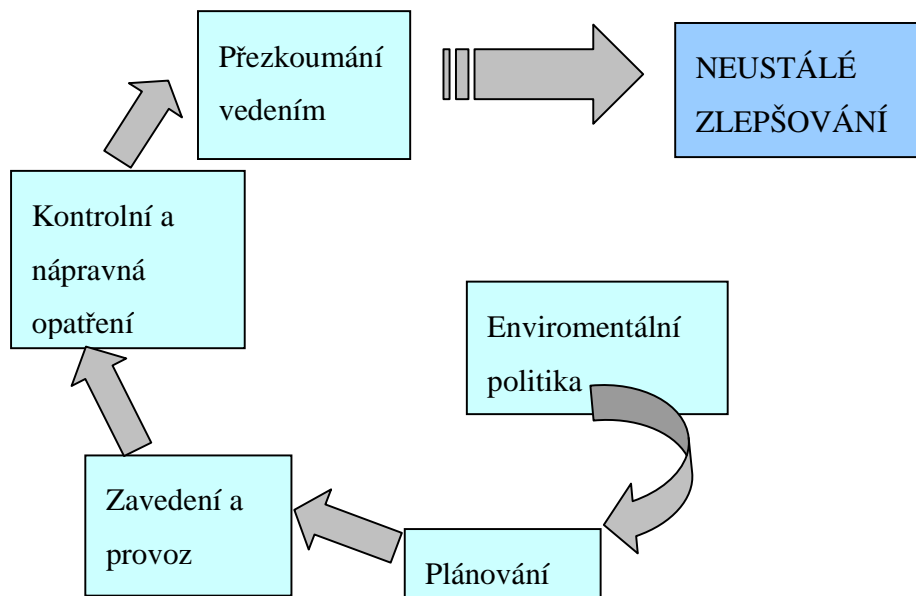
Jedná se o mezinárodně uznávanou normu, která specifikuje požadavky na systém řízení péče o životní prostředí, tzv. systém enviromentálního managementu – EMS

Norma je aplikovatelná ve všech typech společnosti nezávisle na velikosti, oboru činnosti, je vhodná pro služby i pro výrobní sektory. Tato norma vyžaduje, aby společnost jasně definovala své enviromentální cíle, politiku, hodnoty a vytvořila program, který je nezbytný pro jejich dosažení [17].

Mezi základní prvky normy patří:

- **enviromentální politika,**
- **plánování,**
- **zavedení a provoz,**
- **kontrola a nápravná opatření,**
- **přezkoumání vedením organizace.**

Obrázek č. 2: Dynamický model enviromentálního systému podle normy ISO 14001



Zdroj: <http://www.eiso.cz/poradenstvi/nase-sluzby/iso-14001/>

Přínosy na základě získání certifikátu při splnění ISO 14001

- **zajištění a vylepšení péče o životní prostředí,**
- **uvědomování si vlastní odpovědnosti,**
- **odhalení, popsání rizik a jejich snižování,**
- **zlepšení profilu/image firmy,**
- **motivace zaměstnanců,**
- **konkurenční výhody.**

3.2.5 OHSAS 18001

Jedná se o mezinárodní normu vytvořenou ve Velké Británii, která se zabývá systémem bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP). Norma pomáhá odstranit nebo minimalizovat rizika pro zaměstnance nebo další osoby, které by byly vystaveny rizikům při činnosti podniku. Norma pomáhá prokazovat plnění právních požadavků a je významným krokem při vytváření a udržování prostředí, které je dobré pro zaměstnance i pro podnikání [15].

Nejnovější verze této normy je z července roku 2007 a její klíčové oblasti jsou:

- **identifikace nebezpečí, analýza rizika a stanovení řízení,**
- **právní a jiné požadavky,**
- **cíle a programy BOZP,**
- **zdroje, úlohy, odpovědnost a pravomoc,**
- **komunikace, spolupráce a konzultace,**
- **řízení provozu,**
- **havarijní připravenost a reakce,**
- **měření výkonu, monitorování a zlepšování.**

Výhody, které plynou ze zavedení této mezinárodní normy:

- **minimalizace, eliminace pracovních rizik,**
- **transparentnost vztahu k bezpečnosti práce pro zaměstnance, zákazníky, dodavatele a veřejnost,**
- **bezproblémovost vůči kontrolním orgánům,**
- **snadnější udržení a postupné zlepšování systému BOZP.**

3.2.6 ISO 26000

ISO 26000 je mezinárodní norma mimořádného významu i rozsahu a je míněna jako nejlepší praxe. Návrh na zařazení této normy do plánu mezinárodní organizace pro normalizaci (ISO) proběhl v lednu roku 2005. Technický řídicí výbor mezinárodní organizace pro normalizaci vytvořil pracovní skupinu pro společenskou odpovědnost WG SR, která umožňuje účast všech zainteresovaných stran na tvorbě této ISO normy. Tato pracovní skupina je vedena společným týmem Brazílie a Švédska, tedy z rozvojové a rozvinuté země a je do ní zapojena stovka expertů z 54 zemí a rovnoměrné zastoupení mužů a žen zabezpečuje rozmanitost názorů. ISO doufá, že široká spolupráce udělá normu lepší a poskytne praktické zkušenosti, které ulehčí začlenění nových názorů při práci ISO v budoucnu.

Česká republika se přihlásila k iniciativě v roce 2005. Na národní úrovni vznikla „zrcadlová“ pracovní komise pro společenskou odpovědnost, jejíž činnost řídí Český normalizační úřad. Tato národní komise koordinuje vstup ČR do mezinárodního procesu tvorby a je také otevřena všem zájemcům o aktivní práci na normě [26].

Poselství předsedy pracovní skupiny pro společenskou odpovědnost WG SR Jorge Cajazeira zní: *„Svět není dosud spravedlivý, ale společně ještě máme šanci eliminovat chudobu, nehumánní podmínky a degradaci životního prostředí, které jsou dosud běžné... Důležitou schopností ISO je využití ji jako nástroje implementace v praxi a jedinečná cesta k šíření informací.“*

Předpoklad dokončení zpracování této normy je do konce roku 2008. Konečný návrh by měl padnout v září roku 2008 a mezinárodní norma jako taková se plánuje na říjen roku 2008. V současnosti je norma ještě ve stavu rozpracovaného dokumentu, který je určen k připomínkování a diskuzi. Prozatím neuvažuje o využití pro akreditovanou certifikaci.

Cílem této normy je [9]:

- **poskytnout návod pro funkční společenskou odpovědnost,**
- **mezinárodní norma, aplikovatelná pro všechny typy a velikosti organizací,**
- **identifikovat a zapojit zainteresované strany,**
- **zvýšit důvěryhodnost organizací a tím i jejich konkurenceschopnost,**
- **zvýšit spokojenost a důvěru zákazníků,**
- **podporovat jednotnou terminologii pro společenskou odpovědnost,**
- **být v souladu s již existujícími dokumenty, smlouvami, zásadami a konvencemi a jinými normami ISO (např. Světová deklarace lidských práv, Deklarace ILO¹¹),**
- **v normě by měl být užíván termín „should – měl by“ před „shall – musí.“**

¹¹ ILO – mezinárodní organizace práce je 1. specializovaná agentura OSN, jejímž hlavním cílem je prosazování spravedlnosti a mezinárodně uznávaných lidských a pracovních práv

Obsah ISO 26000

V tabulce č.2 je uvedena předběžná struktura mezinárodní ISO normy. Tento prozatímní návrh struktury i náplň ISO 26000 byl předložen zainteresovaným skupinám k připomínkování.

Tabulka č. 2: Návrh struktury ISO 26000

Kapitoly	Číslo kapitoly	Popis kapitoly
Úvod	0	Poskytnutí informací o obsahu normy a důvodech jejího vzniku
Předmět normy	1	Definuje rozsah normy, omezení využití, výjimky
Normativní odkazy	2	Obsahuje seznam dokumentů, které je třeba číst spolu s normou
Termíny a definice	3	Hlavní termíny použité v mezinárodní normě a jejich definice
Porozumnění SR	4	kteřé mají vliv na rozvoj společenské odpovědnosti. Popisuje také koncept společenské odpovědnosti samotný, tzn. aplikace u firem a relevantní problémy zainteresovaných skupin
Principy SR	5	Identifikace souboru principů SR, získaný na základě různých zdrojů, poskytnutí návodu pro tyto principy.
Návod pro hlavní oblasti SR	6	Bude obsahovat samotné návody ro jednotlivé klíčové oblasti SR a jejich vztah k organizacím. Řešení relevantních problémů zainteresovaných stran
Návod pro implementaci SR v organizaci	7	Průvodce pro implementaci a integraci SR v organizaci, včetně např. praxí, přístupů, identifikace problémů, posouzení funkčnosti, reportingu a komunikace.
Přílohy k návodu	8	Přílohy týkající se SR
Literatura	9	

Zdroj: ISO_WD 26000

3.2.7 EMAS (Environmental Management system)

Je dobrovolný systém (systém environmentálního řízení a auditu) pro společnosti, které se rozhodly hodnotit a zlepšovat svůj vztah k životnímu prostředí a poskytovat relevantní informace veřejnosti a jiným zúčastněným subjektům. Zavedení systému také posiluje konkurenceschopnost výrobku a služeb. Jedná se o národní program, který byl schválen Českou republikou v roce 1998, tak aby odpovídal obdobnému systému Evropské unie. Příslušným subjektem pro akreditaci nezávislých ověřovatelů stavu životního prostředí je v českém systému EMAS Český institut pro akreditaci, o.p.s.¹²

Zavedení systému EMAS v organizacích je financováno z vlastních zdrojů, výše nákladů je závislá na politice životního prostředí organizace, cílech a úkolech, které si sama stanoví na základě celkové analýzy, tzn. závisí na změnách v organizační struktuře, v technologiích, které bude zapotřebí. Jedná se kontinuální proces [13].

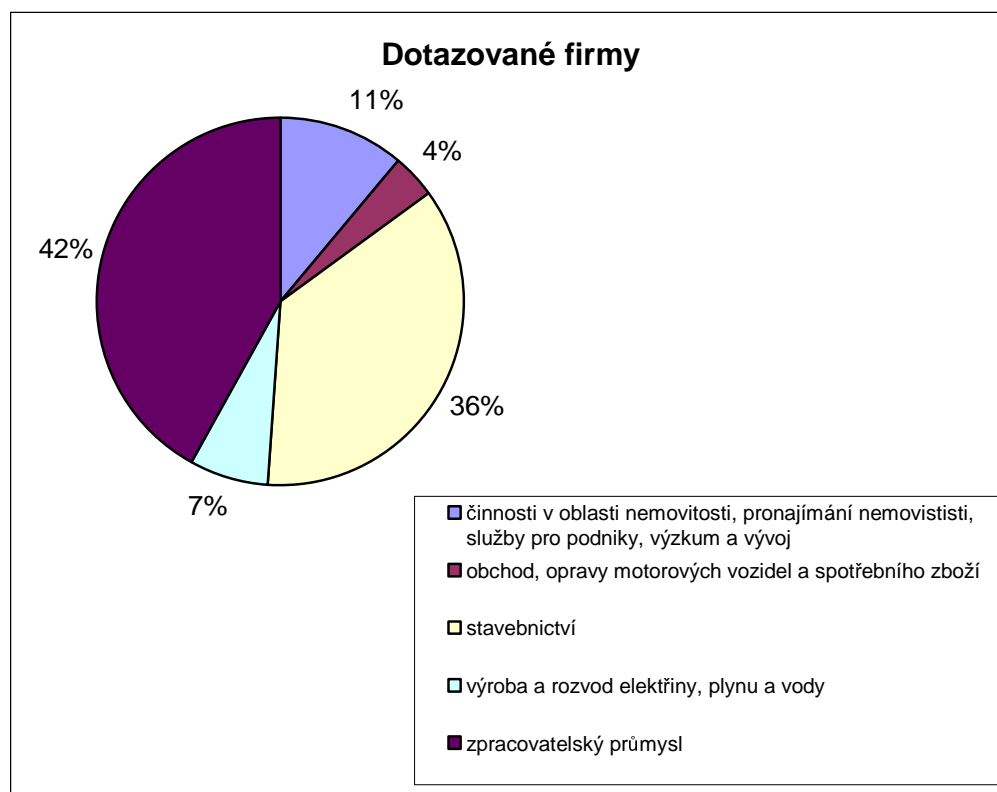
Jako příklad bych uvedla studii, která byla provedena v Rakousku v roce 1997, která hodnotila výsledky zavádění systému environmentálního řízení organizací. Bylo konstatováno, že opatření realizovaná v rámci zavádění tohoto systému řízení bývají ze 60% opatření organizační. Vstupní analýza materiálových, energetických a finančních toků pomáhá odhalit slabá místa v organizaci, která mohou být odstraněna rychle, bez velkých investic. Zbývajících 40 % opatření má technologickou povahu a zpravidla jsou spojena s inovacemi. Asi 90 % opatření se realizují během 1,5 roku, 10 % potřebují delší dobu.

Z průzkumu prováděných v České republice plyne, že organizace, které uplatňují systém environmentálního řízení, zavádějí opatření týkající se především snížení odpadů a šetření surovinami.

¹² Český institut pro akreditaci (CIA), byl zřízen jako orgán státní správy v r. 1993 a pověřen výkonem akreditace. V roce 1998 byl transformován na obecně prospěšnou společnost poskytující na základě pověření Ministerstva průmyslu a obchodu obecně prospěšné služby (akreditace a dozory) podle příslušného zákona. CIA hospodaří na neziskovém principu.

Obory, které mají největší sklon k zavedení tohoto systému jsou uvedeny v grafu č.4. Je zřejmé, že největší zájem o tento systém mají organizace z oboru zpracovatelského průmyslu a těsně za nimi je obor stavebnictví.

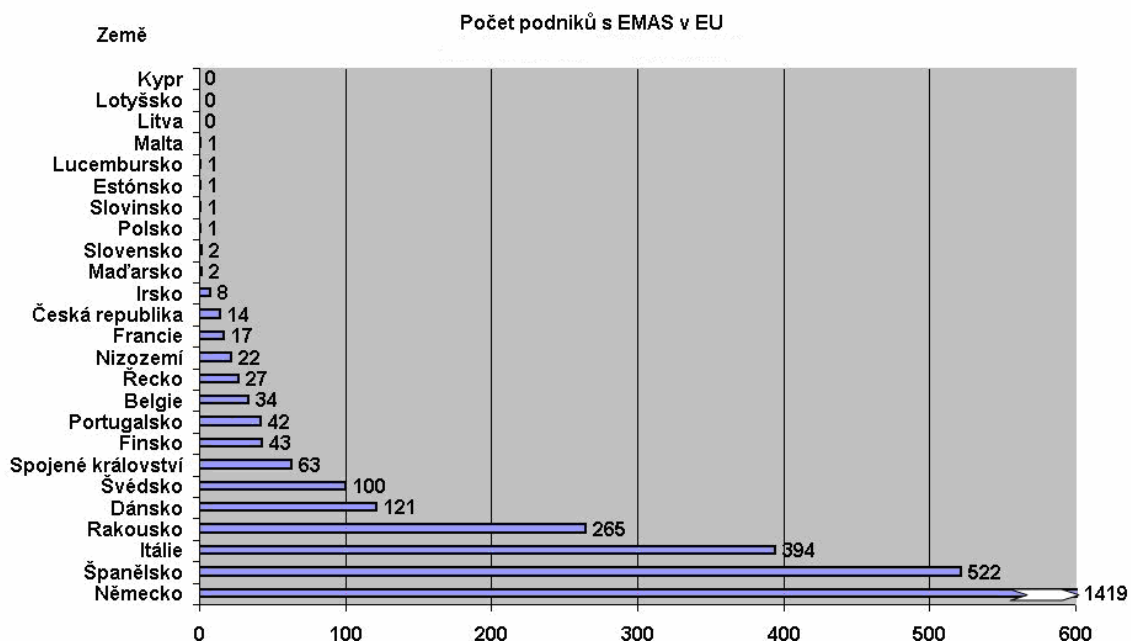
Graf č. 4: Počet podniků se zavedeným EMAS podle oboru podnikání



Zdroj: data čerpána z: CENIA, Agentura EMAS, in: <http://www.cenia.cz/web>

Pro zajímavost ještě uvádím graf č. 5, kde je uveden počet podniků se zavedeným EMAS v porovnání s Českou republikou. Nejlépe je na tom Německo, které čítá 1419 podniků, na 2. místě se ztrátou 897 podniků je Španělsko, v České republice je 14 podniků, který mají EMAS implementovaný.

Graf č. 5 : Počet podniků se zavedeným EMAS v EU



Zdroj: Organizace ISO, in: <http://www.cenia.cz/web>

Cílem programu je především podpora neustálému zlepšování vlivu činností organizací na životní prostředí tím, že [13]:

- **fungování a účinnost tohoto systému je systematicky, objektivně a pravidelně hodnocena,**
- **veřejnost a ostatní zúčastněné strany jsou o vlivu činnosti organizace se zavedeným EMAS a životní prostředí pravidelně informovány formou environmentálního prohlášení,**
- **pracovníci organizace se zavedeným EMAS jsou vhodnými formami vedeni k aktivní, účasti na činnostech spojených s fungováním EMAS.**

Přínosy plynoucí ze zavedení systému EMAS:

- **redukce provozních nákladů (úspor surovin, energií, ale i nákladů na zneškodňování odpadu a poplatku za vypouštění znečišťování,**
- **snížení rizika nehod, ovlivňujících stav životního prostředí,**
- **úspory na pokutách a jiných sankcích, spojených s poškozováním životního prostředí,**
- **vyločení nebo omezení jiných nákladů způsobených nejasnou organizační strukturou a přesnější vymezení investičních záměrů a podnikatelských plánů,**
- **účinné obrany proti tvrzením o ekodumpingu¹³, především ve vztahu k exportu,**
- **snazší získávání prodejních nebo jiných osvědčení, povolení a licencí,**
- **jednodušší získávání kapitálu (úvěru, půjček, veřejných zakázek apod.).**

Zavedení Aktualizovaného programu EMAS je v souladu se závazky, vyplývajícími z Evropské dohody o přidružení České republiky k Evropské unii.

¹³ Ekodumping – prodávání výrobku v cizině pod cenou. Přijímání práva životního prostředí představuje značné finanční nároky a má bezprostřední dopad na konkurenceschopnost průmyslových podniků. Kdo nevykládá prostředky na péči o životní prostředí, má zpravidla levnější výroby.

4. Metodika práce

K diplomové práci využívám sekundární a primární zdroje.

Sekundární zdroje jsou složeny z odborné literatury, firemních materiálů a dokumentů TOS – Kuřim OS, a.s a z výzkumů zaměřených na CSR.

Primárním zdrojem je mi hloubkové šetření ve firmě TOS Kuřim - OS, a.s., do kterého byl zapojen provozní a personální ředitel, projektová manažerka a další zúčastněné osoby. Na základě rozhovorů s nimi, pozorování a prostudování interních materiálů jsem provedla audit, který je podkladem pro vyhodnocení současné situace v oblasti CSR.

Dalším primárním zdrojem je výzkum v oblasti společenské odpovědnosti u podniků sídlících v Českém technologickém parku, který jsem provedla v měsících prosinec 2007 až únor roku 2008 formou hloubkových rozhovorů. Výběr respondentů byl cíleně zaměřen na všechny tyto firmy z důvodu jejich pokročilosti v systému řízení, konkurenceschopnosti a oblasti CSR. Na internetu jsem vyhledala e-mailové adresy na personální oddělení jednotlivých firem a průvodním dopisem jsem je požádala o poskytnutí rozhovorů do mé diplomové práce na téma Společenská odpovědnost firem. Rozhovory firem, které byly ochotny se podělit o své informace, byly provedeny na pracovištích jednotlivých firem¹⁴ nebo formou komunikace e-mailem.

Všechny rozhovory byly řízeny na základě předem připravených 14 otázek z oblasti CSR – ekonomické, sociální a enviromentální a dvou otázek týkajících se obecnějšího pohledu na společenskou odpovědnost firem¹⁵. Jednalo se o otevřené otázky, které dávaly firmě prostor vystihnout danou situaci uvnitř firmy a uvést konkrétní příklady, které se

¹⁴ Jednalo se o společnosti Phoenix Contact, s.r.o. a Symbol Technologies, Inc.

¹⁵ Struktura rozhovoru je přiložena v příloze č.3

k výpovědím vztahovaly. Míra otevřenosti výpovědí závisela na časových možnostech respondentů i vzájemné důvěře vztahu tazatel – respondent.

Firmy předem znaly z průvodního dopisu zaměření a účel průzkumu a tazatel (autor) se zavázala, že získaný materiál použije pouze pro zpracování této diplomové práce. Všichni respondenti, kteří odpověděli na zadané otázky, souhlasili, že mohou uvést jejich národní.

5. Analýza problému a současné situace

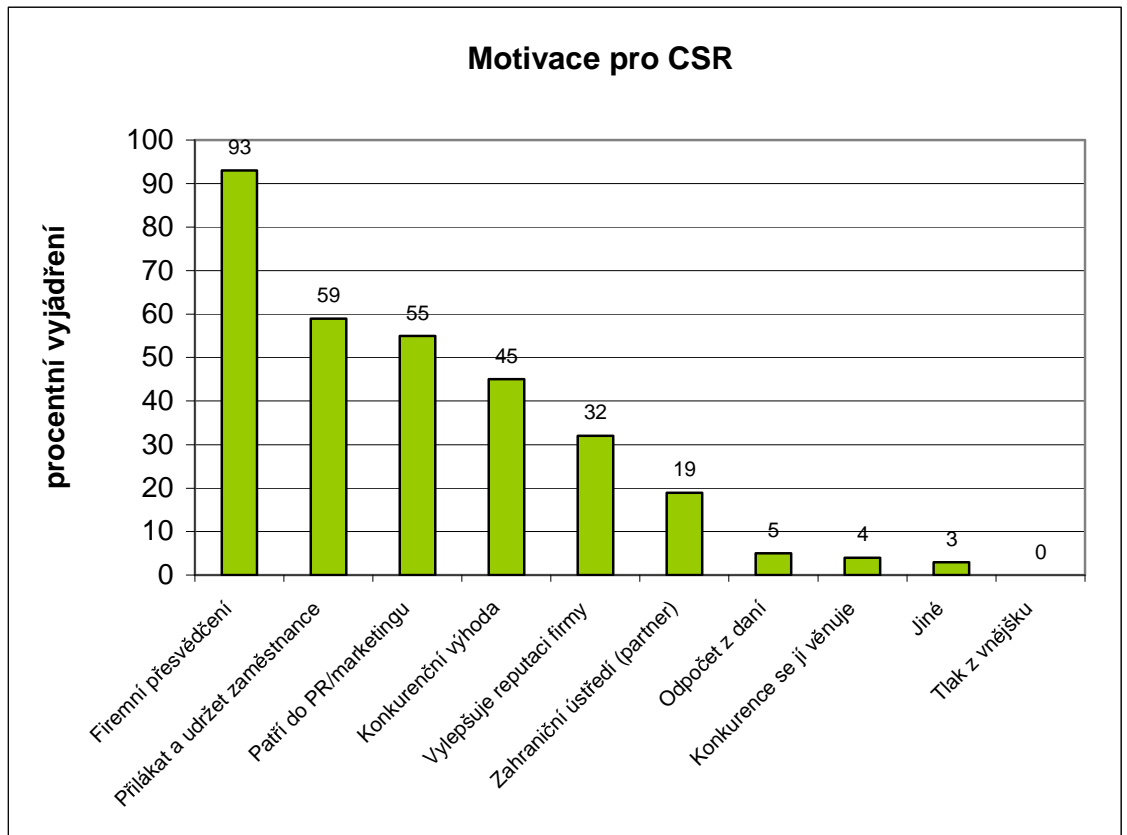
Česká republika stejně jako ostatní země, které přistoupily nebo přistupují nově k Evropské unii se v oblasti společenské odpovědnosti firem teprve formují a jejich přístup k otevřenosti CSR je poměrně omezený. Většina totiž stále vnímá překážky v podobě nedostatečné informovanosti o konceptu CSR, nedostatečné podpory ze strany státu, malého společenského uznání i zájmu médií. Navíc pro majitele a manažery firem, kteří jsou zvyklí vyjadřovat se pomocí přesných dat, je tento vágní model společenské odpovědnosti těžko akceptovatelný. Podle průzkumu Jany Trnkové ve spolupráci s organizací Business Leaders fórum, který proběhl v listopadu 2003, většina zúčastněných firem (bylo osloveno 265 firem a 111 se jich zúčastnilo) potvrdila, že CSR vychází v České republice pouze z firemního přesvědčení. Ani jedna organizace nepotvrdila tlak díky vnějšímu prostředí (viz graf č. 6)

Globalizace tržního hospodářství, zájem Evropské unie, stejně tak jako rostoucí zájem komerčního i neziskového sektoru, postupně ale nutí firmy ke zvyšování sociální a ekologické odpovědnosti. V zemích jako Velká Británie, Německo, Francie, Itálie, Nizozemí hraje CSR velmi důležitou roli a vlády se velmi angažují svou proaktivní politikou a díky jejich tlaku bude v ČR společenská odpovědnost firem do budoucna velmi důležitá.

Tato kapitola je zaměřena na společenskou odpovědnost firem v konkrétním případě – CSR brněnské strojírenské firmy TOS Kuřim - OS, a.s. Jedná se o popsání dílčích částí CSR, které má tento podnik zavedené, ale nejsou brány jako celek.

Pro srovnání jsem provedla průzkum technologicky zaměřených podniků se sídlem v Technologickém parku v Brně, kteří jsou špičkový ve své oblasti podnikání a jsou i velmi pokročilý v oblasti společenské odpovědnosti. Mohly by motivací a vzorem pro ostatní organizace, které se budou muset v blízké budoucnosti o toto téma zajímat.

Graf č. 6: Proč se věnují firmy CSR aktivitám?



Zdroj: data čerpána z výzkumu Jany Trnkové

5.1 Společnost TOS Kuřim OS, a.s.

5.1.1 Základní informace

Obchodní firma: TOS Kuřim OS, a.s.

Identifikační číslo: 262 31 522, zapsáno: 1. ledna 2001

Právní forma: Akciová společnost

Základní kapitál : 206 000 000 Kč, zapsáno: 10.ledna 2008

Předmět podnikání:

- výroba strojů a zařízení pro využití mechanické energie - výroba součástí pro převod otáčivého pohybu a výroba lineární techniky,
- výroba strojů a zařízení pro určitá hospodářská odvětví - výroba obráběcích strojů a zařízení,
- zprostředkování obchodu - obráběcími a tvářecími stroji a součástmi těchto strojů,
- zprostředkování služeb - v oblasti strojírenské výroby,
- činnost podnikatelských, finančních, organizačních a ekonomických poradců - organizační a ekonomické poradenství,
- činnost technických poradců v oblasti - strojírenství, hutnictví a energetiky,
- projektování elektrických zařízení,
- kovoobráběčství,
- zámečnictví,
- výroba, instalace a opravy elektrických strojů a přístrojů,
- výzkum a vývoj v oblasti přírodních a technických věd nebo společenských věd.

5.1.2 Výrobkový sortiment

Společnost patří k nejstarším výrobcům frézek jednoúčelových strojů a automatických obráběcích linek v České republice. V následujícím odstavci jsou uvedeny příklady obrobků, pro jejichž obrábění ať už úplné nebo částečné – byly v TOS Kuřim, a.s. zkonstruovány a vyrobeny jednoúčelové stroje nebo automatické obráběcí linky.

Tabulka č. 3: Výrobkový sortiment

Automobilový a traktorový průmysl		
motory	podvozky	převodovky
bloky motorů hlavy válců vločky válců ojnice pístní kroužky vstřikovací čerpadla vznětových motorů vstřikovací trysky	náboje kol třmeny brzd skříně řízení mosty náprav křížové čepy kulové čepy ramena závěsů	skříně převodovek spojkové skříně zasouvací vidličky skříně diferenciálů
Spotřeni průmysl		
válce a hlavy kompresorů chladniček ventilové desky tělesa karburátorů radiátory a další		
Armatury a fitingy		
kompletní sortiment armatur a fitinků tělesa šoupátek až do světlosti 400mm ocelové láhve na plyn		
Elektrotechnický průmysl		
tělesa statorů štíty motorů rotory motorů		
Unikátní obrobky		
podvozky železničních vagónů klikové hřídele lodních motorů		

Zdroj: Výroční zpráva TOS Kuřim – OS, a.s.

5.1.3 Historie firmy

Závod byl založen v roce 1942 jako pobočný závod Zbrojovky Brno. Během šedesátileté výroby obráběcích strojů prošli zaměstnanci společnosti zkušenostmi z výzkumu, vývoje, konstrukce, výroby a provozu více než 83 000 obráběcích strojů, 60 automatických obráběcích linek a 3 500 jednoúčelových strojů.

TOS Kuřim byl od svého založení jedním z průkopníků v zavádění nových technologií do praxe. Je snahou společnosti vyrábět spolehlivé a přesné obráběcí stroje s dlouhodobou životností, tak aby budovala dobré jméno podniku.

Velký rozvoj sortimentu i objemu se rozvíjel na konci osmdesátých let. Společnost měla v té době tři pobočné výrobní závody, vlastní slévárnu přesných odlitků a vyráběla jako jeden z prvních výrobců v bývalé Československé republice kuličkové šrouby. Hlavní sortiment se skládal z obráběcích center, nástrojových, konzolových a ložových frézek, jednoúčelových strojů a automatických obráběcích linek.

V roce 1996 prošla firma transformací. Stala se privátní firmou, jejím stoprocentním vlastníkem byla společnost FOBS LEASING, s.r.o. Od srpna 1996 vznikl název společnosti TOS Kuřim - OS, s.r.o. Na základě licenčních dohod převzala tato společnost know-how, registrovanou ochrannou známku, logo a především kompletní tým odborníků.

V souladu se zápisem do obchodního rejstříku ze dne 7.12.2000 a s účinností od 1.1.2001 vznikla akciová společnost TOS Kuřim - OS, a.s. Majoritním vlastníkem TOS Kuřim – OS, a.s. se od 26.7.2005 stala česká obchodní společnost ALTA, a.s. se sídlem v Brně, jejíž významnou obchodní komoditou jsou obráběcí stroje.

5.1.4 Společenská odpovědnost firmy TOS Kuřim – OS, a.s.

Postoj k CSR pohledem personálního a provozního ředitele

Před dvěma lety bylo ve firmě obměněno vedení a od té doby proběhl rozsáhlý proces restrukturalizace, která se týká i oblasti podnikatelské etiky a etického řízení podniku. Pan Mgr. Josef Dvořák současný provozní a personální ředitel vidí otázku společenské odpovědnosti firmy jako velmi důležitý problém do budoucnosti.

Z rozhovoru, který jsem s panem ředitelem uskutečnila za účelem vypracování této diplomové práce, vyplývá, že etické chování patří k důležitým tématům podporující úspěšnost řízení a prosperitu firmy. Největší přínos potenciálního zavedení CSR by spatřoval v transparentnosti podnikání, důvěře zájmových skupin, otevřenosti ve vztahu k zákazníkům a především v dobrém jménu podniku. Mezi etické hodnoty, které jsou pro tento podnik významné, by se daly zařadit otevřenost a profesionalita, odpovědnost - schopnost zaměstnance přijmout svou odpovědnost za sebe, spravedlnost a s ní související loajalita a spokojenost zaměstnanců i vedení firmy.

Přestože společnost TOS – Kuřim OS, a.s. nemá ucelený rámec činností, které přímo korespondují s CSR, zvažuje systémové popsání již některých zavedených prvků, tak aby se podnik mohl prezentovat svým odpovědným podnikáním navenek a ukázat, že se nesoustřeďuje jen na ekonomický růst, ale i na enviromentální a sociální aspekty své činnosti. Doposud ale nebyla příležitost, čas ani informace systematicky činnosti popsat a vyhotovit dokument, který by ji prezentoval.

Zhodnocení podnikových aktivit ve třech významných oblastech

Ekonomická oblast

Transparentnost

V ekonomické oblasti je velmi důležité **transparentní podnikání a přímé jednání** vůči zájmovým skupinám, tzn. zaměstnancům, zákazníkům, akcionářům, dodavatelům

apod. TOS – Kuřim OS jedná v souladu se všemi veřejnými sděleními, která se týkají obchodní politiky a postupů podniku při jeho transakcích se zákazníky a dodavateli. Veškeré informace o podniku samotném i o výrobcích jsou založeny na pravdivých a poctivých základech.

Chování k zákazníkům

Velmi důležitým zájmem a obchodní nutností podniku TOS KUŘIM je, v návaznosti na šedesátiletou tradici, vyvíjet, vyrábět a dodávat přesné obráběcí stroje na vysoké technické úrovni a nabízet zákazníkům odpovídající služby a tím si zachovávat jejich loajálnost a důvěru. Obchodní úsek má na starosti **zaměření na zákazníka** a transformaci informací do interních předpisů. Zásady, kterých se tato společnost řídí jsou následující:

- zákazník je nejdůležitější osobou našeho podniku a nezáleží na tom, zda se jedná o komunikaci elektronickou, telefonickou nebo o osobní kontakt se zákazníkem,
- zákazník není závislý na nás, ale my na něm,
- zákazník nás nikdy neruší v práci! Neděláme mu laskavost tím, že mu sloužíme, ale on ji dělá nám tím, že nám dává nové příležitosti,
- zákazník je někdo kdo k nám přichází se svým přáním, naší snahou je toto přání splnit - optimálně jak pro něho, tak pro nás,
- je lehčí si zákazníka udržet, nežli si ho získat.

TOS Kuřim – OS poskytuje **poprodejní servis** pro zákazníky, který se skládá z uvedení stroje do provozu, školení na obsluhu a údržbu, záručního i pozáručního servisu, preventivního servisu na požádání zákazníka, poskytnutí náhradních dílů a také dálkové diagnostiky. Dálková diagnostika spočívá v bezprostředním kontaktu se zákazníkem online, připojení ke stroji s možností přesného a rychlého identifikování poruchy a následné odstranění. Je považována za nejrychlejší službu zákazníkovi.

Podnik vyhodnocuje každoročně spokojenost zákazníku pomocí dotazníků, které evidují, analyzují a následně vyhodnocují, viz obrázek č. 3. Struktura dotazníku je uvedena v příloze č. 2

Obrázek č. 3: Proces stanovování spokojenosti zákazníka



Zdroj: materiál TOS–OS, a.s.

Společnost je certifikována podle **ISO 9001** (viz příloha č. 1) a vedení společnosti TOS Kuřim – OS, a.s. vyhláší tuto jakostní politiku jako vyjádření svého postoje k naplňování požadavků zákazníků a zabezpečení trvalého zlepšení systému managementu jakosti a zvyšování výkonnosti společnosti.

Chování se k dodavatelům

Snahou je udržet dlouhodobé partnerské vztahy oboustranně výhodné, tak aby byl podnik schopen uspokojit potřeby a očekávání zákazníků. Na začátku vztahu zjišťuje společnost reference, jaké má postavení na trhu, cenovou úroveň apod. Hodnotí také kvalitu dodávek, včasnost a úroveň služeb u jednotlivých dodavatelů.

Marketingová a reklamní etika

Tato oblast etiky není u společnosti popsána v žádném dokumentu, ale je snahou společnosti vyvarovat se porušování etických reklamních pravidel, které by mohly ohrozit dobré jméno společnosti.

TOS Kuřim – OS, a.s. nemá definovaný **etický kodex** a zatím ani neuvažuje o jeho zavedení.

Sociální oblast

Zaměstnanci

TOS Kuřim – OS si velmi váží svých zaměstnanců a poskytuje jim jistotu a dobré pracovní podmínky, čímž omezuje fluktuaci pracovníků na minimum.

Společnost TOS – Kuřim zaměstnává celkem 601 zaměstnanců, z toho 111 žen a 28 je tělesně postižených (viz tabulka č. 4) V minulosti byl počet handicapovaných ještě o něco vyšší, ale díky outsourcingu ostrahy společnosti počet této skupiny zaměstnanců klesl na 28. Přestože zákon stanovuje tento počet na 24, TOS – Kuřim OS má snahu poskytnout této znevýhodněné skupině pracovní příležitosti.

Tabulka č. 4: Stav pracovníků k 31.12. 2007

ženy	111	dělníci výrobní	247
muži	490	dělníci	89
ZPS, ZTP	28	THP	265
celkem	601	celkem	601

Zdroj: Výroční zpráva za rok 2007 TOS- Kuřim OS, a.s

Podnik umožňuje změnu pracovní doby, která je zakotvena v pracovním řádu. Díky směnnému provozu a s tím souvisejících potřebám výroby (tzn. skladníci a technologové by měli být na pracovišti ve stejnou dobu jako dělníci a technici ve výrobě) je však tato možnost využívána minimálně.

TOS Kuřim - OS je velmi zaměřená na spokojenost svých zaměstnanců. Je otevřená připomínkám a návrhům zaměstnanců, pořádá **vzdělávací kurzy, motivačních programy a přiděluje bonusy**. Zaměstnanci mají možnost vyjádřit své nápady, uplatnit své dovednosti a znalosti, ale i svěřit se svými problémy svým nadřízeným. Ti dále postupují vzniklé situace personálnímu řediteli, který řeší požadavky s odborovou organizací.

Firma organizuje a zabezpečuje velkou řadu školení, která jednak umožňují zaměstnancům udržet si oprávnění či kvalifikaci, ale hlavně rozvíjí jejich znalosti a kompetence. V roce 2007 proběhlo ve firmě 365 vzdělávacích akcí, kterými prošlo 2511 zaměstnanců. Náklady na školení dosáhly téměř 3 milióny Kč.

Společnost poskytuje zaměstnancům řadu výhod a bonusů nad rámec daný zákoníkem práce. Především jde o:

- **příspěvek na penzijní připojištění,**
- **příspěvek na stravování,**
- **odměnu za 25 let zaměstnání, při dosažení 50 let, při odchodu do důchodu,**
- **13. mzdu (ve dvou částech v červenci a listopadu),**
- **příplatky za práci odpoledne, v noci, ve směnném provozu, v sobotu apod. (firma je poskytuje vyšší),**
- **týden dovolené navíc.**

Jako motivaci k lepším výkonům, společnost nabízí prémiovou složku mzdy, která je závislá na výsledcích hospodaření, kvalitě a včasnosti produkce. Může tvořit až 25 % základní mzdy. Další často využívanou možností jsou odměny z fondů odborných ředitelů (cca 2 milióny Kč/rok). Poprvé za loňský rok byli také odměněni nejlepší pracovníci - „Tosáci“ pamětní plaketou a peněžní odměnou 5 000 Kč.

Sponzoring a firemní filantropie

V roce 2008 firma zakoupila jako sponzorský dar rehabilitační magnetoterapeutickou sadu pro potřeby Centra sociálních služeb v Kuřimi. Zde bude sloužit pro rehabilitaci tělesně postižených a seniorů. TOS Kuřim také podporuje oblast vzdělávání, vědy a výzkumu. Spolupracuje s odbornými ústavami na vývoji strojů a technických řešeních - probíhá nepřetržitě a týká se různých odborných pracovišť při VUT Brno, ČVUT Praha, VŠB-TU Ostrava příp. dalších. Také pořádá exkurze. Přibližně každých 14 dnů umožňuje exkurzi s odborným výkladem skupině studentů. Jedná se zpravidla o žáky strojírenských oborů středních škol a učilišť z Brna a okolí a studenty VUT v Brně. Podle zaměření poskytuje odborný výklad. Jsou příznivě nakloněni podpoře jednotlivých studentů při poskytování praxí a konzultací k diplomovým pracím.

Nejrozsáhlejší soustavná spolupráce byla navázána s SOŠ a SOU Kuřim. Žákům je pro potřebu výuky poskytován materiál ke vzdělávání. Je jim umožněno vykonávat praxi v technických, ekonomických a administrativních útvarech firmy. Praxi vedou patroni z řad zkušených pracovníků. Za tuto praxi získávají motivační odměnu a cílem je získání vztahu k oboru a firmě a také praktických i odborných znalostí.

Co se týká podpory kulturních akcí, společnost patří do skupiny ALTA, která je oficiálním partnerem Městského divadla Brno. Je příznivě nakloněna pořádáním festivalu Rockfest v Kuřimi, zapůjčením firemního parkoviště a poskytnutím zázemí. Stejně tak poskytuje prostory pro pořádání soutěží Svazu dobrovolných hasičů v Kuřimi.

Enviromentální oblast

Podnik TOS - Kuřim OS nemá žádnou certifikaci výše zmíněných norem, ale je si plně vědom odpovědnosti k životnímu prostředí. Společnost investovala do projektu v hodnotě 30 miliónů Kč, který bude probíhat dva roky a měl by přinést pozitivní změnu ve spotřebě elektrické energie. **Spotřeba elektrické energie** je výrazně závislá na počtu hodin spuštěných strojů, a jelikož roste výkon firmy i počet odpracovaných hodin, roste spotřeba elektrické energie. Proto společnost v rámci projektu přechází z centrálního vytápění na

decentralizovaný systém malých plynových kotelen a agregátů umožňující regulace, který by měl snížit energetickou náročnost o 30 - 40%. Podíl na tom bude mít i zateplení budov, které sníží energetické ztráty.

Snahou této firmy je také postupně obnovit vozový park za novější automobily s nižší spotřebou paliva i s příznivějším únikem **emisí**. Za poslední rok byla obměněna polovina vozového parku.

Co se týká **nakládání s odpadem**, podnik produkuje převážně kovový odpad a papír, ale i emulze, barvy, zářivky a jiný nebezpečný odpad. Ten, který má charakter nebezpečného, je likvidován akreditovanou firmou v souladu se zákonem o odpadech. Ve výrobních prostorách bylo nově instalováno přes 80 nádob na třídění odpadu, jež mají na starosti dva pracovníci odpadového hospodářství. Ti zabezpečují jeho shromažďování a předání odborným firmám k likvidaci, recyklaci nebo prodeji.

Produkty firmy jsou obráběcí stroje, tzn., že velký vliv na životní prostředí mají i potencionální zákazníci, kteří stroje používají. Stroje samy o sobě nevytvářejí škodliviny, ale jejich provoz vyžaduje používání maziv. Je na zákaznících, aby s nimi nakládaly v souladu se zákonem o odpadech.

Společnost nepoužívá vodu ve výrobních technologiích a **odpadní vodu** tedy produkuje jako běžná domácnost, tedy samozřejmě s velikostí odpovídající 611 zaměstnancům.

5.2 Výzkum CSR firem v Českém technologickém parku

5.2.1 Popis výzkumného souboru

Český technologický park byl vybudován pro podporu a rozvoj organizací. Díky dlouholeté tradici v oblasti elektrotechnického průmyslu a strojího inženýrství v Brně, přitahuje Český technologický park pozornost špičkových technologických firem, které mají zájem o zdejší vysoce kvalifikované pracovníky a relativně nízkými náklady na provoz a mzdy. Vznikl z iniciativy a zahraniční spolupráce (joint venture) Společnosti Technology Park, a.s., britské společnosti P&O a Vysokého učení technického v Brně. Díky těsné blízkosti a spolupráci s Vysokým Učením Technickým se daří získávat talentované absolventy a rozvíjet projektovou spolupráci s vysokou školou. Celková plocha parku má rozlohu asi 190.000 m² [30].

Technologický park nabízí reprezentativní zázemí a předpoklady pro úspěšnou výrobu, montáž, výzkum a technologický rozvoj. V současné době zde sídlí 16 společností, kterými jsou: FEI Czech republic, s.r.o, Siemens, s.r.o., SGI, s.r.o., Vodafone Czech republic, a.s., Control Techniques Brno, s.r.o., Honeywell Controls s.r.o, Bovis Lend Lease, a.s., Tomkem Česká republika, s.r.o, IBM Global Services Delivery Center Czech Republic, Phoenix Contact s.r.o., Bobst Group Central Europe s.r.o., ENERGO-PRO Czech, s.r.o., Symbol Technologies, Inc. (Motorola), STAR 21 Networks, a.s., Jihomoravské inovační centrum, CSC Computer Science.



SIEMENS

 **vodafone™**

Honeywell

STAR 2I
NETWORKS

IBM

sgt

 **BOBST**
GROUP

 **PHOENIX**
CONTACT

 **CONTROL**
TECHNIQUES

TIMKEN


jihomoravská
inovační centrum

CSC


ENERGO-PRO

symbol™
The Enterprise Mobility Company™

Soubor oslovených firem tedy tvoří 16 společností sídlících v tomto parku. Ne všechny ale byly ochotny poskytnout rozhovor nebo z některých z nich nepřišla zpětná vazba, což je znázorněno v tabulce pod textem (viz tabulka č. 5).

Tabulka č. 5: Základní údaje o výzkumném souboru

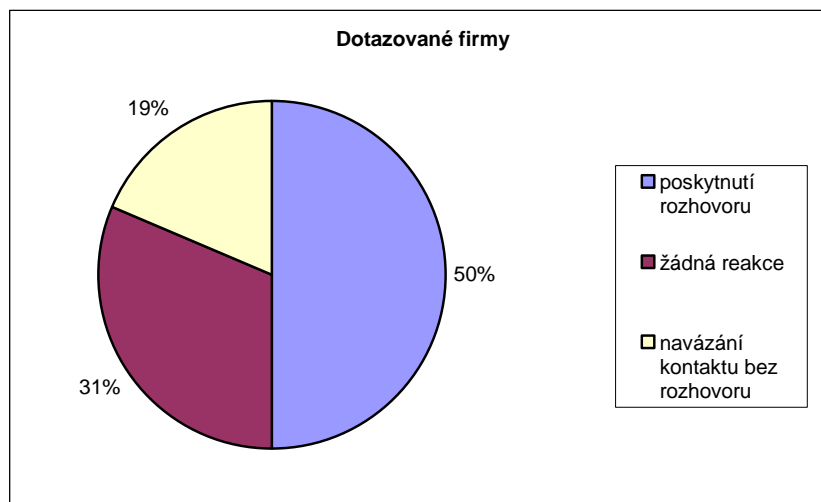
NÁZEV SPOLEČNOSTI	KONTAKT	ROZHOVOR	ODPOVÍDAL/A
Bovis Lend Lease	ANO	ANO	Vodrážková Kateřina
Siemens	ANO	ANO	Kříženecká Karolína
SGI	ANO	ANO	Matalová Helena
Vodafone	ANO	ANO	Filip Přemysl
Phoenix Contact	ANO	ANO	Lahoda Martin
Energo-pro Czech	ANO	ANO	Krušina Jaroslav
Symbol Technologies	ANO	ANO	Šťastná Renata
South Moravan Innovation Centre	ANO	ANO	Kostka Michal
FEI Czech republic	ANO	NE	X
IBM	ANO	NE	X
Control Techniques	ANO	NE	X
Bobst Group Central Europe	NE	NE	X
Honeywell Controls	NE	NE	X
Timken	NE	NE	X
STAR 21 Networks	NE	NE	X
CSC Computer Science	NE	NE	X

Legenda:	Kontakt - se společnostmi byl navázán kontakt prostřednictvím e-mailu
	Rozhovor - společnosti byl ochotni udělat rozhovor

Zdroj: autor

Z této tabulky je patrné, že z oslovených firem, poskytlo rozhovor osm z nich, přestože s 11 z nich se mi podařilo navázat kontakt a reagovali na průvodní dopis, další krok k získání dat se z neznámých důvodů nezdařil. Procento úspěšnosti získání informací je uvedeno v grafu č. 7.

Graf č. 7 : Úspěšnost navázání kontaktu z celkového počtu oslovených firem



Zdroj: autor

5.2.2 Vyhodnocení dat

Získaný materiál osmi zúčastněných firem jsem analyzovala a stejně tak jako byly otázky koncipovány do třech oblastí, je i vyhodnocení rozděleno do třech oblastí – sociální, ekonomická a enviromentální.

Vyhodnocuji otázky vztahující se k představě jednotlivých respondentů o definici společenské odpovědnosti firem, její důležitosti, otázky související s firemními hodnotami a společenskou odpovědností. Text je doplněn citacemi z rozhovorů, které ukazují a porovnávají jednotlivé pohledy na tuto specifickou oblast.

Důležitost společenské odpovědnosti

Podstatná část výzkumného souboru se shoduje v podstatě na velmi podobných aspektech důležitosti. Uvádí, že společenská odpovědnost firem ovlivňuje okolí – ostatní firmy, trh, zaměstnance, zákazníky, mládež i ostatní zájmové skupiny. Zvyšuje životní

úroveň jedince, firem i státu a to je pádným důvodem k tomu, aby se firmy chovaly odpovědně.

„Jde o způsob ovlivňování celosvětového směřování. Člověk sám zmůže velmi málo. Firma, sdílením hodnot mezi svými zaměstnanci a ve spojitosti se svými dodavateli i zákazníky, má výrazně větší vliv a měla by jej uplatňovat v celosvětovém zájmu,“ vypověděl Martin Lahoda.

Paní Helena Matalová dodává: *„CSR přináší výhody všem zúčastněným stranám. Spokojení zaměstnanci i zákazníci jsou ochotni s firmou spolupracovat. To přináší větší šance být ekonomicky úspěšná a tím zbývá i více finančních prostředků na další aktivity, které obecně podporují společnost a její růst.“*

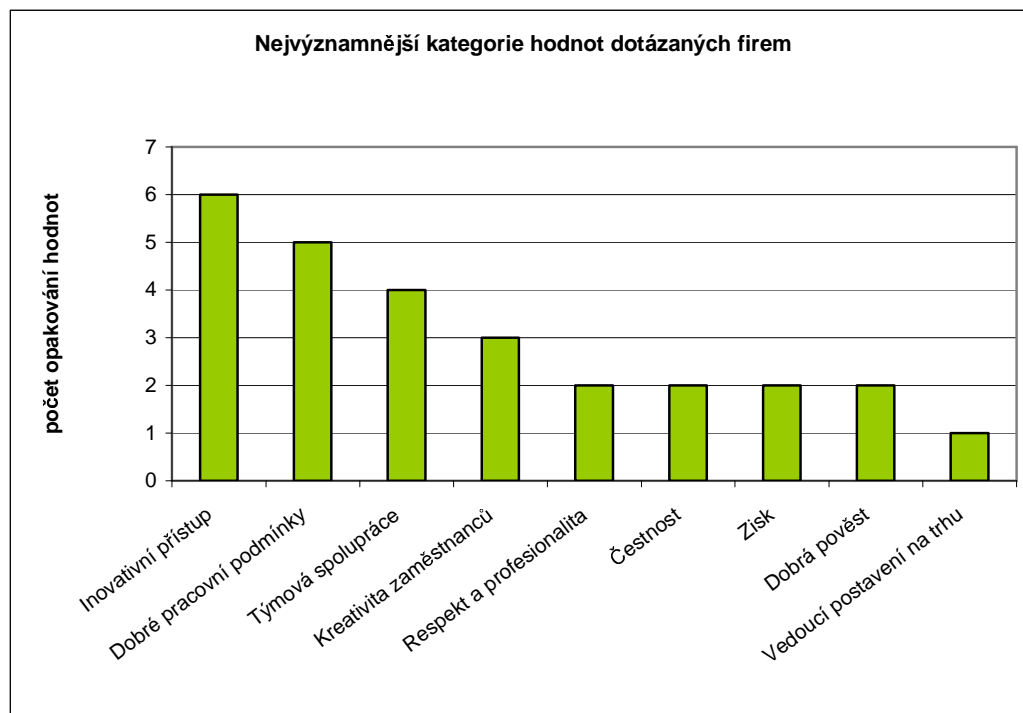
Důležitost společenské odpovědnosti lze chápat i z jiného hlediska, které uvádí pan Michal Kostka: *„Naši „akcionáři“ (=zakladatelé) i klienti to očekávají. Bez tohoto rozměru našeho podnikání nemáme šanci.“*

Korporátní hodnoty

Každá ze sledovaných firem vyjmenovala korporátní hodnoty, které jsou stěženi a dá se říci, že většina z nich považuje za velmi důležité pro své fungování na trhu inovativní přístup a hned druhou korporátní hodnotou, kterou uvedla většina firem jsou dobré pracovní podmínky a přístup k zaměstnancům. *„Pokud tedy shrnu naše hodnoty, jsme zákaznický orientovaná, inovativní firma, která si uvědomuje hodnotu svých zaměstnanců,“* uvádí Helena Matalová.

Pro přehlednost uvádím graf nejvýznamnějších korporátních hodnot pro dané společnosti (graf č. 8), které odráží filozofii a strategii těchto podniků. Lze vyčíst, že pro velkou část výzkumného souboru je velmi důležitý inovativní přístup, dobré pracovní podmínky a týmová spolupráce. Ostatní korporátní hodnoty jako kreativita, respekt a profesionalita, dobrá pověst, zisk a vedoucí postavení na trhu společnosti se objevují jen u některých vzorků.

Graf č. 8: Přehled nejvýznamnějších korporátních hodnot



Zdroj: autor

Společenská odpovědnost firem v ekonomické oblasti

Etický kodex¹⁶ má zavedených 62,5 % firem, které poskytly rozhovor. 75 % respondentů uvedlo, že se provádí pravidelný průzkum spokojenosti zaměstnanců. Převážná část zaznamenala spokojenost díky přátelskému kolektivu a příjemným podmínkám na pracovišti, vzdělání a rozvoji osobnosti a v neposlední řadě odměnám i benefitům.

„Zaměstnanci jsou velmi spokojeni, pravidelně je index spokojenosti ČR nad průměrem ve skupině Vodafone. Je zajímavé, že zaměstnanci na prvním místě oceňují lidi

¹⁶ Etický kodex je soubor konkrétních pravidel a principů vycházejících z hodnot firmy, který pomáhá zajišťovat, aby každodenní aktivity podniku a jednání všech jeho zaměstnanců odpovídalo stanoveným zásadám [3]

tzn. přátelský kolektiv, příjemné a podobně naladěné kolegy a teprve poté peníze nebo jiné benefity,“ uvádí pan Přemysl Filip.

V konečné fázi celých 100 % vypovídá, že jsou jejich zaměstnanci spokojeni. Dokazuje to nízká fluktuace zaměstnanců, dlouhodobá spolupráce a vysoká loajalita k firmě.

Všechny dotazované firmy se v podstatě shodly na strategii chování se k zákazníkům. Výsledkem je jednání se zákazníky na rovinu, zákazník na prvním místě, tzn. snaha mu vyjít maximálně vstříc, dlouhodobá spolupráce a důvěryhodné partnerství.

Paní Matalová Helena říká: *„Snažíme se zákazníkům maximálně vyjít vstříc. Snažíme se odhalit místa, kde bychom mohli přispět k vyřešení jejich problémů nebo naopak pomoci prostřednictvím našich produktů a služeb k odhalování nových objevů, výzkumů či zlepšení kvality života v mnoha oblastech. Důkazem tohoto snažení je vysoká míra loajality našich zákazníků, což se projevilo i v méně úspěšném období naší firmy a zákazníci přesto stáli za námi a podporovali nás.“*

Strategie chování se k dodavatelům je na základě rozhovorů hodně podobná jako strategie chování se k zákazníkům. Firmy kladou důraz na udržení si velmi dobrých vztahů založených na důvěře a s tím i související dlouhodobé spolupráce. Uvádějí, že je velmi důležité férové jednání a jednání na úrovni. Odlišnosti lze pozorovat u strategie firmy VODAFONE, za něhož Přemysl Filip v rozhovoru uvedl: *„Spolupráce s partnery funguje na principech otevřenosti a vzájemné spolupráce na základě kodexu etického nákupu.“¹⁷ ...*

Poslední otázka v této oblasti se týkala transparentnosti v podnikání. Společnosti se jednohlasně shodly, že jejich podnikání je transparentní.

¹⁷ Kodex etického nákupu nastavuje standardy v přístupu k životnímu prostředí, lidským právům a právům na práci

Společenská odpovědnost dotazovaných firem v sociální oblasti

V otázkách týkajících se sponzoringu a firemní filantropie se jednotlivé dotazované organizace v některých oblastech shodovaly, ale našly se i takové oblasti, které byly typické jen pro některé z nich. Aktivity jednotlivých organizací jsou rozděleny v tabulce pod textem pro lepší orientaci a přehlednost.

Bovis Lend Lease se orientuje především na podporu charitativních projektů, konkrétně se jedná o pořádání Mikulášských besídek v dětském domově, výlety do Prahy pro mentálně a fyzicky postižené. Paní Vodrážková Kateřina za tuto společnost uvedla: *„Filosofií těchto akcí je se nejen zapojit finančně, ale i vlastními silami.“*

Siemens zvyšuje své povědomí o značce i produktech a navazuje kontakty díky sponzorování sportovních kolektivních aktivit a klubů (HC Sparta Praha, ČEZ Basketball Nymburk), ale také finančně podporuje vědu, výzkum a ekologii.

Filozofie této firmy také směřuje k podpoře charitativních projektů, každý měsíc věnují částku 200 000 Kč. Jsou dlouhodobým partnerem nadace Pangea, projektu Děti dětem a občanského sdružení Linka bezpečí. V letech 1997 a 2002 poskytl Siemens humanitární pomoc rodinám postiženými záplavami a v roce 2004 odeslala skupina podniků Siemens částku 1.619.911 Kč na pomoc obětem přírodní katastrofy v jihovýchodní Asii, kterou postihlo zemětřesení a následná vlna tsunami.

Společnost **SGI** směřuje své finanční podpory především na kulturní a sportovní akce. Paní Helena Matalová na otázku, zda se věnují sponzoringu a firemní filantropii reagovala: *„Snažíme se. Rozpočty jsou samozřejmě napjaté, takže nemůžeme vyhovět všem žádostem a zatím jsme ani nevytvořili cílenou strategii, ale poměrně pravidelně přispíváme na kulturní i sportovní akce a nárazově také různým skupinám postižených osob.“*

Podobný přístup díky nevelkému rozpočtu zauímají společnosti **Energo-pro** a **JIC**, které směřují své finanční podpory především do oblasti kultury a vědy a výzkumu.

Společnost **Vodafone** v rámci své Nadace Vodafone rozděluje finanční granty (ročně přes 14 milionů Kč) na podporu samostatných aktivit mladých lidí. V současno má dva grantové projekty VPohybu a VPoho, jejichž cílem rozvíjet schopnosti, dovednosti a

samostatné iniciativy mladých lidí, důležité pro jejich samostatný život a budoucí zaměstnání a pomocí komunikačních technologií vytvářet podmínky pro plnohodnotnější život znevýhodněných skupin. Firma Vodafone také pořádá dobrovolnický program, v rámci něhož zaměstnanci jeden pracují pro některou z neziskových organizací.

Phoenix contact přispívá na vybrané akce se zaměřením na rodinné aktivity. V současnosti se jedná o projekt Policie České republiky zaměřený na zvýšenou bezpečnost dětí v dopravním provozu. Dále také tato organizace podporuje vysokoškolské a středoškolské vzdělávání – konkrétně se jedná o vybavení laboratoří na VUT Brno a VŠB Ostrava a dodávka vzorků (řídící automaty, vstupní a výstupní moduly, napájecí zdroje, komunikační moduly a další elektrokomponenty) pro výukové účely. Jsou také iniciátory soutěže Xplore, ve které s univerzitami mohou ucházet o grant udělovaný touto společností.

Symbol technologies se nejvíce věnuje finanční podpoře neziskové organizace Klokánek, posílá peníze na dárky a příspěvky na dětské tábory. Také pořádají pravidelně své vlastní firemní akce, např. sportovní soutěže, šplhání do hor, neobvyklé závody na plavidlech, kdy výtěžek jde charitu. Motorola také vyhláší jeden den na pomoc okolí, kdy se zaměstnanci vzdávají své půldenní mzdy a vykonávají veřejně prospěšné činnosti.

Tabulka č. 6: Přehled finanční i nefinanční podpory zkoumaného vzorku

		Organizace							
		Bovis Lend Lease	SIEMENS	SGI	Vodafone	Phoenix Contact	ENERGO-PRO Czech	Symbol Technologies	JIC
Finanční i nefinanční podpora	Sportovní akce			X	X				
	Sportovní kluby		X						
	Věda a výzkum		X			X			X
	Ekologie		X						
	Kulturní akce			X			X		
	Podpora neziskových organizací		X					X	
	Rodinné akce					X			
	Podpora charitativních projektů	X	X					X	
	Pomoc handicapovaným		X	X	X				
	Pomoc lidem v tísní		X						
	Veřejně prospěšná činnost		X		X			X	
	Finanční granty na podporu mladých lidí				X				

Legenda: X - organizace se této oblasti věnuje

Zdroj: autor

Druhá otázka týkající se sociální oblasti byla zaměřena na vzdělávání zaměstnanců poskytnutím možnosti využití vzdělávacích kurzů. Žádná z dotazovaných firem si nemyslí, že by vzdělání zaměstnanců nebylo důležité. Podniky se jednohlasně shodly na tom, že investice do školení a kurzů, ať už jazykových, technických nebo manažerských, jsou v dnešní době nezbytností.

Otázka rovných příležitostí pro ženy i muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně byla se dala považovat u celého zkoumaného vzorku za samozřejmostí, žádný

z dotazovaných respondentů nevedl, že by se ve firmě setkal s diskriminací. Pan Přemysl Filip ze společnosti Vodafone uvádí: „*Naše firma vyznává princip nediskriminace dle čehokoliv, takže každá pozice je obsazována výhradně dle schopností. Spolupracujeme s asociacemi handicapovaných a proaktivně jim oznamuje vhodné pracovní příležitosti.*“

Společenská odpovědnost dotazovaných firem v enviromentální oblasti

Vzhledem k faktu, že jednotlivé společnosti podnikají každá v trochu odlišném oboru, nelze jejich proaktivní činnost v této oblasti porovnávat. Na základě jejich výpovědi by se dalo říci, že se všechny z nich snaží vykonávat svou podnikatelskou činnost tak, aby chránily přírodní zdroje a co nejméně zatěžovaly životní prostředí, ale jen některé mohou dokázat své odpovědné chování díky auditům a certifikacím některých norem vázajících se k životnímu prostředí.

V tabulce pod textem (tabulka č. 7) jsou činnosti podporující ochranu životního prostředí rozděleny do devíti kategorií:

Používání ekologických zdrojů – používání zdrojů, ze kterých jsou vyloučeny škodlivé a rizikové materiály z výrobního procesu

Kontrola výrobního procesu – kontrola dopadu výrobního procesu na životní prostředí např. kontrola úniku nebezpečných plynů a chemikálií, apod.

Chování zaměstnanců – podnik se snaží své zaměstnance informovat a vzdělávat o možnostech šetrnějšího chování k využívání zdrojů a tím zmírnit dopad na životní prostředí

Ekologicky šetrné výrobky – do této kategorie se řadí podniky vyrábějící spotřební výrobky. Podnik snaží vyrábět takové výrobky, které jsou šetrné k životnímu prostředí nebo minimalizují množství spotřebované energie.

Produkty zlepšující ekologii – jedná se o produkty, které přímo zamezují zhoršení stavu životního prostředí, např. čističky odpadních vod, filtry nebo recyklační systémy.

Recyklace odpadu – je myšlena na dvou úrovních. První z nich je recyklace odpadních materiálů a energie při výrobě produktů a druhá úroveň se týká recyklace samotných výrobků po jejich použití.

Třídění odpadu - třídění odpadu z výrobního procesu, třídění odpadu zaměstnanci

Green IT – snaha úspory spotřeby energie v oblasti výpočetní techniky

Certifikáty z oblasti ekologické odpovědnosti – jedná se o certifikaci ISO 14 001, zavedení systému EMAS nebo report v souladu s GRI

Tabulka č. 7: Přehled činností souvisejících s enviromentální politikou

	Organizace							
	Bovis Lend Lease	SIEMENS	SGI	Vodafone	Phoenix Contact	ENERGO-PRO Czech	Symbol Technologies	JIC
Používání ekologických zdrojů			X			X		
Kontrola výrobního procesu	X	X				X		
Chování zaměstnanců				X			X	
Ekologicky šetrné výrobky		X	X				X	
Produkty zlepšující ekologii		X						
Recyklace odpadu	X			X			X	
Třídění odpadu	X		X	X				
Green IT			X	X				
Certifikát z oblasti ekologické odpověd.	X	X		X				

Legenda: X - organizace se této oblasti věnuje

Zdroj: autor

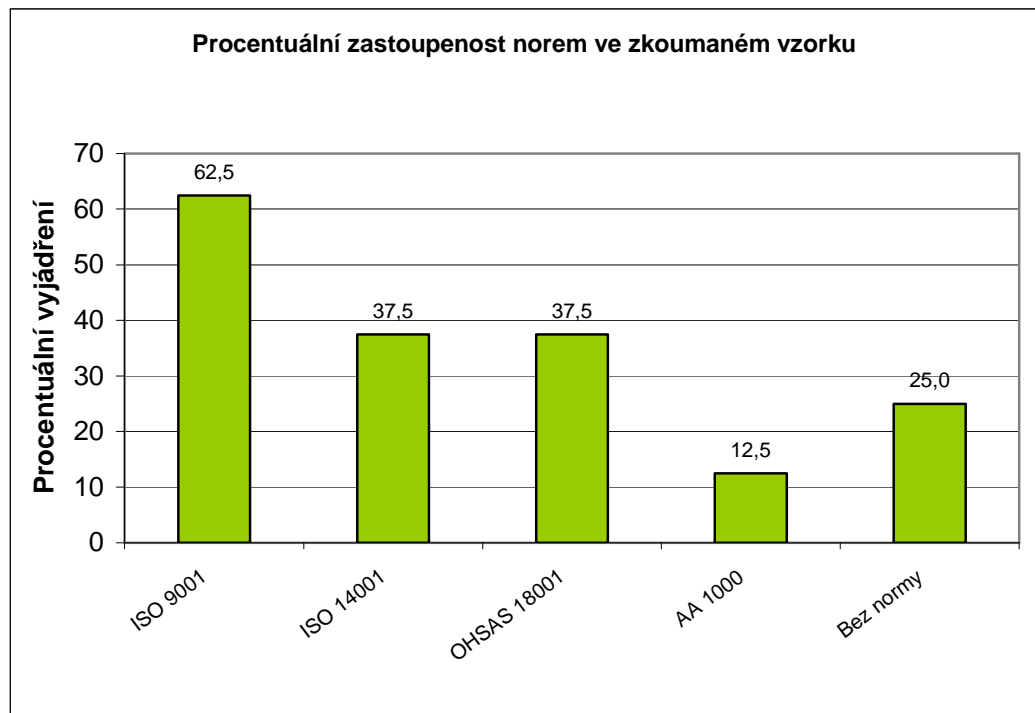
Některé společnosti uvedly, že zavedením enviromentální politiky byly schopny ušetřit náklady na výrobu, zlepšit svou image a účastnit se obchodních příležitostí, které vyžadují certifikace v oblasti enviromentální politiky ISO 14 001. Příkladem by mohla být společnost Siemens nebo Vodafone. Paní Karolína Kříženecká ze společnosti Siemens uvádí: „Zhruba 40 % celosvětové spotřeby energie připadá na provoz budov – vytápění, osvětlení, klimatizace apod. Optimalizací provozu budov dokážeme uspořit průměrně 20 – 30 % nákladů na energie a stejné množství emisí CO₂, ...,od roku 1990 se také snížila spotřeba ledniček značky Siemens o 78 % a od roku 2007 jsou v energetické třídě A...“

Otázky týkající se norem a standardů vztahující se k CSR

Z otázky, zda splňují podniky některé z norem týkající se společenské odpovědnosti vyplynulo (viz graf č. 9), že 75 % zkoumaného souboru má alespoň jednu certifikaci. 2 společnosti uvedly, že bohužel žádnou nemají. 62,5 % dotazovaných firem uvedlo, že splňují normu, která definuje požadavky na systém řízení kvality ISO 9001.¹⁸ ISO 14 001 definující požadavky na řízení péče o životní prostředí a mezinárodní normu OHSAS 18 001, která se zabývá systémem bezpečnosti a ochrany zdraví při práci splňuje 37,5 % zkoumaného vzorku.

¹⁸ pozn. autora – některé podniky uvedly označení ISO 9000, ale správné označení je ISO 9001, jedná se o tutéž ISO normu

Graf č. 9: Procentuální zobrazení zastoupených norem týkajících se CSR



Zdroj: autor

Z poslední z dotazovaných otázek, zda podniky ví o připravované komplexní mezinárodní normě ISO 26000 a budou se na ni připravovat, lze vyvodit tyto závěry.

62,5 % ví, že se tato rozsáhlá ISO norma připravuje, ale nemají o ní prozatím bližší informace. Paní Kříženecká Karolína ze společnosti Siemens uvedla: „Vím, že se o této normě vztahující se ke společenské odpovědnosti firem hovoří už od roku 2005, že se už také sešly nějaké pracovní skupiny z rozvojových i vyspělých zemí, ale v jaké fázi jsou podklady pro mezinárodní normu pro společenskou odpovědnost v současnosti, to nevím.“

Příprava na tuto ISO normu je otázkou budoucnosti, tři z osmi podniků uvedly, že se s největší pravděpodobností na tuto ISO normu připravovat nebudou, dvě uvedly, že až bude tato norma úplná, tak o její certifikaci budou přemýšlet a 2 podniky prohlásily, že certifikace k této ISO normě záleží na jejich mateřské společnosti díky rozpočtům, na kterých jsou u jejich strany závislé.

6. Návrhy řešení

6.1 Doporučení v rámci podnikatelského prostředí ČR

Z předchozího textu je zřejmé, že oblast CSR je velmi obsáhlá a proto není divu, že vznikají i rozdílné pohledy na fakta, zkušenosti i informace. Lidé mají odlišné pohledy na tuto problematiku z různých důvodů, kterými mohou být nevědomost, špatné informace, zklamání nebo předchozí režim.

Prvním důležitým krokem je zavedení ISO 26000, které by mělo ujednotit definici této problematiky, identifikovat účinné nástroje vedoucí ke zlepšení sociální a životní úrovně společnosti a také by mělo podpořit společenskou odpovědnost firem na celorepublikové úrovni.

Motivací proč zavést do strategie každé firmy společenskou odpovědnost jsou příklady zahraničních podniků, které ve svých studiích uvádí výhody zavedení společenské odpovědnosti do své strategie. Firmám a obyvatelům České republiky je tedy třeba ukázat, proč by se měli zabývat tímto tématem a zařadit ho mezi důležité činnosti, které je nutné aktuálně řešit. Z grafu č. 6 v kapitole 4 je jasně patrné, že pokud české podniky provedly kroky, které vedou ke zlepšení sociální, ekonomické a enviromentální situace, vychází to z jejich vlastního firemního přesvědčení, a ne z tlaku z vnějšího prostředí (např. ze strany svazů zaměstnavatelů, odborových svazů, Hospodářské komory ČR nebo médií). Proto si myslím, že by se okolí mělo mnohem více zaobírat touto otázkou, média by ji měly zveřejnit, ukázat důležitost a aktuálnost tématu, tak aby firmy motivovala a inspirovala k dalším krokům, a taky aby se tato problematika dostala do povědomí širokému spektru veřejnosti.

V neposlední řadě bych chtěla také apelovat na vzdělávací instituce, ať již střední školy, učiliště nebo vysoké školy a univerzity, které vychovávají mladé manažery a velmi ovlivňují přístup k jejich životu a podnikání. Bylo by dobré, aby se zavedla společenská

odpovědnost firmy jako vyučovaný předmět, tak aby žáci a studenti měli možnost se o tomto tématu dozvědět co možno nejvíce relevantních informací a udělat si vlastní názor.

6.2 TOS Kuřim – OS, a.s.

Co se týká konkrétní společnosti TOS Kuřim – OS, a.s., jak již bylo výše zmíněno, má některé zavedené prvky týkající se konceptu CSR, nicméně oficiální dokument a systematický přístup k CSR chybí. To je pravděpodobně způsobeno nedostatkem informací o společenské odpovědnosti firmy a nedostatečného povědomí, co od zavedení oficiálního dokumentu podnik může očekávat. Tj. co podniku takový dokument přinese a naopak, co bude jeho implementace do strategie firmy vyžadovat.

Za velmi důležitý krok tedy považuji vytvoření tohoto dokumentu pro společnost, který by měl přinést řadu výhod a přínosů, ale také jisté finanční náklady.

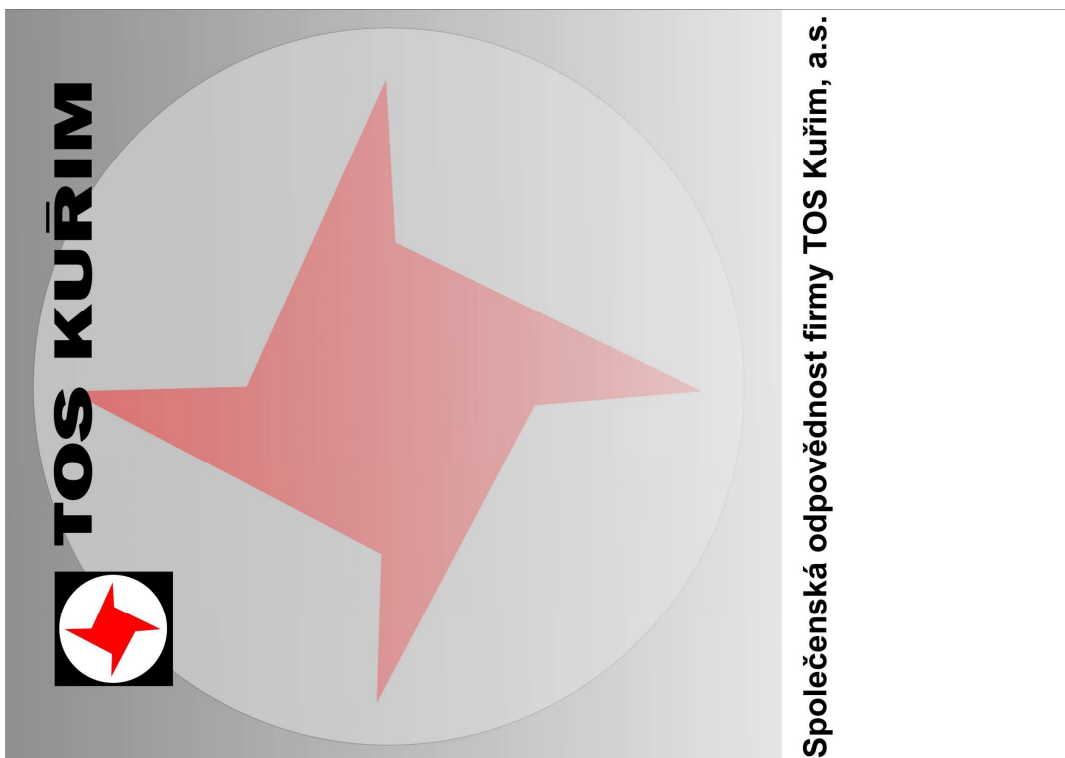
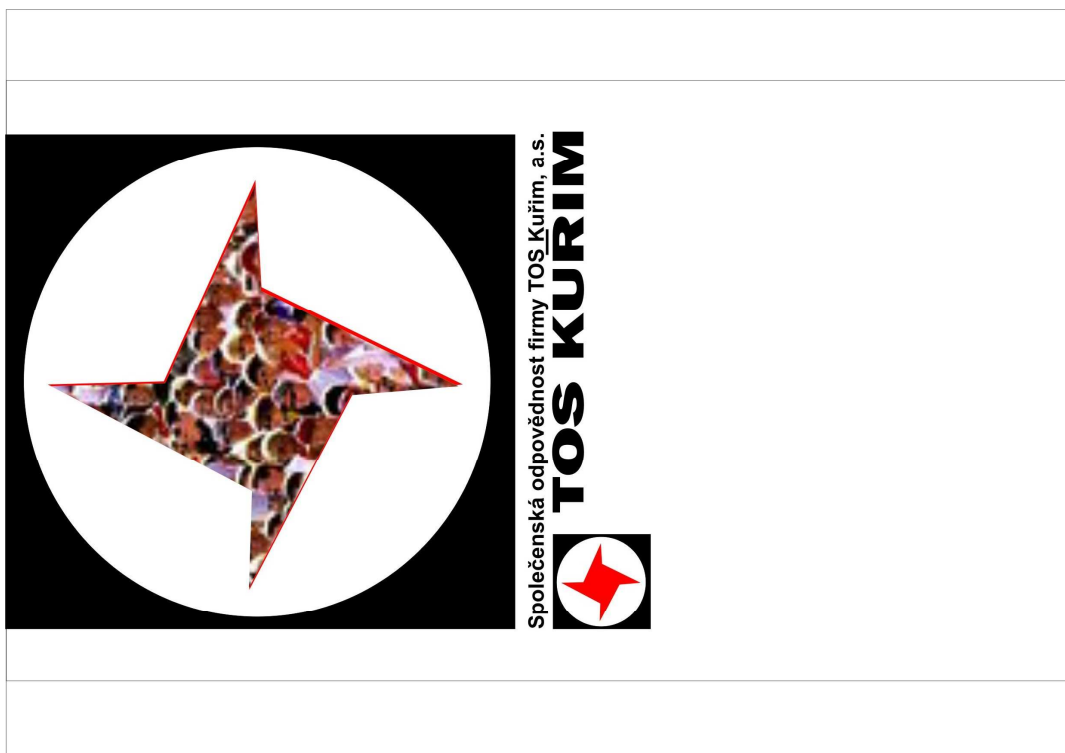
V této podkapitole tedy navrhuji ucelený rámec činností, který je v souladu s konceptem CSR a měl by ukázat a zviditelnit široké veřejnosti i zájmovým skupinám odpovědné chování této firmy. Dále navrhuji další opatření, které povede k přiblížení se společností na pokročilejší úrovni v této oblasti a posílí důvěryhodnost podniku.

6.2.1 Zpráva CSR ve firmě TOS Kuřim-OS, a.s. - návrh

Na úvod představuji grafický návrh přední strany dokumentu ve dvou různých podobách, viz.obrázek č. 4 a 5, tak aby si mohl management firmy TOS Kuřim-OS, a.s. vybrat, který z modelů lépe vystihuje a odpovídá jejich představě a ideologii celého podniku.

Druhá část je již návrh samotné zprávy CSR v takové podobě, která by se dala vystavit na webové stránky nebo vytisknout, tak aby se mohli zaměstnanci, dodavatelé, partneři, odběratelé i konkurenti podívat, motivovat i zhodnotit odpovědné chování TOS – Kuřim OS, a.s.

Obrázky č. 4, 5: Návrhy úvodní strany dokumentu CSR TOS Kuřim-OS, a.s.



Naše strategie společenské odpovědnosti

Společenská odpovědnost firmy TOS – Kuřim OS, a.s. je součástí strategie. Je snahou dodržovat etické principy a podporovat aktivity, které napomáhají k soudržnosti, partnerství, motivaci a dobré morálce. Je nutné si neustále připomínat nutnost uplatňovat čestný, poctivý a důvěryhodný přístup při jednání se všemi našimi spřízněnými osobami a subjekty. Naší snahou je se přibližovat úrovni společenské odpovědnosti vyspělejších firem v oblasti CSR, napomáhat zlepšovat sociální podmínky a přispívat k ochraně životního prostředí.

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti

Společenská odpovědnost v ekonomické je ve firmě uplatňována především transparentností její činnosti, přímým jednáním a odmítnutím korupce. Veškeré informace o podniku samotném i o výrobcích jsou založeny na pravdivých a poctivých základech. Pěstujeme pozitivní vztahy s naším investorem, zákazníky, dodavateli obchodními partnery. Jednáme podle čestných, reklamních a marketingových pravidel, tak že nepoužíváme zavádějící ani klamavé podnikatelské postupy, které by mohly poškodit zákazníka i další subjekty. Také si neklademe jednostranně výhodné podmínky.

Jsme certifikováni podle ISO 9001 a tato jakostní politiku vyjadřuje náš postoj k naplňování požadavků zákazníků a zabezpečení trvalého zlepšení systému managementu jakosti a zvyšování výkonnosti společnosti.

Společenská odpovědnost v sociální oblasti.

Vzdělávání a odměňování zaměstnanců

Pro celou firmu jsou velmi důležití spokojení a motivovaní zaměstnanci. Snažíme se vytvořit pro ně co nejlepší a nejefektivnější pracovní podmínky založené na otevřenosti a důvěře. Naši zaměstnanci mají možnost otevřeně prezentovat své názory, protože jejich zpětná vazba je pro nás velmi důležitá, abychom mohli podniknout další kroky vedoucí ke spokojenosti všech zúčastněných..

Umožňujeme zaměstnancům ucelený rozvoj v různých oblastech – od odborných školení, přes manažerské kurzy, vzdělávací kurzy, přes osobnostní školení zaměřené na konkrétní hodnoty. V roce 2007 proběhlo ve firmě 365 vzdělávacích akcí a celková suma investovaná do školení představovala téměř 3 milióny Kč.

Snažíme se zaměstnance motivovat k výborným výkonům prémie a bonusy. V loňském roce jsme vyhlásili soutěž o nejlepšího „Tosáka“, kterému náležela pamětní plaketa a peněžní odměna 5 000 Kč. Vyplatili jsme také několik náborových příspěvků pro obráběče, pro každého odměnu 10.000 Kč., a každý zaměstnanec, který přivedl zaměstnance na pozici obráběče, dostal jednorázovou odměnu 5.000 Kč.

Je snahou poskytovat pracovní příležitosti i skupinám, které jsou určitým způsobem znevýhodněny.

Těší nás nízká fluktuace zaměstnanců, což chápeme jako dobrou vizitkou společnosti.

Volnočasové aktivity

Hlavní aktivitou pořádanou společností pro zaměstnance, jejich rodinné příslušníky a veřejnost je Den otevřených dveří. Při této akci je návštěvníkům poskytován průvodce, občerstvení a také pozornost pro děti. Rodinní příslušníci tak mají možnost shlédnout prostory a výrobu, ke které by se za normálních okolností nedostali.

Společnost přispívá odborové organizaci na akce pro zaměstnance platbou autobusu na zájezdy.

Sponzoring

Věnujeme se i sponzoringu, který je orientován zejména do oblasti školství, vzdělávání, výzkumu a sociálních služeb. V letošním roce společnost zakoupila sponzorský dar rehabilitační magnetoterapeutickou sadu pro potřeby Centra sociálních služeb v Kuřimi. Slouží zde pro rehabilitaci tělesně postižených a seniorů.

V oblasti vzdělávání a výzkumu intenzivně podporujeme spolupráci s odbornými ústavami vysokých škol, kterými jsou převážně VUT v Brně, ČVUT Praha, VŠB-TU Ostrava. V oblasti školství se snažíme navázat kontakt s žáky středních odborných škol a učilišť, které se snažíme pozitivně motivovat ke studiu technických předmětů a také jim poskytujeme možnost praxe, aby se mohli připravit na budoucí povolání.



Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti

Společnost investovala do 30 miliónů Kč do enviromentálně šetrného vytápění, které bude mít pozitivní výsledek ve snížení spotřeby elektrické energie. Snahou společnosti je také v příštích letech obměnit zbytek vozového parku za novější služební automobily s nižší spotřebou paliva a menším únikem emisí. Vlastníme také jen klimatizační zařízení, které neobsahují freony.

Ve výrobních prostorech podniku bylo nově nainstalováno 80 nádob na třídění odpadu, které jsou obsluhovány proškolenými zaměstnanci. Ti ručí za bezpečnost jeho shromažďování a následně předání odborným firmám k likvidaci, recyklaci nebo prodeji.

6.2.2 Doporučení pro TOS Kuřim – OS, a. s. v rámci budoucího vývoje CSR

Společnosti TOS – Kuřim OS, a.s. doporučuji **zavést etický kodex**. Povede k posílení důvěry a image této firmy jako důvěryhodného partnera. Podpisem nebo přihlášením se k etickému kodexu se firma zavazuje k dodržování konkrétních pravidel a postupů, pomáhá zajišťovat, aby každodenní aktivity podniku a jednání všech jeho zaměstnanců odpovídaly stanoveným zásadám. Přijetím etického kodexu vyjadřují zaměstnanci svou loajalitu k firmě a hlásí se k individuální i společenské odpovědnosti.

Dále doporučuji **monitorovat, sledovat a zaznamenávat měsíční spotřeby elektrické energie, plynu, vody, množství zlikvidovaného odpadu a spotřeby pohonných hmot** ve služebních automobilech. Tím pádem by bylo možno vždy na konci roku udělat vyhodnocení, že investice do projektů eliminující negativní vlivy dopadu na životní prostředí se vyplatily.

Další možností pro zlepšení CSR je využití **benchmarkingu**, tzn. zjištění aktuální pozice vůči jiným podnikům podobné velikosti a nebo odvětví.

Podnik by se mohl také kromě sponzoringu věnovat i **firemní filantropii** neboli dobrovolnictví. Touto aktivitou by firma mohla **vzbudit zájem svých zaměstnanců** o dobrovolnou práci tím, že jejich dobrovolnou činnost uznává, oceňuje a podle možnosti i podporuje. Zaměstnanci by se podíleli na různých aktivitách, předem naplánovaných společností, které by probíhaly v placené pracovní době. Mohlo by jít o celý den nebo i půl dne v závislosti na domluvě.

Dále doporučuji zaměstnance i externí stakeholders **více informovat**, čímž také firma posílí svou důvěryhodnost, firemní kulturu a přiláká a udrží kvalitní zaměstnance.

6.3 Ekonomické zhodnocení a přínosy

V tabulce č. 8 jsou uvedeny náklady na jednotlivé návrhy, ale jsou pouze odhadované, mohou se lišit v závislosti od společnosti, která by jednotlivé návrhy realizovala. Informace jsme čerpala z internetových zdrojů ceníků, které byly k dispozici. Bližší informace k jednotlivým cenám jsou uvedeny pod tabulkou č. 8.

Tabulka č. 8: Náklady na realizaci návrhů

NÁVRH	CENA
vypracování zprávy o CSR autorem	10.000
internetové spravování	1.000
tisk dokumentu CSR	10.000
zavedení etického kodexu	50.000
sledování všech druhů spotřeb	20.000
využití benchmarkingu	40.000
firemní dobrovolnictví	dle denních mzdových nákladů
celkem	131.000

Vysvětlivky:

Vypracování zprávy o CSR autorem – autorský honorář

Internetové spravování – vytvoření odkazu na webových stránkách společnosti, náklady na průběžné vkládání dat. 1000 Kč je odhadovaná mzda pracovníka na tuto činnost měsíčně.

Tisk dokumentu CSR – vytištění navrhovaného dokumentu ve formě brožury, 100 kusů.

Zavedení etického kodexu – zahrnuty jen přímé náklady, počítáno 5 návštěv lektora / den, nejsou zde zahrnuty náklady na zaškolení zaměstnanců, cestovní náklady apod.

Využití benchmarkingu – cena zjištěná na stránkách CzechInvestu, zahrnuje náklady na proces + ostatní náklady s procesem spojené.

Firemní dobrovolnictví – půl dne dobrovolné činnosti všech zaměstnanců hrazeno zaměstnavatelem.

Přínosy těchto doporučení sledávám v posílení firemní kultury, v příležitosti pro inovace a dále také v budování silné pozice na trhu. Uskutečnění těchto návrhů povede také k budování důvěry se zaměstnanci a okolím a v neposlední řadě ke vzájemnému pochopení všech zúčastněných stran a dobrému jménu společnosti.

7. Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zabývala společenskou odpovědností firem (CSR) a konkrétně jsem se zaměřila na strojírenskou společnost TOS Kuřim – OS, a.s.

Kladla jsem si za cíl analyzovat tento podnik z hlediska postoje a pokročilosti ke společenské odpovědnosti, analyzovat ostatní podniky vyspělejší v této oblasti a následně nalézt řešení, které by byly pro firmu TOS Kuřim- OS, a.s. přínosem do budoucnosti a posílily její image.

V teoretické části jsem definovala a vymežila, co je to společenská odpovědnost firem, zabývala jsem se jejím obsahem, důvodem přijetí CSR a výhodám, které společností plynou z implementace CSR do strategie firmy. Věnovala jsem se zde i rozdílným pohledům na problematiku CSR. V této kapitole je také zmíněna společenská odpovědnost firem na mezinárodní úrovni a popsány organizace, které se této problematice výrazně věnují. V poslední části teoretických východisek, jsem shrnula normy a standardy, které se vážou ke společenské odpovědnosti a představila koncept nové mezinárodní normy ISO 26000, která by měla vyjít v platnost ke konci roku 2008.

V praktické části této diplomové práce jsem analyzovala současnou situaci postoje k problematice CSR české strojírenské firmy TOS Kuřim – OS, a.s. a přístup ke společensky odpovědnému chování podniků sídlících v Českém technologickém parku. Tyto výzkumy jsem vyhodnotila a na základě vyhodnocení formulovala návrh řešení a doporučení na zlepšení budoucího vývoje u společnosti TOS Kuřim – OS, a.s.

Hlavní nedostatek společnosti TOS Kuřim - OS, a.s. spočívá v nepopsaném a neuceleném rámci činností související se společenskou odpovědností v důsledku nedostatku informací a časových možností. Z toho vyplývá i nemožnost prezentovat se širšímu okolí a veřejnosti svou společenskou odpovědností.

Vlastní návrhy řešení jsou zaměřeny na posílení důvěryhodnosti, zviditelnění a zlepšení image společnosti TOS – Kuřim – OS, a.s. Konkrétně se jedná o návrh uceleného

dokumentu, který by mohl podnik prezentovat navenek v rámci jeho společenské odpovědnosti a ukázat tak zájem o ochranu životního prostředí, sociální odpovědnost a transparentní podnikání. Dále jsem uvedla doporučení, kterým by se mohla firma věnovat do budoucna, posílily by její společensky odpovědné chování a posunuly ji na srovnatelnou úroveň s vyspělejšími firmami v této oblasti.

Přínosem této diplomové práce je tedy nejen analýza současného stavu problematiky společenské odpovědnosti, ale i souhrnný přehled návrhů pro konkrétní společnost, které by podniku měly přinést pozitivní přístup k problematice CSR, budování reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu.

Na základě předložené práce jsem přesvědčena, že mnou stanovený cíl byl naplněn, a že jsem se aktivně podílela na zlepšení budoucího vývoje společenské odpovědnosti u firmy TOS – Kuřim OS, a.s.

8. Použité zdroje:

- [1] PUTNOVÁ, A. a SEKNIČKA, P. *Etické řízení ve firmě*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-1621-3.
- [2] BOHATÁ, M. *Základy hospodářské etiky*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze. 1997. 126 s. ISBN 80-7079-428-3.
- [3] KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: občanské sdružení AISIS, 2004. s. 163. ISBN 80-239-6111-X
- [4] ŠRONĚK, I. *Etiketa a etika v podnikání*. 1. vyd. Praha: MANAGEMENT PRESS, Ringier
- [5] BURNETT, J., MORIARTY, S. a WELLS, W. *Advertising – Principles and Practice*. 6. vyd. United States of America. 2003. 599s. ISBN 0-13-120206-5.
- [6] PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P., UHLÁŘ, P. a kol. *Etický a sociální audit – nástroj zkvalitnění řízení*. PROSPECTUM, Praha 2005. 71s. ISBN 80-7175-135-9.
- [7] STEINMANN, H.; LOEHR, A. *Základy podnikové etiky*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 133 s. ISBN 80-85865-56-4.
- [8] PUTNOVÁ, A. *Sociální odpovědnost a etika podnikání*. 1. vyd. Brno: VUT v Brně, 2004. 57 s. ISBN 80-214-2784-1.
- [9] TRNKOVÁ, J. a BUSINESS LEADERS FORUM. *Společenská odpovědnost firem – kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu ČR*. [online]. [cit. 2008 -02-10]. Dostupné z: <<http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>>
- [10] AA 1000 - A standard for ethical performance. [online]. [cit. 2007 -11-10]. Dostupné z: <<http://www.mallenbaker.net/csr/CSRfiles/AA1000.html>>
- [11] *Portál se vším, co potřebujete pro ISO*. [online]. [cit. 2007 -11-11]. Dostupné z: <<http://www.eiso.cz/poradenstvi/nase-sluzby/iso-14001/>>

- [12] *ISO 14000*. [online]. [cit. 2007 -11-10]. Dostupné z:
<<http://www.iso.cz/iso14000.html>>
- [13] *Národní program zavedení systémů řízení podniku a auditu z hlediska ochrany životního prostředí*. [online]. [cit. 2007 -12-11]. Dostupné z:
<[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHNTZ1P/\\$FILE/AktualProgramEMAS.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHNTZ1P/$FILE/AktualProgramEMAS.pdf)>
- [14] *Ministerstvo financí České republiky*. [online]. [cit. 2008 -01-11]. Dostupné z:
<http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/meo_osn.html>
- [15] *Český normalizační institut*. [online]. [cit. 2007 -11-11]. Dostupné z:
<http://domino.cni.cz/NP/NotesPortalCNI.nsf/key/produkty_a_sluzby~soubory_norem?Open>
- [16] *ISO 9001*. [online]. [cit. 2007 -11-09]. Dostupné z: <<http://www.iso.cz/>>
- [17] *Společenská odpovědnost firem*. [online]. [cit. 2007 -12 - 02]. Dostupné z:
<<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/podnikatelske-prostredi/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/1001234/47816/>>
- [18] *Společenská odpovědnost firem*. [online]. [cit. 2007 -12 - 03]. Dostupné z:
<<http://www.csr-online.cz/Page.aspx?normy>>
- [19] *Malé a střední podniky zaostávají ve využívání společenské odpovědnosti*. [online]. [cit. 2007 -10-31]. Dostupné z: <<http://www.csr-online.cz/Page.aspx?blf> >
- [20] *Trade and the environment: Internalization of environmental costs and ecodumping*. [online]. [cit. 2007 -11-15]. Dostupné z: <<http://www.web.ca/~smorton/ecopaper.html>>
- [21] *Česká informační agentura životního prostředí*. [online]. [cit. 2007 -11-16]. Dostupné z: <[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHNTZ1P](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/MZPMSFHNTZ1P)>
- [23] *Jednotlivé oblasti společenské odpovědnosti firem*. [online]. [cit. 2007 -10-30]. Dostupné z: <<http://www.sof.cz/download/co-je-sof.pdf>>
- [24] *CSR Europe*. [online]. [cit. 2008 -01-05]. Dostupné z:
<<http://www.csreurope.org/pages/en/corporatemembers.html>>

[25] *Obchodní rejstřík a Sbírka listin, Ministerstvo spravedlnosti ČR* [online]. [cit. 2008 - 03-27]. Dostupné z:

<<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=or&sysinf.@strana=searchSubject>>

[26] *Společenská odpovědnost a korektní podnikání*. [online]. [cit. 2008 -03-10].

Dostupné z:

<http://www.enviweb.cz/?secpart=obecne_archiv_gigjd/Spolecenska_odpovednost_a_korektni_podnikani.html>

[28] *Společenská odpovědnost firem*. [online]. [cit. 2008 -03-28]. Dostupné z:

<<http://www.dobrovolnik.cz/clanky/?x=2033842>>

[29] ISO/WD 26000: 2008: *Guidance on Social Responsibility (WORKING DRAFT)*.

[30] *Český technologický park*. [online]. [cit. 2008 -03-30]. Dostupné z:

<<http://www.dobrovolnik.cz/clanky/?x=2033842>>

9. Seznam příloh

Příloha č. 1 - Certifikát jakosti společnosti TOS – OS, a.s.

Příloha č. 2 - Dotazník spokojenosti zákazníka společnosti TOS Kuřim – OS, a.s.

Příloha č. 3 - Struktura rozhovoru pro firmy sídlící v Českém technologickém parku

Příloha č. 4 - Rozhovor ve společnosti Bovis Lend Lease

Příloha č. 5 - Rozhovor ve společnosti Siemens

Příloha č. 6 - Rozhovor ve společnosti SGI

Příloha č. 7 - Rozhovor ve společnosti Vodafone

Příloha č. 8 - Rozhovor ve společnosti Phoenix Contact

Příloha č. 9 - Rozhovor ve společnosti Energo - pro Czech

Příloha č. 10 - Rozhovor ve společnosti Symbol technologies (Motorola)

Příloha č. 11 - Rozhovor ve společnosti South Moravian Innovation Centre (JIC)

Příloha č. 1

Certifikát jakosti společnosti TOS Kuřim – OS, a.s.



Příloha č. 2

Dotazník spokojenosti zákazníka společnosti TOS Kuřim – OS, a.s.



Poř.číslo:

Spokojenost zákazníka

Zákazník:	<input type="text"/>
Kontaktní osoba:	<input type="text"/>
Funkce:	<input type="text"/>
Poskytnutá služba:	<input type="text"/>

Prosím, vyznačte rozsah své spokojenosti, resp. nespokojenosti, s následujícími znaky námi poskytnuté služby, příp. na druhou stranu uveďte vaše podněty a poznatky.
Zakřížkujte příslušnou číslici dle níže uvedených kritérií pro hodnocení Vaší spokojenosti

otázky č. 1-8	otázka č. 9	otázka č. 10
1 velmi nespokojen	0%	určitě ne
2 nespokojen	25%	asi ne
3 neutrální	50%	nevím
4 spokojený	75%	asi ano
5 velmi spokojený	100%	určitě ano

		Hodnocení					Poznámka
1.	Jaký dojem na Vás dělá současný kontakt s naší firmou?	1	2	3	4	5	
2.	Jak jste spokojen s mírou informovanosti o našem podniku?	1	2	3	4	5	
3.	Jak jste spokojen s technickými parametry stroje?	1	2	3	4	5	
4.	Jak jste spokojen se spolehlivostí našich strojů?	1	2	3	4	5	
5.	Jak jste spokojen s profesionalitou našich zaměstnanců?	1	2	3	4	5	
6.	Jak jste spokojen s reakcí na Vaše připomínky a požadavky?	1	2	3	4	5	
7.	Jak jste spokojen s poskytovaným servisem?	1	2	3	4	5	
8.	Jak jste spokojen s cenou za poskytnuté služby?	1	2	3	4	5	
9.	S jakou pravděpodobností si náš výrobek opět koupíte?	1	2	3	4	5	
10.	Budete doporučovat náš výrobek?	1	2	3	4	5	

	TOS KUŘIM	Zákazník
Jméno a příjmení pracovníka:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Funkce:	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Datum a podpis:	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Doplňující zjištění

<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>
<input type="text"/>

Příloha č. 3

Struktura rozhovoru pro společnosti z technologického parku

- 1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?
- 2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

- 3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).
- 4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?
- 5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?
- 6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?
- 7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

- 8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii? (v jaké oblasti)
- 9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.
- 10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

- 11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí
- 12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

Poslední otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

- 13) Splňuje Vaše společnost některé z norem nebo standardů, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)
- 14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?
- 15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

Příloha č. 4

Rozhovor ve společnosti Bovis Lend Lease

- 1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Jednou z našich vizí je: “Dodávat stavební služby a řešení tam, kde je úspěch měřen nejen potřebami klienta ale také potřebami budoucích generací.”

- 2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Naše korporátní hodnoty jsou: Čestnost, Inovace, Respekt, Profesionalita, Spolupráce, Dále pak: Bezpečnost Práce (interní filosofie firmy „Bezpečně a Bez úrazů“) a Trvale Udržitelný Rozvoj“

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

- 3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).

„Ne“

- 4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Ano. Průzkum spokojenosti probíhá na globálním měřítku. Výsledky posledního průzkumu v létě 2007 byly velice uspokojivé.“

- 5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Bohužel na tuto otázku nemohu odpovědět, protože to není v mé kompetenci.“

- 6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„To je totéž jako u předchozí otázky.“

- 7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Ano, určitě“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

- 8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii?

„Ne přímo sponzoringu, ale jedenkrát do roka naše společnost pořádá tzv. Community Day, který je zaměřen na pomoc některé neziskové organizaci. Příklady aktivit – Mikulášská besídka v dětském domově, výlet do Prahy pro mentálně a fyzicky postižené klienty chráněné dílny v Liberci. Filosofii těchto akcí je ne poskytnout finance (i když samozřejmě na každou akci firma vydá určitý rozpočet), ale to aby zaměstnanci se zapojili do pomoci vlastními silami.“

- 9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„Jazykové kurzy, manažerské kurzy, sportovní aktivity pro zaměstnance, společenská setkání zaměstnanců včetně jejich rodinných příslušníků (letní barbecue) dále společnost nabízí možnost účastnit se mezinárodních teambuildingových a vzdělávacích akcí.“

10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Ano“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Politika Trvale Udržitelného rozvoje je k dispozici.. Snažíme se dodržovat zásady na ochranu životního prostředí a to potvrzuje i fakt, že vlastníme OHSAS 18000 a ISO 14000.“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Mohu říci, že politika se teprve zavádí, nicméně výsledky jsou viditelné každý měsíc.“

Poslední otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„Máme certifikáty ISO 9001, ISO 14001 a OHSAS 18001.“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Já osobně to nevím, zaměstnáváme ale odborníka na tyto certifikace, který určitě v pravou chvíli připraví firmu na přijetí této normy.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„Určitě, až bude v platnosti, tak se na ni budeme připravovat.“

Příloha č. 5

Rozhovor ve společnosti Siemens

- 1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Společenská odpovědnost je součástí podnikové kultury společnosti Siemens už od jejího založení v roce 1847. Po znovuoobnovení zastoupení společnosti Siemens v České republice v roce 1990 jsme zareagovali na potřeby škol a neziskovek a začali organizovat a podporovat vzdělávací projekty a systematicky se věnovat firemní filantropii. Naším motivem je zodpovědně a cíleně vytvářet nejenom současnost, ale i budoucnost lidí na celém světě, a k tomu neodmyslitelně patří podpora sociálně slabších skupin, řešení negativních aspektů urbanizace a ekologických otázek. Jako odpovědná firma se chceme vyvíjet nejenom v hospodářské oblasti, ale i v oblasti corporate responsibility.“

- 2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Inovativní přístup, špičkový výkon, odpovědné podnikání“

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

- 3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).

„Etický kodex se ve společnosti Siemens týká pouze externí komunikace. Jde o normu, kterou inicioval Siemens ve spolupráci s Asociací PR agentur. K dnešnímu dni se k jejímu dodržování přihlásilo vedle skupiny Siemens dvanáct firem, s dalšími se jedná. Máte-li ovšem na mysli soubor etických pravidel, která musejí dodržovat naši zaměstnanci, říká se mu u nás Business Conduct Guidelines. Zaměstnanci se musejí podpisem k jeho dodržování zavázat. Zároveň existuje ve firmě Chief Compliance Officer, který na dodržování pravidel dohlíží, a kterému lze anonymně hlásit veškerá podezření na porušování pravidel.“

- 4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Motivaci a spokojenost zaměstnanců měříme dvěma způsoby:

- Každý rok probíhá anonymní zpětná vazba na svého nadřízeného, a to formou odpovědi na deset základních otázek týkajících se motivace.*
- Jednou za dva roky se zaměstnanci účastní anonymního průzkumu spokojenosti zaměstnanců, který je komplexní a hodnotí celou řadu oblastí: management,*

pracovní prostředí, hodnoty firmy a firemní kultura, zákazníci, odměňování a benefity, vzdělávání a rozvoj a komunikace a informovanost.

Zaměstnanci jsou samozřejmě v některých oblastech spokojeni více a v některých méně, pro nás je podstatné analyzovat potenciální skryté hrozby a předcházet jim.

Celkovou spokojenost je možné sledovat také zprostředkovaně přes fluktuaci. Ta u nás činí méně než 10%.“

5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Strategie je jednotná k zákazníkům i k dodavatelům. Všichni, kdo hájí zájmy společnosti Siemens – zákazníci, akcionáři, zaměstnanci, dodavatelé i naše dceřiné společnosti – ti všichni od nás očekávají špičkové výkony s požadavkem na nejvyšší etiku. Základním faktorem úspěchu je tento požadavek rozdílných skupin stoprocentně splnit a dlouhodobě vytvářet hodnoty a posilovat jejich důvěru. Od všech manažerů a zaměstnanců vyžadujeme odpovědný a etický přístup. Při realizaci dbáme na harmonickou rovnováhu hodnoty našich podnikatelských aktivit a našich vizí.“

6) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Ano“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti:

7) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii? (v jaké oblasti)

„ Siemens se věnuje sponzoringu zejména sportu, ale finančně podporujeme také vědu a výzkum a ekologii. Konkrétně v České republice spojil Siemens svoje jméno s nejtradičnějším hokejovým klubem HC Sparta Praha a nejlepším basketbalovým týmem současnosti ČEZ Basketball Nymburk. Siemens globálně podporuje a spolupracuje pouze s kolektivními sporty. Váží si individuálních výkonů jednotlivců, preferuje však především jejich přínos pro tým. O konečném výsledku nerozhoduje pouze jedna osobnost, ale síla celého družstva. Hvězdou je tak celý tým.

Společnost Siemens se dlouhodobě a systematicky věnuje firemnímu dárcovství. Konceptně pomáhá řešit problémy slabších či handicapovaných a dává jim tak šanci dosáhnout vyšší kvality života i zlepšit své uplatnění ve společnosti. V červnu 2004 vznikl charitativní projekt Siemens Fond pomoci, jehož cílem je podporovat české instituce, pomáhající lidem, kteří se ne vlastní vinou dostali do obtížné životní situace a nemohou si pomoci sami. Společnost Siemens v rámci projektu uděluje každý měsíc částku ve výši 200 000,- korun na konkrétní pomoc. Více info na webových stránkách www.siemens.cz/fondpomoci.

Kromě toho pořádáme 1-3x ročně dobrovolnické dny se zaměřením na ekologii a podporu výchovy dětí. Dvakrát ročně organizujeme školení pro zástupce až 100 neziskovek (v Olomouci a v Praze). Nakupujeme také reklamní předměty z chráněných

dílen a snažíme se podporovat neziskové organizace i jinou než finanční formou. Naši zaměstnanci chodí přednášet na vysoké školy a neziskovým organizacím.“

- 8) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„Kursy jsou součástí vzdělávacích a rozvojových aktivit. Nadřízený v pravidelném ročním rozhovoru se zaměstnancem identifikuje kariérní potenciál daného podřízeného. Spolu poté definují kroky, které naplnění tohoto potenciálu či cíle podpoří. Mezi ně patří také tréninky a školení. Zaměstnanci se účastní rozvoje nejen technických a odborných znalostí, ale také měkkých dovedností a jazyků.“

- 9) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Pro všechny oblasti personální práce respektujeme zásady rovných příležitostí pro muže a ženy, některé z nich jsou zachyceny ve vnitřních předpisech firmy (například rovné příležitosti v oblasti náboru).“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

- 10) Jaká je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Předpovědi ukazují, že celosvětová spotřeba elektrické energie vzroste v příštích 12 letech o 70% - a co je ještě zásadnější, spotřeba vody má do roku 2025 vzrůst o 40%. Někdo tyto údaje vidí jako velmi vážný problém, pro nás jsou to výzvy, které je třeba vyřešit. Např. zhruba 40 % celosvětové spotřeby energie připadá na provoz budov – vytápění, osvětlení, klimatizace atd. Optimalizací provozu budov dokážeme uspořit průměrně 20-30 % nákladů na energie a stejné množství emisí CO₂. V roce 1985 jsme představili jako první na světě úspornou zářivku jako alternativu ke klasickým žárovkám. Kdybyste nahradili třetinu všech osvětlovacích těles produkty Siemens, uspoříte ročně 460 miliard kilowatthodin a 270 milionů tun emisí CO₂. Siemens také staví elektrárny se stále větší účinností. Jen účinnost našich parních turbín se od roku 1981 zvýšila o 10 % - to znamená snížení emisí CO₂ o více než 20 %. Další vylepšení jsou na obzoru. Měníme odpad na elektrickou energii. Jsme jedním z největších světových výrobců větrných elektráren. A také úspor: od roku 1990 se snížila například spotřeba ledniček značky Siemens o 78 % a od roku 2007 jsou všechny v energetické třídě A+. Myčky Siemens dnes spotřebují na jedno umytí nádobí pouhých 9 litrů vody – polovinu toho, co před deseti lety. Náš brněnský závod vyrábí například parní turbínu o výkonu 14,7 MW pro italskou skupinu Tampieri, produkuje již od roku 1928 vysoce kvalitní oleje. Závod Tampieri Energie bude využívat odpadu, biomasy (zbytků z lisování hroznů či odpadu z drcení hroznových jadérek) ze své vlastní továrny na výrobu energie. V Berlíně řídí technologie Siemens provoz, který dokáže přeměnit 60 % odpadů na náhradní paliva. Ta se používají pro výrobu elektrické energie pro desítky tisíc domácností. V Rakousku je v provozu kombinovaná teplárna a elektrárna, kterou zřídila společnost Siemens společně s místním poskytovatelem energetických služeb. Na

elektrinu a teplo jsou zde přeměňovány použité tuky na smažení a oleje na vaření, čímž se snižuje závislost na fosilních palivech. Tři obrovské osmiválcové motory poháněné těžkým olejem a generátory společně vyrábějí 4,5 MW energie, která je svým původem zcela organická, neboť palivo pochází z rostlin.

Ale šetříme i vodu. Třeba v případě půl milionu brněnských domácností – pro zdejší čistírnu odpadních vod dodal nadřazený řídicí systém. Nebo v Singapuru, kde Siemens pomáhá recyklovat odpadní vodu zpět na vodu pitnou. Nebo v mnoha a mnoha dalších městech a zemích.

Umíme energii šetřit i vyrábět. Neustálý proud inovací přináší stále efektivnější řešení pro naše zákazníky i celou společnost. Šetrnost k životnímu prostředí, nejmodernější technologie a vysoká výkonnost jsou našimi přednostmi.“

11) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Určitě je to možnost účastnit se obchodních příležitostí, u nichž je vyžadován certifikát dle ISO 14001 a zároveň i zvýšení image společnosti.“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

12) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„Společnost Siemens zavedla a používá QMS dle normy EN ISO 9000:2000, ke kterému má Certifikát systému managementu jakosti. QMS tvoří realizační, řídicí a podpůrné procesy v oboru elektrických a elektronických zařízení. Dále jsme zavedli a používáme systém EMS dle normy EN ISO 14001:2004 a také Bezpečnost a ochrana zdraví při práci OHSAS 18001:1999.“

13) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Vím, že se o této normě vztahující se ke společenské odpovědnosti firem hovoří už od roku 2005, že se už také sešly nějaké pracovní skupiny z rozvojových i vyspělých zemí, ale v jaké fázi jsou podklady pro mezinárodní normu pro společenskou odpovědnost v současnosti, to nevím.“

14) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„V ČR jsme o zavedení této normy zatím neuvažovali a podle mých informací se o nové normě zatím neuvažuje ani ve vedení koncernu Siemens v Mnichově. Hlavním z důvodů je zatím nedostatek informací a nejasný účel této normy. Nevyvracíme ale, že v budoucnu o dosažení certifikace nebudeme usilovat. Naše CSR aktivity patří k nejpracovanějším na celém světě.“

Příloha č. 6

Rozhovor ve společnosti SGI

- 1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Protože to přináší výhody všem zúčastněným stranám. Spokojení zaměstnanci i zákazníci jsou ochotni s firmou spolupracovat. To přináší větší šance být ekonomicky úspěšní a tím zbývá i více finančních prostředků na další aktivity, které obecně podporují společnost a její růst.

Myslím, že firma může být společensky odpovědná i když nemá zavedenu žádnou přesnou strategii CSR. Jde o to vytvářet fungující pracovní prostředí a chovat se eticky vůči ostatním stranám což již samo o sobě vychází právě z principů společenské odpovědnosti.“

- 2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Zisk mezi důležité hodnoty bezesporu patří, protože bez něj by firma nemohla dlouhodobě fungovat, a tím pádem by ani nemohla zaměstnávat lidi. Ovšem zisk přichází ruku v ruce s budováním značky a její pověsti a snahou uspokojit zákaznické potřeby a pomoci zákazníkům překonat problémy či urychlit objevy, což je součástí poslání naší společnosti. Zakládáme si na tom, že jsme vysoce inovativní firma, která je vždy o krok napřed. V neposlední řadě jsou důležití i zaměstnanci, kteří přinášejí nejvyšší hodnotu, obzvláště ve společnosti jako je ta naše, která se snaží dodávat komplexní řešení, která jsou do značné míry spojena se službami a tedy i znalostí a zkušeností zaměstnanců.

Pokud to tedy shrnu, jsme zákaznický orientovaná, inovativní firma, která si uvědomuje hodnotu svých zaměstnanců.“

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

- 3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).

„V tomto směru jsme to měli trochu usnadněno, protože jsme dceřinnou společností americké nadnárodní společnosti, takže jsme převzali etický kodex právě naší mateřské společnosti. Je to poměrně podrobný dokument asi o 30 stranách, který podporuje několik následujících bodů:

- čestné a etické chování a vyvarování se střetu zájmů mezi osobními a pracovními aktivitami
- řádné a férové nakládání s důvěrnými firemními informacemi
- chování a jednání ve shodě s právními předpisy a zákony

- poskytování spolehlivých, bezpečných a kvalitních výrobků zákazníkům včetně odpovídajících služeb
- vytváření pracovního prostředí, které podporuje kreativitu, uznání a sdílení pracovních úspěchů

Mimo tyto hlavní body se také kodex vyjadřuje např. k potírání úplatků, vměšování do politiky, sexuálnímu obtěžování, poskytování rovných pracovních příležitostí, ochraně zdraví zaměstnanců a bezpečnosti při práci a k ochraně životního prostředí.“

- 4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Myslím, že ano. Na důkaz tohoto názoru bych uvedla velmi nízkou fluktuaci zaměstnanců, vysokou míru loajality k firmě a otevřenost v pracovním kolektivu a možnost vyjádřit své názory. Snažíme se vyjít zaměstnancům vstříc a být nápomocni při řešení i jejich osobních problémů, takže máme zavedenu pružnou pracovní dobu a většina zaměstnanců má v případě nutnosti možnost pracovat z domu. Vyhovíme zaměstnancům i v případě, že si potřebují vyřešit naléhavou soukromou záležitost v pracovní době. Kolegové mohou také využít několika málo dnů zdravotního volna. Zády jsme se neobrátili ani k těm, kteří byli dlouhodobě nemocní nebo naopak museli dlouhodobě zůstat doma třeba kvůli dítěti..“

Ne všude je samozřejmě poskytovat zaměstnancům nápoje na pracovišti zdarma. U nás mají na výběr z různých druhů minerálních vod, džusů, kávy i čaje. Kromě těchto výhod se také příležitostně snažíme o neformální stmelení kolektivu formou prodlouženého víkendového pobytu někde v horách či blízko přírody, kde se dají podnikat výlety či jiné aktivity podporující soudržnost kolektivu.

Průzkumy čas od času organizuje naše mateřská společnost, takže určitou představu o spokojenosti zaměstnanců máme i z těchto anket.“

- 5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Jak jsem již zmínila v několik předchozích bodech. Jsme zákaznický orientovaná firma, takže se zákazníkům snažíme maximálně vyjít vstříc. Snažíme se odhalit místa, kde bychom mohli přispět k vyřešení jejich problémů nebo naopak pomoci prostřednictvím našich produktů a služeb k odhalování nových objevů, výzkumů či zlepšení kvality života v mnoha oblastech. Důkazem tohoto snažení je vysoká míra loajality našich zákazníků, což se projevilo i v méně úspěšném období naší firmy a zákazníci přesto stáli za námi a podporovali nás.“

- 6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„Abychom mohli dodávat komplexní služby, musíme spolupracovat s ostatními dodavatelskými firmami. Jsou to naši obchodní partneři a zcela přirozeně naše chování plyne z etického kodexu, takže se vždy snažíme o maximální

korektnost jednání, která vede k dlouhodobému udržení vzájemných obchodních vztahů.“

- 7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Zcela určitě. Navíc podléháme velmi přísné auditorské kontrole, takže bychom si netransparentnost ani nemohli dovolit. Mohlo by to ohrozit celé naše podnikání a zničit vztahy s obchodními partnery i zákazníky.“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

- 8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii? (v jaké oblasti)

„Snažíme se. Rozpočty jsou samozřejmě napjaté, takže nemůžeme vyhovět všem žádostem a zatím jsme ani nevytvořili cílenou strategii, ale poměrně pravidelně přispíváme na kulturní i sportovní akce a nárazově také různým skupinám postižených osob.“

- 9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„Ano, podporujeme. Angličtina je pro práci v naší firmě nutností, takže zaměstnanci mají možnost navštěvovat kurzy angličtiny s rodilým mluvčím, které jsou rozděleny na dvě skupiny podle pokročilosti a lektor dochází přímo k nám do firmy. Také je zde možnost absolvovat kratší konverzační individuální lekce. Protože naše pobočka zastřešuje i další země východní Evropy mezi než spadá i Rusko kde je velký obchodní potenciál, dochází k nám do firmy i lektorka ruského jazyka.“

Dále prošli naši zaměstnanci základními školeními typu komunikace, asertivita, emoční inteligence či spolupráce v týmu, které spadají do základního programu, který jsme sestavili s jednou školící firmou a kromě těchto zmíněných jsou na individuální bázi i schvalována další školení dle potřeb jednotlivých pracovníků.“

Čas od času organizuje školení i naše mateřská společnost a samozřejmostí jsou produktová školení pro systémové inženýry a techniky.“

- 10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Řekla bych, že ano. Nesetkala jsem se zatím s žádnou formou diskriminace. Kromě toho jsme vyhověli i všem ženám, kterým jsme drželi pracovní místo po dobu jejich prodloužené mateřské dovolené a vyhověli jsme i jejich požadavkům o zkrácený pracovní úvazek při návratu do práce.“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Kromě základních aspektů jako je například třídění odpadu, máme jakousi politiku i na korporátní úrovni.

Přístup k ekologii je možné vidět ve dvou rovinách. První z nich je vyloučení škodlivých a rizikových materiálů. Tato direktiva ROHS byla přijata v EU již před lety a stát Kalifornie a mnozí američtí výrobci se k ní připojili dobrovolně jako projev zodpovědnosti k životnímu prostředí, ale samozřejmě i z praktických důvodů aby do EU mohly dodávat.

Druhá rovina je technologická. Maximální technicky dosažitelná efektivita využití energie nezbytné pro provoz IT je prvním krokem. Je nutno uvědomit si, že všude přítomné počítače v součtu spotřebovávají velké množství energie a každé procento zvýšené efektivnosti přináší kumulovaně velké úspory. A také ušetřený každý watt ztrátového tepla nemusí být chlazením odveden a k jeho odvedení spotřebována další energie. Je vlastně otázkou proč velká centra již neslouží třeba pro lokální ohřev, protože jejich provoz je bez přerušování zdrojem tepla. Například všechny servery a clustery od SGI obsahují napájecí zdroje, které dosahují skutečné účinnosti 88 % a více – což je významná výhoda oproti většině ostatních serverů, jejichž napájecí zdroje dle údajů společnosti Ecos consulting mají účinnost jen 60 až 70%. Implementace těchto efektivních technik si v našem případě vynutila již dříve nezbytnost brát všechny tyto parametry do úvahy při návrhu mnohatisícových systémů, jejichž konstrukce a infrastruktura by byla podstatně komplikovanější.

SGI potvrdila svou dlouhodobou odpovědnost k ohledu na životní prostředí také přistoupením ke sdružení Climate Savers Computing InitiativeSM (CSCI). CSCI je neziskové sdružení spotřebitelů, obchodních společností a organizací ochraňujících životní prostředí, jehož cílem je zlepšení efektivity a snížení odběru elektrické energie související s provozem výpočetní techniky.“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Rozdíl je především v tom, že si stále více lidí a firem kolem nás uvědomuje nutnost šetřit životní prostředí i zdroje, a tak i konkurence přichází s řešeními, která se snaží životní prostředí šetřit. Myslím, že ekologické chování se pomalu stává trendem, což je určitě ku prospěchu věci.“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS).

„Právě pracujeme na implementaci ISO 9001 a jsme těsně před jeho dokončením.“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Vím, že existuje tato norma, byť jsem neznala její přesné označení.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„V našem případě by popud musel vzejít z mateřské společnosti. Ať chceme nebo ne, jsme na ní rozpočtově závislí a každá certifikace něco stojí, takže je pro nás momentálně přijatelné řídit se naším interním kodexem, který je založen na stejných principech.“

Příloha č. 7

Rozhovor ve společnosti Vodafone

1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Naše důvody jsou strategie, kultura firmy, důvěra okolí. Konkrétně jedním ze 6 strategických cílů Vodafone je být odpovědnou firmou (no.5: Be responsible company). To znamená, chovat se slušně a odpovědně. Není to prázdná fráze, ale konkrétní závazek, který je podpořen specifickou CR strategií (v oblastech férové podnikání, životní prostředí, sociální sféra) organizační strukturou (v rámci firmy existuje oddělení Společenské odpovědnosti + virtuální tým spolupracovníků v každém dotčeném business oddělení), plánem (seznam aktivit, odpovědnosti v rámci firmy, konkrétní kroky, cíle) a komunikací apod. Pro více informací o společenské odpovědnosti Vodafone mrkněte na www.vodafone.cz/odpovednost nebo na globální stránky www.vodafone.com/responsibility.“

2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Zaměstnanci se podílejí na směřování firmy, sami si např. stanovili v rámci workshopů 7 hodnot, které jsou pro ně nejdůležitější a které jsou součástí celkové firemního modelu (nejvyšší strategický dokument firmy).“

- *Vítězíme vtipem a originalitou - jsme kreativní a máme neotřelé nápady. Bereme věci s nadhledem a umíme se zasmát i sami sobě.*
- *Respektujeme odlišné názory - vítáme odlišný pohled na věc a chováme se ke každému s respektem. Vedeme firmu tak, aby na ni mohli být hrdí zaměstnanci i zákazníci.*
- *Stojíme za našimi lidmi - necháváme lidi růst a nebojíme se dát jim zodpovědnost. Každý z nás může prosadit změnu.*
- *Jsmo lidé, ne stroje - nevidíme v zákaznících telefonní čísla, ale lidi. Ke každému přistupujeme přátelsky a individuálně.*
- *Co řekneme, to splníme - hrajeme fér a dáváme každému stejnou šanci. Jednáme na rovinu a bez předsudků.*
- *Nebojíme se vystoupit z řady - razíme nové cesty a ukazujeme ostatním, jak na to. Máme odvahu stát si za svým přesvědčením.*
- *Jsmo tu doma - umíme být světoví, ale pořád jsme Češi. Rozumíme svému trhu a překonáváme jeho očekávání.“*

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).

„Existují Business principles, jsou součástí interních dokumentů, které jsou pro zaměstnance závazné, sekce: 1.0 Value Creation, 2.0 Public Policy, 3.0 Communications, 4.0 Customers, 5.0 Employees, 6.0 Individual Conduct , Appendix E - Anti-Corruption Compliance , 7.0 Environment , 8.0 Communities and Society, 9.0 Health and Safety , 10.0 Business Partners and Suppliers , 11.0 Guidance, 12.0 Assurance. V sekci zaměstnanci akcentují oblasti jako diverzita, antikorupce, podpora růstu a rozvoje apod. Nicméně důležitější než samotná existence dokumentu je pro nás jejich faktické plnění.“

4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Ano, interní průzkumy se dělají minimálně 2x ročně a také ad-hoc v rámci workshopů. Zaměstnanci jsou velmi spokojeni, pravidelně je index spokojenosti ČR nad průměrem ve skupině Vodafone. Je zajímavé, že zaměstnanci na prvním místě oceňují lidi (přítelský kolektiv, příjemné a podobně naladěné kolegy) a teprve poté peníze nebo jiné benefity.“

5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Tyto zásady chování můžeme ilustrovat na konkrétních příkladech přístupu k zákazníkům (nepoužíváme reklamštinu, naše komunikace je jasná a jednoduchá, bez hvězdiček a skrytých háček, vážíme si věrnosti apod.), kdy boříme pravidla ve propěch zákazníků (např. vánoční kampaně čivavy 2006, ovce 2007, současná "Nepodepsal/Nepodepsala"). To přináší i konkrétní výsledky, kdy zákazníci hodnotí Vodafone jako firmu s nejodpovědnější komunikací vůči zákazníkům (survey MilwardBrown 02/2007). Nejnovější počín je aktivita "Takhle to děláme", <http://www.vodafone.cz/consumer/jdetoijinak/index.htm>“

6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„Spolupráce s partnery funguje na principech otevřenosti a vzájemné spolupráce na základě kodexu etického nákupu: <http://www.vodafone.cz/about/suppliers/code.htm> Jediným kritériem tedy není pouze cena, ale i standardy chování dodavatele v oblastech ekologie, pracovní standardy, péče o zaměstnance apod.“

7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Jednoznačně. Je to potvrzeno i „hard daty“, viz výše zmíněný průzkum a řada dalších anket, ocenění apod.“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii? (v jaké oblasti)

„Ano, sponzoring je v souladu se strategií skupiny Vodafone (sport) a také lokální (film). Náš filantropický příspěvek k rozvoji okolí je např. formou předávání know-how Dobrovolnickým programem (firma uhradí zaměstnanci 1 den v roce práce pro neziskovku jako by byl v práci) nebo činností Nadace Vodafone, která rozděluje finanční granty (ročně přes 14 milionů Kč) na podporu samostatných aktivit mladých lidí, využití informačních a komunikačních technologií ke zlepšení kvality života znevýhodněných skupin atd. Více na www.nadacevodafone.cz.“

9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„Rozvojový plán každého zaměstnance, alokace peněz v budgetu každého oddělení na tréninkové kurzy včetně jazykových. Kurzy jsou zajišťovány jak interně (UNI), tak externě dodavatelsky (katalog kurzů, ze kterého si zaměstnanci vybírají).“

10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Genderově je firma výrazně nad běžným průměrem v ČR, kdy v top managementu je např. podíl žen 50% (3 z 6) a v ostatním managementu je podíl žen výrazně nad 30%. Firma vyznává princip nediskriminace dle čehokoliv, takže každá pozice je obsazována výhradně dle schopností. Spolupracujeme s asociacemi handicapovaných a proaktivně jim oznamuje vhodné pracovní příležitosti.“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Náš přístup je strukturovaný dle jednotlivých CSR programů (energie, odpady, recyklace mobilů atd.). Více se dočtete v přiloženém rozhovoru, který jsem poskytl Computer World“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Ano, viz konkrétní příklady v rozhovoru pro Computer World.“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„V rámci celé Vodafone Group jsou CSR aktivity Vodafone Czech republic ověřovány firmou Deloitte dle AA 1000AS a GRI Guidelines.“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Ano, ale tato norma by se měla týkat primárně komunikace v oblasti CSR, navíc podle našich informací nebude auditovatelná.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„Z výše uvedených důvodů a z důvodu dlouhodobé konzistence s auditem Deloitte dle jiných standardů o implementaci ISO 26000 v tuto chvíli neuvažujeme.“

Příloha č. 8

Rozhovor ve společnosti Phoenix contact

1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Jde o způsob ovlivňování celosvětového směřování. Člověk sám zmůže velmi málo. Firma, sdílením hodnot mezi svými zaměstnanci a ve spojitosti se svými dodavateli i zákazníky, má výrazně větší vliv a měla by jej uplatňovat v celosvětovém zájmu.“

2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Korporátní hodnoty Phoenix contact vycházejí z mise a vize společnosti, které formují firemní kulturu. Zmínil bych:

- Inovativní řešení, kterými inspirujeme naše zákazníky*
- Technologické vedoucí postavení na trhu*
- Nezávislost a podnikatelská svoboda*
- Kreativita při vzniku inovací*
- Důvěryhodnost partnerství postavené na přátelském a čestném přístupu.“*

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).

„Nemáme zatím.“

4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„V České republice jsme zatím takový průzkum neorganizovali s ohledem na velikost zastoupení – nyní je nás 20. Nicméně týmová spolupráce, komunikace a spokojenost zaměstnanců je důležitým faktorem rozvoje firmy. Můžeme se pochlubit nízkou fluktuací zaměstnanců. Pro zaměstnance pořádáme řadu neformálních akcí i formální podpory (fond kulturních a sociálních potřeb, přispíváme na penzijní a životní pojištění, poskytujeme stravenky, týden dovolené navíc a také jazykové kurzy.“

5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Jedná se o dlouhodobou spolupráci postavenou na důvěryhodném partnerství.“

6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„Obdobně jako strategie k zákazníkům – je postavena na dlouhodobé spolupráci a důvěryhodném partnerství“

7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Ano.“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii?

„Ano, sponzoringu se věnujeme – sponzorujeme vybrané akce se zaměřením na rodinné aktivity. Nyní se jedná např. o podporu akce Policie ČR zaměřenou na zvýšenou bezpečnost dětí v dopravním provozu.“

Dále se také jedná o podporu vysokoškolského a středoškolského vzdělávání – vybavení laboratoří na VUT Brno a VŠB Ostrava, program Xplore, dodávka vzorků pro výukové účely.“

9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„Ano, to jsme vlastně již částečně zmínili v otázce spokojenosti zaměstnanců. Pořádáme individuální jazykové kurzy, speciální vzdělávací kurzy – normy, právo, finance, které jsou plně hrazeny firmou.“

Dále se jedná o spoluúčasť na vzdělání kvalifikaci zaměstnanců (např. dálkové studium)“

10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Ano.“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Máme plný respekt vůči požadavkům na ochranu životního prostředí, ale nemáme žádné specifické aktivity.“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Ne.“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„Ano, splňujeme společnost jako celek normy ISO 9001, ISO 14001 a v roce 2004 jsme byli certifikováni podle OHSAS 18001“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Ano, vím.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„Naše mateřská společnost určitě ano, ale v České republice nikoliv, jednalo by se o příliš moc administrativní práce a zatím je nás v ČR opravdu málo. Plánujeme rozšíření kanceláří, takže je možné, že potom ano.“

Příloha č. 9

Rozhovor ve společnosti ENERGO – PRO Czech

1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„V dnešní době se zvyšuje úroveň jednak životní, jedince, ale i státu, a proto je třeba chovat se odpovědně.“

2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„V naší společnosti se jedná především o týmovou spolupráci a kvalitní pracovní podmínky, tak aby mohli všichni pracovat s nasazením a cítili se dobře.“

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu)

„Nemáme zavedený“

4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Myslím se, že většinou jsou spokojeni, snažíme se o fungování komunikace nadřízené-podřízené, která se nám vcelku daří. Také oceňujeme pracovní výkon, takže ano, myslím si, že jsou spokojeni.“

5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Je to jednání “na rovinu“ bez podrazů a vzájemných naschválů.“

6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„Pořádáme výběrová řízení pro dodavatele a pokud se osvědčí, tak klademe důraz na dlouhodobou spolupráci. Férové jednání patří také samozřejmě ke strategii.“

7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Ano“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii?

Ano, věnujeme. Sponzorujeme převážně kulturní akce.

9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„V dnešní době je vzdělávání zaměstnanců velmi důležité, takže podporujeme vzdělávací kurzy zaměstnanců a také probíhají jazykové kurzy.“

10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Mohou říci, že ano. Rozhoduje především kvalifikace, vzdělání, pracovní výkon a nasazení.“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí? (používání ekologických produktů, recyklace, čistička odpadních vod, apod., kontrola úniku nebezpečných plynů, vod)

„Používáme ekologické produkty a kontrolujeme únik ropných látek.“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Ano. Nebyly žádné ekologické havárie“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„Žádné z těchto norem nemáme.“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Ano, slyšel jsem.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„Prozatím ne, ale možná v budoucnu.“

Příloha č. 10

Rozhovor ve společnosti Symbol Technologies

1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Protože firmy ovlivňují své okolí. Měli by být odpovědné vůči trhu, zaměstnancům, zákazníkům a dalším zájmovým skupinám. Měly by se snažit zefektivnit svou činnost a snažit se stále hledat nová řešení, jak pomoci okolí. Měly by propagovat vhodné výrobky, vystupovat férově na trhu, nekazit mládež. Také mohou podporovat organizace, kterým mohou být nápomocní a které to potřebují.“

2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Každý má jiné hodnoty a záleží na firmě, zda jsou tvořeny zaměstnanci anebo na základě historie pomocí marketingové strategie, která spočívá v přebírání hodnot, které už jsou definované a jen se vylepšují a zefektivňují.“

V Motorole jsou těmito hodnotami:

- *NAŠI ZÁKAZNÍCI – bez nich by nebyl business → z toho plyne i dobré jméno a zisk*
- *INOVACE – každý ze zaměstnanců (i třeba z administrativy), kdo má nápad ho může říct a je „oslavován“ (odměny, společné schůzky, best practises)..... chceme, aby lidé přicházeli s nápady*
- *DODRŽOVÁNÍ PRAVIDEL A PRINCIPU = dělám správné věci → nevybočuje z něčeho, co by nebylo dobré pro firmu (nehraje na vlastní pěst)*
- *VÝKON – je důležité dělat věci naplno, být vzorem pro ostatní. Je nutné vidět za zaměstnanci spěšný business*
- *1 MOTOROLA – 1 tým, sdílíme stejné hodnoty“*

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu, popř. některé body, na které je zaměřen).

„Ano, máme ho propracovaný, mapuje odpovědnost k zaměstnancům (respekt žádné povyšování), odpovědnost k vládě, komunitě, zákazníkům, k akcionářům....“

Je rozpracovaný, ke každému bodu máme několik odrážek, aby tomu všichni rozuměli. Kodex je vždy prezentován novým zaměstnancům – mohou se na cokoli ptát a připomínkovat. Pokud mají připomínky, mají možnost kontaktovat tzv. etickou linku, na které mu jsou zodpovězeny dotazy, popř. vyšetřuje, pokud dojde k nařknutí proti porušení pravidel kodexu některého ze zaměstnanců.“

4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Ano, průzkum jsme dělali, dokonce 2. První byl na spokojenost zaměstnanců a druhý se týkal integrace.

Výsledky: Zaměstnanci jsou celem spokojeni, líbí se jim, že se učí novým věcem a mohou budovat kariéru, ale mají pocit, že chybí komunikace napříč celou firmou.

Proto jsme zřídili firemní časopis, do kterého mohou zaměstnanci přispívat, takže si ho vlastně tvoří sami.

Pořádáme i meetingy, na kterých se řeší komunikace → pronikání informací shora dolů – zlepšuje se to, plánujeme opakování po 15 měsících.“

5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Helpdesk pro zákazníky, musíme udělat opravy do určitého počtu dní, hodin. Řídíme se heslem: Pokud slíbím, tak měl bych to dodržet. Dělá to velmi dobré jméno společnosti.

Zaměstnanci mají přísné postupy, jak komunikovat, co mohou slíbit – zákazník je na prvním místě → proto se jim snažíme maximálně vyhovět.

Děláme i průzkum spokojenosti zákazníků.“

6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„Snažíme se udržovat velmi dobré vztahy.“

7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Ano.“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii?

„Podporujeme některé aktivity, co se týká zaměstnanců, máme sportovní hřiště, kde pořádáme akce. Jsme partnerem Klokánka – posíláme peníze na dárky a příspěvky na dětské tábory. Přispíváme i na jiné charitativní akce.

Také pořádáme celofiremní akce – šplhání do hor, popř. sportovní soutěže, abychom reprezentovali naši firmu – např. závody Červený drak, kdy výtěžek jde na charitu.

Jeden den v roce je vyhlášena na pomoc okolí. Zaměstnanci se vzdají své půldenní mzdy a vykonávají veřejně prospěšné činnosti.“

9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu.

„Ano, pořádáme jazykové kurzy, počítačové a vzdělávací manažerské kurzy (situační vedení, komunikace v týmu, řešení krizových situací)

Myslím, že vzdělávání je tu opravdu hodně a že je dobře propracované. Máme i online systém Motorola university.“

10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Ano, rozhodně.“

Společenská odpovědnost v enviromentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Máme audity, ze kterých se dělají zápisy, poté se snažíme o odstranění problému a děláme i náhodné kontroly, zda je již všechno v pořádku.

Vyrábíme ekologické produkty, systém recyklace.“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Máme ISO 9001 – děláme externí a interní audity a podle toho pořádáme školící programy, takže doufám, že dochází ke zlepšení.“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„Máme ISO 9001“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Bohužel ne.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„Vzhledem k tomu že jsem o přípravě nevěděla, tak asi ne. Ale myslím, že do budoucna se o to bude naše firma určitě zajímat.“

Příloha č. 11

Rozhovor ve společnosti JIC

- 1) Proč si myslíte, že je důležité být společensky odpovědnou firmou?

„Naši „akcionáři“ (=zakladatelé) i klienti to očekávají. Bez tohoto rozměru našeho podnikání nemáme šanci“

- 2) Jmenujte, prosím, korporátní hodnoty, které považujete důležité ve Vašem podniku.

„Mise JIC:

Efektivně podporovat vznik a rozvoj inovačních firem

(En: Effectively support creation and development of innovative companies)

Vize JIC:

Chceme patřit mezi přední poskytovatele podpory začínajícím inovativním firmám v Evropě

Hodnoty JIC:

- *Rozvoj klientů a prostředí*
- *Kvalitní, motivovaný tým*
- *Hodnota pro „akcionáře“*
- *Inovativnost“*

Společenská odpovědnost v ekonomické oblasti:

- 3) Máte ve Vaší společnosti etický kodex? (Jste spokojeni s jeho zavedením, co je cílem Vašeho etického kodexu)

„Ano máme, i když není „vydán“ jako směrnice.“

- 4) Myslíte si, že jsou Vaši zaměstnanci spokojeni? Proč? Děláte průzkum v průběhu roku?

„Spokojenost hodnotíme 4x ročně pohovorem. Vše nasvědčuje tomu, včetně velmi nízká fluktuační, že spokojenost je na dobré úrovni.“

5) Jaká je Vaše strategie chování se k zákazníkům?

„Vyznáváme princip „customer intimacy“, klademe zákazníka na první místo což výrazně ovlivňuje naše interní procesy.“

6) Jaká je Vaše strategie chování se k dodavatelům?

„Analogie...Vyznáváme princip „customer intimacy“, klademe zákazníka na první místo což výrazně ovlivňuje naše interní procesy.“

7) Označili byste svoje podnikání za transparentní?

„Ano, dokonce zveme podobné organizace z ČR i zahraničí na návštěvy, jsme auditováni z mnoha stran.“

Společenská odpovědnost v sociální oblasti

8) Věnujete se sponzoringu, firemní filantropii? (v jaké oblasti)

„Ano, sponzorujeme celou řadu konferencí a podobných akcí, věnujeme mnoho času podpoře osob, které jsou pro JmK významné, nejčastěji jsou to vědci a podnikatelé.“

9) Podporuje vzdělávací, jazykové popř. jiné kurzy pro zaměstnance? Tzn. rozvoj lidského kapitálu. Prosím o uvedení příkladů.

„Investujeme velmi mnoho, na kvalitě zaměstnanců jsem silně závislí a je to naše konkurenční výhoda.“

10) Jsou na Vašem pracovišti rovné příležitosti pro ženy a muže a jiné znevýhodněné skupiny obecně?

„Ano, jsou. Ženy tvoří téměř polovinu firmy.“

Společenská odpovědnost v environmentální oblasti:

11) Jaké je Vaše proaktivní politika na ochranu životního prostředí?

„Naše činnost je pro prostředí relativně velmi málo zatěžující. Firemní environmentální politiku zatím nemáme, ale dodržujeme veškeré nám známe předpisy a postupy (třídíme odpad, recyklujeme..)“

12) Zaznamenali jste zlepšení a rozdíly od předchozích let do dneška díky této proaktivní politice?

„Nelze stanovit.“

Poslední 3 otázky týkající se mezinárodních a jiných norem:

13) Splňuje Vaše společnost některé z norem, které se vztahují k společenské odpovědnosti? (Např. SA 8000, AA 1000, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS)

„Ne.“

14) Víte, že se připravuje nová mezinárodní norma ISO 26000, která by měla zahrnovat všechny oblasti týkající se společenské odpovědnosti firmy?

„Ne.“

15) Přemýšleli jste o přípravě Vaší firmy na tuto ISO normu 26000? A proč?

„Ne (ale budeme 😊).“