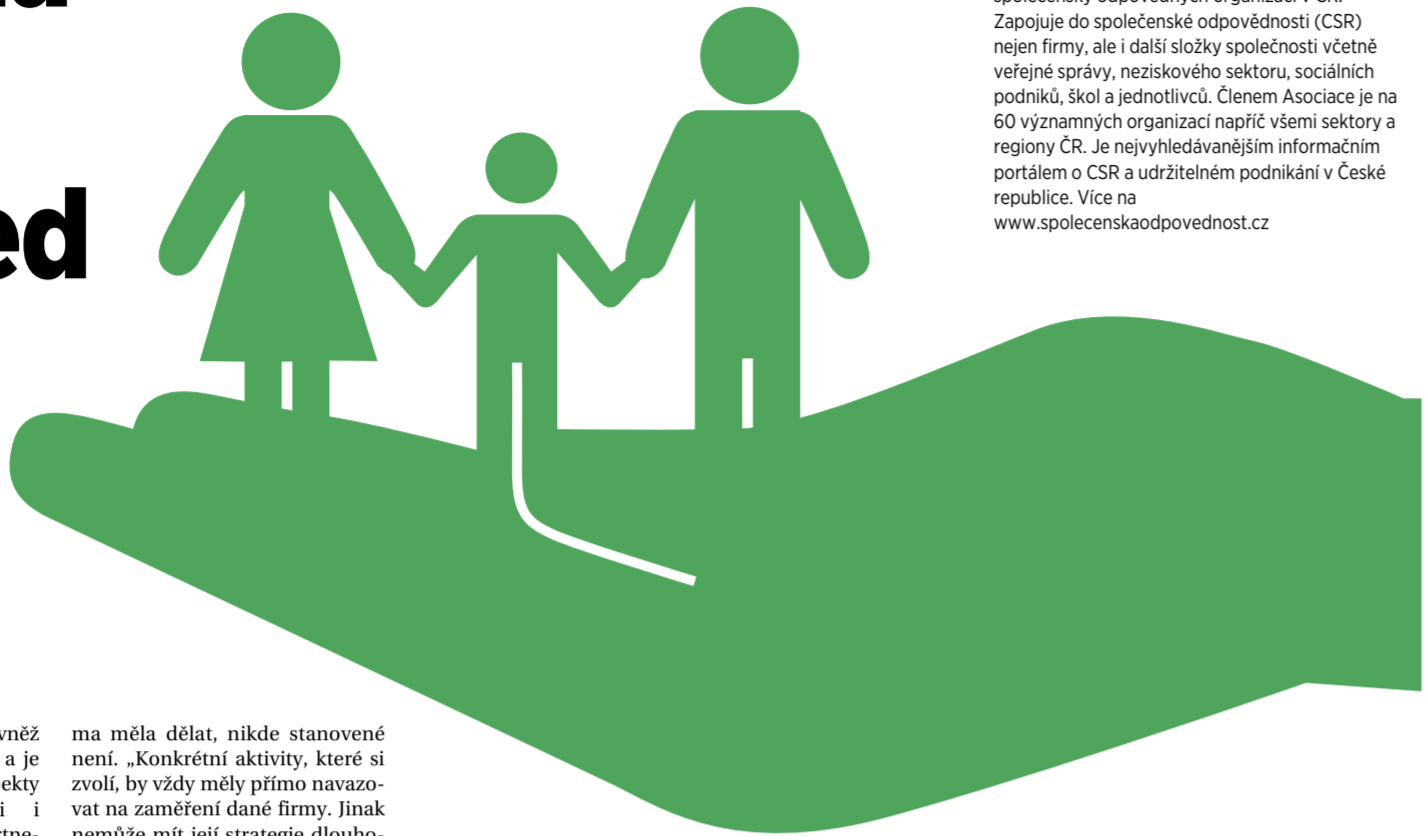


# Když je firma pro okolí dobrý soused



CSR nebo-li **společenská odpovědnost** je novou cestou podnikání, kterou se vydává stále více firem. Pořád je jejich cílem zisk, ale berou výrazně větší ohled na své okolí i společnost.

Firmy by se měly chovat společensky odpovědně. A to podle definice Evropské komise znamená „odpovědnost za dopady jejich činnosti na společnost“. „Zjednodušeně řečeno, taková firma je pro své okolí dobrým sousedem,“ říká Lucie Mádlová, ředitelka a zakladatelka Asociace společenské odpovědnosti. A rozhodně se nejedná jen o charitu.

Společenská odpovědnost prochází napříč celou firmou, počínaje recyklací odpadu, využitvím energeticky efektivních přístrojů či vozů přes sladování pracovního života zaměstnanců s tím osobním, třeba vytvářením pozic na polovině úvazek či pozic s pružnou pra-

covní dobou. Taková firma rovněž vnímá korupci jako problém a je ochotna jí čelit a dodržuje aspekty společenské odpovědnosti i v rámci svých obchodních partnerů. A zmíněná charita, tedy oblast dárcovství a také podpora projektů v blízkém okolí je jen jednou, i když velmi důležitou částí. Dokazuje to u čísla. „Již druhým rokem po sobě překračuje soukromé dárcovství v Česku hranici 4 miliard korun, a je tedy na vyšší úrovni než v předkrizovém roce 2007,“ uvádí pro představu Jiří Bárta, výkonný ředitel Nadace VIA.

**Zapojení zaměstnanců i poskytnutí služeb**  
Co přesně by taková odpovědná fir-

ma měla dělat, nikde stanovené není. „Konkrétní aktivity, které si zvolí, by vždy měly přímo navazovat na zaměření dané firmy. Jinak nemůže mít její strategie dlouhodobý efekt,“ vysvětluje Lenka Mrázová, předsedkyně správní rady Nadace VIA. Právě profesionální nadace mohou firmám pomoci vytvářet místa, kam darovat. Průběžně totiž mapují potřeby neziskových organizací i trendy v dárcovství. Vědí také, jak obvykle předávají šeků obohatit o další aktivity, jako je například dobrovolné zapojení zaměstnanců či vzdělávání a poskytování know-how podpořenými organizacím. Třeba daňová firma může neziskovou organizaci zdarma poskytnout účetní a daňo-

vé služby, stejně jako školení v této oblasti. Přínosné je také propojení běžných firem s těmi sociálními.

## Velké firmy hrají prím

Detailně propracované strategie společenské odpovědnosti mají především velké společnosti. Jejich možnosti jsou totiž velmi široké. A mnohé svou činnost stále zintenzivňují. „V sociální oblasti se nyní soustředíme na čtyři globální priority – dopravní bezpečnost, technické vzdělávání, podporu dětí a bezbariérovou mobilitu a dvě lokální – péči o zaměstnance a spolupráci s regiony, kde působíme,“ vysvětluje Bohdan Wojnar z představenstva Škoda Auto.

Velký úspěch má například nový projekt zaměstnaneckých sbírek. Zaměstnanci přispívají každý měsíc ze své mzdy určitou částkou jedné z pěti neziskových organizací, které si sami v hlasování zvolili. Firma pak vybranou částku zdvojnásobuje. Pětina těchto prostředků pomáhá v dětském domově v indickém Aurangabádu a slouží k úhradě nákladů vybraným mladým lidem na dvouleté studium technické školy. Následně mají možnost využít odborné praxe

v místním závodě Škoda Auto. Do tohoto projektu se zapojilo již téměř 1 000 zaměstnanců firmy.

Také například firma Net4Gas promítá společenskou odpovědnost celou společností i směrem ven. Také ona aktivně rozvíjí svou koncepci dárcovství a sponzoringu. Jako výhradní přepravce plynu se zaměřuje zejména na ochranu přírody a životního prostředí, a to programem Blíž přírodě. Spolu s Českým svazem ochránců přírody tak například pomohli zpřístupnit od roku 2007 více než 60 přírodních lokalit po celé republice. Programem Complanus zase podporují projekty, v nichž se angažují jejich zaměstnanci. „Letos touto cestou poskytneme částku přes 700 tisíc korun, kterou si rozdělí 33 neziskových organizací,“ říká Zuzana Kučerová z Net4Gas.

**Odpovědnosti by se měly učit i děti ve školách**  
Společenská odpovědnost ovšem není jen výsadou velkých korporací. Potřebu větší osobní odpovědnosti vůči společnosti si uvědomuje i stále více jednotlivců. A ti pak tuto svoji životní filozofii zcela přirozeně, intuitivně promítají i do

svoje podnikání. Často jde o rodinné či menší regionální firmy. „Vedou je k tomu silné etické a osobní zájmy, rodinná tradice či prostě jen opravdu silná vůle. Chuť něco budovat a vytvářet udržitelné hodnoty,“ říká Lucie Mádlová.

Jiní se pro takové podnikání rozhodnou, protože tak žijí sami a chtěli by k tomu přivést i další lidi. To je třeba firma Eceona, která produkuje e-shop s ekologickými produkty pro domácnost jako například k přírodě šetrná drogerie, věci pro osobní hygienu nebo produkty šetrící energii a nahrazující jednorázové obaly, jako LED žárovky, lahve na vodu nebo nákupní tašky.

Zapojit by se měla i veřejná správa. Ta je pro společenskou odpovědnost hodně zásadní. „Odpovědné chování od nejnižší úrovně po tu nejvyšší by pro ni mělo být naprostou samozřejmostí,“ dodává Mádlová. A důležité je rozšířit povědomí a zájem o odpovědné chování, morální tradice i účtu už ve školách u těch nejmenších. O to se snaží projekt A-CSR s názvem Odpovědná škola.

**Dana Jakešová**  
Autorka je spolupracovnicí redakce

# Podnikat a pomáhat jde dohromady

Hlavním cílem sociálního podnikání není co nejvyšší zisk, ale **snaha zlepšovat svět**, pomáhat lidem. Zní to idealisticky. Ve skutečnosti je to ale hodně tvrdá práce.

Sociální podniky usnadňují vstup do zaměstnání lidem, kteří jsou nějakým způsobem sociálně znevýhodnění. Etnicky menšinám, těm, kteří se vrátili z vězení, ale především lidem se zdravotním postižením. Dávají jim důstojnou práci, což vylepší jejich rodinný rozpočet a zlepší i jejich psychiku. Navíc je to levnější než vyplácení podpory a sociálních dávek. „Sociální podnikatele proto vnímám jako „hnací motor“ společenské odpovědnosti. Oni jsou totiž společensky odpovědní již ze své podstaty,“ říká Lucie Mádlová z Asociace společenské odpovědnosti. Pozitivní je i to, že se mezi nimi objevuje stále více mladých lidí.

Sociální firmy se zaměřují na služby nebo výrobky, které v jejich regionu či na trhu obecně chybí. A to ve stejné kvalitě jako u běžných firem. Největší hodnotou jsou ale jejich zaměstnanci. Oproti běžným podnikům jim musí věnovat zvýšenou péči, někdy i podporu po celou dobu pracovního procesu. „Poprat“ se musí s výkyvy v pracovním výkonu a zvýšenou nemocností u některých z nich.

## Chťejí být soběstační

Ze určité sociální podniky žijí z dotací od státu, různých grantů a darů? Do jisté míry ano. Cílem však je maximální soběstačnost. Tak třeba občanské sdružení Náruč poskytuje už 14 let sociální služby pro postižené děti a jejich rodiny. Před sedmi lety k tomu přidali kavárnu Modrý domeček. „Důvodem byla snaha vytvořit chráněná pracovní místa pro lidi se zdravotním postižením a také snížit ab-

solutní závislost na dotacích od státu a začít postupně dofinancovat námi provozované služby z vlastní ekonomické činnosti,“ popisuje Gabriela Cymerová z Náruče. Nedávno rozjeli ještě výrobu čerstvých těstovin Pasta Fidli. Stejný cíl má i Aranžérie, která vznikla při Společnosti „E“. Už dva a půl roku tu lidé s epilepsií vážou kytky a připravují květinové výzdoby. Hlavně pro firmy, třeba na recepci, na kongresy, také pro festival Pražské jaro. Přibývají ale i zakázky na svatby či narozeniny. „Máme čtrnáct zaměstnanců na dohodu o provedení práce. Podle množství zakázek docházejí do dílny několikrát týdně,“ říká Alena Cervenková, předsedkyně Aranžérie. V současné době aranžovací dílnu rozšiřují.

„Do sociálního podnikání patří i organizace, které sice samy znevýhodněné skupiny přímo nezaměstnávají, ale jejich činnost spadá do veřejně prospěšné oblasti,“ vysvětluje Gabriela Kurková ze společnosti P3 - People, Planet, Profit, která se zaměřuje na nové přístupy k sociálním podnikání. Jedním z nich je podle ní takzvaný sociální franchising.

Příkladem je program Charitry – krabičky s bonbony s reklamním potiskem. „Na jejich ruční kompletaci se v chráněných dílnách a sociálních podnicích, kterým je udělena výrobní franšíza, podílejí zdravotní postižení lidé,“ vysvětluje Miriam Janyšková, zakladatelka Charitek. Současně jde 12 procent z pořizovací ceny Charitek na pomoc nemocným a znevýhodněným dětem. Za dva roky existence program podpořil 324 dětí částkou 425 tisíc korun.

Zajímavý je například i projekt FOREWEAR Markéty Borecké a Zuzany Jurové. Na firemních akcích dělají sbírky nepotřebného oblečení. Část pomůže lidem v nouzi a ze zbytku v chráněné dílně v Chotěboři šest žen šije designové obaly na mobily, tablety, zápisníky či knihy pro firmy i veřejnost.

**Dana Jakešová**

## INZERCE

SIMPLY CLEVER

<p><b>Nová ŠKODA Octavia G-TEC</b></p>	<p> </p>
<p>           Kombinovaná spotřeba a emise CO<sub>2</sub> vozů Octavia G-TEC: 5.4 l (CNG 5.4 m<sup>3</sup>)/100km, 127 (CNG 97) g/km         </p>	<p> </p>

## Nová ŠKODA Octavia G-TEC

**Ohleduplnost k životnímu prostředí i k Vašemu rozpočtu Vám přináší Octavia vybavená motorem 1,4 TSI/81 kW G-TEC.** Vůz jezdí na benzinu i na stlačený zemní plyn (CNG), který představuje oproti běžným palivům mnohem „zelenější“ alternativu. CNG se tankuje do dvou bezpečně uložených nádrží. Navíc je tu plnohodnotná 50litrová nádrž na benzin, takže ujedete až 1 330 km bez zastávky u čerpací stanice. A cena vozů? Již od 433 900 Kč. Náklady na provoz si můžete spočítat na online kalkulačce na octaviagtec.cz. Přijďte na ekologickou a ekonomickou zkušební jízdu k nejbližšímu prodejci vozů ŠKODA.

skoda-auto.cz

f /skodacz

YouTube /skodacz

Twitter /skodacz

## Clever Inside

ŠKODA usnadňuje život svým zákazníkům každý den.



Bi-fuel technologie



Výhodnější než LPG, benzin nebo nafta



Maximální bezpečí\*



Systém Start-Stop

\*EuroNCAP – nezávislé sdružení evropských ministerstev dopravy, automobilových klubů, pojišťoven a organizací na ochranu spotřebitelů

## ANKETA Co si představujete pod pojmem společenská odpovědnost?



**Alena Cervenková**  
předsedkyně Aranžérie

**» Představuje pro mě vyšší princip**

Společenská odpovědnost pro mě znamená solidaritu, morálku, vnímání společnosti, dějů v ní, pomoc potřebným i v rámci jejich aktivního přístupu k životu. Hlavně nehodnotit a nemoralizovat, spíše být k dispozici, podporující.



**Zuzana Kučerová**  
senior specialista propagace NET4GAS

**» Konat nejen pro sebe, ale i pro své okolí**

Nejen firma, ale i jednotlivec. Konat podle psaných i nepsaných pravidel či nad jejích rámeček. Konat nejen pro sebe, ale i pro své okolí. Tím může být rodina, prostředí, v němž žijí, studuji či pracuji, ale i třeba komunita na opačné straně zeměkoule. Základem je však, myslím, být eticky i nesobecký. Z takové povahy se pak společenská odpovědnost rodí sama, samozřejmě dle možností každého z nás.



**Bohdan Wojnar**  
člen předst. ŠKODA AUTO za HR manag.

**» Znamená pro nás velkou odpovědnost**

A to vůči regionům, kde působíme, našim zákazníkům, zaměstnancům, vlastním, obchodním partnerům i široké veřejnosti. Dlouhodobá CSR strategie je pro nás klíčová, a její naplňování proto ve spolupráci s našim sociálním partnerem odbory KOVO stále zintenzivňujeme. Soustředíme se na globální i lokální priority, které naplňujeme prostřednictvím jednotlivých projektů.



**Petr Soukenka**  
ředitel Nadačního fondu proti korupci

**» Hledět na své chování vůči státu i zaměstnancům**

Již neplatný obchodní zákoník ve svém §2 definoval, co je primárním cílem podnikání, a tím byla a podle mého názoru stále ještě je tvorba zisku. V tom vidím problém. Společensky odpovědná firma nebude hledět jen a pouze na tvorbu zisku, ale i na své chování vůči státu, vlastním zaměstnancům a také lidem mimo firmu.



**Lenka Mrázová**  
předsedkyně správní rady Nadace VIA

**» Pomáhat těm, kteří chtějí pomáhat dále**

Pro mě je to moje osobní odpovědnost vůči společnosti, lidem kolem mě. To, čím mohu být já svými schopnostmi prospěšná společností jako celku. Ze pomáhat těm, kteří chtějí pomáhat dále. Nenechám si pro sebe řešeni, na mě jsem přišla, způsob práce, jenž se mi nosvědčil. Že dodrží své závazky a sliby, platné zákony, etické kodexy.



**Markéta Borecká**  
spoluzakladatelka projektu FOREWEAR

**» Podnikání s přidanou hodnotou pro okolí**

Společenskou odpovědnost vnímám jako aktivní přístup ze strany firmy i jednotlivci, kdy svým předmětem podnikání či jednáním vytvářejí přidanou hodnotu pro své okolí. Chci mít tzv. social enterprise – ziskový podnik, který svým předmětem činnosti řeší otázku nevyužitého oblečení a dává práci lidem v chráněných dílnách.



**Pavel Černý**  
spoluzakladatel společnosti Eceona

**» Je to životní a podnikatelská filozofie**

Vnímám ji jako součást DNA. Člověk ji v sobě buď má a žije tak, podniká tak, vede tak firmu. Protože to tak cítí. Nebo je to pro něj jen něco, co by se mělo. Co teď řídí. Nejde to pak ale ze srdce, což je znát. A nemusí být vždy o velké věci. Stačí malé krůčky každý den – tak, jak to sami v naší firmě hlásáme a děláme.



**Gabriela Kurková**  
spoluzakladatelka P3 - People, Planet, Profit

**» Je to součást udržitelného rozvoje**

Společenskou odpovědnost vnímám jako součást konceptu udržitelného rozvoje, který je obecně známý. Je to také určitá „samozřejmost“, která by měla být vlastní každé firmě, stejně tak jako udržování vztahů s partnery a zákazníky. Jednou z možností směřování CSR ve firmách může být oblast podpory sociálního podnikání.