

CSR - Společenská odpovědnost firem CSR – dobrovolná povinnost

Historické kořeny CSR (*Corporate Social Responsibility*) se datují již od 19. století, kdy obchodní magnát, majitel ocelářské společnosti a významný filantrop Andrew Carnegie začal veřejně zastávat názor, že úspěšní a bohatí jedinci mají morální povinnost podělit se o plody své práce s těmi méně úspěšnými a nemajetnými.

Převažující podstatou této myšlenky byl de facto princip filantropie a částečně také z historie od středověku až po novověk v podvědomí zakořeněný pozůstatek systému odvádění desátek (z *lat. decenia – desetina*). Desátek tehdy představoval cca desetiprocentní daň odváděnou tehdejšími církevními či světskými autoritám (např. králům, šlechtě, kostelům, či církvi). Mimo této často nevybíravým způsobem vymáhané povinnosti existovalo i pojetí osobního závazku ke svým bližním, k Bohu, ale i jako jeden z nástrojů spasení či jakási forma odpuštění (dobový komerční nástroj odpuštění spáchaných hříchů).

Přestože byla od té doby problematika počátků CSR zkoumána různými teoretiky, ke zlomu došlo až vydáním publikace Howarda Bowena „*Social Responsibilities of the Businessman*“, ve které byla poprvé uvedena definice CSR blízká dnešnímu pojetí – „*Jedná se o závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí, nebo následovat takový směr jednání, který je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti*“. V současnosti byste však marně hledali oficiální definici či jednotný výklad CSR. Např. sdružení mezinárodních a českých společností s názvem Business Leader Forum jej definuje jako „*dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají*“ nebo definice EU říká, že „*společenská odpovědnost firem je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s okolím*“ (zdroj: *Společenská odpovědnost firem – zahraniční zkušenosti* – M. Prskavcová a „*Green Paper – European Communities*“).

Pro naši společnost Centrum andragogiky s.r.o. však není ani tak podstatná definice, jako především samotné naplňování této myšlenky v reálné praxi. Coby vzdělávací a poradenská společnost se na společenskou odpovědnost a její tři základní pilíře (*ekonomický, environmentální a sociální*) díváme jako na jednu z klíčových oblastí etiky, jejíž popularizaci a aplikaci do každodenní praxe se již několik let zabýváme.

Řekneme-li CSR, nám se vybavují konkrétní témata a projekty jako např. námi založená a podporovaná nezisková organizace Šance na vzdělání, o.p.s., etické principy a etický kodex, loajalita, rozvoj lidského potenciálu, boj s korupcí, zdraví a bezpečnost při práci, standardizace pracovních činností, sladění pracovního a soukromého života zaměstnanců, využití potenciálu cílové skupiny 50+, rovné příležitosti pro ženy a muže a taktéž pro zdravotně a sociálně znevýhodněné osoby, outplacement a rekvalifikace propouštěných zaměstnanců s cílem navýšit jejich cenu na trhu práce, environmentální standardizaci včetně strategie firem v oblasti snižování dopadů na životní prostředí a ochranu přírodních zdrojů. Dále za CSR vidíme konkrétní subjekty, kterým v této oblasti pomáháme ať už na straně těch, kteří CSR aplikují nebo těch, kteří jsou jeho příjemci a snažíme se oběma skupinám předat nástroje pro vytvoření a dlouhodobé udržení oboustranně výhodného vztahu.

Oboustranně výhodného? Ano je to přesně tak a to tím nemyslíme pouze dobrý pocit z pomoci potřebným či záchrany životního prostředí. Myslíme tím skutečně i vyčíslitelný profit pro všechny, kteří CSR již aplikují, nebo v budoucnu by aplikovat chtěli. Někdo by mohl namítnout, jestli se nejedná opět o kupčení s pomyslnými odpuštěními, či skrytý obchod zaobalený do pokrytecké ideologie pomoci svým bližním s názvem společenská odpovědnost. Dotyčný by i mohl poukazovat, že v rámci CSR celá řada firem s velkou slávou a účelově řeší problémy, které způsobily, či se na nich určitou měrou podílely. Firmy svou činností znečišťující životní prostředí na straně jedné se na straně druhé prezentují ochranou toho, co samy ničí, firmy z tabákového průmyslu bojují proti rakovině plic, kterou jejich výrobky způsobují, anebo také firmy, jejichž produkty podporují nezdravý životní styl mládeže, investují peníze do akcí pro mladé či sponzorují předměty jejich zájmu a kulturní, módní a generační

ikony, ke kterým tato cílová skupina vzhlíží. Ano, i taková je realita CSR. Je však nezbytně nutné pátrat po motivech a pozadí aktivit, které jsou legální a samy o sobě prospěšné? Je nutné lustrvat, hodnotit a soudit?

Ač se za takovouto pomocí druhým může skrývat racionální kalkul, výsledek je v tomto důležitější než pohnutky k němu vedoucí. Podotýkám, že tímto se nesnažíme obhajovat obligátní výrok prohlašující, že „účel světí prostředky“. To nikoliv. Jde nám spíše o ten případ, kdy se někdo snaží dělat správné věci, i když ze zjištěných pohnutek.

Když se nad tím zamyslíme, tak právě zjištěnost je většinou vnímána jako negativní jev. Je však potřeba, stejně jako u všeho, vidět více úhlů pohledu. Stejně tak, jako skalpel může být zároveň smrtící zbraní nebo nástrojem záchrany života, tak i zjištěnost může být důvodem zločinného jednání, anebo energií, která buduje firmy, vytváří pracovní místa, buduje hodnoty, zlepšuje kvalitu života, pomáhá potřebným a hledá a nachází způsoby existence, které se danému jedinci nejvíce vyplatí. Vždyť i když děláme správné věci „jenom a pouze“ pro svůj dobrý pocit, naše chování vzniká taktéž na základě nemateriálních, ale jinak naprosto stejných zjištěných pohnutek, jako u těch materiálního charakteru. Pouze místo finančního profitu jsme motivováni radostí obdarovaných, úlevou zachráněných, jejich vděkem, uznáním a z toho všeho plynoucím dobrým pocitem ze sebe sama.

Naše společnost Centrum andragogiky, s.r.o. ráda odborně i organizačně podpoří všechny, kteří chtějí mít dobrý pocit či navíc z pomoci druhým získat pro sebe i materiální zisk. Tak, jak je tomu u nás dobrým zvykem, chceme podpořit nejen téma samotné, ale i všechny firmy a organizace, které pomáhají zlepšit kvalitu života uvnitř firmy i ve svém okolí a hlásí se mimo klíčového úkolu vytvářet zisk i k sociálním a environmentálním potřebám lidské společnosti. Chceme nejen poskytnout nové nástroje, metody a inspiraci subjektům, které v oblasti CSR nejsou žádnými nováčky, ale současně chceme podpořit i ty, kteří se společenskou odpovědností teprve začínají a také celou řadu subjektů, které již dávno CSR aplikují, ale ani nevědí, že se to tak jmenuje, že to má nějaká pravidla, a že touto pozitivní a vysoce potřebnou činností mohou i něco získat nazpět (*a to nejen prostřednictvím daňových úspor*).

V rámci roku 2012, který je rokem Společenské odpovědnosti firem, jsme pro naše stávající i potencionální klienty a také odbornou i laickou veřejnost připravili ucelený komplex diskusních akcí (kulaté stoly, diskusní fóra a konference) a odborných kurzů, do kterých problematiku CSR nenásilnou formou implementujeme anebo na ní přímo stavíme.

Chtějme mít dobrý pocit a buďme třeba i zjištění, ale pomáhejme druhým, ať už jsou to naši zaměstnanci, klienti, dodavatelé, spoluobčané, nebo tím chráníme naše životní prostředí, naši společností vyznávané hodnoty, anebo důstojnost a kvalitu života.

„CSR – šance pro toho, kdo potřebuje pomoci,

ale i pro toho, kdo pomoc poskytuje.“

(Centrum andragogiky, s.r.o. – David Kalivoda)