

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH
BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: N4101 Zemědělské inženýrství

Studijní obor: Agropodnikání

Katedra: Katedra krajinného managementu

Vedoucí katedry: doc. Ing. Pavel Ondr, CSc.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Společenská odpovědnost ve vybrané společnosti

Vedoucí diplomové práce: Ing. Monika Březinová, Ph.D.
Autor diplomové práce: Bc. Petra Slavíková

České Budějovice, 2019

Poděkování

Mé poděkování patří vedoucí mojí práce paní doktorce Monice Březinové za odborné rady, připomínky, doporučení a vedení celé práce a také za trpělivost, kterou se mnou měla.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Zemědělskou fakultou – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci vypracovala samostatně pouze s užitím literatury a ostatních pramenů uvedených v seznamu použitých zdrojů.

V Českých Budějovicích, dne..... Podpis:.....

*"Žádný dobrý skutek, jedno jak malý, nikdy není zbytečný."
(Ezop)*

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá tématem společenské odpovědnosti v energetické společnosti E.ON, jak v České republice, tak v Evropě. V první části je popsáno téma společenské odpovědnosti obecně a jsou zde zmíněna i příbuzná témata, která úzce s oblastí společenské odpovědnosti souvisí. Metodická část popisuje samotné zpracování údajů, jak bylo postupováno v praktické části a jaké metody byly pro vyhodnocení použity. V praktické části je popsána společnost E.ON v České republice, i v Evropě. Ve vybraných regionálních jednotkách jsou popsány aktivity z oblasti společenské odpovědnosti. Ve skupině E.ON CZECH byly zmapovány všechny aktivity, které souvisí se společenskou odpovědností. Druhou část tvoří dotazníkové šetření zaměstnanců E.ON CZECH, kde bylo cílem zjistit povědomí zaměstnanců o společenské odpovědnosti ve firmě.

Klíčová slova

Společenská odpovědnost firem, CSR, reklama, energetická společnost, stakeholders, E.ON, dobrovolnictví, podpora, E.ON Energy Globe

Abstract

This thesis deals with the topic of corporate social responsibility in the energy company E.ON, both in the Czech Republic and in Europe. The first part describes the topic of social responsibility in general and related topics closely related to the of social responsibility are mentioned. The methodical part describes the data processing itself as it was done in the practical part and what methods were used for the evaluate -on. The practical part describes E.ON in the Czech Republic as well as in Europe. Activities around social responsibility are described in selected regional units. All activities related to social responsibility were mapped in the E.ON CZECH Group. The second part consists of a questionnaire survey of employees of E.ON CZECH, where the aim was to find out employees' awareness of social responsibility in the company.

Key Words

Corporate Social Responsibility, CSR, Advertising, Energy Company, Stakeholders, E.ON, Volunteering, Support, E.ON Energy Globe

Obsah

1.	Úvod	8
2.	Literární řešerše	9
2.1	CSR – Společenská odpovědnost firmy	9
2.2	Tři základní pilíře	10
2.2.1	Ekonomická oblast	10
2.2.2	Sociální oblast	11
2.2.3	Životní prostředí	11
2.3	Triple bottom line – 3P	12
2.4	Stakeholders	13
2.5	Organizace CSR v Evropě a v České republice	14
2.5.1	Evropská unie a společenská odpovědnost firem	14
2.5.2	Společenská odpovědnost firem v České republice	17
2.6	CSR jako reklama	22
2.7	Image firmy a CSR	23
2.8	Organizační kultura firmy a CSR	24
2.9	Work life balance	24
3.	Metodika práce	26
4.	Praktická část	27
4.1	Skupina E.ON	27
4.2	E.ON v České republice	28
4.3	Postoj E.ON CZECH k CSR	29
4.4	Ekonomické výsledky v oblasti CSR EON	30
4.5	Nástroje CSR ve skupině E.ON CZECH	32
4.5.1	Zásady, kterými se E.ON řídí	32
4.5.2	Etický kodex a závazek skupiny E.ON CZECH	33

4.5.3	E.ON Energy globe	34
4.5.4	Ochrana ptáků	36
4.5.5	#Missingtype – darování krve.....	37
4.5.6	Uklid'me Česko v E.ON.....	37
4.5.7	Dobrovolnictví	38
4.5.8	Dárcovství	39
4.5.9	E.ON jako TOP ZAMĚSTNAVATEL	39
4.5.10	Certifikace ve skupině E.ON CZECH	40
4.6	CSR napříč skupinou E.ON	41
4.6.1	E.ON SE a CSR.....	41
4.6.2	Aktivity CSR ve vybraných regionálních jednotkách E.ON	43
4.7	Průzkum mezi zaměstnanci	48
5.	Vyhodnocení.....	51
6.	Závěr.....	53
7.	Přehled použitých zdrojů.....	54
8.	Seznam použitých zkratk	57
9.	Seznam obrázků.....	58
10.	Seznam grafů	58
11.	Přílohy	59

1. Úvod

Nikomu by nemělo být lhostejné, co se děje kolem něj, ve městě, kde žije, ve státě, kde pracuje, podniká nebo třeba cestuje, na planetě, která dává veškerá svá bohatství. Dnešní ekonomická situace je na tak dobré úrovni, že se od firem možná už automaticky očekává, že budou společensky odpovědnou firmou a budou ve svém okolí, nejen finančně, pomáhat. Není důležité jak a kolik, ale je důležité, že vůbec firmy mají tuto snahu. Je na druhou stranu ale jasné, že firmy se aktivně zapojují do pomoci ve společnosti také kvůli reklamě a dobrému jménu firmy.

To, jak se firma zajímá a zapojuje ve společenské odpovědnosti, jak pomáhá v místě, kde funguje, je čistě na ní. Nikdo nemůže firmy donutit, aby byly společensky odpovědné. O to příjemnější je pozorovat, jak firmy dokáží v dnešní době pomáhat.

Větší společnosti, kterou E.ON bezesporu je, mají výhodu oproti jednotlivcům, že mohou přispět k větším změnám a napříč více státy. Příkladem toho je projekt „Uklidme Česko“, který se díky podpoře E.ON zvětšil do takového měřítko, že dnes uklízí téměř každá obec. E.ON nezmění svět, ale svou velikostí může přispět ke zlepšení. V této práci jsou zmapované aktivity, které E.ON podniká a je vidět, že aktivity nemusejí být spojené pouze s finanční podporou.

Důležitější jsou dnes aktivity, které dělají lidé, dobrovolníci sami a věnují tak čas tam, kde je potřeba. Čas je to nejcennější, co každý dnes má. Tato pomoc je mnohem více než pár desítek tisíc korun.

2. Literární rešerše

Společenská odpovědnost firem je velmi rozsáhlé téma, do kterého spadají i oblasti, které s původní myšlenkou nesouvisely. Dnes je společenská odpovědnost firem součástí jejich reklamy a image. Firmy vnímají společenskou odpovědnost jako svou součást a je velmi často také předmětem strategie firmy.

2.1 CSR – Společenská odpovědnost firmy

Společenská odpovědnost firem – zkratka CSR (z anglického Corporate social responsibility) je oblast, ve které se firmy snaží přispět svou podporou ke zlepšení společnosti. Firmy se zaměřují na lokalitu, ve které působí a cílem je zlepšení ekonomické, sociální a ekologické oblasti. Firmy si samozřejmě mohou vybrat, kde budou pomáhat a tato podpora je dobrovolná a nelze si ji vynuocovat. V dnešní době jde o samozřejmou součást větších firem.

Samotný původ a myšlenku CSR je možné najít v prostém a jednoduchém „pomáhat si“. Firmy by měly pomáhat společnosti, ve které působí a také přispět ke zlepšení sociálních problémů. Největší nárůst CSR byl zaznamenán v 90. letech s nárůstem velkých korporací a tlakem na ně, aby jim nebylo lhostejné, jaké dopady má jejich působení na občany, přírodu a stát. Veřejnost tedy začala očekávat, že firmy budou společensky odpovědné. Úplný původ CSR dává myšlenka amerického průmyslníka Andrewa Carnegie, který řekl, že bohatí by měli pomáhat chudým a tím to celé vzniklo. Dnes je samozřejmě v zájmu firem, pokud jim záleží na dlouhodobé prosperitě, aby vypadaly v očích svých zákazníků, partnerů i zaměstnanců dobře. Tím si firmy budují lepší postavení na trhu a konkurenceschopnost. (Jeřábková, Hartl, 2003)

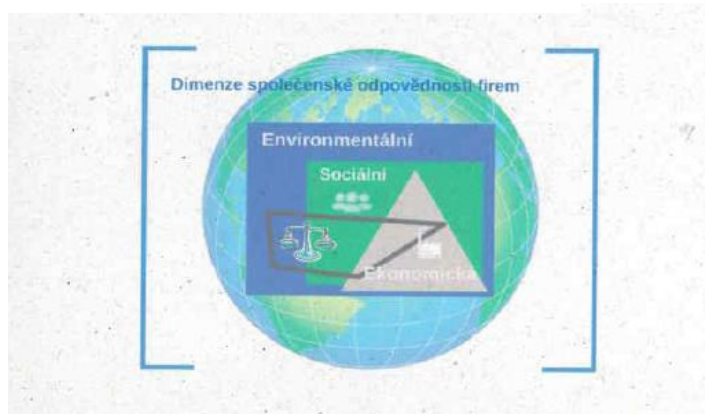
Pod názvoslovím společenská odpovědnost firmy si každý může představit něco jiného – pro jednoho to bude pomoc potřebným, sponzorské dary, ochrana ekologie a pro druhého třeba to, jak se firma chová ke svým zaměstnancům. Ať to či ono, obojí je správně. Společenská odpovědnost v sobě zahrnuje více oblastí.

Evropská komise ve své nové strategii EU (2011–2014) definuje sociální odpovědnost podniků jako „odpovědnost podniků za dopad jejich činnosti na společnost“. (Evropská komise, 2011)

2.2 Tři základní pilíře

Celá podstata CSR stojí na třech základních pilířích: jsou to ekonomická, environmentální a společenská oblast.

Obrázek č.1: Schéma 3 pilíře CSR



Zdroj: *Simulate Economy* (2015)

2.2.1 Ekonomická oblast

Ekonomickou oblastí se rozumí transparentní podnikání, dobré řízení firmy – leadership, dodržování nejen etických kodexů, ale i kodexů dobrého chování, vytváření výborných vztahů se všemi zúčastněnými stranami (mezinárodně užívaný název Stakeholders). Cílem všech firem je dosahování dlouhodobého zisku a následně možnost podporovat potřebné projekty v okolí. I toto je téma, které spadá do ekonomické oblasti CSR. Konkrétněji sem spadá protikorupční jednání firem i jejich zaměstnanců. Transparentnost a věrohodnost firem – především poskytování

správných a věrohodných informací.

Respektování ochrany duševního zdraví, pravidla konkurenčního boje, udržitelnost a inovace. Velkým cílem je zde jak spokojený zákazník, tak spokojený dodavatel. To má za následek samozřejmě vyšší zisk (Kunz, 2012)

2.2.2 Sociální oblast

Tato oblast je občas neprávem přehlížena a mnoho lidí si ji příliš neuvědomuje. To, že je zaměstnanec ve firmě spokojený se bere jako samozřejmost a není to vidět navenek. Sociální oblast je klíčová pro to, aby zaměstnanci byli ve firmě spokojeni a také odváděli skvěle svou práci. Týká se bezpečnosti a zdraví zaměstnanců, dobrých podmínek pro zaměstnance, dodržování pracovních standardů, poskytování rovných příležitostí pro muže, ženy, etnické skupiny, starší lidi a handicapované, zajištění jistoty pro své zaměstnance, rozvoj a profesionalizace zaměstnanců. Bezesporu sem patří také zákaz dětské práce, který v České republice není příliš znám. Spadají sem benefity, které firma nabízí svým zaměstnancům - např. formou kafeterie a také možnost využít volný čas a neobětovat veškerý svůj čas jen práci. (Kunz, 2012)

Do této oblasti patří samozřejmě také podpora v sociálně znevýhodněných oblastech, kde je velmi důležitá. Jsou to různé specializované skupiny pro handicapované, seniory, děti, studenty, aj.

2.2.3 Životní prostředí

Nejspíše nejviditelnější a nejvíce podporovaná oblast. Protože pokud firma vloží finanční prostředky nebo i čas svých zaměstnanců v rámci dobrovolnických dnů do této oblasti, samozřejmě se o tom zmíní na svých webových stránkách, sociálních sítích apod. Patří sem ochrana přírodních zdrojů, podpora ekologie, ohleduplnost k životnímu prostředí, recyklace odpadů, aj. (Bartošová, 2006)

V dnešní době jsou zmiňovány další dva pilíře, o které se CSR opírá – je to dobrovolnictví, které je často nazývané jako filantropická odpovědnost a potom pilíř stakeholders jako samostatná část. (Kunz, 2012)

2.3 Triple bottom line – 3P

Triple bottom line kopírují v podstatě 3 základní pilíře, které byly popsány v předchozí části. Triple bottom line je bráno více ze široka a z toho pohledu, že společenská odpovědnost úspěšné firmy by se měla opírat o tyto 3 oblasti a jen společným úsilím a kombinací všech těchto oblastí dojde k úspěchu. Triple bottom line tvoří 3P – people, planet a profit. Lidé, planeta a zisk.

Obrázek č.2: Triple Bottom line – 3P



Zdroj: medium.com (2019)

Firma potřebuje lidi – své zaměstnance, svoje dodavatele a odběratele. Potřebuje místo – planetu, pro svoje podnikání a potřebuje zisk – aby mohla fungovat. Pokud firma na jednu z těchto oblastí zapomíná nebo o ni nepečuje, tak nemůže dojít k dlouhodobému úspěchu. Samozřejmě je důležité i vzájemné propojení všech těchto oblastí a jedna bez druhé také nebude fungovat.

2.4 Stakeholders

Do češtiny těžko přeložitelný pojem, který je dnes téměř počestělý a běžně se používá. Jedná se o skupinu nebo osoby, které jsou přímou i nepřímou součástí vnějšího a vnitřního okolí firmy. Řadí se sem dodavatelé, odběratelé, státní správa, akcionáři, ale i zaměstnanci a vrcholoví manažeři, odbory, média atd. Tuto oblast určují 2 principy – princip legitimacy podniku a zmocněnecký princip zúčastněných stran.

Do legitimacy podniku spadají zákazníci, dodavatelé, vlastníci, zaměstnanci a místní obec.

Zmocněnecký princip zúčastněných stran říká, že firma musí jednat v zájmu všech zainteresovaných stran jako jejich zástupce a také musí jednat v zájmu společnosti, aby zajistila dlouhodobou úspěšnost všech stakeholders. (Friedman, Miles, 2006)

Kunz ve své knize o CSR rozděluje stakeholders podle toho, jaký vliv mají na konkrétní firmu a její činnosti. Dělí stakeholders na primární a sekundární. Do primárních zařazuje vlastníky, zaměstnance, investory, zákazníky a dodavatele. Označení sekundární stakeholders je pak pro média, státní správu, vládu, obchodní a občanská sdružení, ale třeba i aktivisty typu Greenpeace apod.

Péče a spolupráce se všemi stakeholders je klíčovou aktivitou pro úspěšný podnik. Díky dobrým vztahům společnost předchází rizikům a buduje si tak významné postavení na trhu. Zjednodušeně řečeno, firma by měla být dobrým spoluhráčem pro všechny zainteresované strany. (Kunz, 2012)

2.5 Organizace CSR v Evropě a v České republice

Společenskou odpovědnost zaštiťují jak v rámci EU, tak v rámci České republiky organizace, které mají za cíl pomoci firmám zlepšit se v oblasti CSR, poskytnout jim odborné poradenství, zaštitit tuto problematiku a také ohodnotit ty nejlepší.

2.5.1 Evropská unie a společenská odpovědnost firem

CSR EUROPE

V Evropské unii je nejvýznamnější institucí CSR EUROPE, která vznikla v roce 1995 a sídlí v Bruselu. CSR EUROPE sdružuje 53 nadnárodních společností napříč odvětvími a regiony a 44 partnerských organizací. V České republice je pak partnerem Business Leaders Forum.

CSR EUROPE je obchodní síť, která vznikla za účelem vytvořit prostor v podnikání pro firmy, které by sdílely své zkušenosti, hledaly řešení a zapojily se do společného zlepšení CSR v Evropě.

Důležitým mezníkem v historii CSR v Evropě byl v roce 2000 Lisabonský summit, na kterém se členské státy zavázaly k lepším pracovním podmínkám, větší sociální soudržnosti a dosáhli tak lepšího hospodářského výsledku. Na základě Lisabonského summitu byla v roce 2002 přijata první strategie: Evropská strategie v oblasti sociální odpovědnosti podniků.

CSR EUROPE je největší obchodní síť v Evropě, která se zabývá společenskou odpovědností firem. CSR EUROPE shromažďuje přes 10 000 společností prostřednictvím svých firemních členů (40) a národních organizací CSR (41). Slouží jako základna pro podniky, které chtějí zvyšovat svůj udržitelný růst a ovlivňovat pozitivně společnost. Nejdůležitější oblasti pro CSR EUROPE jsou zodpovědnost, transparentnost a ohleduplnost.

Aby CSR EUROPE dala svým členům jasnou představu, určila vizi a poslání celého programu: Inovativní řešení jsou výzvy pro dnešní podnikání. Prosperita podnikání je závislá na ekonomickém, ekologickém a sociálním pokroku. Je potřeba zvýšit udržitelnost obchodních modelů a řízení společnosti.

CSR EUROPE chce být platformou pro podniky v rámci EU a pomoci jim vybudovat prosperující společnost. Cílem je být uznávaným celosvětovým leaderem.

Tabulka č. 1: Evropské hodnoty CSR

Návrh hodnot	Hodnota pro členy
Leadership	<ul style="list-style-type: none"> • Představují lídry v oblasti udržitelnosti v Evropě vůči evropským institucím a na celosvětové úrovni • Poskytují platformu pro lepší dopad udržitelnosti v Evropě prostřednictvím spolupráce se sítí národních partnerů • Poskytují řešení nejvyšší kvality jako představitelé některých předních odpovědných společností ve světě
Evropa	<ul style="list-style-type: none"> • Zapojit se do politických dialogů a výměn s evropskými institucemi s cílem podporovat globální rovné podmínky • Podporovat inovace a udržitelné obchodní modely v Evropě i mimo ni, a využít tak 11 000 společností v celé Evropě
Učení a dopad	<ul style="list-style-type: none"> • Poskytnout vzdělávací síť a inovační příležitosti k udržitelnému vedoucímu postavení v Evropě • Podporovat spolupráci a společné příležitosti mezi členskými společnostmi, společenskými zúčastněnými stranami a veřejnými orgány na místní, národní a mezinárodní úrovni

Zdroj: CSR EUROPE (2000)

Zelená kniha o CSR

Zelenou knihu v roce 2001 vydala Evropská komise společně s Mezinárodní organizací práce. Podtitul knihy je „Podpora evropského rámce pro CSR“. Cílem této knihy je ucelené shrnutí celé problematiky CSR, včetně definice, základních principů a přístupů. (Kunz, 2012)

Strategie Enterprise 2020

Jedná se o strategii z roku 2010, která má za cíl 3 hlavní priority:

1. Zaměstnatelnost a začlenění mezi manažerské a hodnotové řetězce a také správní rady.
2. Společnosti se musí zaměřit na budování partnerských vztahů s komunitami, obcemi a regiony.
3. Za klíčové v obchodním chování je třeba považovat transparentnost a respektování lidských práv.

Síť firemních členů a národních partnerských organizací:

Firemní členové: Canon, Coca – Cola Europe, Ferrero, Generali, Danone, Honda, Huawei, IBM, Gohnson & Gohnson, Microsoft, Samsung, Sodexu, Toyota aj.

Národní partnerské organizace: ve 41 státech jako např. Albánie, Chorvatsko, Rakousko, Belgie, Bulharsko, Česká republika, Kypr, Francie, Německo, Irsko, Island, Itálie, Portugalsko, Polsko, Rumunsko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Turecko, Ukrajina atd., v některých státech je více organizací. Česká republika má zastoupení ve 2 organizacích: BLF Czech a Byznys pro společnost.

Sdružení CSR EUROPE neuděluje v rámci své působnosti žádné ocenění, a to z toho důvodu, že jeho činnost je spolufinancována členskými organizacemi a hodnocená by tak nebylo věrohodné a nezávislé. Cílem sdružení je podpora, informovanost a soudružnost členských organizací. (CSR EUROPE, 2000)

2.5.2 Společenská odpovědnost firem v České republice

Historie CSR v České republice sahá do doby Josefa Hlávky (1831–1908) a Tomáše Bati (1876–1932), u těchto dvou významných osob české historie je možné najít prvopočátky CSR.

Josef Hlávka byl významným českým filantropem, ale především architektem a stavitelem. Počátky CSR jsou u něj patrné právě z toho důvodu, že jeho úspěch byl postaven na spokojených zaměstnancích a díky tomu, co se naučil a dále propagoval, se stal velmi úspěšným ve svém oboru. Dodnes je mu Česká republika vděčná např. za překlad prvního kompletního Shakespearova díla, které financoval; za založení studentských kolejí nebo za založení České jubilejní nadace pro výtvarné umění.

Tomáš Baťa je asi nejčastěji zmiňovanou osobou počátku CSR v České republice. Téměř každý už slyšel o Baťových domcích, nebo heslu „Náš zákazník, náš pán“, kterým se celá firma řídila. Podnikání Tomáše Bati se řídilo těmito hodnotami: úcta k zaměstnancům, respektování obchodních partnerů, dodržování etických i právních norem, respekt k úřadům, ochrana životního prostředí a podnikání jako veřejná služba. Tomáš Baťa postavil svůj podnik na všech třech základních pilířích CSR.

- a) Ekonomický – T. Baťa kladl velký význam na spokojenost zákazníků a také na následnou péči po nákupu. Budoval výborné vztahy s dodavateli a ve velké míře bojoval proti korupci, kterou tvrdě ve své firmě odsuzoval.
- b) Sociální – velká podpora zaměstnanců, podpora výchovy, vzdělávání. Velká podpora i v osobním životě, např. bydlení. Vybudování závodní jídelny, mateřské školky i nemocnice.
- c) Environmentální – šetrné hospodaření s materiálem, zpracování odpadů, byla zřízena biologická laboratoř, kde se zkoumala nezávadnost použitých materiálů.

V roce 1997 byla založena i Nadace Tomáše Bati, která podporuje uchování baťovské historie a tradice, ale angažuje se i v oblasti vzdělání mládeže a podnikatelských aktivit. (Kunz, 2012)

Národní akční plán (NAP) podpory společenské odpovědnosti organizací v ČR na léta 2019–2023 pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu.

Ze strany ministerstva se jedná spíše o podporu a motivaci firem, aby aktivně fungovaly v oblasti CSR. Stát hraje roli podporovatele, vytváří podmínky pro rozšíření CSR, motivuje, inspiruje a koordinuje aktivity státu spojené se společenskou odpovědností.

Oblasti, které jsou vyzdvíženy v národním akčním plánu pro roky 2019–2023: udržitelný rozvoj, mezinárodní spolupráce, vzdělávání, veřejné zakázky, ochrana spotřebitele a oceňování. (Národní akční plán, 2018)

Obrázek č.3: Cíle udržitelného rozvoje v Národním akčním plánu



Zdroj: Národní akční plán (2018)

Úplné znění Národního akčního plánu je k dispozici v přílohách této práce.

Organizace zabývající se CSR v České republice

Fórum dárců – věnuje se podpoře filantropie v České republice, podílí se např. na organizaci ocenění CZECH TOP 100 a je zakladatelem DMS (dárcovských SMS).

Business Leaders Forum – jedná se o sdružení českých i mezinárodních firem, které podporují CSR, bylo založeno v Praze roku 1992 a od roku 2002 je národním partnerem CSR EUROPE. Informuje, propaguje a podporuje téma CSR v České republice.

Gender Studies, o.p.s. – organizace zabývající se problematikou rovnosti žen a mužů a jejich postavení ve společnosti. Vyhlašuje soutěž Firma roku: rovné příležitosti.

Byznys pro společnost – sdružuje firmy v České republice, které se aktivně hlásí k CSR. Patří sem např. AHOLD Czech republic, Českomoravská stavební spořitelna, DM Drogerie Markt, E.ON, Innogy, Hochtief CZ, Heineken Czech republic, Kooperativa pojišťovna, Lidl, aj.

AISIS – organizace působící v Kladně se snahou o rozvoj CSR v České republice.

Transparency International – Czech republic – organizace, která se snaží upozorňovat a bojovat s korupcí.

Sdružení korektní podnikání – zabývá se podporou dobrých vztahů v oblasti Stakeholders.

Česká společnost pro jakost – cílem je zlepšit kvalitu života celé společnosti. Uděluje cenu „Národní cena ČR za CSR“.

Nadace Via – hlavním zájmem je podpora demokracie a rozvoj firemní filantropie.

HESTIA – Národní dobrovolnické centrum – snaha o podporu dobrovolnictví v ČR.

Etické fórum České republiky – zabývá se etikou a etickou výchovou, pořádá různé semináře, konference a pomáhá s kodexy.

Ocenění CSR v České republice

Národní cena ČR za společenskou odpovědnost – již 18 let tuto cenu uděluje Rada kvality ČR, kterou řídí Ministerstvo průmyslu a obchodu. Ocenění firem bylo v loňském roce v těchto kategoriích: Velká organizace (1. místo získala společnost OZO Ostrava, s.r.o.), Malá a střední organizace (Zámeček Petrovice a.s.), Organizace veřejného sektoru, veřejně prospěšné organizace a organizace, jejichž hlavní náplní není podnikání (Zemědělská fakulta JČU v Českých Budějovicích), Organizace veřejného sektoru, veřejně prospěšné organizace a organizace, jejichž hlavní náplní, není podnikání, získávají ocenění (Základní škola, Praha 13, Mládí 135). (MPO, 2018)

EY společensky prospěšný podnikatel roku – cena udělovaná od roku 2006 podnikatelům, kteří se snaží svou činností přispět společnosti. Hodnotí se tato kritéria: podnikatelský duch, inovativnost, udržitelnost a aplikovatelnost, určitá vlastní finanční soběstačnost, přímý pozitivní společenský vliv, a zda je podnikatel i vzorem pro ostatní. V minulých letech obdrželi cenu např. REKOLA, Nadační fond Klíček, Pragulic, ERGON – Chráněná dílna, Ochrana fauny ČR, Agentura pro Vás aj. (Podnikatel roku, 2018)

Ethnic Friendly – Značka Ethnic Friendly (EF) oceňuje zaměstnavatele, kteří se hlásí k zásadě rovného zacházení s etnicky odlišným obyvatelstvem a ve své personální praxi tuto zásadu dlouhodobě naplňují a dbají o její dodržování. Příklady EF firem v České republice: Aramark, DM Drogerie markt s.r.o., GUMOTEX, a.s., Město Hodonín, PAPÍRNY BRNO a.s., STRABAG a.s., aj. (Ethnic Friendly zaměstnavatel, 2011)

Czech TOP 100 – žebříček 100 nejobdivovanějších firem ČR, kde jsou udělovány ceny v oblasti české ekonomiky. Ocenění v loňském roce získaly v první desítce firmy

1. ŠKODA AUTO a.s.
2. ČEZ, a.s.
3. AGROFERT, a.s.
4. Energetický a průmyslový holding, a.s.
5. UNIPETROL, a.s.
6. FOXCONN CZ s.r.o.
7. MORAVIA STEEL, a.s.
8. BOSCH Group ČR
9. ČEPRO, a.s.
10. MOL Česká republika, s.r.o.

Nejlepší zaměstnavatel České republiky – jde v podstatě o informační portál a prostředek pro studenty vysokých škol, aby věděli, kde je nejlepší ucházet se o práci. Soutěž je projektem Asociace studentů a absolventů. Vyhodnocení probíhá v několika kategoriích: Advokátní kancelář (Havel a Partners 1. místo 2019), Automobilový a strojírenský průmysl (ŠKODA AUTO), Bankovníctví a investice (Komerční banka), Energetika a plynárenství a petrochemický průmysl (ČEZ, 2.místo E.ON), Informační technologie (Seznam.cz), Obchod (IKEA ČR), Pojišťovnictví (Česká pojišťovna), Poradenství a audit a daně (KPMG), Spotřebitelský průmysl (L'Oréal), Stavebnictví (STRABAG), Telekomunikace (T-Mobile CZ), Farmacie a zdravotnictví (Zentiva). (Top zaměstnavatelé, 2019)

Další ocenění v rámci ČR:

Cena zdraví a bezpečného zdravotního prostředí

Cena VIA Bona

Sodexo zaměstnavatel roku

Soutěž Firma roku: rovné příležitosti

CSR Award

Společenská odpovědnost v Jihočeském kraji

V loňském roce se Jihočeský kraj zúčastnil semináře pořádaného Jihočeskou agenturou pro podporu inovačního podnikání (JAIP), cílem semináře bylo zviditelnění problematiky především do malých a středních podniků. Následně 15. ledna 2019 byla vyhlášena Jihočeským krajem, JAIP, Jihočeskou hospodářskou komorou a Národní cenou kvality ČR „Cena hejtmanky Jihočeského kraje za společenskou odpovědnost“.

Hodnoceny byly aktivity firem za rok 2018 a ocenění proběhlo v těchto kategoriích:

Podnikatelské subjekty (organizace)

- Do 50 zaměstnanců
- Do 250 zaměstnanců
- Nad 250 zaměstnanců

Neziskové a veřejně prospěšné organizace

- Do 50 zaměstnanců
- Nad 50 zaměstnanců
- Obce s rozšířenou působností
- Ostatní obce

Vyhlášení výsledků proběhne 28. května 2019 – po odevzdání této práce.

Hodnotí se činnosti účastníků v regionální působnosti, a to ve všech třech oblastech CSR – sociální, ekonomická a environmentální odpovědnost. (JAIP, 2019)

2.6 CSR jako reklama

Je CSR firmy i její reklamou? Určitě ano, společenská odpovědnost je součástí oblasti práce s veřejností, často označované také jako PR (Public relations). PR má za úkol získat sympatie veřejnosti, jejich podporu a také vytvoření výborných vztahů s veřejností. PR se člení na mezifirmní komunikaci, oborovou –vztahy mezi výrobcí, spotřebitelské/produktové a firemní. Právě do té firemní pak spadá také charita, politické a veřejné vztahy. Charita je často označovaná jako činnost firmy spojená s CSR. Velkou spojitost CSR a reklamy je vidět hlavně ve sponzoringu – firma zasponzoruje nějakou aktivitu a hned se jeví jako společensky odpovědná. Samozřejmě 99 % firem požaduje za svůj sponzorským dar i nějakou formu reklamy, byť se jedná jen o veřejné poděkování. (Vysekalová, 2012)

2.7 Image firmy a CSR

Společenská odpovědnost firmy je úzce spjatá i s její image. To, jak firma působí na své okolí – své stakeholders je velmi důležité nejen pro vztahy s nimi. Z různých průzkumů vyplývá, že spotřebitelé dávají přednost společensky odpovědným firmám. Pro většinu spotřebitelů je určitě důležitá transparentnost a spotřebitelé chtějí mít přístup k informacím. Informovanost stakeholders má za cíl budovat dobrou image firmy. Pro komunikaci společensky odpovědných činností společnosti se používají nejčastěji: webové stránky, reklama, pořádání akcí s danou problematikou, brožury, prospekty, plakáty, zprávy, vztahy s tiskem a médií, aj. Společenská odpovědnost firmy je jedním z důležitých ukazatelů, který ovlivňuje image firmy.

Z pohledu image firmy je CSR vnímáno jako potřeba systematicky pracovat ve prospěch stakeholders – tedy pracovat tak, aby všichni stakeholders byli v rámci možností spokojeni a toto celé je klíč k úspěšnému podniku. Spokojený zákazník dělá spokojenou firmu a spokojená firma potřebuje spokojeného dodavatele, aby docílila spokojeného zákazníka.

V oblasti budování image firmy může CSR přispět ke zlepšení vztahů s okolím – především v regionu, kde firma působí a také se stakeholders. K novým obchodním možnostem – zvýšení povědomí díky veřejným CSR aktivitám.

Ke zlepšení reputace společnosti, k úspoře nákladů a také k motivovanějším a produktivnějším zaměstnancům. Podpora a motivace zaměstnanců je dnes klíčovým faktorem pro výběr zaměstnavatele, v dnešní době je velmi nízká nezaměstnanost a zaměstnanci si mohou vybírat, mnoho z nich chce být hrdý na to, kde pracuje. Pro zaměstnavatele, to pak znamená loajálnější, spokojené a věrné zaměstnance.

Nástroje CSR se dělí na interní a externí. Ty interní firma může kontrolovat a ovlivnit jimi tak etické chování. Externími nástroji, které působí vně firmy, může firma ovlivnit etické prostředí ve svém okolí.

Do interních nástrojů se řadí: sponzoring, etické kodexy, vzdělávání a trénink odpovědného a etického chování, výhody pro zaměstnance, reporting a měření CSR, dárcovství, finanční podpora, spolupráce na výzkumu, spolupráce na vzdělávacích kampaních, aj.

Za externí nástroje jsou považovány protikorupční a jiné informační linky, kam mohou zaměstnanci ohlásit podezřelé jednání, Copy Advice – nástroj Rady pro reklamu, který zajišťuje pravdivou, legální, čestnou a decentní reklamu. Dále profesní etické kodexy nebo Antispamové informační centrum. (Vysekalová, Mikeš, 2009)

2.8 Organizační kultura firmy a CSR

Pod pojmem organizační kultura je možné si představit myšlení, ideologii, názory, hodnoty, postoje, očekávání nebo přesvědčení jak firmy jako celku, tak i jejich zaměstnanců. Podstata určitě přichází od vrcholového managementu, který má nelehký úkol – přesvědčit i své podřízené o společných hodnotách, postojích a přesvědčení ve firmě. Pokud všichni potáhnou za jeden provaz, výsledek bude úspěšný.

Správné nastavení organizační kultury znamená spokojené zaměstnance, kteří naplňují přesvědčení a cíle firmy, jednají prozákaznický a jsou skvělými partnery pro své dodavatele.

Jednotnost v organizační kultuře je spojená s CSR i v tom smyslu, že společnost zastává stejné hodnoty od vrcholového managementu po zaměstnance nejnižších profesí. Má také za cíl vybudovat tým spokojených zaměstnanců a budovat dobré vztahy na pracovišti. Dnešní pohled na pracovní prostředí hodně posunul vnímání všech zaměstnanců firmy, zaměstnanci se nebojí ozvat, protože mají často možnost volby a celkový přístup je ve firmách otevřenější. (Lukášová, 2010)

2.9 Work life balance

Dnes často diskutované téma – do češtiny volně přeloženo jako sladění pracovního a osobního života. Už začíná pomalu odzvoňovat workoholikům a mnoho lidí si začíná uvědomovat, že práce není středem vesmíru. Work life balance dbá velkou mírou na soulad práce a osobního života.

Vlastní work life balance každého zaměstnance je pak podstatným nástrojem CSR, z toho důvodu, že odpočatý a spokojený zaměstnanec přinese firmě ty nejlepší výsledky. Účinné nástroje pro WLB jsou správná organizace práce, efektivní řízení lidských zdrojů nebo také management životních změn, firemní benefity, kariérní a osobnostní rozvoj, firemní kultura a CSR.

V oblasti CSR jde především o podporu zaměstnanců, mezigenerační spolupráci, rozmanitost kolektivu, podporu neformálních akcí, udržování kontaktů s obchodními partnery, využívání dotačních programů, rozvoj a spolupráce v regionu, podpora zdraví a životního stylu, teambuildingové akce nebo interní časopis. (Centrum Kašpar, 2013)

3. Metodika práce

Hlavním cílem práce je zmapování tématu CSR ve společnosti E.ON. V práci je shrnuta problematika tématu CSR z pohledu autorky, takto široké téma nebylo možné v literární rešerši 100 % pokrýt, proto byla vybraná témata, která jsou i částečně přehlížena, ale úzce s CSR souvisí. K popisu jednotlivých témat v literární rešerši byly využity české i zahraniční zdroje, buďto v tištěné nebo v elektronické podobě. Shrnutí teoretické části je souhrnem informací posbíraných z různých zdrojů, které měla autorka k dispozici.

Dalším nástrojem je dotazníkové šetření mezi zaměstnanci a zjištění jejich postoje k CSR v E.ON, dotazník je následně vyhodnocen pomocí grafů, které nejlépe ukazují poměr jednotlivých odpovědí. Následně je celý výsledek zhodnocen.

Prvním vedlejším cílem v praktické části je analýza CSR ve skupině E.ON v České republice, jaké používá nástroje a jaký je postoj zaměstnanců k tomuto tématu. Byl použit sběr dat z veřejně dostupných zdrojů.

Druhým vedlejším cílem je zmapování vybraných regionálních jednotek E.ON a jejich aktivit v oblasti CSR, dále pak porovnání s konceptem a strategií E.ON SE.

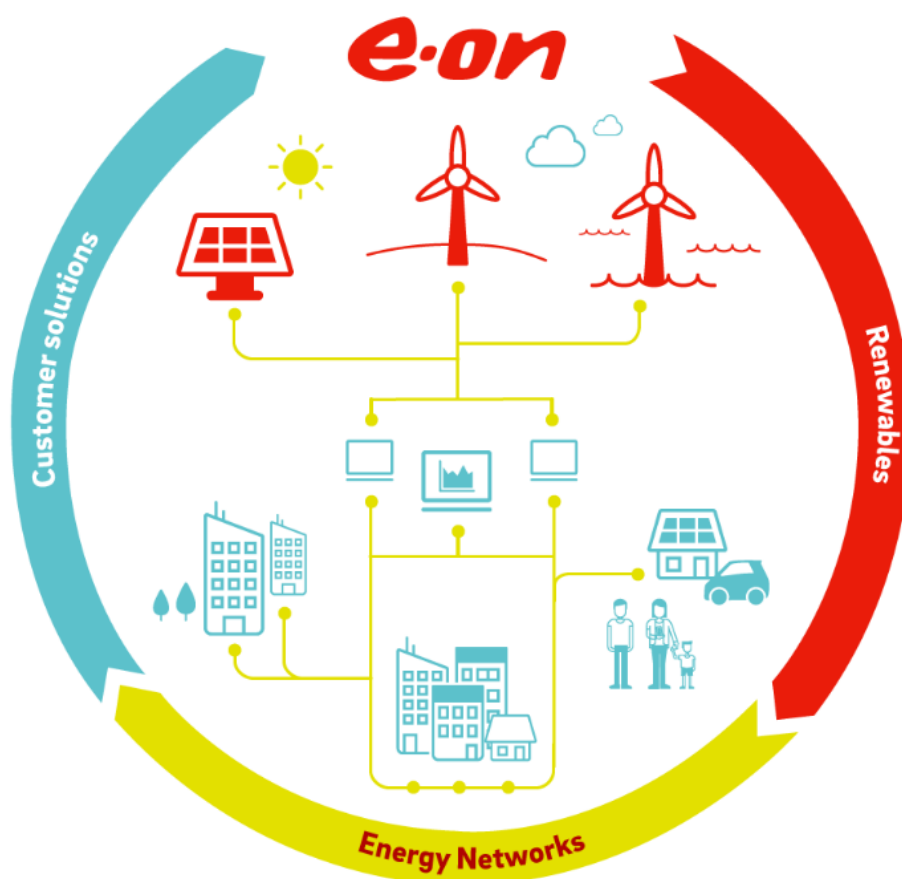
4. Praktická část

Část věnovaná mapování aktivit skupiny E.ON nejen v České republice, ale i v regionálních jednotkách. Společnost E.ON se CSR věnuje napříč všemi jednotkami a toto téma je i součástí firemní strategie.

4.1 Skupina E.ON

Společnost E.ON je německá energetická společnost sídlící v Essenu, skupina E.ON patří dnes mezi nejsilnější hráče s energiemi na evropském trhu. Hlavní klíčové oblasti jsou distribuční síť, zákaznická řešení a obnovitelné zdroje.

Obrázek č.4: Základní pilíře E.ON



Zdroj: www.eon.com (2019)

Společnost E.ON je v soukromém vlastnictví a má přibližně 42 500 zaměstnanců. Ve vedení společnosti stojí představenstvo, které má předsedu a další 4 členy představenstva. Předsedou je Dr. Johannes Teysen, který v E.ON pracuje od roku 1989 a předsedou představenstva se stal v roce 2010. Další členové jsou Dr. Ing. Leonhard Birnbaum, Dr. Thomas König, Dr. Marc Spieker a Dr. Karsten Wildberger. Oficiálním jazykem E.ON je angličtina a všechna jednání napříč regionálními jednotkami jsou v angličtině. Strategií celého koncernu E.ON je heslo „Energie pro budoucnost“ a tím se řídí všechny kroky.

4.2 E.ON v České republice

V České republice působí E.ON od roku 1998 a v čele v současné době jsou Lorenz Pronnet, Martin Zákasník a Tomáš Bělohoubek. Společnost E.ON v České republice tvoří pět samostatných firem, jsou to E.ON Česká republika, s.r.o., E.ON Energie, a.s., E.ON Distribuce, a.s., E.ON Business Services Czech Republic s.r.o. a E.ON Telco, s.r.o. Sídlo společnosti je v Českých Budějovicích a další pobočky jsou v Praze a v Brně, regionální jednotky distribuce jsou téměř v každém větším městě na distribučním území E.ON – tedy v jižních Čechách a jižní Moravě. Obchodní kanceláře pro zákazníky pokrývají většinu oblastí České republiky a nová se stále otvírají.

Společnost E.ON je v dnes v České republice silným hráčem na trhu s elektřinou a zemním plynem. Nejvíce známá je určitě na svém distribučním území – tedy jižní Čechy a jižní Morava, kde má také nejvíce svých zákazníků.

E.ON dnes není jen dodavatelem a distributorem elektřiny a zemního plynu, ale jak již bylo zmíněno, také partnerem v obnovitelných zdrojích a dodavatelem komplexních zákaznických řešení. Dnes se E.ON zaměřuje hodně na služby, které svým zákazníkům může k dodávce komodity nabídnout. Jedná se o servis kotlů – kdy probíhá v rámci služby kontrola plynového kotle, dále je to např. služba E.ON Domov, která je vlastně takovým pojištěním domácnosti.

Nejznámější službou je dnes asi služba Virtuální baterie k instalacím fotovoltaických elektráren, kdy si zákazník může vyrobenou elektřinu uchovat v síti a v době, kdy jí potřebuje, tak si ji zase odebere. E.ON je také dodavatelem a montážníkem plynových kotlů, tepelných čerpadel nebo třeba elektrokotlů.

Další dnes velmi atraktivní téma je elektromobilita, kde E.ON zažívá velký boom – nejen, že staví síť dobíjecích stanic, ale také nabízí koupi elektromobilů prostřednictvím svých partnerů. Co se dopravy týká, dalším odvětvím jsou vozy na CNG a opět budování tankovací sítě.

4.3 Postoj E.ON CZECH k CSR

Důvodem proč se skupina E.ON v České republice připojuje k CSR a je společensky odpovědnou firmou je i to, že patří k předním hráčům na mezinárodním trhu s energiemi. Dnes je důležitou součástí každé úspěšné firmy i to, že je společensky zodpovědná. Být společensky odpovědnou firmou patří do strategie skupiny E.ON. Prosazuje hodnoty být čestným, ohleduplným a spolehlivým partnerem a také dobrým sousedem.

V roce 2006 se skupina E.ON zavázala dobrovolně ke společenské odpovědnosti. E.ON se chová odpovědně ke svým zákazníkům, kolegům, dodavatelům, životnímu prostředí a komunitám, ve kterých působí. Cílem je bezpečné, zdravé a trvale udržitelné prostředí.

Společnost E.ON:

- nese odpovědnost za poskytování bezpečné, ekonomické a k životnímu prostředí šetrné dodávce energie.

- hájí deset zásad sociální odpovědnosti podniků iniciativy Organizace spojených národů nazvané Global Compact zaměřených na lidská práva, pracovní práva, ochranu životního prostředí a boj s korupcí

- zavazuje se k úspěšnému dlouhodobému rozvoji komunit, v nichž žijí a pracují nejen zaměstnanci E.ON

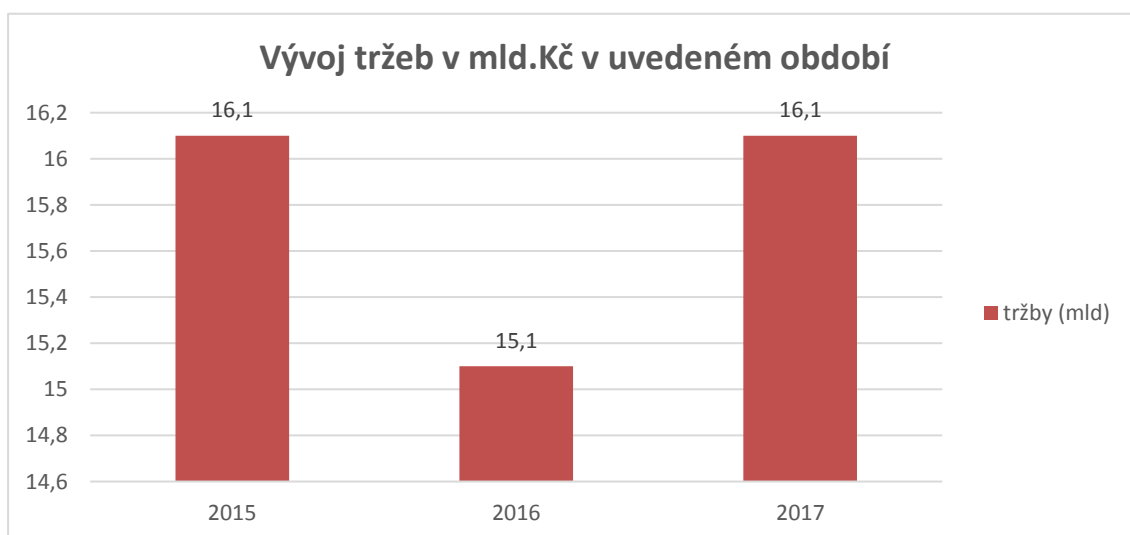
- otevřeně, důvěryhodně a sebekriticky informuje o dosažených výsledcích. To zahrnuje vhodnou a vyváženou prezentaci ekonomických, environmentálních a sociálních aktivit a výsledků v souladu s aktuálními doporučeními iniciativy Global Reporting pro zprávu o udržitelném rozvoji.

- snaží se zapojit do objektivního dialogu o činnostech a výzvách, kterým bude čelit v budoucnu.

4.4 Ekonomické výsledky v oblasti CSR EON

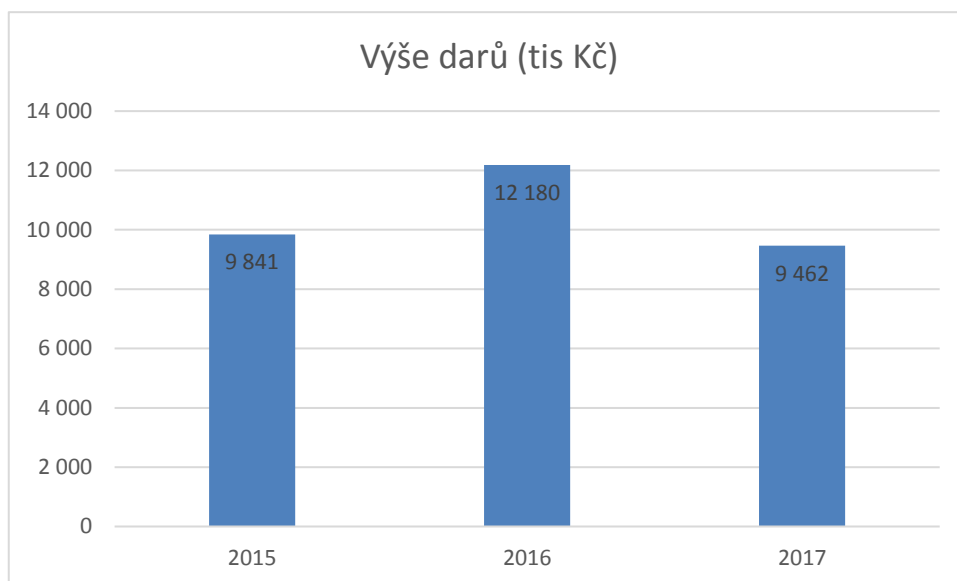
Finanční podpora – dary E.ON se odvíjí od tržeb v předchozím roce, jak je znázorněno v grafech. Na prvním grafu je vidět, že tržby byly v roce 2016 o miliardu nižší než v roce předchozím, v oblasti darů je vidět dopad až v letech následujících. V roce 2017 tržby stouply, za rok 2018 byl také mírný nárůst (v tuto dobu ještě není zpracovaná uzávěrka za rok 2018, bude k dispozici koncem léta 2019). Důvodem je nejen pokles tržeb v roce 2016, ale také úsporná opatření, kterým si v současné době připravují firmy na očekávanou ekonomickou krizi.

Graf č.1. Vývoj tržeb v mld. Kč za roky 2015–2017



Zdroj: Výroční zprávy E.ON Česká republika, s.r.o. (2015, 2016, 2017)

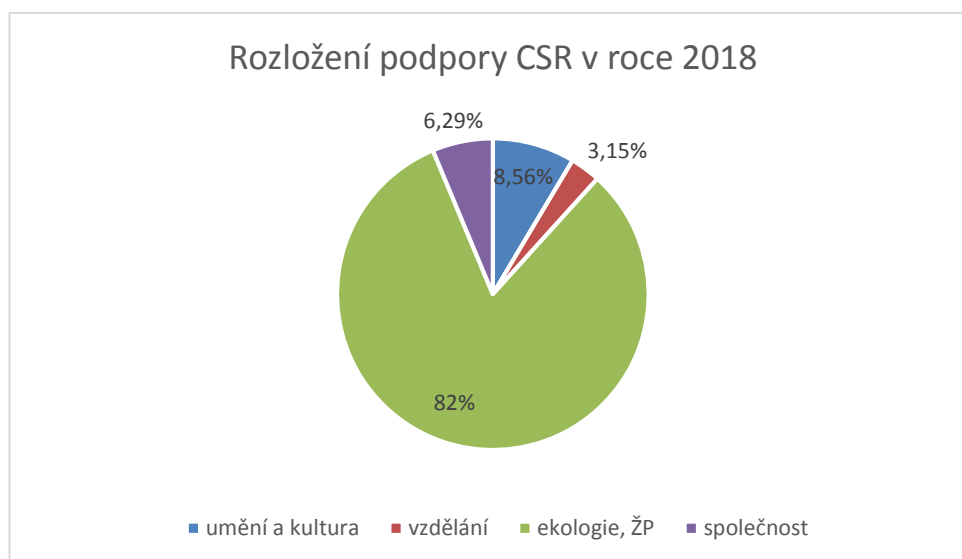
Graf č.2: Vývoj darů za roky 2015–2017



Zdroj: Výroční zprávy E.ON Česká republika, s.r.o. (2015, 2016, 2017)

Nejvíce prostředků v roce 2018 bylo poskytnuto do oblasti ekologie a životního prostředí – celkem 82 %. Nejméně peněz potom do vzdělání. Rozpad celkové částky je vidět v grafu níže. Podpora se odvíjí také od celokoncernové strategie a téma ekologie je pro E.ON klíčové. Toto je také dáno tím, že E.ON využívá přírodu ve své činnosti, je logické, že bere, tak i dává.

Graf č. 3: Rozložení finančních prostředků v oblasti CSR v roce 2018



Zdroj: Vlastní zpracování (2019)

4.5 Nástroje CSR ve skupině E.ON CZECH

Společenskou odpovědnost a celé toto téma pro E.ON CZECH zaštiťuje v E.ON společnost E.ON Česká republika, s.r.o., interně používaná zkratka ECZR. ECZR má na starosti v E.ON CZECH veškeré aktivity spojené s CSR, jak finanční podporu, tak zaštiťování všech aktivit pro ostatní zaměstnance E.ON napříč všemi dílčími společnostmi, které skupinu E.ON CZECH tvoří.

4.5.1 Zásady, kterými se E.ON řídí

Za loňský rok se v oblasti CSR v E.ON udála poměrně velká změna, co se podpory CSR týká. V minulých letech E.ON podporoval spoustu menších projektů, ať už to byly dětské skupiny, zvířata, různá hasičská sdružení, sport nebo třeba domovy důchodců a centra pro postižené. V roce 2018 došlo k velké změně, co se týká podpory a E.ON se začal zaměřovat na menší počet vybraných projektů. Určitě došlo k velkému zlomu v podpoře zaměstnanců a péče o ně.

Férové jednání, ekologie, projekty a ombudsman – to jsou zásady E.ON v České republice. Férové jednání se řídí Etickým kodexem a tím by se měli řídit všichni zaměstnanci skupiny E.ON. Důležité je férové jednání se zaměstnanci, zákazníky a samozřejmě i dodavateli. Etický kodex je vodítkem k čestnému, poctivému, slušnému a otevřenému chování.

Společnosti E.ON není jedno, jaké jsou její dopady na životní prostředí, proto se v kancelářích třídí odpady, využívají se elektronické faktury, aby se zbytečně netisklo, přechází se i na e-kontrakty, tedy elektronické uzavírání smluv. Většina interních dokumentů je v elektronické podobě a není nutné je tisknout. Zaměstnanci se každý rok účastí akce “Uklidme Česko“ a uklízí tak oblasti v okolí pracoviště, kde je největší výskyt odpadků. Auta pro služební účely jsou z 90 % na palivo CNG, které jednak šetří náklady, ale také ovzduší. Vozový park má také i nějaké elektromobily a elektro skútry.

Ombudsman je klíčem k prozákaznickému jednání společnosti. Zákazník se na něj může obrátit, pokud není spokojen se svým požadavkem, ombudsman celý problém prošetří a snaží se najít nejlepší možné řešení. Funguje to takto skutečně v praxi a nejedná se pouze o pozitivní pohled na E.ON.

Pro zákazníky je velmi důležité, že na webových stránkách najdou jméno konkrétního člověka a také přímé spojení na mobilní telefon. Bohužel jsou zákazníci často nešťastní z toho, že musejí volat na infolinku, kde třeba 10 minut čekají na spojení a email posílají také na obecnou adresu.

4.5.2 Etický kodex a závazek skupiny E.ON CZECH

Etickým kodexem se skupina E.ON zavazuje k čestnému jednání vůči svým zákazníkům i partnerům. Etický kodex je klíčem pro zaměstnance a ti by se podle něj měli bez výjimky chovat. Strategií E.ON je čistší a lepší energie a etický kodex konkretizuje hodnoty, které E.ON má. Od těchto hodnot se následně odvíjí zásady, které by měly zaměstnanci dodržovat a ctít. Etický kodex představuje závaznou směrnici a žádný z vedoucích pracovníků nesmí jednat v rozporu s touto směrnicí. Etický kodex je zaměřen i na témata, která nejsou úzce spojena se společenskou odpovědností, ale přesto souvisí se zásadami společnosti.

Hodnoty skupiny E.ON CZECH jsou tyto: integrita, otevřenost, důvěra a vzájemný respekt, odvaha a společenská odpovědnost.

Z etického kodexu se týkají témata CSR tyto oblasti: obecné požadavky na chování, zacházení s obchodními partnery, třetími osobami a státními institucemi, životní prostředí, bezpečnost a zdraví.

Obecné požadavky na chování – nejdůležitější je, aby všichni zaměstnanci jednali v souladu se zákonem. Pro zaměstnance jsou důležité nejen obecně platné zákony, ale také vnitřní směrnice. Každý zaměstnanec nese spoluzodpovědnost za pověst společnosti E.ON. Veřejný názor na společnost E.ON je velkou měrou ovlivňován chováním a prezentováním zaměstnanců E.ON, proto i na tuto oblast je kladen velký důraz. Společnost E.ON si stojí za rovností šancí a vzájemným respektem, nikdo nesmí být znevýhodňován kvůli svému pohlaví, věku, zdravotnímu stavu, národnosti, barvě pleti, náboženství, sexuální orientaci nebo světovému názoru.

Zacházení s obchodními partnery, třetími osobami a státními institucemi – otevřený trh a férová konkurence, to je zásada, kterou se musí všichni zaměstnanci E.ON řídit. Společnost E.ON se zavázala působit proti jakékoliv formě korupce. Při vybírání dodavatelů a uzavírání smluv musí každý zaměstnanec jednat v nejlepším zájmu společnosti a řádně hospodařit s prostředky, které mu byly svěřeny.

Dary – E.ON se prezentuje jako společensky odpovědná firma a podporuje v rámci své činnosti obecně prospěšné aktivity. Dary společnost E.ON poskytuje nejen peněžní, ale i věcné a nesmí za ně požadovat žádnou protislužbu.

Sponzoring – oblast sponzoringu je podporou komunikačních a marketingových cílů společnosti. Jedná se o smluvní partnerství s nějakou organizací, na základě, které je pak budována image firmy, její pověst a rozvoj značky E.ON.

Životní prostředí, bezpečnost a zdraví – všichni zaměstnanci jsou povinni brát ohled na životní prostředí, bezpečnost a zdravé své i svých kolegů. Vedoucí jsou povinni proškolit všechny zaměstnance, tak aby jednali ve své každodenní činnosti bezpečně a dodržovali všechny předpisy, směrnice i zákony. Tato oblast se řídí interními směrnicemi z oblasti bezpečnosti práce.

(Etický kodex E.ON, 2014)

4.5.3 E.ON Energy globe

Jedna z nejvýznamnějších aktivit v oblasti CSR je soutěž Energy globe, která je takovou českou odnoží soutěže Energy Globe Award (EGA). Soutěž EGA běží ve světě od roku 2000 a jedná se projekt, kdy jsou oceňována řešení a nápady z oblasti úspor energií, inovací, ochrany přírody. Do České republiky přišla EGA v roce 2008 díky společnosti E.ON a letos bude vyhodnocen již 11 ročník.

E.ON chtěl zviditelnit téma ekologie, přiblížit toto téma veřejnosti a ukázat, že existuje spousta řešení, která velkým nebo malým kouskem pomáhají ke zlepšení životního prostředí a hospodárného využívání energií

Hodnocení probíhá celkem v 5 kategoriích: Firma, Obec, Vzdělávání, Stavba a Kutil.

V roce 2018 zvítězily tyto projekty: Systém přepravy a prodeje potravin bez obalů – MIWA (Minimum Waste) v kategorii Firma – jedná se o projekt snižující množství odpadů – obalů u potravin, které je možné distribuovat v opakovatelně využívaných obalech. V kategorii Stavba vyhrál vlastnoručně postavený pasivní dům ze slámy – kdy majitel využil přírodní materiály jako sláma, hlína a dřevo a nejen stavbou, ale i provozem dům minimálně zatěžuje své okolí. Tento projekt se stal i celkovým vítězem pro rok 2018.

V kategorii Obec vyhrála obec Jesenice se svým inteligentním osvětlením, které je jednak energeticky úsporné, ale také eliminuje světelný smog a je šetrné k přírodě.

Mateřská škola Mateřídouška z Frýdku Místku vyhrála cenu v kategorii Mládež – mateřská škola vede své děti i jejich rodiny k ekologickému chování a v roce 2017 jí byl udělen i titul EKOŠKOLA. Posledním vítězem byla tříkolka TiltingVehicle, která je ekologickým dopravním prostředkem. V předešlých ročnících zvítězily např. projekty jako REKOLA, Český Ostrovní dům (projekt z Českých Budějovic), Ekologická prádelna aj.

Celkový vítěz se účastní mezinárodního kola EGA, kde spolu soupeří projekty ze 182 zemí. V mezinárodní soutěži EGA se soutěží v kategoriích Země, Oheň, Voda, Vzduch a Mládež.

4.5.4 Ochrana ptáků

Druhým velkým projektem, který E.ON podporuje je ochrana ptáků, a to partnerstvím s Českou společností ornitologickou. V tomto projektu je příkladně vidět hlavní myšlenka CSR – není nám lhostejný svět kolem nás. E.ON vlastní kilometry drátů vysokého a nízkého napětí, na kterých v minulosti kvůli proudu zahynuly stovky ptáků. Důležitou činností E.ON je výměna –rekonstrukce elektrického vedení, aby nedocházelo k úhynu ptactva. Není v lidských ani finančních možnostech vyměnit všechno vedení, proto společnost E.ON instaluje na vedení konstrukce konzoly Pařát, aby umožnila ptákům bezpečné přistání. Cílem je do roku 2024 zabezpečit všechny sloupy v zemi a tím tak zabránit úhynu ptáků. Problém je především u málo početných druhů, jako jsou orli, sokoli, čápi nebo i výři. Proto jsou škody takto fatální.

Obrázek č.5: konzola “Pařát III.”

**Před zavedení do praxe je nová generace sloupů : tzv. „Pařát III“
kompletní sada pro všechny typy konzol – má kladná stanoviška
AOPK**



Zdroj: www.ochranaprirody.cz (2012)

4.5.5 #Missingtype – darování krve

Velmi propagovaný a podporovaný projekt v celém koncernu společnosti E.ON, který má za cíl zvýšit počet dárců krve a také poukázat na nedostatek prvodárců. Kampaň probíhá interně v jednotlivých společnostech a byla pojata jako chybějící písmena v psané komunikaci: A, B, AB, 0 – tedy krevní skupiny. Zaměstnanci si mohou ve svých podpisech, které používají i vně společnosti upravit písmena tak, aby písmena A, B a O byla světlejší a tím poukázat na problém s chybějící krví. „My zaměstnanci E.Onu se připojujeme k celosvětové kampani #Missingtype. Chybí v našich podpisech písmena? Ano, ale jenom ta, která znamenají život – A, B, AB, O. Pomozte nám vyplnit mezery, darujte krev.“ V únoru bylo v E.ON celkem 56 prvodárců. E.ON navíc svým zaměstnancům dává den volna navíc, ze zákona je nárok na 1 volný den a zaměstnanci E.ON mohou využít 2 dny, což je příjemný benefit. Členové představenstva šli samozřejmě příkladem a také darují krev.

Jde o poměrně levnou podporu a kampaň, na druhou stranu dává smysl a je důležité na tuto problematiku také poukázat. Nikdo neví, kdy bude potřebovat krev a dárcovství může někomu zachránit život. Kampaň stále běží a kolik lidí vně firmy oslovil zajímavý podpis, není spočitatelné.

Dobře a zajímavě uchopené téma sázející na lidskou zvědavost – proč v podpisu mají šedá, téměř neviditelná písmena? Skoro každý si zprávu, kterou chce společnost E.ON sdělit, přečte.

4.5.6 Uklid'me Česko v E.ON

Projekt „Uklid'me Česko, uklid'me svět“ se do České republiky dostal v roce 2014 a E.ON díky Energy Globe přispěl k jeho úspěšnému startu v České republice. Tento projekt má kořeny v roce 1992, kdy se objevil projekt „Uklid'me svět“ díky Českému svazu ochránců přírody, tato myšlenka se pak v roce 2014 přeměnila do projektu „Uklid'me Česko“ a tento projekt v roce 2014 získal cenu ekologického Oskara za společensky prospěšný projekt. Výhra v soutěži pomohla k tomu, že se projekt dostal více do povědomí a v roce 2016 se zapojilo už přes 86 000 dobrovolníků po celé republice. O rok později se připojilo o více jak 10 000 dobrovolníků více. Projekt chce díky vlastní zkušenosti dobrovolníků upozornit na lokality, kde se vyskytují černé skládky a je také velké množství odpadků. E.ON se do této akce každoročně zapojuje a vždy jsou termíny i lokality zaměstnanci rychle obsazeny.

Akce se koná jak v Brně, tak v Českých Budějovicích. V Českých Budějovicích se pravidelně každý rok uklízí lokalita kolem stezky u řeky Vltavy, především v oblasti Voříškův dvůr, kde je pravidelně každý rok spoustu odpadků. Druhou lokalitou v Českých Budějovicích je pak černá skládka.

Součástí projektu Uklidme Česko je i třídění odpadů v rámci firmy, na každém patře ve společných prostorech mají zaměstnanci k dispozici rozdělené koše na třídění odpadů. V loňském roce šla napříč celou firmou kampaň „E.ON bez petek“. Každý ze zaměstnanců si mohl pravidelně objednávat vody na pití během pracovní doby. Velké množství PET lahví bylo denně sebráno ze zasedacích místností a vyprodukované množství PET lahví bylo velké. Projekt „E.ON bez petek“ začal možností objednat si džbány na vodu, lahve a pro milovníky bublinek i Soda stream. Zakázalo se objednávání PET lahví a každý má možnost využít džbány apod. Cílem bylo určitě i ušetřit trochu z rozpočtu, ale množství PET lahví bylo enormní.

4.5.7 Dobrovolnictví

Společnost E.ON se aktivně zapojuje do dobrovolnických dnů napříč společnostmi. Dobrovolnictví je pod záštitou webu www.zapojimse.cz, Byznysu pro společnost a má za cíl seznámit zaměstnance s dobrovolnictvím, ale i jednoduchou cestou pomoci na správných místech. E.ON se zaměřuje na podporu aktivit v regionech, kde působí a rozhodl se podporovat především děti a mládež. Právě děti a mládež jsou ti, kteří budou řešit v budoucnosti energetické zdroje. Za podpory společnosti E.ON vznikl projekt Malá energetická akademie, která má informovat a vzbudit zájem právě u mladých lidí. Cílem je, aby více mladých lidí mělo zájem o energetiku a také měli zájem v energetice pracovat.

E.ON nepodporuje pouze mládež, ale další skupiny jako např. nemocnice, seniory, sport či kulturu. Důležitou roli hraje i budování vztahů s obcemi na distribučním území E.ON nebo s obcemi, kterým E.ON dodává elektřinu a zemní plyn.

Do dobrovolnictví se řadí i charitativní jarmark, kde se každoročně prodávají výrobky zaměstnanců nebo se pozve nějaká chráněná dílna (v minulosti to byl např. Nazaret, Diakonie ČCE Rolnička) a výtěžek je pak určen na vybranou akci.

4.5.8 Dárcovství

Společnost E.ON se finančně podílí na pomoci potřebným v několika projektech. Nejvíce peněz jde na podporu nemocnic. Za poslední rok to byly celkem 3 miliony korun.

E.ON podporuje nadaci: Nadační fond energetika – pomoc v nouzi. Pomoc je zpravidla adresována zaměstnancům s pracovními úrazy a jejich rodinám. Podpora speciální školy v Blansku. E.ON věnuje nadačnímu fondu vždy stejnou částku, které se vybere v rámci adventních trhů na Nadační fond Sluníčko. Nadační fond také oslovuje zaměstnance při nenadálých událostech kolegů, kteří potřebují finanční pomoc.

Společnost podporuje znevýhodněné děti i dospělé, kteří potřebují ke své léčbě nějaké přístroje na elektřinu, např. plicní defibrilátor a těmto lidem dává na provoz přístroje elektřiny zdarma.

Každoročně zaměstnanci společně s představenstvem pořádají dětský tábor v Soběnově pro děti z dětských domovů. Tábor je pro děti ve věku 6–13 let na 10 dní a zaměstnanci i členové představenstva se zde dětem věnují, pořádají s nimi různé aktivity apod.

Dalšími podporovanými aktivitami ze strany E.ON jsou Mezinárodní hudební festival v Českém Krumlově, Alternátor Třebíč, v roce 2018 byla podpořena Akademie věd a část peněz jde i na podporu elektromobility.

Různé akce a aktivity v rámci jihočeského a jihomoravského kraje jsou pak podporovány především barterovou dohodou, kdy E.ON věnuje na akci reklamní předměty, skákací hrad, elektrokola, elektro skútry, aj. a za tuto podporu pak dostane reklamu v místě a konání akce.

4.5.9 E.ON jako TOP ZAMĚSTNAVATEL

Začátkem února byly vyhlášeny již po osmé výsledky soutěže Asociace studentů a absolventů TOP ZAMĚSTNAVATEL roku 2019. Společnost E.ON se v této soutěži v kategorii „Energetika & Plynárenství & Petrochemický průmysl“ umístil na 2. místě.

Cílem této studie, kde hlasují sami studenti, je ukázat studentům, kde je nejlepší ucházet se o práci a také zaměstnavatelům, kde se mají zlepšit. Průzkumu se účastní většina vysokých škol včetně studentů z Jihočeské univerzity.

E.ON v oblasti energetiky spolupracuje s ČVUT, VUT a MENDELU v Brně. V oblasti ekonomiky potom také s VŠE, JČU a ZČU. Všechny tyto vysoké školy podporuje E.ON také finančně, tato aktivita není spojená s oblastí CSR, ale s oblastí personalistiky.

Studenti v rámci průzkumu hodnotí tyto hlavní aktivity: firma nabízí přátelské pracovní prostředí, placené odborné vzdělávání firmou, společenská odpovědnost firmy, šance na budoucí vysoké příjmy, složení pracovního týmu, jistota a stabilita zaměstnání, práce ve vystudovaném oboru, vedení podporující rozvoj a vzdělávání zaměstnanců, dobrá pověst firmy a možnost zahraničních stáží. Z těchto aktivit je právě CSR na 3. místě v žebříčku.

E.ON se dnes účastní nejenom podpory na vysokých školách, ale snaží se už na středních školách podporovat studenty, aby šli studovat na vysokou školu se zaměřením na energetiku.

4.5.10 Certifikace ve skupině E.ON CZECH

V roce 2010 společnost E.ON vynaložila úsilí zaimplementovat mezinárodní normy ISO a OHSAS. E.ON si dal za cíl získat certifikáty v oblasti ochrany životního prostředí (ISO) a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (OHSAS). Tyto normy byly ve společnosti E.ON dodržovány od roku 2012 a v roce 2015 společnost E.ON získala certifikát pro společnost E.ON Česká republika, s.r.o.

Cílem společnosti E.ON je dodávat čistější a lepší energii, snaží se svými kroky snižovat emise, skleníkové plyny a dopomoci ke stabilizování globálního oteplování. Bezpečnost je ve společnosti E.ON na prvním místě, denně pracují stovky techniků u vysokého napětí v terénu a riziko zranění nebo úmrtí je vysoké. E.ON se snaží, aby se číslo těchto úrazů a nehod rovnalo nule a každý zaměstnanec se domů vracel v pořádku. Pokud dojde k nějaké nehodě, společnost se snaží zaměstnance podpořit a umožnit mu vrátit se v co nejkratší době zpátky do práce.

V oblasti bezpečnosti je kladen velký důraz na předcházení rizikům, společnost E.ON se snaží vyhodnocovat rizika a předcházet jim, důležité je i zapojení všech zaměstnanců, aby na případná rizika upozorňovali.

4.6 CSR napříč skupinou E.ON

Společenská odpovědnost není oblastí podporovanou pouze v České republice, je to téma, které je podporováno napříč všemi regionálními jednotkami v Evropě. Každá země, kde E.ON působí má svá specifika, ale všechny mají něco společné – E.ON a energetiku.

4.6.1 E.ON SE a CSR

Skupinu E.ON v rámci regionálních jednotek zaštiťuje mateřská společnost E.ON SE, která určuje nejen směr podnikání, ale sbírá i veškerá obchodní data a poskytuje prostředky pro jednotlivé dceřiné společnosti. Seznam regionálních jednotek se také netváří jednotně – pokud se jedná o dceřiné společnosti E.ON, ty působí v Anglii, Německu, České republice, Dánsku, Maďarsku, Itálii, Rumunsku, Švédsku a v Severní Americe. V dalších zemích má E.ON v energetických společnostech poměrně velký podíl – patří sem ZSE Slovensko nebo částečné podíly v energetických společnostech v Rusku a Francii.

Téma CSR pro E.ON SE je především udržitelnost a na celém tomto konceptu je postavena i celá společenská odpovědnost skupiny E.ON. Udržitelnost skupiny E.ON je shrnuta do 4D – Dekarbonizace, Decentralizace, Digitalizace a Demokratizace.

- A) Cílem dekarbonizace je snížení emisí oxidu uhličitého – hlavní činností je rozvoj obnovitelných zdrojů a elektromobility.
- B) Decentralizace má za úkol rozložení kapacity distribuční sítě, která má být také připravena na nabíjení elektromobilů a smart-home, hlavním cílem je inteligentní přenos dat a bezpečnost sítí.
- C) Digitalizace jde společně s decentralizací, svět se digitalizuje, a proto ani energetická společnost nemůže být pozadu. Digitalizují se informace, přenos dat, vyvíjejí se různé aplikace, ale i např. podpisy smluv se řeší elektronicky.

D) Demokratizace řeší posun pasivních trhů do aktivních. Firmy ale i města chtějí být autonomní a pokud jim toto řešení nenabídne E.ON, půjdou ke konkurenci.

Prvním krokem, jak zajistit udržitelnost je šetření, obyvatelé celé Evropy nejsou zvyklí šetřit energiemi a je jen hrstka těch, kteří řeší úsporu energií. Nejedná se tedy o cenu a možnost měnit obchodníka, ale o skutečně spotřebované množství. E.ON propaguje šetření energií různými aplikacemi, radami a různými chytrými řešeními. V roce 2018 přibližně desetina domácností v Evropě používala chytrá řešení pro regulování vytápění, cílem je toto číslo do roku 2023 zvýšit na ¼ obyvatel. Chytré řešení tado od E.ON snížilo zákazníkům účty za topení až o 31 %.

Druhým krokem je doprava a města, cílem Evropy je snížit CO₂ ve městech a v dopravě. Hodně tomu pomáhá rozvoj elektromobility. Elektromobilita není, ale podporovaná ve všech státech EU stejně. Některé státy nabízejí i dotace na elektromobily. V České republice např. chybí síť dobíjecích stanic a pořizovací cena elektromobilů je pro Čechy příliš vysoká. Pokud mají města jako Stockholm nebo Londýn do roku 2040-2050 za cíl 100 % omezit CO₂, tak i energetické společnosti na toto musejí být připravené. Elektromobilita je velké téma nejen pro energetické společnosti, ale také pro automobilky. E.ON má za cíl rozvíjet síť nabíjecích stanic tak, aby bylo nabíjení pro majitele elektromobilů dostupné a cestování s nimi pohodlné.

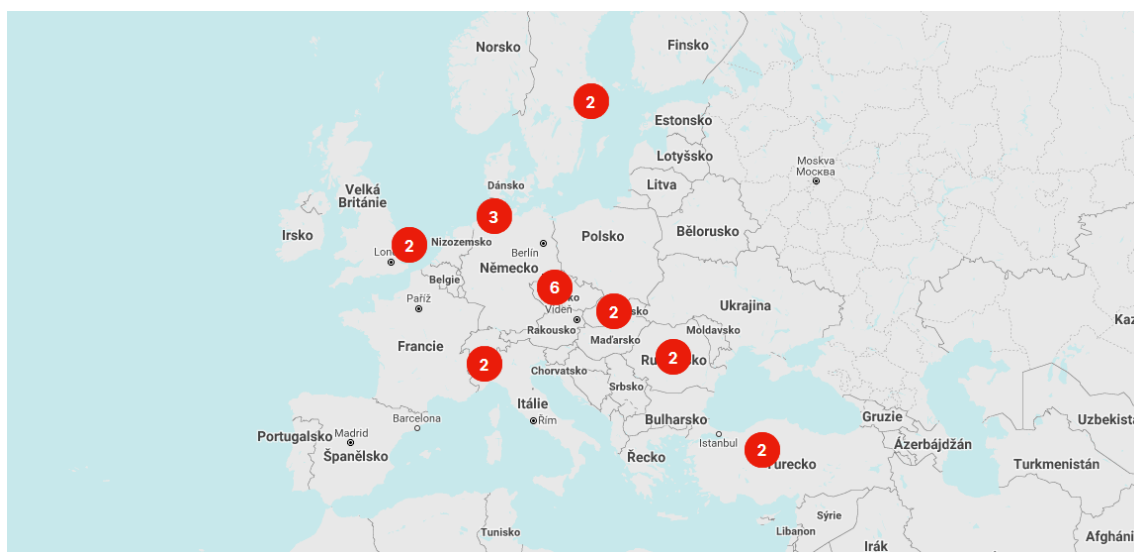
Třetí cestou je snižování emisí uhlíku v evropském průmyslu. E.ON pomáhá snižovat ve firmách a továrnách energie ať už pomocí kogeneračních stanic nebo např. úsporným osvětlením, instalací fotovoltaických elektráren. Zajímavostí je, že celé Rumunsko by mohlo být zásobeno energií, kterou spotřeboval jen německý průmysl. E.ON se snaží svými úspornými řešeními pro průmysl energii šetřit.

Nejdůležitější je pro E.ON zákazník a zákazník je ten, kdo určuje, jakým směrem se má business ubírat. Zákazník dnes požaduje chytrá řešení pro své domy, auta i města, obnovitelné zdroje a planetu, v které je život bezpečný, nejen co se zdraví týká. Vše toto spadá do cílů nejen EU, ale také OSN a E.ON jako velká energetická společnost musí tyto kroky plnit.

4.6.2 Aktivity CSR ve vybraných regionálních jednotkách E.ON

V této kapitole budou popsány klíčové CSR aktivity ve vybraných regionálních jednotkách, které také svými aktivitami přispívají ke společenské odpovědnosti jak E.ON, tak ve svém místě působení. Na mapě je přehled zemí, které se aktivně podílejí na CSR.

Obrázek č. 6: Přehled vybraných regionálních jednotek E.ON



Zdroj: www.eon.com (2019)

Švédsko

Švédsko je známé svou péčí a ochranou životního prostředí. Jednou z hlavních aktivit ve švédském E.ON je podpora recyklace. Neřeší pouze recyklaci, jak ji zná každý, ale jejich cílem je z odpadu vytvořit energii, která je pak dále využitelná. V roce 2018 ve Švédsku dokončili zařízení na výrobu bioplynu. Toto zařízení poskytne více než 25 000 obyvatel vytápění, elektřinu a bioplyn a jako bonus dokáže vracet živiny do půdy. E.ON na tomto projektu úzce spolupracoval se společností Upplands-Bro.

Druhým projektem ve Švédsku je pomoc a podpora mladým lidem, aby se cítili bezpečněji. Nadace Nattvandring, která má největší podíl činností ve Stockholmu má za úkol pomoci, podpořit a vyslechnout mladé lidi, kteří se např. potulují večer sami po městě.

Cílem je obnovení jistoty ve společnost, lidé z nadace jsou neutrálními a nevystupují jako nějaké autority. Program působí také jako prevence užívání drog a násilí. Tato nadace má přes 300 skupin po celém světě a přes 45 000 členů, kteří se denně vydávají na noční procházky pomoci potřebným.

Velká Británie

Ve Velké Británii jsou v E.ON dvě klíčová témata, kde se společnost v rámci CSR aktivně zapojuje. Prvním z nich je pomoc lidem s Alzheimerovou chorobou. Přes 85 tisíc lidí trpí v Británii demencí. Jsou to lidé, kterým tělo funguje, ale mozek už tolik ne. E.ON má za cíl stát se přátelskou komunitou lidí s touto chorobou, kam patří nejen zákazníci E.ON, ale také rodinní příslušníci zaměstnanců, jejich známí nebo i bývalí zaměstnanci. Nadace přátel Demence má ve Velké Británii nyní přes 2 miliony podporovatelů a z toho téměř 5000 je ze společnosti E.ON. Činností této nadace je nejen podpora lidí s Alzheimerem, ale také větší informovanost obyvatel. Nadace má za cíl mít do roku 2020 kolem 4 milionů podporovatelů.

Druhým tématem, kterému se v E.ON věnují je blaho svých zaměstnanců, na které kladou velký význam. V minulých letech byl změřen i index blahobytu zaměstnanců a zaměřují se na duševní zdraví zaměstnanců. Na základě pravidelných reportů a sbírání zpětné vazby od svých zaměstnanců vědí, jak zvýšit spokojenost a blaho všech zaměstnanců. Spokojený zaměstnanec je ten největší dar pro firmu.

Itálie

Italové věnují svůj čas, energii a podporu sázení stromů a kompenzaci emisí uhlíku. Stromy absorbují oxid uhličitý, a to více jak 40 tisíc tun. Italové v E.ON za každý produkt E.ON Green Gas, který si zákazník pořídí vysadí strom, další podpora je přímo od zákazníků, kteří mohou sami podpořit výsadbu stromů. Projekt E.ON Woods se snaží společně s AzeroCO2 o zalesnění Itálie, zvýšení absorbování CO2 a mají za cíl do roku 2020 vysadit 300 000 nových stromů.

Dalším problémem emisí uhlíku jsou automobily, proto se E.ON v Itálii snaží dostat více elektromobilů do ulic. E.ON šíří informace o elektromobilitě, sbírá podněty k rozvoji a zlepšení, na pobočkách mají zaměstnanci i partneři k dispozici 5 elektromobilů a elektrokol i pro osobní účely na víkend. Na parkovištích byly zřízeny dobíjecí stanice a elektromobilita je podporovaným tématem.

Maďarsko

V Maďarsku je problém s chudobou, a ne každému dítěti mohou rodiče koupit školní potřeby. Od roku 2012 E.ON v Maďarsku pomáhá žákům ve školách a na začátku školního roku pořizují školákům batohy s výbavou pro školní rok. Do projektu se mohou zapojit i zaměstnanci a v roce 2018 se jich zapojilo 5000. Cílem podpory je učinit komunity z okolí lepším místem pro život.

Také v Maďarsku, stejně jako v České republice, se snaží zabezpečit sítě tak, aby byly bezpečné pro ptactvo. E.ON síť je nejrozlehlejší v Maďarsku. E.ON instaluje na nebezpečné vedení plašiče, ochranné hnízdicí boxy, světelné reflektory a dokázali tak omezit úhyn ptáků. V roce 2018 proběhla inovační soutěž se specialisty a vysokoškolskými studenty a byl vybrán projekt odstrašovače ve tvaru křídla, který je připraven k masové výrobě a přispěje tak ještě více k ochraně ptáků.

Rumunsko

Rumunské školy trpěly nedostatkem kvalitního osvětlení pro své žáky. V roce 2012 začal E.ON modernizovat a zlepšovat osvětlení ve školách na svém území, kde působí. Ke konci roku 2018 bylo celkem zmodernizováno osvětlení v 54 školách a E.ON v tom stále pokračuje, je vidět i velká poptávka ze strany škol. Díky výměně a modernizace osvětlení E.ON snížil také provozní náklady škol.

Bezpečnost na prvním místě, to je další program, který je v Rumunsku E.ONem podporován. Plyn i elektřina slouží, ale mohou svým uživatelům i ublížit. E.ON ke konci roku 2018 rozdělil přes 5 milionů materiálů s tématem energetické bezpečnosti.

Programy se soustřeďují na informování ve školách, na úřadech i v různých firmách. Bohužel i v Rumunsku zemřel v loňském roce jeden zaměstnanec. Bezpečnost při práci i při využívání elektřiny a plynu je nesmírně důležitá.

Turecko

V Turecku působí společnost Enerjisa Enerji, vyvíjí inteligentní měřidla pro transformátory. Cílem projektu bylo navrhnout takové zařízení, které by posílalo data na centrály a zaměstnanci nemuseli jezdit do rozvodů, které jsou často poměrně vzdálené v odlehlejších částech země. Byl vyvinut software, který dokáže měřit data spotřeby na dálku, vzdáleně řídit transformátory – zapnutí, vypnutí, omezení, dále umí zjistit výpadky proudu a případné závady. Projekt je zatím ve fázi testování a plánem je, aby v roce 2019 šli elektroměry do výroby a začali být aktivně využívány.

Enerjisa podporuje digitální vzdělávání žáků a seniorů v oblasti svých elektráren. Žáci nemají možnost používat laptopy, protože školy nemají prostředky na jejich nákup. Enerjisa proto pořizuje do škol laptopy a také poskytuje ty, které jsou ještě funkční, ale už jsou z provozu vyřazené. Tímto projektem snižují potřebu nových zařízení, šetří zdroje a obohacují vzdělávání v místních komunitách.

Slovensko

Na Slovensku působí společnost ZSE Energia, a.s., v které má E.ON 49% podíl a zbylých 51 % patří státu. Také ZSE je zapojena do společenské odpovědnosti. Hlavním programem je podpora zdravotně postižených dětí. Nadace ZSE poskytuje prostředky na integraci handicapovaných dětí do společnosti. Podporují učební pomůcky, bezbariérové přístupy, možnost sportovních aktivit, aj.

Ochrana dravců je v ZSE také jedním z klíčových projektů CSR. Cílem je, aby distribuční soustava byla pro dravce bezpečná, měli místo, kde mohou hnízdit, nakrmit se a žít. Také na území Slovenska jsou instalovány bezpečné hnízdicí boxy a pracovníci ZSE se snaží opatřovat dráty vysokého napětí chráničkami, aby zabránili zranění a úhynu ptáků.

Heslem ZSE pro CSR je „Milujeme dobrovolnictvo každým voltom“ – v ZSE se snaží podporovat projekty dobrovolnictví, zaměstnanci se sami podílejí na dobrovolnických aktivitách, spolupracují s chráněnými dílnami, ve firmě je podporovaná rovnost příležitostí a diverzita (která patří do 4D z celokoncernových zásad). ZSE má hodně podobné aktivity jako Česká republika, především, co se týká těch interních.

Německo

V Německu se zaměřuje pomoc také na téma emisí a oxidu uhličitého, je to logické, protože Německo je jednak velkým státem, ale také poměrně moderním a ekonomicky aktivním. E.ON pomáhá komunitám monitorovat emise a docílit tak jejich snižování, ochraně ovzduší. E.ON přispěl k vyvinutí digitálního nástroje Greenited, který pomáhá srozumitelně sbírat a vyhodnocovat data a díky němu pak obce a města mohou cílit přesněji jednotlivá opatření. Nástroj umí také simulovat jednotlivá opatření a ukáže, zda myšlené opatření přinese očekávané zlepšení.

Německý E.ON také podporuje ochranu ptactva. Instalují viditelné značky, které se ve větru třepotají a upoutávají pozornost ptáků, aby prolétli nad vodiči. V srpnu 2018 bylo takto označeno 9 km vedení u pobřeží Severního moře.

Třetí důležitou aktivitou je podpora včelstev. E.ON a jeho zaměstnanci podporují včelstva v okolí transformačních stanic, včelstva jsou důležitá pro opylení rostlin, a i pro samotnou sklizeň ovoce a zeleniny. Insekticidy a monokulturní zemědělství snížily počet včelstev v Německu. Cílem pro rok 2019 je přidání dalších úlů a zvýšení počtu včel.

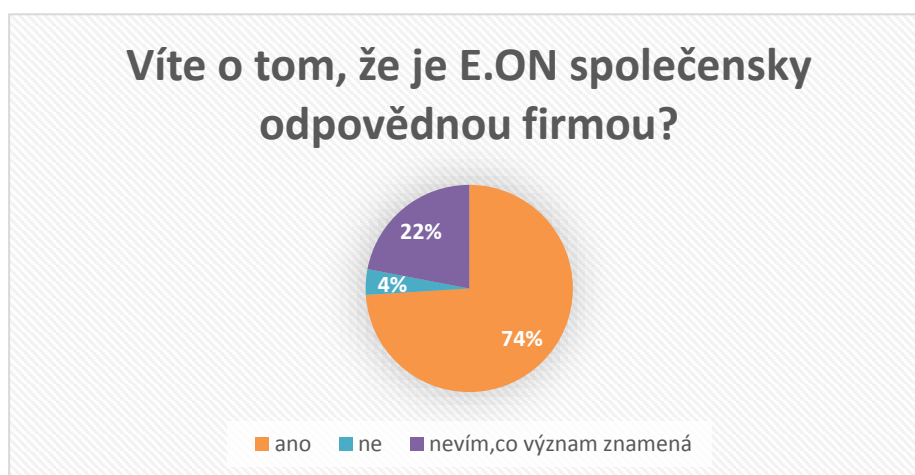
Zaměstnanci německého E.ON aktivně navštěvují školy a předávají studentům své zkušenosti a poznatky o přechodu energií, obnovitelné energii a jejím rozvoji, možnostech kariéry v E.ON, myšlenka děti jsou budoucnost je v oblasti energetiky a rozvoje hodně podporovaná.

4.7 Průzkum mezi zaměstnanci

V dotazníkovém průzkumu bylo osloveno 100 zaměstnanců skupiny E.ON CZECH, byli mezi nimi jak ženy, tak muži různé věkové kategorie a na různých pozicích – od manažerů po administrativní pracovníky.

V dotazníku byly zjišťovány odpovědi na 5 otázek, týkajících se společenské odpovědnosti ve skupině E.ON. Dotazníkový průzkum probíhal online pomocí portálu survio.com, v kterém byly jednotlivé odpovědi sesbírány.

Graf č.4: Otázka č. 1 Víte o tom, že je E.ON společensky odpovědnou firmou?



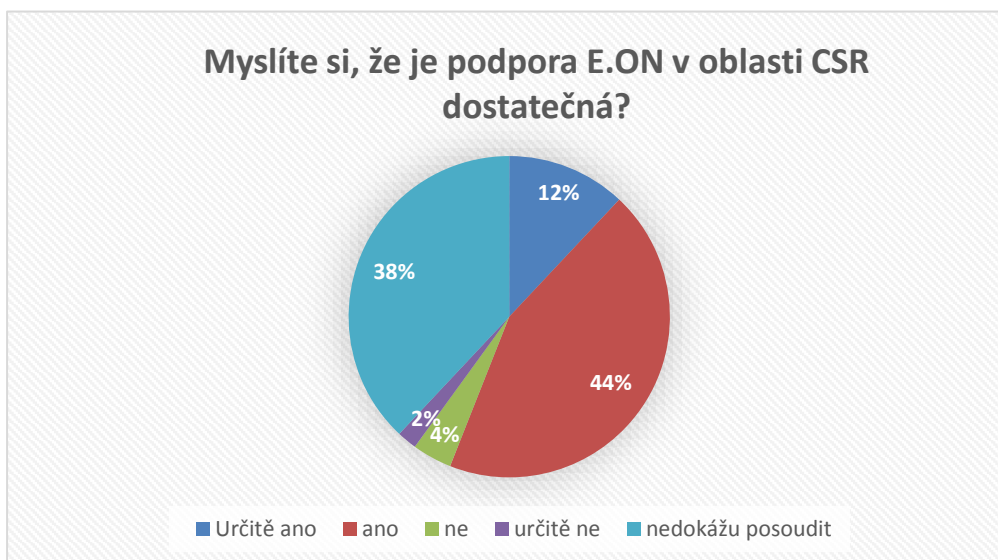
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č.5: Otázka č. 2 Víte, jaké nástroje E.ON používá v oblasti společenské odpovědnosti?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č.6: Otázka č. 3 Myslíte si, že je podpora E.ON v oblasti CSR dostatečná?



Zdroj: Vlastní zpracování

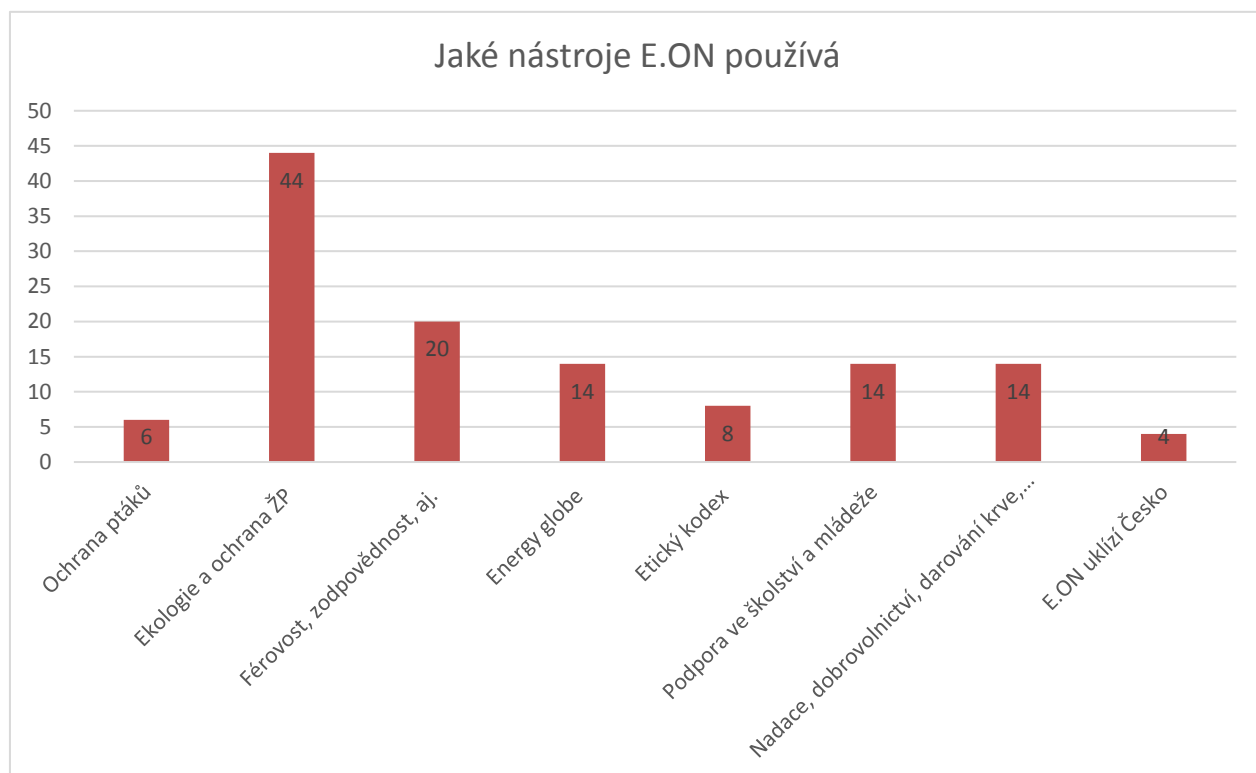
Graf č.7: Otázka č. 4 Je pro Vás důležité pracovat ve společensky odpovědné firmě?



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka, kde bylo zjišťováno, jaké konkrétní nástroje společenské odpovědnosti E.ON používá. Otázka byla vypisovací, každý respondent mohl napsat i více možností. Z celkového počtu dotazovaných 26 % nevědělo a 10 % dotazovaných tuto otázku vůbec nevyplnilo. Co se týká dalších výsledku, jsou znázorněny v grafu níže.

Graf č. 7: Otázka č. 5 Jaké nástroje E.ON používá?



Zdroj: Vlastní zpracování

5. Vyhodnocení

První částí průzkumu bylo zmapování aktivit ve vybraných regionálních jednotkách a v rámci celého koncernu. Jak je vidět na popisovaných aktivitách, určitě jsou ve společnosti E.ON SE klíčová témata, ale každá regionální jednotka se zaměřuje na problémy, které se týkají té konkrétní země. Aktivity ukazují i poměry obyvatel a podmínky pro život. V České republice si nikdo nedovede představit, že by ve školách bylo nedostatečné osvětlení, děti neměly školní pomůcky nebo, že by někdo řešil nedostatek stromů.

Nejpodporovanější oblastí napříč jednotkami je bezpečnost a ochrana ptactva v okolí distribučních soustav. E.ON jako velká energetická společnost musí s tímto problémem bojovat a není jedinou firmou z energetiky, která si tento problém uvědomuje. Druhé důležité téma napříč jednotkami je ekologie, ekologie je v dnešní době velmi diskutované téma a téměř každá větší společnost se na ekologii zaměřuje.

Planetu Zemi trápí velké množství odpadků, emisí a je potřeba s tímto problémem globálně pracovat.

Neméně důležité téma v celé skupině E.ON a také v Evropské unii je elektromobilita, na tu jsou ve vybraných regionálních jednotkách vyčleněné týmy specialistů, kteří pracují na podpoře elektromobility, rozvoji sítě nabíjecích stanic apod. E.ON CZECH se elektromobilitě také aktivně věnuje, nezahrnuje ji ale velkou měrou do společenské odpovědnosti a největší část peněz jde z dotačních programů nebo jsou přímo alokovány do konkrétního týmu specialistů.

V druhé části jsou výsledky dotazníkového šetření mezi zaměstnanci skupiny E.ON CZECH. Z výzkumu vyplývá, že téměř $\frac{3}{4}$ zaměstnanců ví o tom, že pracují ve společensky odpovědné firmě, menší procento – ale stále více jak polovina zaměstnanců také ví jaké nástroje E.ON využívá. Z jednotlivých odpovědí je vidět, jaké aktivity mají zaměstnanci nejvíce v paměti. Paradoxem je, že v minulém měsíci byl umístěn velký billboard ve vstupní hale budovy v Českých Budějovicích, který upozorňoval na podporu ochrany ptactva, ale na tento nástroj si vzpomnělo jen 6 zaměstnanců. Druhou aktivitou, která byla v minulých týdnech prezentována zaměstnancům byla dobrovolná akce „E.ON uklízí Česko“ a na tuto aktivitu si vzpomněli pouze 4 zaměstnanci. Protože se blíží uzávěrka přihlášek do soutěže Energy Globe, tak i toto téma je ve společnosti v tuto dobu aktivně prezentované, na tuto aktivitu si vzpomnělo 14 zaměstnanců. Nejvíce známou oblastí je pro zaměstnance ekologie a ochrana životního prostředí, je to nejspíše dané i tím, že dnešní doba je tomuto tématu hodně nakloněna a všude je prezentována. Očekává se proto, že i E.ON bude v této oblasti aktivní.

6. Závěr

Společenská odpovědnost ve skupině E.ON CZECH, ale také v celém koncernu E.ON je podporovaným tématem. E.ON se ve své činnosti věnuje velkému množství aktivit, do kterých zapojuje své zaměstnance. Společenská odpovědnost není ani tolik o penězích, ale o tom, jak se firma chová, jaké má zásady a strategii. Z celkového pohledu lze říci, že je E.ON napříč celým koncernem společensky odpovědnou firmou. Podpora oblastí CSR jde určitě ze sídla společnosti E.ON SE, což je vidět nejen ze strategie, ale také z oblastí podpor jednotlivých regionálních jednotek. Společnost E.ON si napříč jednotkami drží i jednotný styl prezentace a komunikace. V českém E.ON je velké množství aktivit, kterými E.ON ukazuje, že je společensky odpovědnou firmou. I toto je důvodem, proč je E.ON žádaným zaměstnavatelem v kraji.

7. Přehled použitých zdrojů

SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ *Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014* [online]. 25.10.2011, 1-17 [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <http://www.csrportal.cz/dokumenty/obnovena-strategie-eu-pro-csr-2011-0214.pdf>

BARTOŠOVÁ, Zuzana. *Měření a benchmarking jako součást strategie CSR*. Praha: Fórum dárců, 2006. ISBN 80-902-9656-4.

KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.

JEŘÁBKOVÁ, Veronika a Jan HARTL. *Společenská odpovědnost firem*. Olomouc: AISIS o.s., 2003. (ISBN NEUVEDENO)

L. FRIEDMAN, Andrew a Samantha MILES. *Stakeholders: Theory and Practise*. Oxford: Oxford University Press, 2006. ISBN 0-19-926986-6.

DYTRT, Zdeněk. *Dobré jméno firmy*. Praha: Alfa Publishing, 2006. Management studium. ISBN 80-86851-45-1.

ZU, Liangrong. *Corporate Social Responsibility, Corporate Restructuring and Firm's Performance*. Italy: Springer Verlag Berlin Heidelberg, 2009. ISBN 978-3-540-70895-7.

CSR EUROPE [online]. Brusel, 2000 [cit. 2019-02-23]. Dostupné z: <https://www.csreurope.org/>

Národní cena České republiky za společenskou odpovědnost. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. Praha, 2018, 29.11.2018 [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/spolecenska-odpovednost-organizaci/narodni-cena-ceske-republiky-za-spolecenskou-odpovednost--241676/>

EY Společensky prospěšný podnikatel roku. *Podnikatel roku* [online]. 2018 [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <https://podnikatelroku.cz/ey-spolecensky-prospesny-podnikatel-roku>

Cena hejtmanky Jihočeského kraje za společenskou odpovědnost [online]. České Budějovice, 2018 [cit. 2019-02-24]. Dostupné z: <http://www.jaip.cz/cenahejtmanky>

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 4., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4005-8.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Image a firemní identita*. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2790-5.

LUKÁŠOVÁ, Růžena. *Organizační kultura a její změna*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2951-0.

BENEŠOVÁ, Jana. *(S)ladíme s Kašparem, aneb, Příklady vstřícných firemních opatření*. V Liberci: Centrum Kašpar, 2013. ISBN 978-80-905552-2-8.

Ethnic Friendly zaměstnavatel [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <http://www.ethnic-friendly.eu/>

TOP ZAMĚSTNAVATELÉ [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: https://www.topzamestnavatele.cz/#study_anchor

CZECH TOP 100 [online]. [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <https://www.czechtop100.cz/cs/projekty/zebrický/100-nejvyznamnejsich>

E.ON Energy Globe [online]. České Budějovice [cit. 2019-03-11]. Dostupné z: <https://www.energyglobe.cz/>

Energy Globe: The world award for sustainability [online]. [cit. 2019-03-11]. Dostupné z: <https://www.energyglobe.info/>

Medium.com. In: *Medium.com* [online]. 1.2.2018 [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://medium.com/@Anaiska/contribute-to-a-better-world-be-a-successful-company-sustainability-in-a-shared-economy-startup-50cc72f2e37b>

CSR EUROPE [online]. , 1 [cit. 2019-02-23]. Dostupné z: <https://www.csreurope.org/our-mission>

E.ON SE [online]. Essen, 2019 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: <https://www.eon.com/>

E.ON CZECH [online]. České Budějovice, 2018 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: <https://www.eon.cz>

ZSE Energia, a.s. [online]. Bratislava, 2018 [cit. 2019-03-10]. Dostupné z: <https://www.zse.sk>

Byznys pro společnost [online]. [cit. 2019-04-12]. Dostupné z: <https://byznysprospolecnost.cz/1840-2/>

8. Seznam použitých zkratk

CSR – Corporate social responsibility (Společenská nebo sociální odpovědnost firem)

EU – Evropská unie

ČR – Česká republika

Např. – například

Aj. – a jiné

Atd. – a tak dále

NAP – Národní akční plán

o.p.s. – obecně prospěšná společnost

s.r.o. – společnost s ručením omezeným

a.s. – akciová společnost

JČU – Jihočeská univerzita

JAIP – Jihočeská agentura pro podporu inovačního podnikání

PR – Public relations

WLB – work life balance

ECZR – E.ON Česká republika, s.r.o.

ŽP – Životní prostředí

EGA – soutěž Energy Globe Award

NPS - Net Promoter Score – nástroj pro měření spokojenosti

BOZP – Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

9. Seznam obrázků

Obrázek č.1: Schéma 3 pilíře CSR	10
Obrázek č.2: Triple Bottom line – 3P	12
Obrázek č.3: Cíle udržitelného rozvoje v Národním akčním plánu	18
Obrázek č.4: Základní pilíře E.ON	27
Obrázek č.5: konzola “Pařát III.“	36
Obrázek č. 6 : Přehled vybraných regionálních jednotek E.ON	47

10. Seznam grafů

Graf č.1. Vývoj tržeb v mld. Kč za roky 2015–2017	30
Graf č.2: Vývoj darů za roky 2015–2017	31
Graf č. 3: Rozložení finančních prostředků v oblasti CSR v roce 2018	31
Graf č.4: Otázka č. 1 Víte o tom, že je E.ON společensky odpovědnou firmou?	48
Graf č.5: Otázka č. 2 Víte, jaké nástroje E.ON používá v oblasti společenské odpovědnosti?	49
Graf č.6: Otázka č. 3 Myslíte si, že je podpora E.ON v oblasti CSR dostatečná?	49
Graf č.7: Otázka č. 4 Je pro Vás důležité pracovat ve společensky odpovědné firmě?	50
Graf č. 7: Otázka č Jaké nástroje E.ON používá?	51

11. Přílohy

Příloha č.1 Dotazník

- 1. Víte o tom, že je E.ON společensky odpovědná firma?**
 - a. Ano
 - b. Ne
 - c. Neznám přesný význam výrazu společensky odpovědná firma

- 2. Víte, jaké nástroje E.ON používá v oblasti společenské odpovědnosti?**
 - a. Ano
 - b. Ne

- 3. Jak si myslíte, že E.ON podporuje společensky odpovědnou firmu?**
 - a. Vypisování

- 4. Myslíte si, že je podpora E.ON v oblasti společenské odpovědnosti, dostačující?**
 - a. Určitě ano
 - b. Ano
 - c. Ne
 - d. Určitě ne
 - e. Nedokážu posoudit

- 5. Je pro Vás důležité pracovat ve společensky odpovědné firmě?**
 - a. Určitě ano
 - b. Spíše ano
 - c. Nikdy jsem o tom nepřemýšlel/-a
 - d. Spíše ne
 - e. Určitě ne

Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

**Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací
v České republice na léta 2019 - 2023**

2018, MPO, Praha

Obsah

Úvodní slovo ministra

1. Úvod	X
2. Pojetí CSR	X
3. Udržitelný rozvoj	X
4. Aktéři CSR.....	X
5. Mezinárodní spolupráce	X
6. Vzdělávání	XX
7. Veřejné zakázky.....	XX
8. Podniky, příklady dobré praxe.....	XX
9. Ochrana spotřebitele	XX
10. Oceňování.....	XX
Závěr	XX
Seznam použitých zkratk.....	XX
Příloha – Vyhodnocení stávajícího „národního akčního plánu“ k 30. 6. 2018.....	XX
Příloha – Vyhodnocení on-line konzultace „Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice“	XX
Příloha – Základní přehled dokumentů souvisejících s CSR	XX

1. Úvod

Národním gestorem problematiky „Společenská odpovědnost organizací v České republice“ je od roku 2013 Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (dále jen „MPO“).

Nový „Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice“ byl vytvořen v návaznosti na Usnesení vlády České republiky ze dne 25. ledna 2016 č. 49 o aktualizovaném Národním akčním plánu společenské odpovědnosti organizací v České republice.

Na samém začátku vytváření nového národního akčního plánu byla uspořádána Ministerstvem průmyslu a obchodu spolu s Ministerstvem práce a sociálních věcí a Radou kvality ČR klíčová **konference Společenská odpovědnost organizací ve spojitosti s operačními programy**. Cílem konference bylo získání podnětů k novému národnímu akčnímu plánu. Nový národní akční plán prošel **veřejnou on-line konzultací (dotazníkové šetření) – Společenská odpovědnost organizací „Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice“**. Výstupy z této veřejné konzultace byly využity pro přípravu „nového akčního plánu společenské odpovědnosti organizací v České republice“. Veřejná konzultace probíhala od poloviny prosince 2017 do konce března 2018.

V novém národním akčním plánu oproti původnímu akčnímu plánu chybí dvě kapitoly a to kapitola **Byznys a lidská práva** a kapitola **Sociální podnikání**. Tyto dvě kapitoly byly vyňaty z Národního akčního plánu společenské odpovědnosti organizací v České republice z důvodu vytvoření samostatného dokumentu či zákona. Materiál **„Národní akční plán pro byznys a lidská práva“ na období 2017 – 2022**, byl přijat vládou České republiky na základě Usnesení vlády České republiky č. 752 ze dne 23. října 2017. **Zákon o sociálním podnikání** je v legislativním procesu.

Vedle Národního akčního plánu společenské odpovědnosti organizací v České republice je nutno zohledňovat i další významné dokumenty, kterými jsou např. **Strategický rámec ČR 2030**, který obsahuje směry rozvoje i indikátory na příští desetiletí. Jeho záměrem je zvyšovat kvalitu života obyvatel ČR ve všech regionech a napomoci zajistit rozvoj, který je udržitelný po **sociální, ekonomické i environmentální** stránce (to jsou i 3 základní pilíře konceptu CSR, které najdeme ve všech mezinárodních standardech). Dále máme **Strategický rámec udržitelného rozvoje ČR (MŽP)**, již zmíněný **Národní akční plán pro byznys a lidská práva 2017-2022 - ÚV**). Spolu s tím byla v oblasti CSR ustavena v rámci **Strategie Národní politiky kvality** Odborná sekce pro společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj (Rada kvality ČR), vytvořen **Národní informační portál o CSR**, **Platforma zainteresovaných CSR** a zpracována **Příručka CSR pro veřejnou správu**.

Ministerstvo průmyslu a obchodu je zároveň pověřeno řízením Rady kvality ČR a organizačním zajištěním její činnosti. **Rada kvality ČR je hlavním subjektem, který zajišťuje propagaci a koordinaci aktivit v oblasti CSR na národní úrovni.**

Jak již bylo zmíněno, mezi **hlavními aktivitami Národního akčního plánu Společenské odpovědnosti organizací** je např. Oficiální portál České republiky o společenské odpovědnosti organizací tzv. **Národní informační portál o CSR** – www.narodniportal.cz. Národní informační portál o CSR slouží jako úložiště, ve kterém jsou zveřejňovány veškeré informace k CSR, např. sdílení informací a dobrých praxí, propagace aktivit členů Platformy zainteresovaných stran CSR, sdělování novinek ohledně problematiky CSR na národní i nadnárodní úrovni, monitorování a sdílení existujících nástrojů a iniciativ, sdílení informačních zdrojů (publikace, užitečné odkazy, odborné články, studentské práce, propagace a sídlení informací o ocenění za CSR (Národní cena ČR za CSR, Cena hejtmana), dokumenty, legislativa atd.).

Jednou z dílčích aktivit Národního akčního plánu společenské odpovědnosti organizací v České republice bylo **vytvoření Platformy zainteresovaných stran CSR** – účastníkem platformy se může stát organizace soukromého i veřejného sektoru zabývající se společenskou odpovědností či subjekt zastřešující určitou odbornou či zájmovou oblast soukromého a veřejného sektoru. Pravidelně se uskutečňuje setkání Platformy zainteresovaných stran CSR. Poslední setkání Platformy zainteresovaných stran CSR se uskutečnilo dne 23. dubna 2018 v prostorách Ministerstva průmyslu a obchodu.

Ministerstvo průmyslu a obchodu od roku 2018 začalo pravidelně vydávat **Newsletter CSR**. Každá organizace z Platformy zainteresovaných stran CSR tak může přispět svým článkem, a ukázat ostatním organizacím čím se zabývá a co významného se stalo v oblasti společenské odpovědnosti.

2. Pojetí CSR

Společenská odpovědnost organizací (Corporate Social Responsibility – dále jen CSR) představuje dobrovolný závazek organizací zohledňovat při svém rozhodování a v každodenních činnostech potřeby svých zákazníků, dodavatelů, zaměstnanců a dalších zainteresovaných stran (dále stakeholderů), jichž se jejich činností dotýkají, ať již přímo nebo nepřímo. V tomto smyslu je v současné době jednou z existujících definic nejvýstižnější ta, kterou přijala EU v roce 2011 (A renewed EU Strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility):

„CSR je odpovědnost podniků za jejich dopady na společnost.“

Uvedená definice je výstižná a zcela vystihuje nasměrování jakékoliv organizace (v našem kontextu již od prvního přijetí Národního akčního plánu CSR v roce 2014 zahrnuje nejen podnikatelskou sféru) při volbě dobrovolných aktivit v oblasti CSR. Tato odpovědnost neodlučně patří k moderním manažerským systémům řízení. Všechny organizace v roli právních subjektů by měly usilovat a prokazovat svoji odpovědnost za své ekonomické výsledky a ekonomický rozvoj v dané oblasti působnosti (místní komunita, region, stát), za šetrný přístup k ochraně životního prostředí (snižování čerpání přírodních zdrojů a neznečišťování životního prostředí) a v neposlední řadě i za kvalitu života svých zaměstnanců a potažmo i všech dalších stakeholderů. Zmapování dopadů realizovaných činností není v praxi našich organizací ani zástupců veřejné správy běžnou záležitostí. Dopady mohou být jak pozitivní (ty je nutno dále rozvíjet), tak i negativní (a ty je nutno tlumit až eliminovat). Pro mnohé z nich je k dispozici platná legislativa, některé jsou vázány na dobrovolnost organizací.

CSR je chápána jako nedílná součást strategického řízení směřujícího k dosahování dlouhodobé výkonnosti. CSR má dobrovolný charakter a zahrnuje ty činnosti, které organizace realizuje nad rámec plnění právních povinností, ať již ve vztahu ke svým činnostem a zaměstnancům, nebo ke společnosti a životnímu prostředí. Spolu s tím, jak se rozvíjely přístupy k jejímu chápání a k její implementaci, se aplikace konceptu CSR rozšířila i do veřejného sektoru včetně veřejné správy. Pojem CSR je v českém prostředí běžný. Rámec dobrovolných aktivit v jednotlivých pilířích CSR (ekonomická, environmentální a sociální) vystihuje následující tabulka:

Tabulka 1: Pilíře CSR

Ekonomická oblast	Sociální oblast	Environmentální oblast
Etika	Odpovědné chování organizace zaměstnancům vůči	Podpora ochrany životního prostředí a přírodních zdrojů
Transparentnost	Ochrana a podpora jejich zdraví a bezpečnosti	Posuzování vlivů činností na zdraví
Pozitivní vztahy s dodavateli a dalšími partnery	Rovný přístup, rovné příležitosti	Ekologická politika organizace, prevence znečištění
Aktivní zapojení zákazníků a partnerů do procesů organizace	Filantropie, dobrovolnictví	Využívání obnovitelných zdrojů
Kvalita výrobků a služeb	Vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců	Minimalizace vlastní ekologické stopy
Pozitivní dopad na ekonomiku na lokální úrovni	Etika	
Odmítání korupce, boj proti korupci	Pozitivní vztahy se zákazníky	
Ochrana duševního vlastnictví	Podpora okolní komunity	
Odpovědné nakupování	Lidská práva	

Zdroj: <http://www.kvalitavs.cz/csr-spolecenska-odpovednost-organizaci>

CSR je, jak již bylo uvedeno, všeobecně chápána jako odpovědnost za dosahování pozitivních ekonomických výsledků (rozvoj zaměstnanosti, zvyšování koupěschopnosti a životní úrovně zaměstnanců), jako odpovědnost za kvalitu života svých zaměstnanců i celé společnosti i odpovědnost za dopady na životní prostředí (odpovědná spotřeba, minimalizace odpadů a omezování dalšího znečišťování životního prostředí).

Odpovědná organizace dobrovolně:

- realizuje své činnosti v souladu s vysokými etickými principy;
- vnímá a realizuje odpovědné inovace;
- pěstuje dobré vztahy se svými partnery i ostatními stakeholdery;
- pečuje o své zaměstnance;
- podporuje region, ve kterém působí;
- snaží se minimalizovat negativní dopady na životní prostředí.

V současnosti je nutno ocenit jakákoliv úsilí podniků o prosazování dobrovolných aktivit, kterými bezesporu přispívají ke zvyšování kvality života celé společnosti. Avšak přístup **Creating Shared Value** („sdílení vytvářených hodnot“) je mnohem bližší samotné podstatě byznysu. Dobrovolné aktivity jsou směřovány jak na prospěšnost pro podnik, tak i pro společnost. Creating Shared Value je možno realizovat v následujících vztazích:

- podnik versus zaměstnanci (spokojenost-aktivní zapojení-výkonnost);
- podnik versus zákazníci (spokojenost-loajalita-výkonnost);
- podnik versus majitelé (spokojenost-výkonnost);
- podnik versus dodavatelé (spokojenost-výkonnost);
- podnik versus společnost (spokojenost-podpora-výkonnost).

Smyslem CSR aktivit je přispívat k současnému i k budoucímu udržitelnému rozvoji nejen organizace, nýbrž i celé společnosti. Široká škála možností volby aktivit komplikuje organizacím správné nasměrování. K dispozici jsou jednak mezinárodně uznávané standardy (Iniciativa OSN Global Compact, Směrnice OECD pro nadnárodní korporace, deklarace OSN pro lidská práva, deklarace ILO o pracovních právech, projekt Enterprise 2020, standard Global Reporting Initiative (verze GRI 4), norma ISO 26000, SA 8000, AA 1000, IQNet SR10), jednak i národní standardy (např. v ČR norma ČSN 01 0391). **Je věcí každé organizace, jaké nástroje a standardy při aplikaci celospolečenské odpovědnosti zvolí, neboť ta je založena na principu dobrovolnosti.** Pomoc nabízejí i zveřejňované zprávy organizací o společenské odpovědnosti či udržitelném rozvoji.

Stejně jako v oblasti managementu organizací se tvoří dílčí přístupy k jeho jednotlivým oblastem, tak je tomu i v oblasti CSR. Adekvátně tomu se v poslední době začínají čím dál tím více formulovat další specifické přístupy, které usilují o zdůraznění vybraných oblastí CSR:

- CSR (Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsiveness, Corporate Social Rectitude,)
- SCR (Sustainable Corporate Responsibility) – udržitelná odpovědnost,
- RBC (Responsible Business Conduct) – odpovědné obchodní chování,
- SRI (Social Responsible Investment) – společensky odpovědné investování,
- SD (Sustainable Development) a navazující SDGs (Sustainable Development Goals),
- CSV (Creating Shared Value) - vytváření sdílených hodnot, ...

Uvedené přístupy rozvíjejí konkrétní oblasti, avšak nelze je chápat jako něco zcela odlišného, nýbrž jako součást celkového konceptu CSR. Někdy jsou však předkládanými argumenty oddělovány tyto specifické přístupy od konceptu CSR. Aktuálním příkladem je právě oddělování udržitelného rozvoje (udržitelnosti) a CSV od CSR.

Sdílení vytvářených hodnot (na rozdíl od čisté filantropie), směřuje ke „Core Business“ – tzn. k sepětí dobrovolných CSR aktivit s hlavním výstupem organizace na základě **principu win-win** (spojuje odpovědnost za společenskou hodnotu s odpovědností za hodnotu ekonomickou). Tím jsou chápány jakékoli aktivity, které na jedné straně pomohou

stakeholderům i k ochraně životního prostředí, avšak zároveň pozitivně ovlivní i ukazatele výkonnosti dané organizace. Pak je možno v mnoha aktivitách jasně prokázat, že přinesly jednak přidanou hodnotu pro organizaci a zároveň i pro zvolený subjekt/objekt nasměrování.

Šířením myšlenek a odbornou podporou CSR v ČR se zabývají především neziskové organizace. Jejich základní bázi tvoří platformy odpovědných firem (zejména Asociace společenské odpovědnosti, Byznys pro společnost, Business Leaders Forum). V oblasti vzdělávání vedle školství zaujímá významnou roli Česká společnost pro jakost (národní zástupce v EOQ -*European Organization for Quality*), která je realizátorem vzdělávání manažerů CSR dle evropských schémat vzdělávání a následné personální certifikace.

Stát může šíření konceptu CSR podpořit tím, že vytvoří odpovídající podmínky pro všeobecné chápání jeho významu a svými záměry a konkrétními aktivitami bude podporovat jeho další šíření. Na straně druhé si musí být vědom, že ostatní strany (občané i organizace) předpokládají, že právě on by jim měl jít příkladem. Tato strategie byla uplatněna jak v prvním Národním akčním plánu CSR v ČR 2014-2015, tak i v jeho aktualizované verzi pro léta 2016 - 2018. Existencí Národního akčního plánu CSR se česká vláda snaží utvářet a organizovat interakce mezi zúčastněnými stranami a podporuje způsoby, které umožňují nalézání společného řešení hlavních hospodářských, společenských a sociálních problémů. Zároveň zdůrazňuje důležitost CSR. Cílem je zvýšit odpovědnost zastoupením stále vyššího počtu organizací, které se k prosazování principů CSR hlásí a uznat prostřednictvím jejich ocenění jejich společenskou hodnotu.

3. Udržitelný rozvoj

Udržitelný rozvoj je, zjednodušeně řečeno, označení pro takový rozvoj lidské společnosti, který sladuje hospodářský, technický a společenský pokrok s plnohodnotným zachováním životního prostředí. Cílem tohoto rozvoje je uspokojit potřeby současných generací, aniž by byla narušena či ohrožena schopnost budoucích generací uspokojovat své potřeby. Za hodnotu lze pak vnímat zvyšování kvality života současné i budoucí generace (viz např. definice Evropské komise <http://ec.europa.eu/environment/eussd/> nebo <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>). Od klasického pojetí rozvoje se udržitelný rozvoj odlišuje širším záběrem: nesoustředí se pouze na ekonomický (hospodářský) rozvoj, ale také na oblast životního prostředí a sociální aspekty.

Národní akční plán CSR má **přímou logickou a materiální souvislost** s pojetím udržitelného rozvoje. CSR přispívá k udržitelnému rozvoji celé společnosti.

Gestorem agendy udržitelného rozvoje a koordinátorem implementace Agendy 2030 je od 1. dubna 2018 Ministerstvo životního prostředí.

Agenda 2030 pro udržitelný rozvoj

Agenda 2030 pro udržitelný rozvoj (Agenda 2030) byla přijata na summitu Organizace spojených národů (dále jen OSN) 25. září 2015 a její Cíle udržitelného rozvoje (Sustainable Development Goals, dále jen SDGs) vstoupily v platnost 1. ledna 2016. Procesu přijetí této globální agendy v rámci dokumentu Přeměna našeho světa: Agenda 2030 pro udržitelný rozvoj¹ předcházel tříletý proces vyjednávání, který byl zahájen v červnu 2012 na Konferenci OSN o udržitelném rozvoji v Riu de Janeiru (tzv. konference Rio+20). Procesu se zúčastnily všechny členské státy OSN, ale také zástupci občanské společnosti, soukromé i akademické sféry.

Agenda 2030

17 Cílů udržitelného rozvoje Agendy 2030 navazuje na proces implementace tzv. Rozvojových cílů tisíciletí (Millennium Development Goals, dále jen MDGs), který skončil v roce 2015. MDGs představovaly osm ambiciózních rozvojových cílů, stanovených na Summitu tisíciletí OSN tzv. Deklarací tisíciletí², které daly základní rámec pro aktivity ČR v oblasti rozvojové spolupráce a promítly se do Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce ČR, i dílčích koncepčních dokumentů v období 2000–2015, jako např. Strategie mnohostranné rozvojové spolupráce ČR.

¹ A/RES/70/1 - Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, OSN, 2015, dostupné zde: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/89/PDF/N1529189.pdf?OpenElement>

² A/RES/55/2 – United Nations Millennium Declaration, OSN, 2000, dostupné zde: <http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.htm>

Naplnění MDGs na globální úrovni bylo přes nedostatky v oblasti nerovností, řešení konfliktů a některých aspektů životního prostředí vyhodnoceno jako úspěšné ve Zprávě o plnění Rozvojových cílů tisíciletí 2015³. V návaznosti na úspěch a globální rozsah aktivit v rámci MDGs došlo k jejich rozšíření na 17 Cílů udržitelného rozvoje a přesunutí zodpovědnosti za jejich naplňování z pouze rozvojových zemí na všechny členské státy OSN.

*Významný vliv měla dále také **Pařížská dohoda**, kterou přijaly smluvní strany Rámcové úmluvy OSN o změně klimatu v prosinci 2015 a přijetí Sendajského rámce pro omezování důsledků katastrof 2015–2030. Agenda 2030 v rámci této transformace specifikuje pět oblastí kritické významnosti:*

- **Lidé** – vymýcení chudoby a hladu ve všech jejich formách a rozměrech a umožnění všem lidem na světě, aby naplnili svůj potenciál v důstojnosti, rovnosti a zdravém životním prostředí
- **Planeta** – ochrana planety před jejím poškozením, včetně udržitelné spotřeby a výroby a čerpání přírodních zdrojů a podnikání urgentních kroků v rámci klimatické změny
- **Prosperita** – zajištění prosperity a životního naplnění pro všechny, včetně toho, že ekonomický, sociální a technologický rozvoj půjde ruku v ruce s přírodou
- **Mír** – zajištění mírumilovných, spravedlivých a inkluzivních společností, které jsou oproštěny od strachu a násilí
- **Partnerství** – vytvoření „globálního partnerství pro udržitelný rozvoj“ založeném na posílené globální solidaritě zaměřené především na potřeby nejchudších a nejvíce ohrožených lidí se zapojením všech zemí, aktérů a lidí

V důsledku této změny vnímání rozvoje jako záležitosti rozvojových zemí a uvědomění si, že každá země na světě se potýká s rozvojovými problémy, bylo přistoupeno k univerzálnímu charakteru Agendy 2030. Česká republika tedy patří ke státům, které se zavázaly implementovat Cíle udržitelného rozvoje na svém území a podpořit ostatní země v jejich naplňování.

Cíle udržitelného rozvoje

Naše planeta se potýká s ekonomickými, sociálními a environmentálními problémy. 17 Cílů udržitelného rozvoje má tyto problémy do roku 2030 vyřešit. SDGs přinášejí plán vedoucí k vymýcení extrémní chudoby, boji s nerovností a nespravedlností a k ochraně naší planety. SDGs jasně definují svět, ve kterém chceme žít.

Naše generace je první v historii lidstva, která může skoncovat s chudobou, která dokáže odhodlaně a důstojně bojovat s nespravedlností a zachránit Zemi před nezvratnými dopady

³ Dostupné zde:

http://www.un.org/millenniumgoals/2015_MDG_Report/pdf/MDG%202015%20PR%20Global.pdf

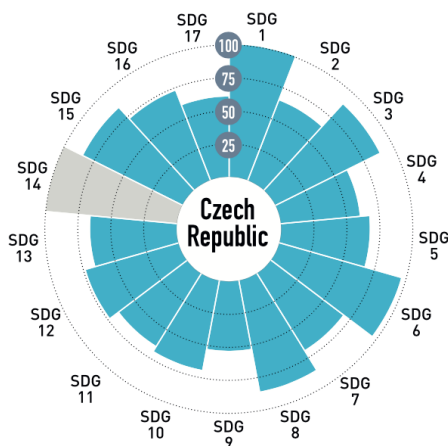
globálního oteplování a klimatických změn. Globální cíle jsou společným plánem pro lepší svět. Lepší svět pro nás pro všechny, nikoho nevyjímaje.



Obr. č. X: Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)

Česká republika se v roce 2017 umístila na 5. místě ze 157 hodnocených zemí v rámci tzv. SDG Indexu⁴, hned za skandinávskými zeměmi. Dosáhla indexu 81,9, což je nadprůměr celosvětově i v rámci regionu, kde je průměr 77,7.

⁴ [SDG Index and Dashboards Report](#) je první celosvětová studie, která posuzuje pokrok jednotlivých zemí s ohledem na dosažení Cílů udržitelného rozvoje. Jedním z hlavních autorů studie je světoznámý ekonom, expert na udržitelný rozvoj a poradce OSN, prof. Jeffrey Sachs



Průměrný výkon v naplňování jednotlivých SDGs *

* dle aktuálních dat v České republice

Obr. č. X: Průměrný výkon v naplňování jednotlivých Cílů udržitelného rozvoje, dle aktuálních dat v České republice

Report ocenil posun Česka především v otázce chudoby (SDG 1), zdraví a kvalitního života (SDG 3), přístupu k pitné vodě (SDG 6), ekonomického růstu (SDG 8) a života na souši (SDG 15). Naopak prostor pro zlepšení identifikoval v partnerství mezi sektory (SDG 17) a inovacích (SDG 9). Shrnutí pro Česko je k dispozici [zde](#). [oživit odkaz](#).

Strategický rámec Česká republika 2030

Hlavní implementační platformou pro Cíle udržitelného rozvoje v ČR je **Strategický rámec Česká republika 2030** (dále ČR 2030), který vláda schválila 19. dubna 2017. ČR 2030 je dokumentem, který stanovuje dlouhodobé priority udržitelného rozvoje v šesti klíčových oblastech a bude sloužit jako zastřešující rámec pro rezortní, regionální a lokální strategie a koncepce.

Hlavní nástroje implementace Agendy 2030 jsou navázány na implementaci Strategického rámce Česká republika 2030, do nějž byly všechny Cíle udržitelného rozvoje přímo integrovány. Míra jejich integrace byla přitom založena na národních prioritách udržitelného rozvoje, stanovených na základě detailní Analýzy rozvoje, která byla jedním z podkladů pro vypracování Strategického rámce. Oblasti pokryté v ČR 2030 proto lze považovat za národní priority v rámci Agendy 2030.

Prioritní podcíle SDGs jsou pokryty specifickými cíli ČR 2030 a adaptovány pro národní kontext. V rámci strategického rámce ČR 2030 proto mnohdy míří k ambicióznějším

výsledkům, nad rámec Agendy 2030. Podrobná analýza existujících opatření a doporučení pro jejich naplňování jsou formulována v implementačním dokumentu ČR 2030.

ČR 2030 je součástí společného úsilí o udržitelném rozvoji Evropské unie a zároveň příspěvkem Česka k naplňování mezinárodního závazku k podpoře udržitelného rozvoje ve svých vnitřních a vnějších politikách. Strategický rámec vychází ze dvou hlavních principů – kvality života a udržitelnosti. Kvalita života připomíná, že pokrok ve společnosti nelze hodnotit pouze ekonomickými ukazateli a že kromě makroekonomického hlediska můžeme brát v potaz také jednotlivce, rodiny a společenství. Kvalita života předpokládá investice do lidského potenciálu, který je základem pro rozvoj. Princip udržitelnosti připomíná, že rozvoj společnosti ovlivňují fyzické limity planety a krajiny. Většina přírodních zdrojů je konečná, jejich nadměrné čerpání proto může naši společnost poškodit a je v podstatě rozvojem na dluh.

ČR 2030 vytváří rámec pro ostatní strategické dokumenty na národní, krajské i místní úrovni. Nenahrazuje dokumenty jednotlivých ministerstev, ukazuje ale oblasti, které jsou z hlediska dlouhodobého rozvoje rozhodující. Uskutečňování cílů ČR 2030 leží na jednotlivých ministerstvech a bylo by vhodné, aby se promítlo do krajských a obecních politik i každodenního života všech obyvatel.

ČR 2030 zasazuje rozvoj naší země do kontextu světového rozvoje. K tomu využívá koncept tzv. globálních megatrendů. Jedná se o vývojové tendence na globální úrovni, u kterých předpokládáme, že v budoucnu významně ovlivní schopnost dosahovat cílů, které ČR 2030 stanovuje. Jedním z klíčů udržitelného rozvoje je schopnost rozhodovat dlouhodobě, s vědomím vysoké nejistoty a se zvážením různých dopadů zvoleného řešení. Proto se tento strategický rámec nově a důkladně věnuje rovněž otázce vládnutí.

ČR 2030 chápe bezpečnost jako součást obecnějšího problému odolnosti společenských a ekologických systémů. Z pohledu udržitelného rozvoje jde spíše než o bezpečnost o odolnost, která má dvě složky. První je odolnost vůči různým šokům, respektive kapacita k předvídání a zvládnutí krizových situací. Druhou složkou je odolnost v podobě široce pojaté prevence na straně jedné a nástrojů adaptace na změny na straně druhé. Tento rozměr odolnosti je v ČR 2030 posílen (ve srovnání s aktuálními strategickými materiály z oblasti bezpečnosti).

ČR 2030 je výsledkem více než ročního participativního procesu probíhajícího v rámci Rady vlády pro udržitelný rozvoj a vedeného Odborem pro udržitelný rozvoj Úřadu vlády České republiky. Do přípravy se zapojily stovky aktérů z různých sektorů společnosti, včetně výborů a pracovních skupin Rady vlády pro udržitelný rozvoj.

ČR 2030 bude uveden v život díky implementačnímu dokumentu, který zajistí jeho provázanost s dalšími dokumenty a upřesní konkrétní kroky k jeho naplnění. Implementaci bude koordinovat Úřad vlády České republiky, Rada vlády pro udržitelný rozvoj a její výbory budou mít v tomto procesu roli expertní sítě. Součástí implementace bude sledování souladu s konkrétními programy a opatřeními.

Šest klíčových oblastí strategického rámce Česká republika 2030



Obr. č. X: Šest klíčových oblastí strategického rámce Česká republika 2030

ČR 2030 v šesti klíčových oblastech shrnuje, kam rozvoj Česka dospěl, jakým čelí rizikům a jaké ho čekají příležitosti. Pro každou oblast formuluje strategické i specifické cíle. Klíčové oblasti se kromě tradičních tří pilířů rozvoje (sociálního, environmentálního a ekonomického) věnují životu v regionech a obcích, českému příspěvku k rozvoji na globální úrovni a dobrému vládnutí. Rozdělení strategického dokumentu do šesti kapitol vychází z expertního vyhodnocení tezí, které reagovaly na výzvu předsedy vlády a předsedy Rady vlády pro udržitelný rozvoj adresovanou všem poradním orgánům vlády a sítím neziskových organizací.

Podrobnější informace a vlastní dokument „Strategický rámec České republiky 2030“ jsou dostupné na www.cr2030.cz.

Ocenění za naplňování Cílů udržitelného rozvoje od OSN v Česku

První nezávislé ocenění za udržitelnost a společenskou odpovědnost v Česku společně v roce 2017 udělily **Úřad vlády ČR, Asociace společenské odpovědnosti, UN Global Compact v ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Česká rozvojová agentura a Informační centrum OSN v Praze.**

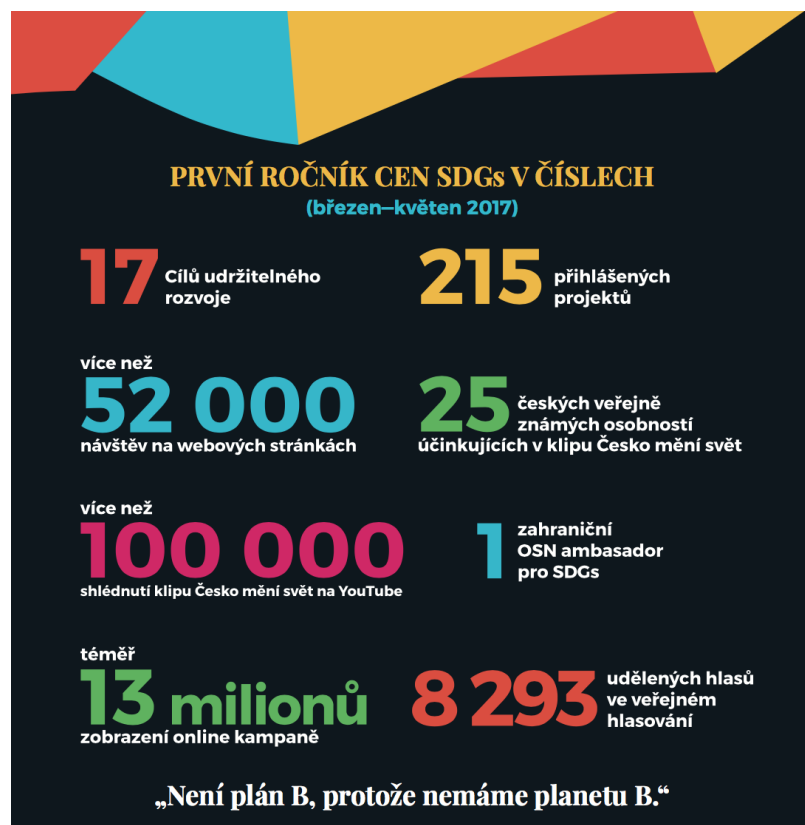


Obr. č. X: Logo Ceny SDGs

Cílem Cen SDGs bylo rozšířit povědomí o Cílech udržitelného rozvoje (SDGs) v Česku a motivovat firmy, neziskové organizace, veřejnou správu i širokou veřejnost k začlenění udržitelnosti do každodenních životů.

První Ceny SDGs byly vítězům předány **27. května 2017** na slavnostním Galavečeru v Černínském paláci na Ministerstvu zahraničních věcí za osobní účasti advokáta OSN pro SDGs, prof. **Jeffreyho Sachse**. Významná společenská akce v Česku vůbec poprvé ocenila průkopníky Cílů udržitelného rozvoje, kteří se na národní úrovni zasazují o naplňování Agendy 2030 a skrze SDGs mění svět k lepšímu.

Ceny SDGs se staly inovací, která nejen přitahuje pozornost k udržitelnému rozvoji v Česku, ale slouží jako inspirace pro byznys, jednotlivce i veřejnou správu, aby zvýšili své aktivity k dosažení Cílů udržitelného rozvoje. Postupně se z Česka rozšiřují do dalších zemí.



Obr. č. X: Ceny SDGs 2017 v číslech

Strategická priorita v této oblasti je:

- zvýšit povědomí o Strategickém rámci ČR 2030 jako o tématickém rámci pro CSR z pohledu priorit udržitelného rozvoje v ČR

Veškeré aktivity ke kapitole 3. Udržitelný rozvoj budou realizovány v souladu se stávajícími dokumenty např. Strategický rámec ČR 2030.

4. Aktéři CSR

Zainteresované strany.

Sociálně, ekologicky a ekonomicky dlouhodobě udržitelný rozvoj je celospolečenské téma. Podnikání firem a působení organizací má své přesahy jak kladné, tak i záporné, a zasahuje významné skupiny zainteresovaných stran (tzv. stakeholders) s různými zájmy a motivacemi. Jde o interní skupiny jako majitelé, akcionáři, management, zaměstnanci, a skupiny externí - klienti, zákazníci, spotřebitelé, obchodní partneři - od věřitelů a investorů po dodavatele. V neposlední řadě komunity (obce, města), regiony a přírodní prostředí, v němž podnik působí.

Značná část přesahů podnikání do zájmů zainteresovaných stran je upravena legislativně. Legislativní úprava však nepostihuje, nemůže a ani nemá postihnout všechny aspekty průniku zájmů a vztahů zainteresovaných stran. Pro **harmonizaci zájmů** zainteresovaných stran, **minimalizaci negativních dopadů** a **maximalizaci využití pozitivního potenciálu** podnikání existuje široký prostor pro **dobrovolnou aktivitu a dialog dotčených subjektů**.

Aktéry této spolupráce a tohoto dialogu jsou jak jednotlivé podniky, tak i organizace a sdružení, zastřešující zájmy specifických zainteresovaných skupin.

Role státu

Standardy etického a zodpovědného podnikání se historicky vyvíjejí. Řada pracovněprávních, ekologických a dalších pravidel a standardů se v průběhu 20. století ve vyspělých ekonomikách stala normami, které byly postupně zakotveny v legislativě a jejichž porušování je nejen neetické, ale především nelegální a právně postižitelné. Koncept **CSR** se opírá o **dobrovolnost rozhodnutí jednotlivých aktérů v tržním prostředí**, jdoucích nad rámec legislativou daných povinností. Úlohou státu není a nemá být CSR centrálně řídit a aktivity nařizovat. Stát má k dispozici nástroje, jak **napomoci usměrnit CSR do témat, která strategicky vnímá** z pohledu sociálně, ekologicky a ekonomicky udržitelného rozvoje jako **prioritní. Stát může významnou měrou napomoci CSR v několika rovinách, například:**

- nabídnout všem aktérům průřezový analytický pohled na strategické priority rozvoje společnosti;
- koordinovat aktivity státu napříč resorty;
- moderovat dialog zainteresovaných stran;
- vytvářet podmínky pro rozšíření konceptu CSR, motivovat a inspirovat;
- podporovat propagaci, osvětu, sdílení příkladů dobré praxe;
- usměrňovat a podporovat konkrétní žádoucí aktivity formou pobídek, dotací apod.

To vše při zachování dobrovolnosti. A také při respektování skutečnosti, že dialog zainteresovaných stran, šíření osvěty o CSR a udržitelném rozvoji a sdílení příkladů dobré praxe se již v určitém rozsahu odehrává na řadě platform, vytvořených soukromými subjekty.

Meziresortní koordinace a dialog zainteresovaných stran

V období 2013 - 2018 se v ČR podařilo vytvořit podmínky pro to, aby byla nad problematikou CSR převzata záštita ze strany státu a aby byl dán rámec pro trvalý dialog o CSR mezi všemi zainteresovanými stranami. Gescí nad CSR bylo od roku 2013 pověřeno MPO v kooperaci s Radou kvality ČR a její Odbornou sekcí pro společenskou odpovědnost organizací (od roku 2015 Společenská odpovědnost a udržitelný rozvoj) jako poradního orgánu. MPO zajišťuje činnost Národního kontaktního místa pro CSR (dále jen „NKM“), vznikl Národní informační portál o CSR a Platforma zainteresovaných stran CSR jako rámec pro dialog o CSR.

Přijetím **Strategického rámce ČR 2030** vnáší stát do oblasti CSR nové aspekty, témata a příležitosti. S ohledem na svou strategickou povahu představuje Strategický rámec ČR 2030 pro Národní akční plán CSR 2019 - 2023 i určitou **výzvu a současně příležitost pro provázanost, vzájemnou informovanost a koordinaci aktivit státu** v této oblasti, která je přirozeným průnikem mezi CSR a udržitelným rozvojem. Strategický rámec ČR 2030 **v šesti klíčových oblastech** shrnuje, kam rozvoj státu dospěl, jakým čelí rizikům a jaké ho čekají příležitosti. Pro každou oblast formuluje strategické i specifické cíle.

Nenahrazuje dokumenty jednotlivých ministerstev, ukazuje ale oblasti, které jsou z hlediska dlouhodobého rozvoje rozhodující. Obrací se na **totožné aktéry**, na něž pamatuje Platforma zainteresovaných stran CSR - na **firmy, sociální partnery, neziskové organizace i jednotlivce, vyzývá je k zapojení, sdílí příklady dobré praxe**. V průběhu realizace Národního akčního plánu CSR 2019 - 2023 tak bude nezbytné **najít optimální formy spolupráce a koordinace** mezi aktivitami státu po linii MPO a MŽP a **Radou vlády pro udržitelný rozvoj** tak, aby bylo dosaženo synergií v působení státu ve prospěch stimulace CSR a udržitelného rozvoje ČR.

Obdobným směrem by v relevantním rozsahu měla jít i spolupráce a koordinace s **Radou vlády pro konkurenceschopnost a hospodářský růst a jejími výbory** (např. pro malé a střední podniky a výrobní družstva, pro výzkum, vývoj a inovace), neboť tematika CSR a udržitelného rozvoje je implicitně přítomna rovněž v náplni uvedených orgánů.

Stát, resp. veřejná správa a orgány regionálního rozvoje mohou rovněž působit ve prospěch stimulace CSR podporou dialogu a navazování regionálních **partnerství** firem a dalších organizací, škol, inovačních center apod. a rovněž v oblasti podpory **poradenství** v oblasti CSR, **osvěty, měření dopadu a měření pokroku** v řešení témat, **popularizací a oceňováním příkladů dobré praxe**. To samozřejmě již probíhá (viz ceny za CSR), příležitostí je vyzdvihnout právě **inovativní podnikatelská řešení**, vedoucí k **podstatným změnám trendů** (tj. akcent na měření přínosu, měření dopadu souběžně s probíhajícím oceněním CSR aktivit, které spíše pomáhají řešení následků (charitativní aktivity apod.).

Strategickými prioritami této oblasti jsou:

- realizace cílů udržitelného rozvoje prostřednictvím CSR – role státu jako koordinátora a moderátora dialogu;

Aktivita	Realizátor aktivity	Termín
1) Zvážit možnosti podpory CSR z fondů EU	MPSV, MPO, MŠMT + další zainteresované resorty	2020
2) Podpořit vyhotovení a sdílení nástrojů firemního poradenství (odborné materiály, školící a vzdělávací moduly) pro stimulaci zapojení firem do CSR.	MŠMT, MPO ve spolupráci s odbornými poradenskými organizacemi	2020

5. Mezinárodní spolupráce

Evropská komise vydala v roce 2011 SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ s názvem Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014. V reakci na tento strategický dokument došlo v řadě evropských států k vydání národních strategických dokumentů, týkajících se problematiky společenské odpovědnosti.

V České republice byl vydán strategický dokument Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice (2014), k jehož aktualizaci došlo v roce 2015, kdy byl vydán Aktualizovaný Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice (2016 – 2018), schválený Vládním usnesením č. 49 z 25. ledna 2016. MPO ČR, jako národní gestor společenské odpovědnosti, je zavázáno dle tohoto usnesení předložit vládě návrh nového Národního akčního plánu k 30. červnu 2018.

Analýzou dokumentů, týkajících se společenské odpovědnosti v jiných zemích EU, byla zjištěna jejich velmi odlišná úroveň. Některé z analyzovaných dokumentů jsou dlouhodobé strategie, jiné konkrétní akční plány nebo implementační dokumenty. Většina představených akčních plánů reagovala na vydání Obnovené strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014. Platnosti dokumentů končí ve většině případů na přelomu 2014/2015. Po obsahové stránce jsou dokumenty strukturovány na teoretická východiska, mezinárodní iniciativy v oblasti společenské odpovědnosti, popis národní situace a praktické přístupy v daném prostředí s ohledem na jednotlivé CSR pilíře. Zpracovateli národních CSR strategií jsou různá ministerstva a v několika případech také vláda. Získané podklady v rámci analýzy se velmi výrazně liší co rozsahu a grafické úpravy zpracování. Mezi vzorové příklady z pohledu kvality zpracování můžeme uvést dokumenty z Irska, Německa, Polska a Švédska.

Zástupce MPO je členem HLG (High Level Group) on Corporate Social Responsibility, která pracuje v rámci generálního ředitelství DG GROW. K posílení spolupráce by prospělo především zintenzívnění aktivit v rámci této skupiny, kde došlo po přesunu této problematiky z DG EMPL do DG GROW a významným personálním odchodům ke značnému útlumu aktivit. Toto se projevuje například výrazným omezením počtu jednání, zejména však nadále chybí zpracování avizované strategie CSR 2015 - 2019 na úrovni EU. Členské státy samy nemohou v tomto směru vedení HLG suplovat, i když jsou jistě připraveny se do přípravy nové strategie zapojit. Za ČR byly již v minulosti zaslány náměty, týkající se např. vytvoření Evropské ceny za CSR pro vítěze národních cen.

V létě roku 2015 byl v Miláně představen Manifest "Enterprise 2020" formulující hlavní cíle rozvoje společenského a trvale udržitelného podnikání v Evropě do roku 2020. Manifest, který vznikl díky největšímu celoevropskému hnutí za společenskou odpovědnost firem CSR Europe *(prostřednictvím své sítě korporátních členů a 42 národních CSR organizací sdružuje CSR Europe přes 10 000 firem)*

a na základě řady diskuzí s představiteli EU, je odezvou na naléhavou potřebu aktivně řešit nezaměstnanost, klimatické a demografické změny v Evropě. Na podporu a prosazení Manifestu Enterprise 2020 zaštiťuje CSR Europe dvě kampaně zaměřené na evropské podniky: „Dovednosti pro práci“ a „Udržitelný život ve městech“. Podrobnější informace najdete na www.csreurope.org

United Nations Global Compact

United Nations Global Compact (dále jen UNGC) vyzývá celý podnikový sektor, aby propojil své strategie a provozy s mezinárodně uznávanými principy v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a boje proti korupci a přispěl svou činností k naplňování Cílů udržitelného rozvoje (SDGs). Jedná se o největší iniciativu v oblasti udržitelného podnikání na světě, která je součástí OSN, do které je zapojeno více než 12 000 organizací ze 170 zemí světa napříč sektory. UNGC usiluje o mobilizaci globálního hnutí udržitelnosti v soukromém sektoru za pomoci firem i dalších zúčastněných stran. UNGC podporuje organizace v odpovědném podnikání a sladění jejich strategií i denních činností s deseti zásadami o lidských právech, důstojné práci, životním prostředí a boji proti korupci.



Obr. č. X: UN Global Compact, největší platforma udržitelného podnikání v rámci OSN struktur

UNGC koordinuje společensky odpovědné aktivity jednotlivých společností prostřednictvím národních sítí, které se v současné době nachází v 70 zemích světa. V Česku šíří základní principy této iniciativy od roku 2015 **Národní síť Global Compact Česká republika**⁵, jejíž hostitelskou organizací je Asociace společenské odpovědnosti.

⁵ Více na www.globalcompact.cz.

UNGC v Česku podporuje firmy (jak místní, tak i pobočky zahraničních společností), které jsou zapojeny do UNGC v implementaci jeho základních principů a vytváří prostor pro sdílení zkušeností, vzdělávání a partnerství. Prostřednictvím dialogu (včetně politického) umožňuje svým členům aktivně ovlivňovat CSR politiku v ČR.

V návaznosti na Obecné zásady OSN pro byznys a lidská práva byl přijat vládou České republiky na základě Usnesení č. 752 dne 23. října 2017 Národní akční plán pro byznys a lidská práva na období 2017-2022, který mj. doporučuje přistoupení státních podniků a obchodních společností s majetkovou účastí státu, u kterých je to relevantní vzhledem k jejich velikosti a postavení na trhu, k UNGC.

Vláda České republiky v akčním plánu dále doporučuje podnikům, aby při tvorbě vnitropodnikových závazků a etických kodexů vycházely z relevantních mezinárodních úmluv a z Obecných zásad OSN pro byznys a lidská práva nebo dalších mezinárodně uznávaných standardů jako například UNGC a řídily se principy odpovědného obchodního jednání (RBC), tak jak je stanovuje Směrnice OECD pro nadnárodní podniky a navazující sektorová doporučení OECD, jejichž propagace a implementace je úkolem Národního kontaktního místa (NKM). Přijetí těchto závazků by nemělo být pouze formální deklarací, ale měly by následovat konkrétní kroky k jejich implementaci. Společnosti, které se aktivně hlásí ke své lidskoprávní odpovědnosti, dávají dobrý příklad celému odvětví a pomáhají šířit dobré jméno České republiky v zahraničí.

Strategická priorita v této oblasti je:

- Sledování vývoje a aktivní zapojení do mezinárodní spolupráce v oblasti CSR a udržitelného rozvoje, zvláště v návaznosti na aktivity OSN a OECD v této oblasti

Aktivita	Realizátor aktivity	Termín
1) Identifikace relevantních mezinárodních projektů pro zapojení ČR	MPO, Rada kvality ČR, MZV, ÚV	2019
2) Zapojení v rámci mezinárodních iniciativ	Národní síť Global Compact v ČR, další	průběžně
3) Aktivní účast na zahraničních jednání, kulatých stolech	Zástupci ČR	průběžně
4) Propagace a implementace mezinárodních standardů	MPO, Národní kontaktní místo ČR pro implementaci Směrnice OECD pro nadnárodní podniky	průběžně

6. Vzdělávání

Nacházíme se v přelomovém období změn, kdy organizace podnikatelského i veřejného sektoru intenzivně zavádějí moderní nástroje a metody řízení. Vedle tradičních atributů konkurenceschopnosti, jako je kvalita, cena a dostupnost, se postupnými kroky přidává i další požadavek, který organizace nutí vývoj respektovat. Jedná se o princip odpovědnosti za dopady jejich činností a o princip udržitelnosti, které lze naplňovat právě prostřednictvím CSR. Koncepce společenské odpovědnosti není ještě plně zakotvena ve vzdělávacích programech rozhodujících subjektů. I vyšší míra pozornosti v rámci podpory výzkumu v oblasti CSR by byla přínosná.

Vzdělávání v oblasti CSR je významnou oblastí, objevující se ve všech strategiích v rámci EU již více než 15 let. Jde nejen o zdůraznění významu, ale zároveň i o zohlednění dynamického posunu v přístupech a realizaci CSR. Vzdělávání v oblasti CSR je nutné implementovat do obsahu výuky na všech stupních škol (od mateřských až po vysoké), do obsahu vzdělávání zaměstnanců veřejné správy (státní i územní samosprávy) v návaznosti na zákon o státní službě, a i do zatím nepovinného/dobrovolného vzdělávání zaměstnanců v podnikové sféře.

Školství

Nasměrování vzdělávání v oblasti školství je obsaženo v legislativě (Školský zákon a zákon o vysokých školách, a v návazné další legislativě) a i v dokumentu MŠMT: *Rámcem rozvoje vysokého školství do roku 2020 aj.* Mateřské, základní i často střední školy nemají ve svých školních vzdělávacích programech (RVP a jejich aplikaci v ŠVP) problematiku CSR příliš zdůrazněnu. Význam tvorby povědomí o slušném chování o odpovědnosti za svá jednání v raném věku však podpořila nejen teorie (např. autor světově uznávané knihy Claus Möller: „Osobní kvalita – základ všech dalších kvalit“), nýbrž i praxe (např. výsledky dohledání příčin trestních činů, které spočívají v prožitcích z dětství). Osobní kvalita člověka se vytváří až z 80 % v období od 0 do 6 let jeho věku – tzn. i **osobní odpovědnost každého z nás**. Rozhodující je rodinné zázemí a mateřské školy. Tam si člověk vytváří své postoje do budoucnosti. Základní školy mohou ještě výrazně přispět. Pak je přisvojování této odpovědnosti již nesnadné, avšak stále možné. V této souvislosti je nutné zdůraznit, že právě budování povědomí o odpovědnosti za své dopady na okolí již od raného věku umožní vychovávat budoucí spotřebitele, budoucí zaměstnance i budoucí manažery. Proto bude třeba podpořit projekty na vzdělávání a výzkum v oblasti CSR zejména v oblasti MŠ, ZŠ a SŠ. Již realizované projekty „CSR do škol“ (CENIA, ÚMČ Praha 13, Česká společnost pro jakost, Asociace společenské odpovědnosti) nasměrované zejména do MŠ a ZŠ ukázaly, jak je vhodné sloučit výchovu i vzdělávání s tvorbou povědomí o obsahu i významu CSR.

Realitou dnešních dnů jsou výrazy jako: Zelená škola, Ekoškola, Férová škola, Škola udržitelného rozvoje, Odpovědná škola, Školní agenda 21, Zdravá škola, atd. Tyto výrazy nejsou ničím novým, nežli důsledkem zavádění společensky odpovědného chování ve školách,

kteří se stává přirozenou součástí chování a jednání pedagogů, žáků, rodičů a dalších stakeholderů. Realizátory těchto ocenění jsou zpravidla neziskové organizace.

Vysoké školy vzhledem k výše zmíněnému dokumentu MŠMT mají odpovědnost za udržitelnost ve svých strategických záměrech. Rozdílné je však jejich promítnutí do předmětů v příslušných studijních programech. Vedle specifických předmětů (Společenská odpovědnost organizací/firem, Správa korporací (Corporate Governance), Udržitelný rozvoj, Trvale udržitelné podnikání, Management udržitelnosti, Etika v podnikání, aj.) je možno zabudovat otázky CSR do obsahu předmětů spojených se strategickým managementem, marketingem, personalistikou a psychologií, i ochranou životního prostředí. Tyto předměty jsou uplatňované spíše na VŠ univerzitního zaměření (je tomu i na zahraničních univerzitách, kde je CSR běžnou a integrální součástí rozvoje univerzit – tzv. „třetí role“).

Školy všech stupňů mohou obecně přispět ve třech oblastech:

1. Management (všeobecná odpovědnost za dopady, která je zohledněna ve strategických záměrech a je prosazována ve všech činnostech školy);
2. Vzdělávání (vhodná prezentace problematiky CSR v rámcových a školních vzdělávacích programech, bakalářských, magisterských i doktorských studijních programech)
3. Věda a výzkum (projekty, absolventské a doktorské práce) s inovativní přidanou hodnotou.

V současnosti lze podat více příkladů zapracování/nezapracování výuky na vysokých školách i obsahu dílčích předmětů zaměřených na Management kvality, Environmentální management, Management bezpečnosti a ochrany zdraví a další, a to především na VŠ ekonomického zaměření.

Pro stimulaci šíření konceptu CSR pro mateřské i základní školy je vhodná podpora projektů formou her. Pro střední a vysoké školy je možné zakotvení CSR i do seminárních, absolventských, bakalářských, diplomových i doktorských prací.

Státní správa

Zákon o státní službě č. 234/2014 Sb., jeho doplnění v novele č.144/2017 Sb. a Usnesení vlády České republiky ze dne 26. října 2015 č. 865 o rámcových pravidlech vzdělávání zaměstnanců ve správních úřadech sice obsahují požadavky na vzdělávání státních úředníků, deklarované oblasti však nejsou jasně konkretizovány ve vztahu k CSR. Současné nabízené kurzy nabízejí vzdělávání v oblasti etiky, protikorupčních politik a ochrany přírody. Nicméně je k dispozici vypracovaná Příručka CSR pro veřejnou správu, která by mohla být spolu s dalšími standardy podkladem pro obsah vzdělávání státních úředníků. Státní správa by se měla hlásit ke konceptu CSR a jít příkladem poskytováním objektivních důkazů. V oblasti Národní ceny ČR za CSR a Udržitelný rozvoj získala ocenění již řada úřadů územní samosprávy.

Ostatní vzdělávací organizace

Důležitou pro oblast vzdělávání je vedle normy ISO 26000 („kuchařka pro CSR“) i norma ISO 29990:2012 "Vzdělávací služby pro neformální vzdělávání a školení". Má za cíl poskytnout obecný model pro odbornou praxi kvality a výkonnosti a společný odkaz na poskytovatele vzdělávacích služeb jejím klientům při navrhování, vývoji a poskytování vzdělávání, školení a neformálního vývoje. Jelikož se týká kvalifikace poskytovatelů vzdělávacích služeb, standard bude pomáhat organizacím a jednotlivcům vybrat vhodné poskytovatele vzdělávacích služeb i v oblasti CSR a jejich produktů pro kompetence a rozvoj povědomí o CSR.

Významnou úlohu mohou sehrát i vzdělávací organizace (např. Česká společnost pro jakost může v návaznosti na schémata vzdělávání i vydávání personálních certifikátů na evropské úrovni jako člen European Organisation for Quality přispět k profesionalizaci i v rámci Zákona o státní službě) a řada poradenských organizací.

Strategickými prioritami této oblasti jsou:

- Podpora projektů CSR do mateřských, základních i středních škol
- Podpora projektů zaměřených na CSR na vysokých školách
- Vzdělávání státních úředníků

Aktivita	Realizátor aktivity	Termín
1) Projekty CSR do MŠ, ZŠ, SŠ, VOŠ i VŠ	MŠMT, zřizovatelé ve spolupráci s NÚV((Národní ústav pro vzdělávání),	
2) Projekty vzdělávání státních úředníků v oblasti CSR a udržitelného rozvoje	vláda, MV ve spolupráci s NIDV (Národní institut pro další vzdělávání) a dalšími uznávanými vzdělávacími organizacemi	
3) Průzkumy povědomí dětí a mladé generace o CSR	MŠMT, zřizovatelé ve spolupráci s organizacemi provádějícími výzkumy	
4) Oceňování výsledků studentských aktivit: Cena Františka Egermayera za nejlepší studentské práce Personální certifikáty - Specialista CSR Junior Manažer CSR Junior	MŠMT Česká společnost pro jakost VŠ	

Další ceny za vzdělávání v oblasti CSR (ad. 4)		
---	--	--

7. Veřejné zakázky

Společenská odpovědnost má své místo i ve veřejném sektoru. Jednou z oblastí působení veřejné správy, které je z pohledu společenské odpovědnosti potřeba věnovat pozornost, jsou nákupy veřejného sektoru, ať už se jedná o velké investice, běžnější veřejné zakázky nebo i drobné nákupy. Prostřednictvím veřejných zakázek se ročně utratí asi půl bilionu korun, což je téměř polovina celého státního rozpočtu, resp. finanční prostředky vynaložené na veřejné zakázky tvořily 10,3 % HDP v roce 2016 (12,8 % r. 2015)⁶. Je tedy zřejmé, že to, jakým způsobem a co se za tyto veřejné finanční prostředky nakoupí, ovlivňuje ekonomiku, společnost i životní prostředí nejen v České republice.

Společensky odpovědný zadavatel by při formulování požadavků na dodavatele a předmět plnění měl zvažovat nejen kritéria kvality poptávaného zboží nebo služby podle svých potřeb, ale i další kritéria, která se váží k současným potřebám společnosti. Vzhledem k objemu veřejných zakázek může být dopad na trh signifikantní. Veřejní zadavatelé mohou nákupy podporovat účelná inovativní řešení a svým příkladem ovlivňovat, co a s jakým dopadem na společnost a životní prostředí se na trhu bude standardně poptávat a nabízet. Podstatou odpovědného veřejného zadávání je tedy i snaha racionálně a společensky prospěšně využít vlivu, který mohou veřejní zadavatelé svou tržní silou na trhu uplatňovat.

Ve veřejných zakázkách lze zohledňovat požadavky na řešení řady problematik. Konkrétně může jít v oblasti sociální a ekonomické o podporu zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce, umožnění získání praxe či zvyšování dovedností (studenti, nekvalifikovaní), dodržování důstojných pracovních podmínek a bezpečnosti práce, podporu místní ekonomiky nebo zohledňování aspektů etického nakupování. V oblasti životního prostředí se zadavatel může zaměřit na snižování emisí, použití látek a materiálů, které nejméně zatěžují životní prostředí a zdraví lidí, minimalizaci či recyklaci odpadů, úsporu energií a přírodních zdrojů. Tyto aspekty přitom lze sledovat jak v rámci České republiky či Evropské unie, tak v globální perspektivě.

Odpovědné veřejné zadávání – definice

V české legislativě není odpovědné veřejné zadávání sice přesně vymezeno, ale i vzhledem k zahraniční praxi lze definovat, že **odpovědné veřejné zadávání je proces, při kterém zadavatel nakupuje produkty, služby a stavební práce, které potřebuje, přičemž získává maximální hodnotu za peníze vytvářením prospěchu pro společnost a ekonomiku, a minimalizací negativních dopadů na životní prostředí.** Tedy odpovědným veřejným zadáváním lze (spolu)naplňovat cíle, které veřejný sektor jinak řeší v rámci jiných politik a s využitím dalších prostředků.

Odpovědné veřejné zadávání, někdy také označované jako sociálně odpovědné veřejné zadávání (Socially Responsible Public Procurement), je velice blízké konceptu společenské

⁶ Zdroj: Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2016, <http://www.portal-vz.cz/cs/Spoluprace-a-vymena-informaci/Vyrocní-zpravy-a-souhrnne-udaje-o-verejnych-zakazk>

odpovědnosti firem (Corporate Social Responsibility). Společnosti v soukromém sektoru, v rámci svých strategií společenské odpovědnosti, věnují pozornost tomu, jaký dopad má jejich podnikání na společnost a životní prostředí a identifikované problémy se snaží řešit. Některé firmy se přiklánějí spíše ke strategickému pojetí společenské odpovědnosti tzv. konceptu vytváření sdílené hodnoty, kdy díky své odbornosti pomáhají řešit sociální či environmentální problémy ve společnosti, které jsou zároveň i problémem pro ně samotné. K implementaci konceptu sociálně odpovědného veřejného zadávání či obecně k odpovědnému nakupování i v soukromém sektoru se dá využít norma ISO 20400 o udržitelném nakupování, která vyšla v roce 2017.

Právní ukotvení

Odpovědné zadávání veřejných zakázek je v řadě členských států Evropské unie běžným trendem, který posiluje směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2014/24/EU, o zadávání veřejných zakázek a o zrušení směrnice č. 2004/18/ES (dále jen „zadávací směrnice“). Zadávat veřejné zakázky dle principů odpovědného veřejného zadávání umožňuje i zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek (dále jen „ZZVZ“), který vstoupil v účinnost 1. 10. 2016, a do kterého byla výše uvedená zadávací směrnice transponována.

Vláda ČR schválila usnesení (dále jen „Usnesení“) ze dne 24. července 2017 č. 531, o Pravidlech uplatňování odpovědného přístupu při zadávání veřejných zakázek a nákupech státní správy a samosprávy (dále jen „Pravidla“).

Jedná se o komplexní Pravidla, která přispívají k závazku ministerstev, krajů, obcí a dalších subjektů, aby při zadávání veřejných zakázek a obecně při svých nákupech zboží a služeb zohledňovali environmentální i sociální, resp. širší společenské aspekty, a o takových nákupech transparentně informovali veřejnost. Svým příkladem pak mají inspirovat další instituce veřejného, ale i soukromého sektoru. Usnesení doporučuje vrcholným představitelům státní správy a samosprávy, aby v jimi řízených organizacích Pravidla uplatňovali a využívali k tomu metodiky pro environmentálně a sociálně odpovědný přístup při zadávání veřejných zakázek a nákupech.

Pojetí odpovědného veřejného zadávání propojuje ekonomické, sociální i environmentální aspekty, a má tak blízko k tzv. principu 3E, který zahrnuje hospodárnost (economy), účelnost (efficiency) a efektivnost (effectiveness). K naplňování Usnesení vznikla pracovní skupina, kterou koordinuje MPSV (oddělení veřejných zakázek, 341), a slouží zejména k výměně zkušeností, sdílení dobré praxe a monitorování výsledků.

Přínosy odpovědného veřejného zadávání

Zadavatelé při uplatňování odpovědného veřejného zadávání maximalizují hodnotu, kterou za vynaložené finanční prostředky získávají. Zohledňováním vhodných sociálních a ekologických aspektů plnění tedy zadavatelé komplementárně řeší problematiky, kterými se i jinak zabývají v rámci své činnosti a vynakládají na ně další veřejné prostředky. Tím dochází k maximalizaci hodnoty, kterou za vynaložené finanční prostředky na plnění veřejné zakázky získávají (angl. value for money).

Vedle efektivnosti odpovědného veřejného zadávání je přínosem i strategické propojení na prioritní zájmy veřejných institucí. Každá veřejná instituce má stanovené strategické cíle, kterých chce v oblasti sociální, ekonomické či environmentální dosáhnout a zároveň sleduje cíle na národní či nadnárodní úrovni (obecně např. dodržování lidských práv, podpora malých a středních podniků, ochrana životního prostředí). Zohledňování naplňování těchto cílů i ve veřejných zakázkách je účinným nástrojem, jak koordinovaně postupovat k jejich dosažení.

Témata odpovědného zadávání veřejných zakázek

S cílem získat maximální hodnotu za veřejné finanční prostředky a podpořit řešení strategických priorit mohou zadavatelé veřejných zakázek zohledňovat řadu témat. Při výběru tématu, kterému se v dané veřejné zakázce věnovat, musí mít zadavatel na paměti jak zásady transparentnosti, přiměřenosti, rovného zacházení a zákazu diskriminace, tak výše zmíněný princip 3E.

Témata lze rozdělit na do tří oblastí – sociální, ekonomická a environmentální, přičemž hranice tohoto dělení nejsou vždy ostré. Tedy některé téma může mít dopad jak v oblasti sociální, tak ekonomické apod. Níže uvedené příklady témat nejsou vyčerpávající, konkrétní výběr a způsob aplikace bude vždy záviset na posouzení aktuální situace a zakázky.

Sociální témata

Podpora zaměstnanosti osob znevýhodněných na trhu práce

S cílem podpory zaměstnanosti má zadavatel možnost požadovat, aby dodavatel do plnění veřejné zakázky zapojil určitý počet osob znevýhodněných na trhu práce. Skupin osob znevýhodněných na trhu práce je přitom široká škála, může se jednat o absolventy bez praxe, osoby po rodičovské dovolené, osoby ve věku nad 55 let, osoby se zdravotním postižením, osoby bez kvalifikace či s nízkou kvalifikací, osoby ze sociálně vyloučených lokalit, dlouhodobě nezaměstnané, osoby po skončení výkonu trestu odnětí svobody apod.

Tyto požadavky se mohou objevit zejména v rozsáhlejších veřejných zakázkách, jejichž plnění probíhá po delší dobu. Předpokládá se totiž, že dodavatelé (případně poddodavatelé) by osoby podílející se přímo na plnění rozsáhlejší veřejné zakázky hledali mimo své stávající personální kapacity, a že by tedy vytvořili nová pracovní místa v každém případě.

Podpora vzdělávání, praxe a rekvalifikací

Pokud zadavatel ve svém regionu, v oblasti svého působení nebo obecně ve společnosti identifikoval problém, který se projevuje ve vzdělávání, nedostatkem praxe studentů nebo deficitem pracovní síly určité kvalifikace, může v rámci plnění veřejné zakázky požadovat, aby dodavatel s řešením tohoto problému pomohl, je-li to v souladu s předmětem plnění. Konkrétně může jít o podporu studentů nebo absolventů vybraných oborů formou exkurzí, stáže či odborné praxe, ale také i o zajištění zvýšení dovedností osob s horším uplatněním na trhu práce a rekvalifikaci v průběhu plnění. Všechny tyto požadavky mají za cíl lepší uplatnění

na trhu práce i po skončení plnění dané veřejné zakázky. Požadavky na podporu vzdělávání, praxe a rekvalifikace je vhodné zvažovat ve veřejných zakázkách, jejichž plnění probíhá po delší dobu, a které nejsou v průběhu realizace přerušovány.

Podpora důstojných pracovních podmínek a bezpečnosti práce, etické nakupování

Existují předměty plnění, při kterých existuje riziko nedodržování důstojných pracovních podmínek a bezpečnosti práce. V těchto případech může zadavatel explicitně požadovat podporu dodržování důstojných pracovních podmínek, a aby se při realizaci plnění za veřejné prostředky dodržovaly všechny předpisy v oblasti pracovněprávní, zaměstnanosti, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Koncept důstojných pracovních podmínek vychází z přesvědčení, že lidé mají právo na produktivní zaměstnání v podmínkách svobody, slušnosti, bezpečnosti a lidské důstojnosti. Zadavatel v rámci zadávacího řízení může buď podporovat dodržování právních předpisů v rozsahu zákonného minima anebo formou multikriteriálního hodnocení preferuje a zvýhodňuje ty dodavatele, kteří nabízejí výhodnější pracovní podmínky (např. vyplácí osobám podílejícím se na plnění zakázky mzdy nad rámec stanoveného minimálního požadavku na mzdy, zajišťuje jim zvláštní péči v době vysokých letních teplot apod.), vždy podle charakteru a podmínek daného zaměstnání.

Etické nakupování je přístup, kdy je dbáno na to, za jakých ekologických a sociálních podmínek bylo vyrobeno poptávané zboží. V praxi se jedná hlavně o nákupy občerstvení, které je požadováno v kvalitě Fair Trade. Fair Trade se zohledňuje zejména u kávy, čaje, kaka, čokolády, rýže, banánů nebo bavlny. Dalším předmětem plnění, který lze nakupovat z etických zdrojů, jsou oděvy. U oděvů může zadavatel nastavit požadavky jak na materiál (bavlnu), ze kterého je oděv vyroben, tak na výrobní proces oděvu. Dodavatelé pak mohou k prokázání splnění požadavků zadavatele využít např. certifikace Fair Trade, GOTS, Fair Wear Foundation.

Ekonomická témata

Podpora malých a středních podniků

Zadavatelé mají možnost prostřednictvím zadávání veřejných zakázek podporovat malé a střední podniky (MSP), které veřejnému sektoru mohou nabídnout kvalitní i inovativní produkty a služby. Podpora malých a středních podniků může být jedním z legitimních cílů veřejného zadavatele, který tím sleduje například růst zaměstnanosti nebo jiné sociální, případně environmentální aspekty. K možnostem, jak podpořit účast MSP na veřejných zakázkách, patří dobrá komunikace, minimální administrativní náročnost zadávacího řízení, přiměřené kvalifikační, finanční a technické požadavky, dostatek času na vypracování nabídky, poskytnutí vzorů a formulářů apod. Rozdělení zakázky na části, dynamický nákupní systém a předběžné tržní konzultace jsou instituty zakotvené v zákoně o zadávání veřejných zakázek, které mohou zadavatelé také využít s cílem podpořit MSP.

Podpora sociálních podniků

Dalším z cílů zadavatele může být podpora sociálních podniků, protože vytvářejí pracovní příležitosti pro osoby se zdravotním, sociálním nebo kulturním znevýhodněním. Sociálně znevýhodnění mohou být např. lidé dlouhodobě nezaměstnaní, etnické menšiny, mládež a mladí dospělí v obtížné životní situaci, lidé pečující o rodinné příslušníky, lidé bez přístřeší a lidé po výkonu trestu odnětí svobody nebo lidé se závislostmi. Mezi zdravotně postižené patří tělesně postižení, mentálně postižení, duševně postižení, sluchově postižení, lidé s kombinovaným postižením, vnitřním postižením nebo zrakově postižení. Zákon o zadávání veřejných zakázek umožňuje vyhradit účast v zadávacím řízení jen dodavatelům zaměstnávajícím na chráněných pracovních místech alespoň 50 % osob se zdravotním postižením. Podnikům, které zaměstnávají osoby jinak než zdravotně znevýhodněné, nelze veřejnou zakázku vyhradit. Proto, chce-li zadavatel podpořit sociální podniky, může je zvýhodnit v hodnocení ekonomické výhodnosti nabídky, a to tak, že přidělí nabídce body, prokáže-li dodavatel, že je sociálním podnikem, nebo přidělením bodů za určité aspekty, které se dají hodnotit jako přínos sociálního podniku (např. za práci se sociálně znevýhodněnými lidmi).

Podmínky v dodavatelském řetězci

V dodavatelských vztazích existuje řada potenciálně problematických prvků, které mají vliv na plnění veřejné zakázky nebo v širším pojetí na společnost, ekonomiku i životní prostředí. K nejvíce problematickým oblastem patří úhrady poddodavatelům za dodané plnění nebo dodržování důstojných pracovních podmínek a bezpečnosti práce, a to ve všech úrovních dodavatelského řetězce, které se podílí na plnění veřejné zakázky.

Jedním z řešení problematických platebních podmínek v dodavatelském řetězci veřejné zakázky je dohoda mezi zadavatelem a dodavatelem o platebních podmínkách, resp. o maximální lhůtě pro převedení splatných částek úhrady veřejné zakázky (splatnost faktur), která také obsahuje závazek, že dodavatel poskytne stejné nebo lepší podmínky i svým dodavatelům (poddodavatelům veřejné zakázky) a zároveň se zaváže tyto podmínky dále poskytnout svým dodavatelům, tedy replikovat tyto podmínky i v nižších úrovních dodavatelského řetězce. Dále lze využít institutu přímých plateb poddodavatelům, který nově zavedl zákon o zadávání veřejných zakázek.

Při zjištění nedostatků týkajících se platební praxe nebo dalších problematických oblastí v dodavatelském řetězci, mají zadavatelé možnost kromě uplatnění sankcí využít cestu nápravných opatření vedoucích k odstranění problémů, které mohou být často efektivnější, napomohou řešit neuspokojivou situaci a zároveň dovolí spolupracovat s vybraným dodavatelem na dokončení plnění.

Environmentální témata

Zohledňování dopadů na životní prostředí je vedle ekonomických a sociálních aspektů jedním z pilířů odpovědného veřejného zadávání. Chytrými veřejnými nákupy za využití ekologicky

šetrných řešení lze snížit negativní dopady na životní prostředí, šetřit energii, snižovat množství odpadu a rozsah znečištění, ale také podpořit udržitelný přístup na trhu s daným segmentem či dávat průmyslu stimulaci pro vývoj zelených technologií a produktů. Ekologicky šetrné zakázky mohou rovněž přispět k udržitelnému rozvoji daného regionu.

Zadavatelé, kteří chtějí zohlednit kvalitu plnění veřejné zakázky v oblasti ochrany životního prostředí, mohou v definici svých požadavků využít různých ekoznaček. Také jako prokázání technické kvalifikace může zadavatel požadovat, aby dodavatel při plnění veřejné zakázky byl schopen použít opatření v oblasti řízení z hlediska ochrany životního prostředí (např. požadavek na zavedení systému EMAS). Zadavatelé mají i možnost hodnotit ekonomickou výhodnost nabídky mimo jiné na základě poměru nákladů životního cyklu a kvality nebo také podle nejnižších nákladů životního cyklu. Principy cirkulární ekonomiky, požadavky na zpětný odběr či recyklaci jsou další aspekty, které lze v určitých případech veřejných zakázek zohledňovat.

Konkrétní řešení a případy dobré praxe

Podrobnosti ke zohledňování výše uvedených témat v zadávacích řízeních veřejných zakázek, k implementaci odpovědného zadávání v organizaci, či obecně k tomuto konceptu najdete na stránkách www.sovz.cz projektu „Podpora implementace a rozvoje sociálně odpovědného veřejného zadávání“, který realizuje Ministerstvo práce a sociálních věcí. Na tomto webu najdete i vzorové textace do zadávacích dokumentací, příklady dobré praxe i důležitou judikaturu. S experty na odpovědné veřejné zakázky můžete konzultovat přímo konkrétní otázky při přípravách zakázek či implementaci ve vaší organizaci (sovz@mpsv.cz). V neposlední řadě můžete prostřednictvím tohoto projektu sdílet vaši dobrou praxi, inspirovat ostatní zadavatele, a přispět tak k rozšíření tohoto konceptu v České republice.

Akční body

- Na základě usnesení vlády ČR č.531 ze dne 24. července 2017, o Pravidlech uplatňování odpovědného přístupu při zadávání veřejných zakázek a nákupech státní správy a samosprávy implementovat koncept sociálně odpovědného veřejného zadávání na úrovni jednotlivých institucí státní správy a samosprávy (za využití metodiky MPSV a MŽP).
- Na úrovni jednotlivých zadavatelů monitorovat a transparentně informovat veřejnost o sociálně odpovědných veřejných zakázkách
- Spolupracovat s Evropskou komisí v oblasti sociálně odpovědného zadávání veřejných zakázek

Strategickými prioritami této oblasti jsou:

- Zajišťování pravidelných školení k zákonu o zadávání veřejných zakázek

Aktivita	Realizátor aktivity	Termín
Zajišťování pravidelných školení k zákonu o zadávání veřejných zakázek, na kterých jsou zadavatelé upozorňováni na možnosti, jak odpovědně veřejně zadávat	MMR	Průběžně, po celou dobu realizace NAP CSR

8. CSR a podniky, příklady dobré praxe

Kapitola bude dopracována.

9. Ochrana spotřebitele

Uspokojování očekávání zákazníků, spotřebitelů a uživatelů služeb je zásadním předpokladem korektního a úspěšného podnikání a udržení či zvyšování konkurenceschopnosti podnikatelského subjektu na trhu. Spotřebitelská očekávání zahrnují řadu oblastí, které se vztahují k bezpečnosti výrobků a služeb, k ochraně ekonomických zájmů spotřebitele (včetně zamezení nekalých praktik, poskytování odpovídajícího zákaznického servisu a řešení reklamací), k odpovídající kvalitě, k transparentnímu vyjádření a deklaraci kvality a k ceně odpovídající nakupované kvalitě. Oblast spotřebitelských zájmů také zahrnuje např. udržitelnou spotřebu či přístup spotřebitele k informacím a vzdělávání.

V EU i v ČR je výše uvedeným oblastem věnována pozornost a z většiny jsou více či méně podrobně regulovány právními předpisy. Lze konstatovat, že pro ochranu spotřebitelů bylo z tohoto hlediska učiněno mnoho pozitivních opatření. Nicméně veškeré situace nelze regulovat právně a je proto třeba vytvářet a aplikovat účinné samo-regulativní nástroje – značky kvality, dobrovolné působení nezávislé třetí strany při posouzení shody s požadavky technických předpisů a norem, kodexy etického chování, příručky správné praxe aj. Aplikace těchto nástrojů, případně i podpora jejich vytváření, má být zásadní součástí CSR podniků ve vztahu ke spotřebiteli. Opomenuta by neměla být ani úloha spotřebitele, který by měl odpovědně přistupovat k rozhodování o svých obchodních transakcích.

Principy ochrany spotřebitele v prioritních oblastech včetně těch zmíněných výše jsou součástí strategického dokumentu „**Priority spotřebitelské politiky 2015 – 2020**“ schváleného vládou dne 7. ledna 2015.

Dalším významným prvkem je fungování **Spotřebitelského poradního výboru** (dále jen „SPV“) zřízeného při MPO. SPV představuje platformu pro dialog mezi státními orgány ČR a nezávislými spotřebitelskými organizacemi, přičemž k jednání SPV je pravidelně přizváván zástupce Svazu obchodu a cestovního ruchu a předseda SPV může přizvat i další hosty z různých zainteresovaných stran.

K prosazování aplikace některých principů CSR přispívá rovněž **dotační politika MPO** v oblasti ochrany spotřebitele. Každoroční výzvy zahrnují mimo jiné také cíl zaměřený na spolupráci spotřebitelských organizací s podnikatelskými subjekty včetně jejich svazů a sdružení sledující společné cíle směřující k ochraně spotřebitele a ke kultivaci tržního prostředí. Významnými aktivitami podporovanými dotační politikou je také informování a vzdělávání spotřebitelů a poradenství pro spotřebitele.

Ve vztahu k **ochraně zdraví a bezpečnosti spotřebitele** platí, že výrobky a služby musí být bezpečné bez ohledu na to, zda na jejich bezpečnost existují legislativní požadavky. Zvláštní pozornost je třeba věnovat zranitelným spotřebitelům (děti, senioři, osoby se zdravotním postižením) a v těchto i dalších případech vyhodnocovat, zda není potřeba jít nad rámec minimálních požadavků stanovených v předpisech či normách. Výše byly vyjmenovány příklady samo-regulativních nástrojů, které organizaci mohou napomoci. Důležitou součástí opatření každé organizace je řádné informování spotřebitele či uživatele služby o správném použití a rizicích zamýšleného nebo předvídatelného

použití. Organizace musí mít vytvořeny funkční opatření a mechanismy pro stahování výrobků z oběhu a jejich zpětného odběru od spotřebitelů.

Očekávání spotřebitele ve vztahu k **ochraně jeho ekonomických zájmů** je nesmírně širokou oblastí, zahrnující řadu služeb včetně např. v oblasti cestovního ruchu či finančních služeb. Konkrétní problémy ve vztahu k ekonomickým zájmům spotřebitelů se obvykle týkají nekalých praktik a nepoctivého prodeje, neodpovídajícího zákaznického servisu a nevstřícného řešení či přímo neřešení reklamací atd. Ve vztahu k CSR je třeba výslovně upozornit na úpravu nekalých (klamavých a agresivních) obchodních praktik (zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů). Příkladem takové praktiky obchodníka je, že neoprávněně (tedy bez plnění) deklaruje závazek dodržovat určitá pravidla chování (kodexy chování). Podobně se za nekalou praktiku považuje neoprávněné používání značky kvality apod.

Zásadním očekáváním spotřebitele je dosažení jeho práv při sporu s prodejcem – poskytovatelem služby. Pro ochranu ekonomických zájmů spotřebitelů má proto velký význam i **vymahatelnost práva**. Zde významně pomáhá vytvoření systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, který v ČR funguje od února 2016.

Kvalita výrobků a služeb na trhu je kvalitativními požadavky spíše výjimečně upravena legislativou (příkladem, kde taková úprava pro některé požadavky existuje, jsou potraviny nebo pohonné hmoty). Spotřebitelé jsou velmi často ve vztahu ke kvalitě dezorientováni. Chtějí „kvalitu“ a neuvědomují si dostatečně, že kvalita má různé úrovně. Věří, že mohou dostat vysokou kvalitu za nízkou cenu. Organizace by měly využívat existující i nové dobrovolné nástroje pro transparentní deklarování úrovně kvality (značky, dobrovolná certifikace aj.) tak, aby spotřebitel měl o nabízené kvalitě jasnou představu a mohl se rozhodovat jak podle kvality, tak dle ceny, v návaznosti na úroveň kvality.

Udržitelná spotřeba je významnou součástí evropských politik. Spotřebitelé si ne vždy dostatečně uvědomují, že se nejedná o jakousi abstraktní podporu životního prostředí, ale že velmi souvisí s jejich ekonomickým zájmem, např. se spotřebou energií. Ve vlastním zájmu by se proto měli orientovat např. v označení výrobků ve vztahu ke spotřebě energií. V tomto směru by mohlo být užitečné také zvýšení informovanosti spotřebitelů o životnosti výrobků (což bezprostředně souvisí s informacemi o kvalitě výrobku ve vztahu k předcházející prioritě, a se zárukou za kvalitu).

Strategickými prioritami této oblasti jsou:

- zvyšování ochrany zdraví a bezpečnosti spotřebitele
- zvyšování ochrany ekonomických zájmů spotřebitele (služby, nekalé praktiky, zákaznický servis, reklamace, mimosoudní řešení sporů)
- zvyšování povědomí o právech spotřebitelů a možnostech, jak řešit případné spory a uplatnit svá práva
- porozumění výhodám udržitelné spotřeby

Aktivita	Realizátor aktivity	Termín
Dotační politika zaměřená na podporu informovanosti spotřebitelů a poradenství při řešení problémů a sporů s obchodníky	MPO, případně další ministerstva	průběžně
Kulaté stoly se zástupci spotřebitelských organizací a podnikatelských svazů	MPO, spotřebitelské organizace, podnikatelské svazy	průběžně
Zvyšování povědomí o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů	MPO, spotřebitelské organizace, profesní organizace a asociace	průběžně

10. Oceňování

V ČR existuje již **celá řada ocenění**, spojených s oblastí společensky odpovědného a sociálně a ekologicky udržitelného a etického podnikání. Část z nich se uskutečňuje v kontextu státní politiky podpory CSR, řada dalších ocenění probíhá po linii iniciativ soukromého sektoru a a organizací, stojících mimo státní či veřejnou správu.

Národní akční plán 2016 - 2018 má za cíl **prohloubit zájem** o CSR na národní úrovni a v regionech a podpořit ocenění aktivit v oblasti společensky prospěšného podnikání a sociálních inovací. Zdůrazňuje význam ocenění úspěšných projektů a příkladů dobré praxe pro **přenos mezinárodních zkušeností, zvyšování konkurenceschopnosti českých firem i kultivaci podnikatelského prostředí**. MPO např. podporuje národní ceny, které vyhlašuje Rada kvality České republiky, tedy Národní cenu kvality ČR a Národní cenu ČR za společenskou odpovědnost, .

Výčet příkladů ocenění a sdílení příkladů dobré praxe v oblasti CSR a udržitelného rozvoje je rozmanitý pokud jde o záběr, typ oceňovaných aktivit i pokud jde o pořadatele. Výčet je uveden níže, jakkoli u některých cen (např. Ceny SDGs) může být dělení na “státní” a “nestátní” ceny nepřesné, neboť jde o spolupořadatelství či partnerství:

gesce státní/veřejné správy	nevládní / soukromý sektor
<ul style="list-style-type: none">• Národní cena ČR za CSR• Cena hejtmana (příslušného) kraje za společenskou odpovědnost	<ul style="list-style-type: none">• Pro Bono & CSR 2017• Social Impact Award• NEJvětší a NEJštedřejší firemní dárce• Ceny Fóra dárců• TOP ODPOVĚDNÁ FIRMA• Ceny Via Bona za filantropii• Česká Inovace (společensky prospěšné projekty)• Ceny SDGs (spolugesce státních orgánů)

Ocenění za odpovědné a udržitelné podnikání, pořádané **nevládními organizacemi, resp. organizacemi soukromého sektoru**, pokrývají tématiku poměrně široce z pohledu typu přínosu pro společnost (dárcovství, filantropie, charita, pro bono právní služby, rozmanité CSR projekty v oblasti životního prostředí, péče o rozvoj zaměstnanců apod.) i z pohledu stádia rozvoje a zaměření podnikání (od etablovaných podniků, velkých korporací přes malé a střední podniky až po tzv. startupy a generování inovací). V tomto směru je žádoucí, aby **oceňování, spontánně a dobrovolně vzniklé “zezdola”, z firemního a neziskového sektoru,**

pokračovalo. Do tohoto typu oceňování může případně stát vstupovat po vzájemné dohodě a v případě zájmu organizátorů formou partnerství, záštity, sdílení příkladů dobré praxe. Příkladem je součinnost státních i nestátních subjektů v případě projektu - Ceny SDGs 2018 cen SDG. Lze si představit aktivnější podíl některých odvětvových resortů v partnerství či záštitě některých cen. Zároveň je tu prostor pro propracovanější postup státu u cen státem či veřejnou správou organizovaných.

Státní a veřejná správa (Rada kvality ČR, MPO, kraje, Úřad vlády) rovněž pořádá (či spolupořádá) **ocenění CSR a ocenění přínosu k udržitelnému rozvoji (ceny SDG)**. Např. Rada kvality ČR umožňuje jednotlivým krajům využívat koncept Národní ceny za společenskou odpovědnost upravený právě pro krajskou úroveň jako Cenu hejmana za společenskou odpovědnost. Z vyhlášených ročníků v roce 2018 vyplývá, že tuto cenu pořádá **méně než polovina krajů**. Ačkoliv Rada kvality ČR ve svých propozicích doporučuje určitý postup, zároveň, s ohledem na snadnější adaptabilitu při jejím počátečním zavádění, umožňuje, aby si každý kraj do značné míry upravil podmínky této ceny podle svých potřeb. Pro vnímání CSR v České republice a podporu sdílení tohoto konceptu na nižší než celostátní úrovni je stávající decentralizované šíření vyhovující a chvályhodné.

Z kapitoly “Udržitelný rozvoj” je zřejmý význam zarámování CSR do strategických priorit udržitelného rozvoje. V tomto směru je zahájení ocenění firem a organizací Cenami SDG významným pokrokem, neboť do problematiky CSR vnáší strategický pohled a propojení s globálními trendy. Příležitostí je využít vši té práce, která byla vložena do “lokalizace” SDG OSN na české poměry v podobě adaptace SDGs cílů na 6 prioritních oblastí Strategického rámce 2030. Souběžně s udělenými cenami SDGs jsou na webové stránce CR 2030.cz sdíleny příklady dobré praxe (v listopadu 2017 šlo o 11 firem, některé s více projekty - viz. <https://www.cr2030.cz/jak-se-zapojit/firmy-priklady-dobre-praxe/>). Pohled na ceny SDGs jako na přínos českých firem k naplňování cílů OSN by tak byl **doplněn o konkrétnější přínos firem a organizací k řešení naléhavých témat, nastolených v 6 prioritních oblastech Strategického rámce ČR 2030**. Prostor pro koexistenci obou pohledů (tj. OSN a ČR) tu nepochybně je. Nemělo by tedy jít o upozadění mezinárodní dimenze. A navíc praxe českých firem, které v zahraničí napomáhají řešení problémů rozvoje (např. i v rámci programů ČRA) je nejen výbornou vizitkou směrem do zahraničí, ale i inspirací pro ostatní podniky v tuzemsku. Zároveň je tu ale prostor pro jakési “strategické utřídění” témat udržitelného rozvoje pro Česko a role aktivit firem a organizací v jejich naplňování.

Realizace nového Národního akčního plánu v letech 2019 - 2023 může být rovněž příležitostí pro **upřesnění, doplnění a rozšíření kritérií pro udílení cen** a sdílení kritérií s kraji. V tomto směru může takový přístup plnit i určitou osvětovou úlohu. Nejde o nastavení jednotného univerzálně platného rámce (např. sebehodnocení C2S EFQM), ale spíše o **promítnutí některých přístupů do přihlášek, sebehodnocení a hodnocení**, které mohou pomoci stimulovat strategičtější přístup k tématice CSR i na úrovni menších podniků, podniků v

regionech, organizací veřejné správy, škol apod. Východisky pro takový postup mohou být otázky (například):

- znáte Strategický rámec ČR 2030, **strategický výhled** regionu, města apod.?
- uvažujete o výzvách a problémech, spojených s udržitelným rozvojem (ve vašem regionu) při stanovení vaší podnikatelské strategie jako **o příležitostech, jejichž řešení můžete napomoci prostřednictvím vašeho podnikání** ?
- jsou vaše záměry v oblasti CSR a udržitelného rozvoje **integrovány do vaší podnikatelské strategie/vašich obchodních plánů** ?
- jsou kritéria etického, odpovědného a udržitelného podnikání **součástí vašich kritérií při výběru vašich obchodních partnerů** (např. dodavatelů) ?
- **vyhodnocujete účinnost** Vašich CSR aktivit, aktivit ve prospěch udržitelného rozvoje ? vyhodnocujete tyto aktivity z pohledu **nákladů i přínosů pro vaši firmu** (např. získávání a udržení kvalifikovaných zaměstnanců, úspora nákladů na externí výpomoc díky tomu, že firemní dětská skupina umožnila znovuzapojení vašich zaměstnankyň / zaměstnanců apod.) ?
- **vyhodnocujete účinnost** Vašich CSR aktivit, aktivit ve prospěch udržitelného rozvoje tím, že **měříte dopad**, zjišťujete zda a jak projekt, který jste podpořili, podstatným způsobem mění situaci či problém, na nějž byl projekt zaměřen?
- znáte kritéria pro **tzv. zodpovědné veřejné zadávání** ? **účastníte se** takových výběrových řízení (resp. **uplatňujete tato kritéria** při vámi vyhlášených výběrových řízeních?)

Jde o ilustrativní ukázkou otázek. Není jejich smyslem opouštět kritéria, více vázaná na tradiční darování, dobrovolnictví, pomoc potřebným ani odrazovat podniky a organizace, které dobrovolně a obětavě pomáhají. Každá pomoc je záslužná a má své místo ve společnosti. Spíše jde o to navíc nastavovat kritéria tak, aby umožnila větší zapojení všem, kteří:

- uvažují o roli své firmy či organizace strategicky
- se zajímají o širší strategický rámec problémů jimž čelí ČR, region, město
- si uvědomují potenciál firemní sféry pro pomoc při řešení společenských témat
- vnímají téma CSR a udržitelného rozvoje jako téma související s podnikáním a mají cíl potenciál přinést firmě užitek nad rámec image a “dobrého pocitu”
- kladou si otázky o smyslu aktivit, do nichž vložili své prostředky
- smysl nehodnotí (jen) na úrovni “výstupu” (kolik bylo darováno dětskému domovu), ale na úrovni “dopadu” a změny (kolik dětí našlo náhradní rodinu a mohlo odejít z dětského domova, kolik dětí získalo dovednosti pro samostatný život a práci po odchodu z dětského domova, kolik se podařilo díky těmto změnám ušetřit veřejných prostředků a vynaložit je na podporu žádoucí změny).

Takto pojatá kritéria a osvěta s nimi spojená mohou pomoci poskytnout podnikům inspiraci a orientaci v tématu, usměrnit a zefektivnit a následně i **ocenit activity**, do nichž se zapojují. I v této oblasti je prostor pro metodické poradenství, sdílení dobré praxe apod.

Strategickými prioritami této oblasti jsou:

- Zvýšit povědomí o Strategickém rámci ČR 2030 jako o tématickém rámci pro CSR z pohledu priorit udržitelného rozvoje v ČR
- Podpořit, motivovat a ocenit aktivity v oblasti CSR, sdílet příklady dobré praxe

Aktivita	Realizátor aktivity	Termín
1) Rozšířit oceňování SDGs o oceňování přínosu firem při naplňování cílů SR 2030.	MŽP ve spolupráci s dalšími spolupořadateli cen SDGs, příp. dalšími resorty	2019
2) Zvážit do udělování cen SR 2030 zainteresovat vhodnou formou další resorty (např. přítomnost příslušného ministra za danou oblast při udílení cen, resp. udělení “Ceny ministra X za příspěvek k udržitelnému rozvoji v té a té oblasti” apod.)	MŽP - projednat se zainteresovanými resorty	2019
3) Zvážit zvýraznění zájmu státu a vhodnou formou nabídnout ocenění za CSR/příspěvek k udržitelnému rozvoji v té a té oblasti (např. “Cena ministra”, “Cena MPO”, “Cena Rady vlády pro udržitelný rozvoj” apod.) organizátorům žebříčků a ocenění, které probíhají v rámci soukromého sektoru, např. Česká Inovace (společensky prospěšné projekty) apod.	zainteresované resorty dle svých věcných oblastí	2020

<p>4) Zvážit doporučení krajům (“Cena hejtmana”) jednotnou metodiku, resp. doplnit metodiku hodnocení (sebehodnocení) CSR o prvky, spojené s byznys řešeními, inovacemi a propojením na trendy a cíle udržitelného rozvoje (SR ČR 2030) (viz. doporučené otázky v návrhu textu NAP 2019 - 2023, resp. také v komentáři k dotazníku MPO k naplňování NAP). Podpořit poradenství pro kraje v této oblasti.</p>	<p>MPO ve spolupráci s Asociací krajů při zapojení odborných poradenských firem</p>	<p>2020</p>
---	---	-------------

Závěr

Seznam použitých zkratk

A-CSR	Asociace společenské odpovědnosti
AMSP ČR	Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
BLF	Business Leaders Forum
BPS	Byznys pro společnost
CEO	Chief Executive Officer
CBCSD	Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj
CSR	Corporate Social Responsibility – společenská odpovědnost organizací
CSV	Creating Shared Values – vytváření sdílených hodnot
ČR	Česká republika
ČSJ	Česká společnost pro jakost
DG EMPL	Generální ředitelství pro zaměstnanost, sociální věci a sociální začleňování
DG GROW	Generální ředitelství pro vnitřní trh, průmysl, podnikání a malé a střední podniky
EK	Evropská komise
ESD	Evropský soudní dvůr
EU	Evropská unie
GCNCR	Národní síť Global Compact Česká republika
GPP	Green Public Procurement
GRI	Global Reporting Initiative
HLG	High Level Group on Corporate Social Responsibility
ILO	Mezinárodní organizace práce
MA21	Místní Agenda 21
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MF	Ministerstvo financí
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí
MSP	Malé a střední podniky
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MV	Ministerstvo vnitra
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
MD	Ministerstvo dopravy
MDGs	Rozvojové cíle tisíciletí (Millennium Development Goals)
MZE	Ministerstvo zemědělství
MZ	Ministerstvo zdravotnictví
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
MŽP	Ministerstvo životního prostředí
MLP	Ministr pro lidská práva, rovné příležitosti a legislativu

NAP	Národní akční plán
NIS-PK	Národní středisko podpory kvality
NKM	Národní kontaktní místo
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OSN	Organizace spojených národů
OP	Operační program
PSP	Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR
PR	Public Relations
P3	P3 – People, Planet, Profit
SDGs	Cíle udržitelného rozvoje (Sustainable Development Goals)
SR ČR 2030	Strategický rámec Česká republika 2030
SOK	Sdružení pro oceňování kvality
SPV	Spotřebitelský poradní výbor
UN GC	United Nations Global Compact
ÚNMZ	Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví
VŠ	Vysoká škola
VÚPSV	Výzkumný ústav práce a sociálních věcí
WBCSD	Světová podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj
WEF	World Economic forum – světové ekonomické fórum

Příloha – Vyhodnocení stávajícího „národního akčního plánu“ ke dni 30. 6. 2018

Příloha – Vyhodnocení on-line konzultace Společenská odpovědnost organizací „Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice“

Příloha – Základní přehled dokumentů souvisejících s CSR