

# Bulletin

## Svět práce a kvalita života



**Mezinárodní  
konference  
Svět práce  
a kvalita života  
v globalizované  
ekonomice**

**13. - 14. září 2007  
VŠE v Praze**

### Projekt „Vliv změn světa práce na kvalitu života“

Hlavním řešitelem projektu je Výzkumný ústav bezpečnosti práce, v.v.i. ([www.vubp.cz](http://www.vubp.cz))



Spoluřešitelé projektu jsou Sociologický ústav AV ČR, v.v.i. ([www.soc.cas.cz](http://www.soc.cas.cz))

a Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze ([www.vse.cz](http://www.vse.cz)).



### Proč společenská odpovědnost podniků?

Diskutovaný problém společenské odpovědnosti firem patří k významným tématům mezinárodní konference Svět práce a kvalita života v globalizované ekonomice. Profesor Akirio Ishikawa je toho názoru, že podnik by měl ve společnosti uspokojit především dvě základní potřeby: sledovat pravidla a normy tržního hospodářství a občanské společnosti a zvětšit bohatství společnosti pro zvýšení prosperity lidí. Uvedené potřeby jsou pokládány za minimální standard, poskytovaný jednotlivými podniky. Nicméně existují specifické formy a podmínky, které jsou proměnlivé podle situací v dané společnosti. Vnímání společenské odpovědnosti podniků může být rozdílné jak mezi státy, tak i v různých časových obdobích. K tomu profesor Ishikawa uvádí vlastní zkušenost:



Já osobně si dnes živě vzpomínám na diskusi s maďarským manažerem po rozpadu socialistické ekonomiky před několika lety. Jedna z otázek směřovala přímo na něj: „*Jaký si myslíte, že je cíl a povinnost při řízení podniku? Zvýšit zisk pro akcionáře, vyvíjet podíl na trhu a uspořádat váš podnik, zajistit zaměstnanost a obohacovat život vašich zaměstnanců, anebo poskytovat vašim zaměstnancům příležitosti k seberealizaci v práci?*“ Odpověď byla: „*Žádná z těchto zmíněných oblastí, ale nejdůležitější je pro mne zajistit přežití naší společnosti.*“

### Jaká by asi byla odpověď většiny manažerů českých firem?

Na tuto otázku lze očekávat široké spektrum názorů, které v rámci konference určitě zazní. Různé postoje, prezentace výhod, přínosů i možných úskalí a problémů mohou účastníkům konference přinést množství inspirativních námětů pro realizaci ve své podnikatelské, výzkumné či jiné činnosti.

**Společenská odpovědnost podniků je nejen předmětem zájmu velké skupiny účastníků konference, ale i tématem autorů celé řady příspěvků jak z České republiky, tak i od našich nejbližších sousedů – ze Slovenské republiky. Jejich prezentace proběhne na mezinárodní konferenci v sekci A s názvem „Globální svět práce a kvalita života“. Budou také v plném znění obsaženy ve vydaném sborníku na CD: Svět práce a kvalita života v globalizované ekonomice - The World of Work and the Quality of Life in the Globalized Economy, ISBN 978-80-245-1207-5. Nicméně můžeme si je ve stručnosti následujícím způsobem přiblížit:**

Doc. Ing. Jana Boučková, CSc.  
Katedra marketingu, VŠE v Praze

### **ÚVAHY O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI FIRMY**

Respektování etické dimenze v činnosti firem a z toho vyplývající příznivý image firmy se stává významným aktivem. Mění se motivace firem ve vztahu ke společenské odpovědnosti. Sociální a environmentální aspekt se objevuje již v samotném poslání a pravidlech fungování firem. Otázkou však stále zůstává jaká je reálná schopnost firmy převzít odpovědnost za společné blaho. Příspěvek chce objasnit i určitou pojmovou nevyjasněnost, upozornit na problémy realizace společenské odpovědnosti, a to i v souvislosti s problematikou restrukturalizace a delokalizace.

Prof. Ing. Dagmar Lesáková, CSc.  
Obchodná fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislavě

### **SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ FIRMY AKO SÚČASŤ FIREMNEJ IDENTITY**

Predmetom predloženej state je analýza a hodnotenie uplatňovania spoločenskej zodpovednosti firiem na príklade spoločnosti Philip Morris Slovakia, s.r.o. Firmy tabakového priemyslu patria medzi tie subjekty, ktorých kontroverznosť podnikania vyžaduje špecifické prepracovanie nástrojov spoločenskej zodpovednosti. V stati skúmame väzby marketingovej stratégie spoločnosti Philip Morris Slovakia s.r.o. s nástrojmi spoločenskej zodpovednosti v oblasti podnikateľských cieľov firmy. Zaoberáme sa tým, do akej miery je Philip Morris ako globálna transnacionálna spoločnosť systematická v manažovaní spoločenských (a politických) otázok, ktoré môžu akýmkoľvek spôsobom vplývať na jej výsledky, reputáciu a pozíciu v odvetví, v ktorom pôsobí. Hodnotíme vnímanie vierohodnosti kampaní spoločnosti a implementáciu koncepcie spoločensky zodpovedného marketingu. Na hodnotenie úrovne naplnenia cieľov spoločensky zodpovedného marketingu Philip Morris Slovakia, s.r.o. uplatňujeme empirický výskum na špecifickej cieľovej skupine vysokoškolských študentov. Cieľom prieskumu je zistiť, ako sú kampane vysokoškolákmi registrované, ktorá zložka obsahu kampane u respondentov najviac rezonovala a v čom identifikovali ich silné a slabé stránky.

Doc. Ing. Helena Majdúchová, CSc.  
Fakulta podnikového manažmentu, Ekonomická univerzita v Bratislavě

### **SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ PODNIKOV – TEORETICKÉ VYMEDZENIE A PRAKTICKÁ APLIKÁCIA V PODMIENKACH SLOVENSKEJ EKONOMIKY**

Závažná a rozsáhlá diskuse o úloze podnikání ve společnosti se v současné době nachází mezi dvěma protikladnými názory. Na jedné straně jsou ti, kteří zastávají názor, že „podnikání je podnikání“ a že jediným právoplatným cílem podnikání je zhodnocení akcií. Na druhé straně jsou ovšem zastánci tzv. sociální odpovědnosti firem - Corporate Social Responsibility (CSR). Spory mezi těmito názory se vyostřují v globálním měřítku.

Ing. Alena Plášková, CSc. – Ing. Eva Pincová  
Katedra managementu, Fakulta podnikohospodářská, VŠE v Praze

### **JE UPLATŇOVÁNÍ SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI VÝHODNOU INVESTICÍ?**

Společenská odpovědnost je jedním ze současných přístupů managementu organizací – podnikatelského i veřejného sektoru. V příspěvku je uvedena stručná charakteristika společenské odpovědnosti, deklarovány její přínosy i možné problémy. Na základě průzkumu a analýzy zpráv našich podniků jsou předloženy základní informace o povědomí a způsobech realizace aktivit společenské odpovědnosti v České republice.

Ing. Martina Prskavcová, Ph.D.  
Hospodářská fakulta, Technická univerzita v Liberci

### **CSR NA PODNIKOVÉ ÚROVNI, VAZBA NA TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ**

Evropská unie definovala udržitelný rozvoj jako „zlepšování životní úrovně a blahobytu lidí v mezích kapacity ekosystémů při zachování přírodních hodnot a biologické rozmanitosti pro současné a příští generace“. CSR (Corporate Social Responsibility – společenská odpovědnost firmy) představuje dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s okolím. Tak jsou definovány pojmy, které mají ve své praktické realizaci přispět k šetrnému způsobu zvyšování lidského blahobytu. Existuje zde skutečně vazba? Chovají se podniky, které prohlašují svoje chování za společensky odpovědné v kontextu trvale udržitelného rozvoje, nebo pouze šíří pozitivní obraz o své společnosti, jejímž primárním cílem je zvyšování hodnoty firmy, ceny akcie, čili zisku? Opravdu dochází k přesunu myšlení od „profit only“ k „people, planet, profit“? Článek se bude zabývat vazbou mezi trvale udržitelným rozvojem, který si stanovila EU jako jeden z prostředků zvýšení konkurenceschopnosti EU a CSR (Corporate Social Responsibility – společenská odpovědnost firmy), které v současné době stále více společností začíná deklarovat, jako zodpovědný přístup svého podnikání. Článek se zaměří na hlavní cíle trvale udržitelného rozvoje, CSR a provede jejich porovnání. Zajímavou částí je úvaha nad problematikou sociální politiky podniku, která přebere některé funkce sociální politiky státu, který je statkem veřejným. Čtenář se seznámí s názorem, zda je vhodné, aby se stát vzdal některých svých nástrojů sociální politiky a předal je podnikatelskému (soukromému) sektoru, bude nastíněno možné opodstatnění sociální politiky podniku v rámci tržního mechanismu. Článek přispěje především k vytvoření komplexního pohledu na trvale udržitelný rozvoj s vazbou na CSR, uvede možnosti efektivního spojení a vizi ideálního vztahu mezi udržitelným rozvojem a oblastí CSR, která je realizována na podnikové úrovni.

Doc. Ing. Jitka Srpová, CSc., Fakulta podnikohospodářská, VŠE v Praze  
Ing. Vilém Kunz, Katedra marketingové komunikace, Vysoká škola finanční a správní

### **SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM A JEJÍ VLIV NA ROZVOJ KVALITY ŽIVOTA V GLOBALIZOVANÉ EKONOMICE**

Chápání toho, v jaké míře by se měly firmy společensky angažovat a jaká je role byznysu v postindustriální společnosti, se postupně mění. Z tradičních tvůrců zisku se začínají stávat tvůrci hodnot, kteří při své fungování usilují nejen o naplnění tradičních ekonomických cílů, ale zároveň i o naplnění sociálních a environmentálních aspektů své činnosti. Příspěvek se zabývá nejen hlavními principy konceptu společenské odpovědnosti firem, ale zároveň se snaží poukázat i na možné výhody, které může společensky odpovědným firmám přinášet. Autoři realizovali výzkum, který probíhal formou polostrukturovaných rozhovorů s představiteli podnikové sféry. Závěry tohoto výzkumu přináší celou řadu námětů k zamyšlení jako např.: zda domácí prostředí firmy dostatečně motivuje ke společensky odpovědnému chování či jaké překážky brání rychlému přijetí myšlenek tohoto konceptu do každodenní praxe podniků v České republice.

## Užitek podnikům i společnosti

Podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Každý podnikatelský subjekt působí v konkrétním místě, využívá zdroje a určitým způsobem ovlivňuje své okolní prostředí. Vedle prvotního cíle podnikatelské činnosti dosahovat zisk a uspokojovat tak zájmy vlastníků, by měl mít společenskou odpovědnost za poskytované produkty a služby (vliv na zdraví), za vliv na životní prostředí a své vnitřní i vnější okolí. Vlivem procesů globálního propojování, prohlubování vzájemné závislosti, růstu informovanosti, síly médií, tlaku veřejného mínění, spotřebitelů, různých ekologických a obdobných hnutí či organizací apod. je stále více kriticky vnímáno chování a jednání firem v rámci společnosti. Jako nepřijatelné chování je zejména vnímána produkce nebezpečných a zdravotně závadných výrobků (příkladem z poslední doby mohou být nebezpečné hračky značky Mattel), ekologická devastace, nízká ochrana před haváriemi, korupce, nezdravé, nebezpečné a nedůstojné pracovní podmínky zaměstnanců (nucená práce, práce dětí). Diskuse kolem společenské odpovědnosti podniků staví do popředí otázky etických, sociálních a ekologických standardů jednání a chování vně i uvnitř firem. Moderní občanská společnost od podnikatelských subjektů očekává, že budou plnit nejen povinnosti vůči vlastníků, dodržovat zákony, minimalizovat rizika znečištění a dalších negativních důsledků podnikové činnosti, poskytovat důstojná pracovní místa, ale že se i budou angažovat se ve prospěch společnosti a přispívat k vyšší kvalitě života.

Ve světě se stále vyvíjejí a zdokonalují nástroje k měření výsledků dosahovaných v různých sférách sociální odpovědnosti. Významná jsou práce na standardu ISO 26000 pro společenskou odpovědnost (dokončení je plánováno v r. 2008). Standard se má týkat nejen podniků, ale i neziskových organizací a vlád. Má zajistit sběr informací o lidských právech, prostředí, právech pracovníků, udržitelném rozvoji, podnikové odpovědnosti apod. Technickou pomoc při vypracování standardu poskytuje Mezinárodní organizace práce (ILO). Dobrovolné ISO normy jsou zaměřeny zejména na kvalitu, ekologii, bezpečnost, ekonomiku, spolehlivost, kompatibilitu, funkční součinnost, výkonnost a efektivnost. Tvoří přidanou hodnotu podnikatelským činnostem, rozšiřují znalosti, podílí se na technickém pokroku a správné manažerské praxi, chrání uživatele a spotřebitele.

Nesmíme také opomíjet pohled firem (vlastníků, managementu), neboť tyto aktivity něco stojí (zdroje, kapacity, úsilí). Firmy očekávají za tuto činnost nejen celou řadu marketingových výhod, ale také vyšší ekonomické přínosy (pokud ne hned, tak v budoucnosti). Přejme si, aby koncept společenské odpovědnosti jako proaktivní a dobrovolné sladování privátních a společenských zájmů nebyl jen proklamací různých kodexů, klamavou reklamou, ale aby byl součástí strategií podniků a realizoval se v jejich běžné činnosti, aby přinášel užitek všem.

**Model zvyšování kvality pracovního života** - zahrnuje a představuje integraci sociálních, bezpečnostních, ekologických a společenských hledisek v podnikání:

