

STRATEGIE

Národní politiky kvality 2011-2015

Příloha č. 5

NÁRODNÍ CENA ČR ZA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST (CSR)



Obsah:

1. Programy Národní ceny ČR za CSR
2. Cena hejtmana za CSR

1. Národní cena ČR za společenskou odpovědnost

1.1 Důvody vyhlášení Národní ceny ČR za CSR

Rada kvality ČR v rámci své strategie na období 2008 -2013 přijala nové programy, kterými rozšiřuje svoje aktivity o společenskou odpovědnost, a zařazuje je do rámce programů Národní ceny kvality ČR. Vedle modelů založených na Modelu EXCELENCE EFQM a modelu CAF pro veřejný sektor vyhláší od roku 2009 také Národní cenu ČR za společenskou odpovědnost

Ve světě existuje řada přístupů k hodnocení společenské odpovědnosti organizací, existují certifikační i jiné systémy i způsoby a postupy udělování ocenění, které realizují převážně komerční subjekty. Rada kvality ČR si uložila za cíl podpořit především objektivní metodické přístupy k hodnocení CSR založené na hodnocení třetí nezávislou stranou. Vytvořila proto ve spolupráci se Sdružením Korektní podnikání originální národní metodiku Tento český model (KORP) je základem hodnocení organizací v programu Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost (Cena za CSR)

Nová strategie 2011-2015 vychází z výsledků předchozích období a program Národní ceny ČR za CSR předkládá jak podnikatelské veřejnosti, tak i organizacím veřejného sektoru jako nástroj, kterým mohou dokladovat všem stakeholders nové přístupy k podnikání a vztahům s veřejností.

2. Základní principy Společenské odpovědnosti

Odpovědné přístupy k podnikání jsou jednou z nejdynamičtějších a nejzajímavějších oblastí pro organizace fungující na globalizujících se trzích. V oblasti podnikání se dnes prosazují i takové principy, jako jsou odpovědnost a transparentnost v aktivitách organizace nebo jaká je shoda s relevantními mezinárodními standardy a národní legislativou jak v rámci vlastního podnikání, tak i v rámci dodavatelského řetězce. Součástí je i respekt vůči lidským právům, akce proti korupci a úplatkářství, zvýšený dialog se státními i soukromými organizacemi, které jsou zapojeny do lokálních projektů.

Společensky odpovědné organizace se chovají tak, aby zohlednily potřeby svého vnitřního i vnějšího prostředí, aby přispívaly k udržitelnému rozvoji, byly transparentní a obecně napomáhaly celkovému zlepšování stavu společnosti v rámci, i nad rámec svého komerčního působení.

Konkrétně se společenská odpovědnost projevuje integrací pozitivních postojů, praktik či programů do podnikatelské strategie organizace na úrovni jejího nejvyššího vedení. Vyžaduje posun pohledu na vlastní společenskou roli z úrovně "profit only" (pouze zisk) k širšímu pohledu v kontextu dnes často zmiňovaných tří „P“ - "People, - Planet - Profit" (lidé - planeta - zisk). Tyto tři aspekty, označované jako Triple-bottom-line ovlivňují chování organizací tím, že se soustředí nejen na ekonomický růst, ale i na environmentální a společenské aspekty své činnosti. Organizace si uvědomují, že nefungují izolovaně od okolního světa, ale jsou jeho přímou součástí. Navíc, hodnocení činnosti organizace jejím okolím a stav tohoto prostředí přímo ovlivňují komerční úspěšnost organizace.

Společenská odpovědnost organizace je trvalý závazek podniku chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako místního společenství a společnosti jako celku (World Business Council for Sustainable Development, 1997).

Principy společenské odpovědnosti vedou k větší přitažlivosti organizací:

- větší transparentností a posílenou důvěryhodností
- dlouhodobou udržitelností rozvoje firmy
- zvýšenou loajalitou a produktivitou zaměstnanců i možností přilákat a udržet si kvalitní zaměstnance
- budováním reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu
- odlišením se od konkurence (konkurenční výhoda), větším potenciálem rozlišení značky spotřebitelem
- vytvářením zázemí k bezproblémovému a úspěšnému komerčnímu fungování
- lepšími příležitostmi pro inovace
- snižováním nákladů na risk management
- budováním politického kapitálu (zlepšování pozice pro současná a budoucí jednání)
- dialogem a budováním vztahů důvěry s okolím, a z toho vyplývajícím vzájemným pochopením
- sníženým rizikem bojkotů a stávek
- přímými finančními úsporami spojenými s ekologickou praxí.

Firmy, které respektují principy společenské odpovědnosti postupně zjišťují důležitost zahrnutí těchto principů do základní obchodní strategie a jejich začlenění jak do strategických, tak i každodenních cílů.

3. Statut Národní ceny ČR za CSR (zásady)

Ceny je určena pro organizace podnikatelského i veřejného sektoru (Malé firmy – do 250 zaměstnanců, malé organizace veřejného sektoru –do 50 zaměstnanců). Průběh Ceny je roční, vyhlášení každoročně v listopadu, přihlášky do 31.3. následujícího roku, předání Ceny opět v listopadu.

Statut je ke stažení na www.npj.cz nebo na www.sokcr.cz a detailní návod k aplikaci je uveden v publikaci „Společenská odpovědnost organizací (CSR) - Aplikace a hodnocení“. (Samostatně pro podnikatelský a veřejný sektor).

Pro hodnocení organizací je použita česká metoda KORP.

Hodnocení ve třech stupních – „Ocenění za zapojení“, společensky odpovědná firma /organizace-finalista“, „Společensky odpovědná firma/organizace vítěz“.

2. Cena hejtmana za společenskou odpovědnost (CSR)



2.1 Zásady

Cena hejtmana za uplatňování principů společenské odpovědnosti (Cena hejtmana za CSR) je určena pro organizace **podnikatelského i veřejného sektoru** kraje v kategoriích:

- do 50, zaměstnanců
- do 250 zaměstnanců
- nad 250 zaměstnanců

Cenu uděluje hejtman kraje ve spolupráci s předsedou Rady kvality ČR.

Cílem soutěže je iniciovat zájem organizací o principy společenské odpovědnosti charakterizované především zvýšeným zájmem o problematiku životního prostředí a sociální odpovědnosti, iniciovat posun pohledu na vlastní společenskou roli z úrovně „Profit only“ (pouze zisk) k širšímu pohledu v kontextu dnes často zmiňovaných tří 2.

2.2 Metoda hodnocení

Přihlášené organizace odpovídají na otázky uvedené v dotazníku (38 otázek)

Pro tématickou přehlednost je dotazník rozdělen následovně:

- regionální odpovědnost
- sociální odpovědnost
- environmentální odpovědnost
- odpovědnost v ekonomické oblasti

Hodnocení provádějí vyškolení hodnotitelé Sdružení pro oceňování kvality (pětibodová stupnice). Konečné pořadí stanoví Hodnotitelská komise, ve které jsou vedle zástupců kraje i zástupci Rady kvality ČR.