



Cena hejtmana kraje za společenskou odpovědnost

Uživatelská příručka

Rok 2011

1. Úvodem

Hejtman Moravskoslezského kraje Jaroslav Palas spolu s předsedou Rady kvality ČR Robertem Szurmanem vyhláší:

Cenu hejtmána kraje za společenskou odpovědnost.

- 1.1 Cena hejtmána kraje za společenskou odpovědnost (CSO) ideově vychází z Národní ceny ČR za společenskou odpovědnost organizací (Corporate Social Responsibility – dále jen CSR) a je určena pro subjekty podnikatelského sektoru Moravskoslezského kraje v kategoriích:
- **do 50 zaměstnanců,**
 - **do 250 zaměstnanců,**
 - **nad 250 zaměstnanců.**
- 1.2 Cílem soutěže je iniciovat zájem organizací o principy společenské odpovědnosti, charakterizované především zvýšeným zájmem o problematiku životní 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 „P“ - „People-Planet-Profit“ (lidé-planeta-zisk).
- 1.3 Soutěž je od roku 2010 součástí Projektu společenské odpovědnosti, který je realizován v Moravskoslezském kraji s cílem zvýšit povědomí občanů a firem o společenské odpovědnosti organizací. Účelem uvedeného projektu je volná spolupráce ekonomicky aktivních subjektů, veřejné správy a zájmových sdružení v oblasti společenské odpovědnosti organizací v Moravskoslezském kraji.
- 1.4 Odpovědné přístupy k podnikání jsou jednou z nejdynamičtějších a nejzajímavějších oblastí pro organizace fungující na globalizujících se trzích. V oblasti podnikání se stále zřetelněji prosazují takové principy jako jsou odpovědnost a transparentnost v aktivitách organizace a shoda s relevantními mezinárodními standardy a národní legislativou jak v rámci vlastního podnikání, tak i v rámci dodavatelského řetězce. Součástí jsou i respekt vůči lidským právům, akce proti korupci a úplatkářství, zvýšený dialog se státními i soukromými organizacemi, které jsou zapojeny do lokálních projektů.

Ve zvýšené míře se vyžaduje, aby organizace integrovaly oblasti společenské (sociální), ekonomické a životního prostředí do vlastního podnikání a nespátřovaly svůj zájem pouze ve zvyšování zisku a příjmů pro vlastníky či akcionáře.

Obecně se zjišťuje, že je potřebné definovat kroky, které je žádoucí udělat ve vývoji k udržitelnému rozvoji jak prostřednictvím práce a vytváření

bohatství, tak i v ohledech jako jsou například korektní dodavatelské vztahy, partnerství nebo ochrana životního prostředí.

Je mnoho principů nebo dokumentů, které jsou sice primárně adresované vládám, ale některé mohou ovlivnit i další subjekty, včetně soukromých organizací. Jedná se například o Všeobecnou deklaraci lidských práv a dvě související úmluvy, tj. Směrnici OECD pro nadnárodní organizace, Deklaraci základních principů a práv při práci ILO (Mezinárodní organizace práce), závěrečnou deklaraci konference o právech dítěte (New York 1990), závěry konference o životním prostředí a rozvoji. V neposlední řadě je třeba zmínit Zelenou knihu – Podpora evropského rámce pro Společenskou odpovědnost organizace (GREEN PAPER - Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility) vydanou Komisí Evropských společenství (COM (2001) 366 final).

2. Koncept společenské odpovědnosti organizací

Základním posláním jakéhokoliv podnikatelského subjektu je poskytování výrobků či služeb svým zákazníkům. To je základem všech úvah při hodnocení výsledků:

Kolik jsme utržili/získali?

Jaké náklady jsme museli vynaložit?

Jaké výše zisku/přebytku jsme dosáhli?

Jak jsme své zákazníky uspokojili?

Jaké pozice zaujímáme vůči srovnatelným organizacím? ... atd.

Takový přístup je obvyklý a pochopitelný. Vždyť „o peníze jde vždycky až na prvním místě“. Současné trendy moderního managementu však ukazují, že organizace vedle uspokojení svých zákazníků usilují i o získání přízně i ostatních zainteresovaných stran (svých zaměstnanců, veřejnosti, orgánů státní správy i samosprávy, občanských sdružení, dodavatelů, investorů). Prokazují jim, že jsou korektní v oblasti podnikání, že jim jde nejen o prospěch pro sebe, nýbrž i o poskytování vytvořených a vkládaných prostředků pro zvýšení ekonomické výkonnosti příslušné lokality, pro péči o životní prostředí a pro zlepšení sociální situace svých zaměstnanců i dalších skupin občanů. Zkrátka, že globální problémy zachování života na naší planetě a zvyšování kvality života lidí a jejich životního prostředí v místě působitě i mimo něj jim nejsou lhostejné a že jsou připraveny svými aktivitami přispět k jejich řešení. Od toho očekávají především vybudování dobrého jména a následně příliv nových zákazníků, což se projeví i ve zvyšování jejich ekonomických výsledků. Tato praxe je kompatibilní s účinky marketingu, je však rozhodně prospěšnější.

Existuje mnoho definic pojmu společenské odpovědnosti, které mají mnoho společných aspektů. Jejich integrací jak z hlediska teoretického, tak praktického je možno najít srozumitelně vyjádřením tohoto pojmu:

Společenská odpovědnost je DOBROVOLNÉ integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních aktivit pro respektování potřeb zainteresovaných stran (tzv. stakeholderů).

3. Základní principy společenské odpovědnosti organizací

3.1 Mezi základní principy společenské odpovědnosti jsou obvykle řazeny:

- **dobrovolnost** (nad rámec legislativy),
- **transparentnost/důvěryhodnost** (nezastírání informací pro zainteresované strany),
- **zohlednění potřeb zainteresovaných stran** (být „slušným sousedem“, plnit dle možností jejich potřeby),
- **komplexnost** (uplatňování přístupu „Triple-Bottom-Line“ - tzn. soustředění aktivit do tří základních oblastí - ekonomické, environmentální a sociální),
- **průběžnost** (ne nahodilé aktivity),
- **dlouhodobost** (nejde o zbytečné vyhazování peněz, aktivity v rámci společenské odpovědnosti jsou investicí do budoucího rozvoje organizace – udržitelnost).

3.2 Principy společenské odpovědnosti - možný profit pro organizace:

- větší transparentnost,
- posílení důvěryhodnosti,
- dlouholetá udržitelnost firmy,
- zvýšení loajality a produktivity zaměstnanců (možnost získat kvalitní zaměstnance),
- budování reputace a z ní vyplývající silné pozice na trhu,
- odlišení od konkurence,
- příležitost pro inovace,
- zmenšení nákladů na management rizik,
- budování politického kapitálu,
- vedení dialogu a budování vztahů důvěry s okolím a z toho vyplývající vzájemné pochopení,
- snížení rizik bojkotů a stávek,
- přímé finanční úspory spojené s ekologickou praxí,

Hlásíte se k naplňování tohoto konceptu? Chcete si ujasnit své pozice? Pak je na místě vyplnění přiloženého dotazníku. Vaše reálná praxe v odpovědích na otázky prověří, zda jste se tomuto konceptu přiblížili plně, zčásti, nebo vůbec. Při vyplňování dotazníku zvažte, jaké aktivity v zadaných oblastech realizujete, čím prokážete jejich existenci a také jaká opatření k dalšímu zlepšení v dané oblasti plánujete do budoucna. Zejména se pokuste formulovat konkrétní důkazy potřebné pro vyhodnocení.

4. Cena hejtmána kraje za společenskou odpovědnost – zásady

1. Účastníci soutěže:

- **Krajský úřad Moravskoslezského kraje**
Vyhlášovatel soutěže o „Cenu hejtmána kraje za společenskou odpovědnost“
- **Rada kvality České republiky**
Odborný garant a spoluvyhlašovatel soutěže
- **Uchazeč**
Podnikatelský subjekt (organizace), který se přihlásí do soutěže
- **Hodnotící komise JURY**
Je orgán jmenovaný hejtmánem Moravskoslezského kraje ve spolupráci s Radou kvality ČR. Jeho úkolem je hodnocení jednotlivých uchazečů a určení vítěze.
- **Hodnotitel**
Je nezávislá osoba vyškolená Radou kvality ČR, bez jakékoliv vazby na hodnocenou organizaci, držitel certifikátu „Manažer CSR“. Hodnotitele jmenuje na návrh Rady kvality ČR hejtmán Moravskoslezského kraje.

2. Krajský úřad Moravskoslezského kraje a Rada kvality ČR

Krajský úřad Moravskoslezského kraje spolu s Radou kvality ČR spolupracují na koncepci soutěže „Cena hejtmána kraje za společenskou odpovědnost“. Případné problémy spojené s realizací soutěže se řeší operativně a na příslušné řídicí úrovni.

3. Pravidla

- Soutěž je určena pro jakýkoliv subjekt podnikatelského sektoru, který působí v Moravskoslezském kraji.
- Soutěž je jednorocní.
- Soutěž je vyhlašována hejtmánem kraje způsobem, který umožní, aby se s touto informací mohla seznámit široká veřejnost.
- Soutěž je rozdělena do tří kategorií
 - **do 50 zaměstnanců,**
 - **do 250 zaměstnanců,**
 - **nad 250 zaměstnanců.**
- Uchazeči se do soutěže přihlašují elektronicky (tj. přihláškou potvrzenou elektronickým podpisem) nebo písemně vyplněním formuláře přihlášky (viz Příloha číslo 1) a daného dotazníku (viz Příloha číslo 2) a jejich zasláním na Krajský úřad Moravskoslezského kraje, odbor kancelář hejtmána kraje

(dále jen určený odbor). Odpovědnou osobou je vedoucí oddělení vztahů k veřejnosti určeného odboru.

- Určený odbor přihlášku a dotazník eviduje.
- Dotazník je vytvořen jako soubor otázek ve 4 hlavních oblastech (Regionální odpovědnost, Sociální odpovědnost, Odpovědnost v ekonomické oblasti, Environmentální odpovědnost). Jeho součástí jsou také Doplnkové otázky.
- Uchazeč vyplňuje dotazník tak, že stručně odpovídá na jednotlivé otázky v dotazníku.
- Vyplněný dotazník a přihlášku zasílá uchazeč určenému odboru v termínu, který bude uveden v pokynech. K těmto materiálům může uchazeč přiložit důkazy, potvrzující údaje v dotazníku (materiály, výroční zprávy atd).
- Hejtman kraje ve spolupráci s Radou kvality ČR jmenuje pětičlennou (předseda + 2 za kraj + 2 za Radu kvality ČR) hodnotící komisi JURY.
- Hodnotící komise JURY určí hodnotitele pro posouzení jednotlivých organizací a předá jim příslušné dotazníky k posouzení. Je postupováno tak, že každý dotazník posoudí nezávisle dva hodnotitelé a formou odborného posouzení (konsenzu) rozhodnou o počtu získaných bodů uchazeče.
- Hodnotící komise JURY posoudí výsledky práce hodnotitelů, v případě nejasností projedná problém přímo s příslušnými hodnotiteli. Sestaví pořadí uchazečů. První organizace v dané kategorii navštíví hodnotitelé, kteří provedli první hodnocení. Provedou případnou korekci předchozího hodnocení a výsledek předají JURY.
- Hodnotící komise JURY rozhodne s konečnou platností o pořadí prvních organizací v daných kategoriích (uchazečů).
- Hejtman kraje rozhodne o způsobu a datu vyhlášení vítězů i o formě ocenění.
- Odpovědná osoba zajistí náležitosti slavnostního vyhlášení vítězů a předání ocenění, včetně podmínek pro přiměřenou publicitu.