

INFOLIST O ODPOVĚDNOSTI FIREM V DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCÍCH



Odpovědné firmy zohledňují dodržování lidských a pracovních práv na všech úrovních výroby a obchodování. Dodržují principy CSR a TBL (viz níže) v celém dodavatelském řetězci. Dbají na důstojné pracovní podmínky svých zaměstnanců i zaměstnanců v subdodatelských továrnách, které pro ně vyrábí a motivují k tomu i své dodavatele.

PROBLÉMY V DODAVATELSKÝCH ŘETĚZCÍCH

Velká část zboží, které si kupujeme, je vyráběna v zemích globálního Jihu. Firmy přesouvají svoji výrobu do těchto oblastí (především do zemí jihovýchodní Asie, Latinské Ameriky a Afriky), protože je zde mnohem levnější pracovní síla. Mnoho firem již žádné továrny nevládní. Jedná se tedy spíše o obchodní firmy, které odebírají zboží od továren nebo zprostředkovatelských firem a dále jej prodávají. Mnohé firmy se pak vyhýbají odpovědnosti za podmínky výroby zboží a některé bohužel ani netuší, za jakých podmínek vznikají jejich produkty. Toto se týká nejen prestižních zahraničních značek, ale i řady českých firem. Podmínky výroby zboží jsou pak mnohdy velice vzdálené představám o odpovědném podnikání.

Nejčastější problémy zaměstnanců dodavatelských továren:

- ★ nízké mzdy nepokrývající ani základní životní potřeby,
- ★ extrémně dlouhá pracovní doba, až 16 hodin denně 7 dní v týdnu,
- ★ diskriminace a sexuální zneužívání
- ★ fyzický a psychický nátlak,
- ★ nedodržování bezpečnosti práce,
- ★ nucená práce,
- ★ potlačování odborů,
- ★ podvody při auditech a kontrolách.

I když se většina velkých i některé menší firmy věnují problematice CSR (Corporate Social

Responsibility – Společenská odpovědnost firem), právě oblast dodavatelských řetězců bývá opomíjena. Firmy především díky tlaku spotřebitelů a kampaním nevládních organizací již několik let zveřejňují tzv. CSR reporty, které popisují vývoj v oblasti jejich odpovědnosti. Ty ale bývají zpochybňovány nezávislými organizacemi, které dlouhodobě monitorují pracovní podmínky v zemích globálního Jihu (1). Podle nich jsou řešeny spíše jiné oblasti CSR, např. zdravotně nezávadné výrobky, dopad činnosti firmy na životní prostředí či podpora místních aktivit formou filantropie. V České republice bývá právě firemní filantropie ztotožňována s firemní odpovědností. „V České republice se míra společenské odpovědnosti firmy hodnotí na základě objemu vynaložených částek, nikoliv podle dopadu na samotnou společnost,“ popsala převažující pohled na CSR Lucie Kuldová (2). I přes přetrvávající kritiku je nutné ale podotknout, že řadu dílčích problémů se daří postupně řešit a role velkých firem je v kontextu zlepšení pracovních podmínek naprosto klíčová.

JAK NA ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ?

Existují osvědčené způsoby, kterými mohou firmy zaručit, že při výrobě jejich zboží nedocházelo k porušování lidských práv. Tyto postupy jsou uplatnitelné jak pro menší výrobce, tak i pro velké značky. Právě ty mají příležitost ovlivňovat podmínky, za nichž se zboží vyrábí a obchoduje.

Konkrétní kroky, které by měly firmy učinit (3):

- ★ přijmout závazný etický kodex,
- ★ provádět nezávislé a nehlášené sociální audity,
- ★ zapojit se do nezávislé vícestranné iniciativy (4),
- ★ podpořit svobodu sdružování a právo na kolektivní vyjednávání dělníků,
- ★ dlouhodobě spolupracovat a podporovat subdodatelské továrny.

1. např. organizace SACOM (www.sacom.hk), SOMO (www.somo.nl), Institute for Global Labour and Human Rights (www.globallabourrights.org)

2. Lucie Kuldová (2010): Společenská odpovědnost firem – etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi

3. více v materiálu „4 kroky k odpovědnosti“, ke stažení na www.nazemi.cz

4. tzv. multi-stakeholder iniciativy (MSI), v textilním sektoru například iniciativa Fair Wear Foundation (www.fairwear.org)

CO ZNAMENÁ CSR

V současnosti je firemní odpovědnost zmiňována především v souvislosti se CSR – Corporate Social Responsibility (Společenská odpovědnost firem). Firmy prostřednictvím své CSR strategie reagují na požadavky a potřeby relevantních stakeholderů, přičemž se snaží při podnikání zohledňovat kromě maximalizace svého zisku řadu dalších aspektů své činnosti.

Samotný pojem CSR byl poprvé zmíněn Howardem Bowenem v roce 1953 (5). V průběhu následujících šesti dekad se CSR stala velice důležitým a diskutovaným nástrojem kontroly jednání firmy ve vztahu ke svým zaměstnancům, životnímu prostředí a společnosti jako celku. Jelikož samotný pojem CSR obsahuje celou řadu dílčích témat, byl již mnohokrát redefinován. CSR čelila samozřejmě i značné kritice, nicméně postupně se dostala i do agendy EU, OSN i OECD.

KDO JE STAKEHOLDER?

Za stakeholdera je považován jedinec, skupina či organizace, která může být ovlivňována nebo ovlivňovat jednání firmy. Může se jednat o akcionáře, zákazníky nebo výrobce.

Evropská komise definuje CSR následovně (6):

CSR je odpovědnost firmy za společenské dopady jejího podnikání. Předpokladem k naplnění požadavků takové odpovědnosti je respekt k platným zákonům a společenským dohodám mezi různými sociálními aktéry. Firma může být považována za opravdu odpovědnou v případě, že integruje do svých klíčových strategií témata týkající se sociálních, environmentálních a etických otázek, stejně tak i problematiku dodržování lidských práv a zohlednění zájmů spotřebitelů s cílem:

- ★ maximalizace přínosů jak pro vlastníky firmy (shareholders), tak pro všechny další relevantní stakeholdery a společnosti jako celku,
- ★ identifikace, prevence a zmírnění možných negativních dopadů.

Základní oblasti implementace CSR:

- ★ zdraví (spotřebitelé),
- ★ příroda (klimatické změny),
- ★ lidé (zaměstnanci),
- ★ komunita (dobré vztahy),
- ★ dodavatelé (dodavatelské řetězce).

TRIPLE BOTTOM LINE (TBL)

Podle principu „triple bottom line“ (7) by firmy měly při svém podnikání posuzovat úspěšnost a udržitelnost na základě tří základních pilířů. Prvním z nich je ekonomická prosperita (profit), druhým sociální kontext a dopady činnosti firmy na společnost (people) a třetím pak životní prostředí (planet). TBL se tedy skládá ze třech P (profit, people, planet) a jejím cílem je posoudit činnosti firmy v kontextu ekonomických sociálních a environmentálních faktorů v určitém časovém horizontu. Jedině firma, která se při jednání řídí zmíněnými principy, může zaručit, že si plně uvědomuje všechny náklady své podnikatelské činnosti.

ZÁKLADNÍ MÝTY O ODPOVĚDNOSTI FIREM

Firmy nemají odpovědnost za pracovní podmínky v subdodavatelských továrnách.

- ★ Naopak firmy a jejich obchodní praktiky, kdy tlačí dodavatele k nesmyslně nízkým cenám a nereálným dodacím podmínkám, jsou klíčovými aktéry změny. Pokud si mohou diktovat nákupní podmínky, mohou jistě i do značné míry diktovat podmínky výroby svého zboží a spolupracovat s majiteli továren na zlepšení pracovních podmínek.

Firmy přece provádí vlastní audity.

- ★ Vlastní audity bývají netransparentní, nepravidelné a postrádají nezávislost.
- ★ Vlastní audity často slouží ke snaze přesvědčit spotřebitele a další stakeholdery o odpovědnosti firmy, aniž by se reálně cokoliv měnilo k lepšímu.
- ★ Řešením je zapojení firmy do nezávislé vícestranné iniciativy – MSI (např. Fair Wear Foundation), která je schopna iniciovat transparentní, nezávislé a pravidelné audity.

Více informací k tématu najdete na www.nazemi.cz/odpovednost.

5. Howard Bowen (1953): Social responsibility of the businessman, New York

6. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>

7. Principy TBL rozpracoval v 90. letech 20. století John Elkington v knize „Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business“, Capstone, 1997.