

Firmy už nebude živit jen zisk, ale i byznysová etika

– TEXT – Radek Novotný – FOTO – Václav Vašků

Navenek to vypadalo, že se západní firmy odhodlaly odejít z velkého ruského trhu rezolutně a ochotně. Boykot jako reakce na vojenský vpád na Ukrajinu je přece jasná a morální věc. Odchod to byl ale bolestný a v mnoha případech zdráhavý. Ve skutečnosti spíš hrálo roli, že hlavní představitelé západních zemí vystoupili jednoznačně proti válce a jejím původci, ruskému prezidentovi Vladimiru Putinovi. Neobvykle významnou roli hrál i celospolečenský tlak. Nepřipojit se znamenalo vystavit se riziku ztráty reputace. Přesto řada firem omezila obchodování s Ruskem jen naoko nebo nespĺnily všechno, k čemu se zavázaly. Sleduje to britská Moral Rating Agency, která v říjnu vydala žebříček pod názvem „síň komunikační hanby“. V něm označila 12 korporací, jejichž skutečné činy nejméně odpovídají prezentovaným plánům zastavit či přerušit byznys v Rusku. Na prvních místech se objevily obří konglomeráty jako PepsiCo, Nestlé nebo Unilever.

Zakladatel Moral Rating Agency Mark Dixon zdůvodnil první místo PepsiCo poukazem na velkou časovou prodlevu. Potravinářský gigant v březnu oznámil, že v Rusku přestává prodávat, ale ještě v srpnu to nebyla pravda. A také prý zapomněl zmínit, že má v zemi dvě továrny na brambůrky.

Příklad lišáckého řešení poskytla automobilka Mazda. Sice se oficiálně zbavila svého polovičního podílu ve společném podniku s ruským výrobcem Sollers, avšak partnerovi ho podle agentury Reuters prodala za jediné euro, přičemž smlouva Mazdě umožňuje odkoupit svůj podíl ve společném podniku do tří let za stejnou částku.

Řada obchodníků také stále hledá nové, alternativní cestičky vývozu do Ruska anebo dovozu odtud. Mezinárodní dodavatelské řetězce jsou tak komplikované, že není obtížné najít nenápadné skuliny.

Třeba drony, útočící na ukrajinské vojenské i civilní cíle, Rusku dodal Írán. Ten je přitom vyrobil převážně z komponent od firem se sídlem ve Spojených státech amerických a v Evropě. Jde i o čipy a další pokročilé součástky. Podle CNN si nyní Rusko začne tyto vojenské drony vyrábět s pomocí Íranu, tudíž i západních firem, samostatně.

Do Ruska proudí – nejspíš přes překupníky – i české pivo. Nápoj není na sankčním seznamu, ale největší pivovary v Česku tvrdí, že do Ruska přestaly vyvážet. Po začátku války skutečně jejich export do země klesl, ale v posledních měsících se začíná vracet na původní hodnoty.

Na podobných objemech jako loni zůstal i celkový dovoz produktů z Ruska do Česka. Kvůli obrovskému zdražení energetických surovin vzrostla hodnota ruského importu na dvojnásobek. Česko tak stále více sponzoruje ruskou válku, a to nejen platbami za energetické suroviny, které zatím potřebuje, než se bude moct od ruských dodávek kompletně odstříhnout. Dál se dovážejí i jiné, méně důležité věci a jejich množství příliš neklesá.

Ruské produkty se různými pokoutnými cestami dál valí i do dalších evropských zemí. Unie investuje miliardy eur, aby se zbavila plynu z Ruska. Hlavním zdrojem nezávislosti mají být námořní terminály na dovoz zkapalněného zemního plynu (LNG) od těžařů z jiných zemí, například USA nebo Kataru. Do unie se ale potichu dostává stále více i z Ruska, které je podle listu The Wall Street Journal pro EU druhým největším zdrojem zkapalněného plynu po Spojených státech.

Rusko také stále vydělává třeba na prodeji diamantů do Evropy. Většina surových diamantů z celého světa proudí přes malou čtvrť v belgických Antverpách, čtvrtina z nich pocházela před válkou na Ukrajině právě z Ruska. Jak uvádí britský deník The Guardian, dovoz z této země pokračuje ve velkém i letos, přestože tamního hlavního těžaře Alrosu kontroluje ruský stát. Evropská unie na něj

Některé firmy už opatrně přiznávají, že je k bolestivému odchodu z velkého ruského trhu vedl ohled na veřejné mínění. Nechtěly riskovat reputaci.



měla uvalit sankce, ruská společnost nakonec ale ze schváleného seznamu záhadně vypadla.

Tyto tajemné zákruty světového obchodu vyplouvají na povrch jen pozvolna, protože se dnes kvůli tlaku západní společnosti prakticky žádná firma otevřeně příliš nechlubí svými obchodními aktivitami v Rusku.

Na druhou stranu většina větších západních společností z tamního trhu skutečně odešla. Tým pod vedením profesora Jeffreyho Sonnenfelda na Yaleově univerzitě začal na počátku konfliktu na Ukrajině sledovat reakce téměř 1400 větších společností, které v Rusku obchodovaly. V té době jen pár desítek z nich oznámilo, že dobrovolně omezují své operace v zemi. Nyní už je jich hodně přes tisícovku a většina z nich odešla z ruského trhu úplně. Zprávu o tomto seznamu přinesla řada světových médií a v západních zemích vznikl velký celospolečenský tlak, který ohrožoval pověst těchto firem.

Může se zdát, že jde o extrémní a aktivistický přístup. Jednoznačným cílem podnikání je přece vytvářet zisk. Tak jednoduché už to ale není a nebude. Do byznysu se stále

více promítají požadavky známé jako ESG. Firmy jsou hodnoceny podle toho, jak se staví k otázkám ekologické udržitelnosti, společenské odpovědnosti a správného řízení podniků.

Evropská unie bude plnění ESG požadovat a vynucovat si ho. K tomu bude sílit i tlak veřejnosti, médií či výzkumných organizací na politicko-etické chování firem. Některé už i opatrně přiznávají, že je k bolestivému odchodu z velkého ruského trhu vedl právě ohled na veřejné mínění, a počítají s tím, že v podobném duchu bude „veřejná kontrola“ pokračovat i v dalších ohledech.

Etičtější chování v mezinárodním obchodu se přitom může vyplatit nejen reputačně, ale zároveň i finančně. Výzkumníci z Yaleovy univerzity spočítali, že trh odměnil firmy, které odešly z Ruska, růstem akcií nebo výhodnějšími úvěrovými podmínkami. To podle analýzy ukazuje, že mezinárodní investoři připisují rozhodnutí stáhnout se z Ruska vysokou důležitost a také že riziko ztráty reputace u zákazníků vzniklé setrváním v Rusku výrazně převyšuje náklady na odchod ze země. ■

inzerce

Pražské jaro
78. mezinárodní
hudební festival
12. 5. — 2. 6. 2023



Státní podpora



innogy

Partner festivalu



Partner koncertu



Technologický partner



Generální mediální partner



Hlavní mediální partner



Mediální partner



festival.cz

Oficiální sponzor