



PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

# Společenská odpovědnost středních a velkých firem v sociální oblasti v Kraji Vysočina

Mgr. Daniel Hanzl, SVOŠ sociální Jihlava



## Definice společenské odpovědnosti firem I

- Společenská odpovědnost firem je pojem, který je přeložen do češtiny z anglického sousloví Corporate Social Responsibility, zkráceně CSR.
- Koncept společenské odpovědnosti firem se poprvé objevuje počátkem 2. poloviny 20. století.
- společenská odpovědnost firem fakticky nemá žádné konkrétní vymezující hranice a je založena na dobrovolnosti.
- Je trendem, který apeluje na změnu orientace firem z krátkodobých cílů na dlouhodobé, z maximálního na optimální zisk.

## Definice společenské odpovědnosti firem II

- Mimo ekonomické stránky (produkovat zboží a služby, které společnost požaduje) a stránky právní (naplňovat své ekonomické zájmy v rámci právních omezení) přidává Carroll stránku etickou (chovat se v rámci etických norem společnosti nad rámec zákonných požadavků) a stránku dobrovolnou (která je ponechána na uvážení podnikatelů, vlastníků a manažerů)
- Společenská odpovědnost je považována za jeden z druhů etického řízení, který doplňuje a rozvádí teorii, kdy se ve středu zájmu nachází **sociální rozvoj**. Podnik se přestává orientovat pouze na krátkodobé dosahování a směřuje své aktivity k dlouhodobějšímu cíli. Ve svých aktivitách upírá pozornost na všechny principy **trvale udržitelného rozvoje společnosti**. Je to snaha **zlepšovat vztahy s okolím, dělat něco navíc, chovat se tak, abych nejen neškodil, ale abych přinášel přidanou hodnotu, a to vše na bázi absolutní dobrovolnosti**.

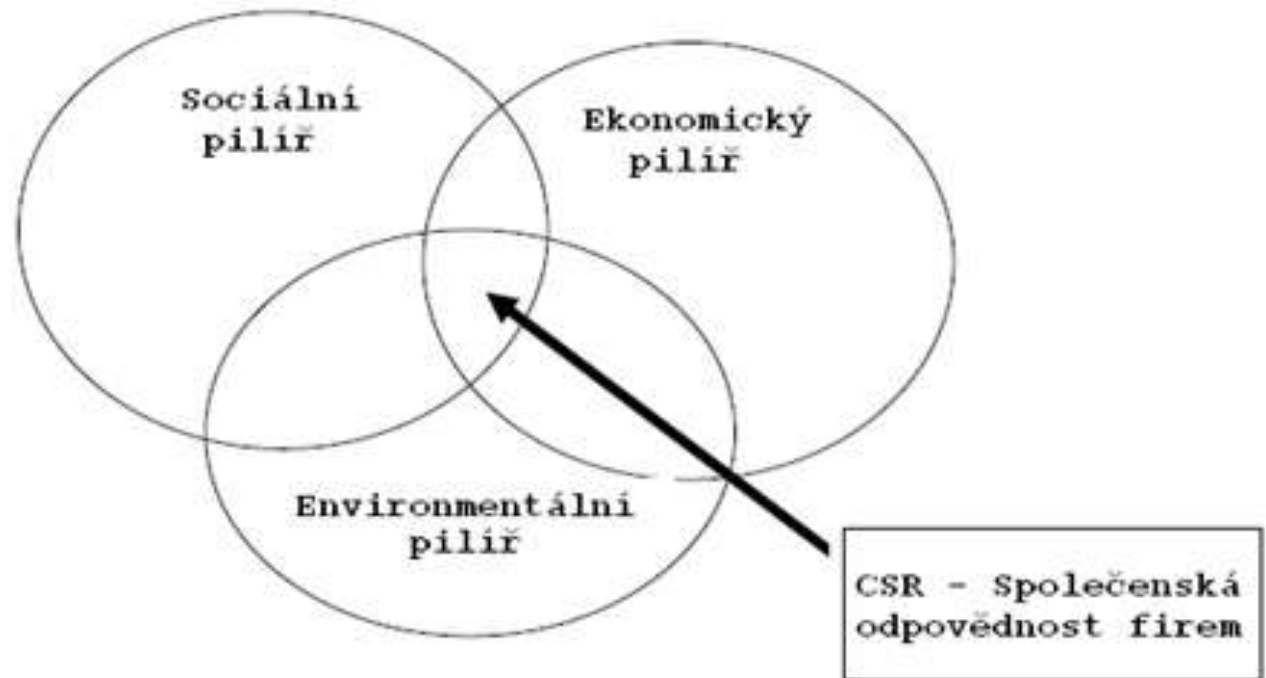
## Přínos CSR (SOF)

- Větší přitažlivost pro investory
- Větší průhlednost a posílená důvěryhodnost
- Dlouhodobá udržitelnost firmy
- Zvýšená loajalita a produktivita zaměstnanců
- Možnost přilákat a tak si udržet kvalitní zaměstnance
- Větší ochota zaměstnanců participovat na výsledku firmy
- Budování reputace a z ní vyplývající pozice na trhu
- Konkurenční výhoda
- Snížené riziko stávek

# Pilíře CSR (SOF)

CSR je koncept opírající se o tzv. tři pilíře – ekonomický, sociální a environmentální

K tomu, aby byl podnik odpovědný nestačí pouze třídít odpad (ekologie) či jen přispívat na charitu a pečovat o lidský kapitál (sociální oblast). Podnik by měl také ctít zásady podnikatelské etiky, odmítat korupci a být transparentní (ekonomická oblast)



# Ekonomický pilíř

- Do tohoto pilíře spadají aktivity jako je poskytování transparentních informací, praktické využívání etického kodexu, péče o zákazníky, nabídka kvalitních produktů, včasné placení faktur, šíření principů odpovědného podnikání v rámci dodavatelsko odběratelského řetězce, poskytování jasných a přesných informací o výrobcích a službách či využívání etické reklamy.

## Environmentální pilíř

- Ekologický způsob podnikání rovněž přináší finanční úspory. Šetrné využití energie, prevence znečišťování, minimalizace odpadu a recyklace, to vše může přinést podniku zefektivnění provozu, značné snížení nákladů a jiné výhody

## Sociální pilíř

- Tento pilíř lze rozdělit na dvě oblasti:
- 1) Oblast pracovního prostředí a 2) místní komunity.
- Ad1) Pracovní prostředí se týká především zaměstnanců, kteří jsou na firmě značně závislí: finanční odměna za vykonanou práci je pro ně zdrojem živobytí, je to místo, kde tráví významnou část dne, práce ovlivňuje kvalitu jejich soukromého i rodinného života a mnohdy má vliv i na jejich zdraví. Na druhou stranu úspěch firmy závisí na kvalitě zaměstnanců.
- Ad2) Co se týče místní komunity, v okamžiku zahájení podnikatelské činnosti se firma stává její součástí. Podnik, který se aktivně zapojuje v místní komunitě, může identifikovat nové trhy a posilovat věrnost zákazníků a také jako dobrý soused se může projevovat například finanční či materiální podporou veřejně prospěšných aktivit a projektů či dobrovolnou prací. V neposlední řadě podpora komunity významně pomáhá budovat firemní reputaci.



CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Zapojení zaměstnanců a komunikace	Zjišťování zpětné vazby	<ul style="list-style-type: none"> <li>Průzkum spokojenosti</li> <li>Evidence a řešení stížností</li> </ul>
	Zapojení do rozhodování	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sběr návrhů na zlepšení výkonnosti firmy</li> <li>Vliv zaměstnanců na zaměření CSR aktivit</li> </ul>
	Interní komunikace	<ul style="list-style-type: none"> <li>Využití prostředků interní komunikace</li> <li>Informování uchazečů o práci o CSR</li> </ul>
Ohodnocení za práci	Finanční ohodnocení	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odpovídající platové ohodnocení</li> </ul>
	Nefinanční benefity	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sportovní a relaxační vyžití</li> <li>Kulturní vyžití</li> <li>Spoolečenské akce pro zaměstnance</li> <li>Navýšení dovolené a volna</li> <li>Osobní komfort (notebook, auto, mobil)</li> <li>Příspěvek na dojíždění do práce</li> <li>Zaměstnanecké akcie</li> </ul>
Vzdělávání a rozvoj	Vzdělávání zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> <li>Školení, kurzy, mentoring</li> </ul>
	Profesionální rozvoj	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plány kariérního rozvoje</li> </ul>
Zdraví a bezpečnost	Firemní politika	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pravidla, opatření, školení</li> </ul>
	Zdravotní služby	<ul style="list-style-type: none"> <li>Příspěvek na nadstandardní zdravotní péči</li> <li>Očkování</li> </ul>
Vyváženost pracovního a osobního života	Flexibilní formy práce	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pružná pracovní doba</li> <li>Práce z domova</li> <li>Zkrácená pracovní doba</li> <li>Práce na směny</li> <li>Sdílení pracovního místa</li> </ul>
	Péče o děti, seniory či nemocné osoby	<ul style="list-style-type: none"> <li>Příspěvek na hlídání</li> <li>Psychologická podpora</li> </ul>
	Zaměstnanci na rodičovské dovolené	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kontakt během rodičovské dovolené</li> <li>Podpora při návratu do zaměstnání</li> </ul>
Outplacement	Podpora propouštěných zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finanční forma podpory</li> <li>Pomoc při hledání práce</li> <li>Rekvalifikace a školení</li> </ul>
Rovné příležitosti	Opatření proti diskriminaci	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bránění diskriminaci na pracovišti i při nábore nových zaměstnanců</li> </ul>
	Rozmanitost na pracovišti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podpora rozmanitosti na pracovišti (ženy, etnické minority, handicapovaní a starší)</li> </ul>
Podpora místní komunity	Firemní dobrovolnictví	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)</li> </ul>
	Matchingový fond	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firma navýší prostředky získané mezi zaměstnanci</li> </ul>
	Benefiční akce	<ul style="list-style-type: none"> <li>Benefiční plesy, aukce, tomboly</li> </ul>

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Podpora komunity	Firemní dárcovství	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Finanční či materiální podpora, poskytnutí služeb se slevou či zdarma, zapůjčení firemních prostor</li> </ul>
	Firemní dobrovolnictví	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)</li> </ul>
	Firemní investice do místní komunity	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dlouhodobé strategické zapojení do místní komunity či partnerství s neziskovými organizacemi</li> </ul>
	Komerční aktivity v místní komunitě	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sdílený marketing</li> <li>▪ Sponzoring</li> </ul>
	Vlastní firemní projekty	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vlastní veřejně prospěšné projekty</li> </ul>
	Fair Trade, ethnocatering	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Využití Fair Trade produktů a ethnocateringů na firemních akcích, rautech a snídaních</li> </ul>
Spolupráce se školami	Spolupráce se studenty	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Studentské stáže, praxe či exkurze</li> <li>▪ Konzultace diplomových prací</li> <li>▪ Podpora studentských aktivit</li> </ul>
	Podpora výuky	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zapůjčení či darování techniky</li> <li>▪ Účast na výuce</li> </ul>
Zapojení stakeholderů	Zapojení zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firemní dobrovolnictví</li> <li>▪ Matchingový fond</li> <li>▪ Benefiční akce s účastí zaměstnanců</li> </ul>
	Zapojení zákazníků	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zapojení zákazníků do CSR aktivit firmy</li> </ul>
	Zapojení obchodních partnerů	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zapojení obchodních partnerů do CSR aktivit</li> </ul>

## Rozvoj lidského kapitálu

- Lidský kapitál představuje lidský faktor v organizaci. Je to kombinace inteligence, dovedností, zkušeností a návyků pracovníků, kteří jsou prospěšní k naplňování cílů organizace a dále také otázky zdraví a bezpečnosti.
- Teorie lidského kapitálu je založena na myšlence, že produktivitu a budoucí příjmy lze zvyšovat nejen investicemi do strojů, budov, dopravních prostředků atd., ale také investicemi do vzdělávání lidí
- Vzdělávání pracovníků: formální vzdělání (oficiální kurzy, semináře, studium), pracovní praxe, učení se v ostatních životních činnostech (činnosti běžného života).

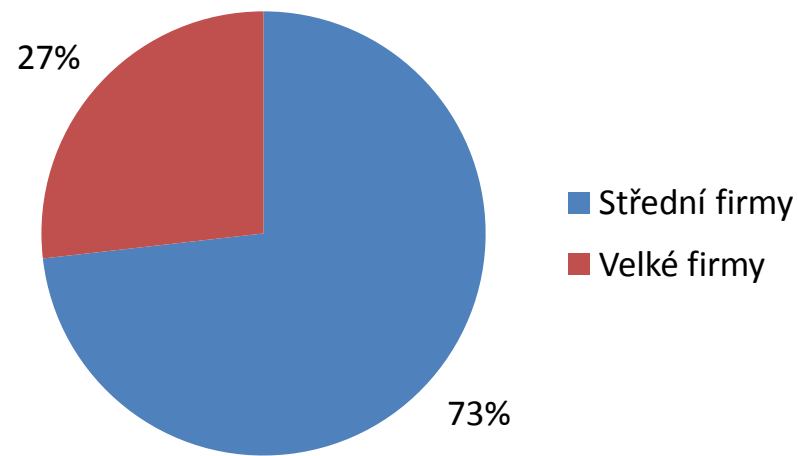
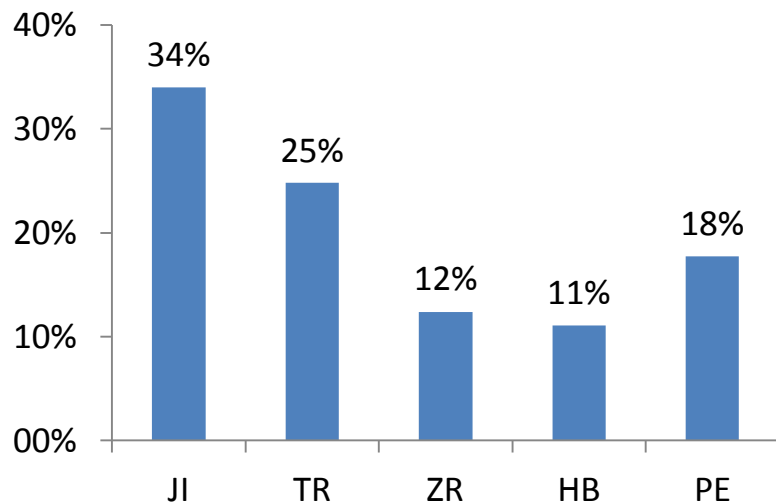
## Lidská práva a gender studies

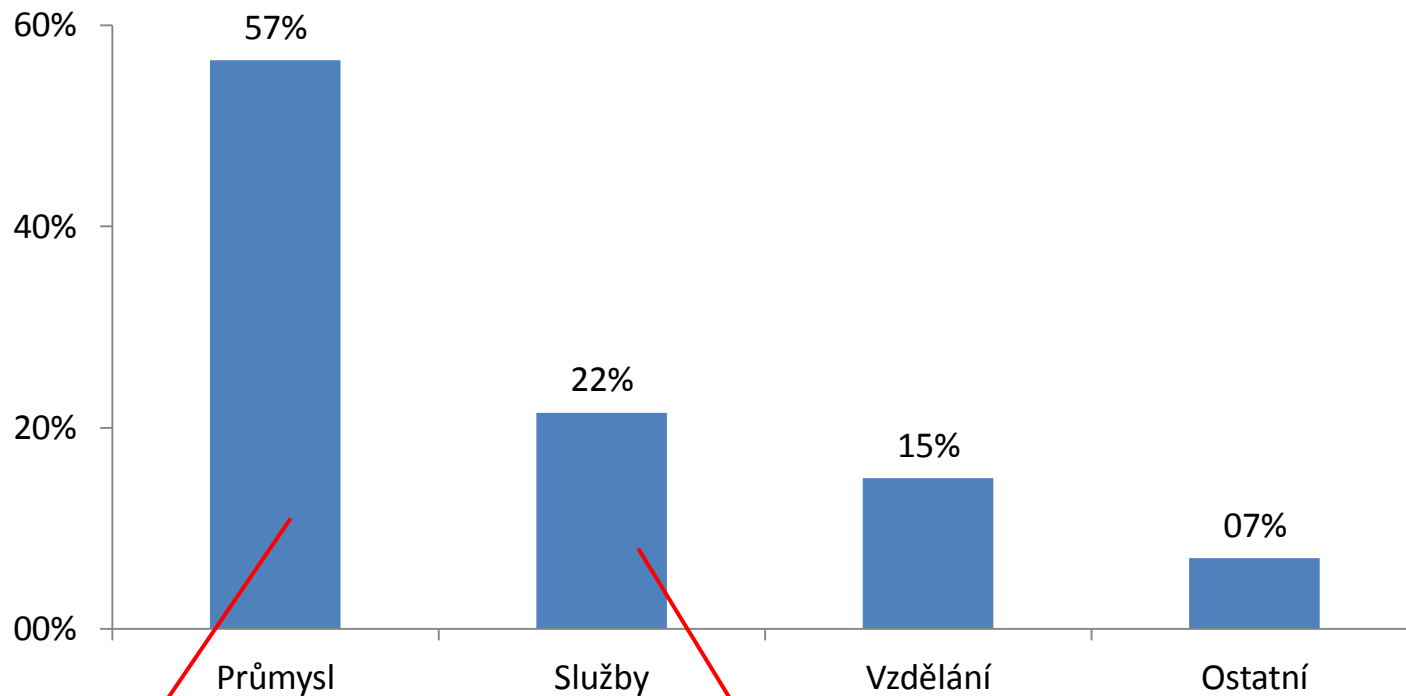
- Lidská práva mají charakter práv přirozených a jako taková jsou nezcizitelná a neporušitelná.
- Součástí konceptu lidských práv je záruka rovnosti všech lidí bez rozdílů a obecný zákaz diskriminace či znevýhodňování některých skupin.
- Problematika rovných příležitostí pro ženy a muže je úzce spjata s pojmem „gender“, který má svůj původ v řečtině, kde znamená „rod“.
- Zatímco tedy pojem „pohlaví“ odkazuje k fyzickým rozdílům lidského těla, „gender“ se týká psychologických, sociálních a kulturních rozdílů mezi ženami a muži
- Největší rozdíly v nezaměstnanosti mezi oběma pohlavími jsou ve věkové skupině 25-34 let, kdy ženy mají malé děti či kdy se předpokládá, že je budou mít. Přičemž se věří, že žena je biologicky předurčena k tomu, aby rodila a vychovávala děti, že je to její hlavní zájem.

# **Výsledky výzkumu**

## Metodologie výzkumu

- Osloveny střední a velké firmy v Kraji Vysočina
- Seznam firem dodán Hospodářskou komorou Jihlava
- Sběr dat proveden podle příslušnosti k okresu Kraje Vysočina
- Využito 7 tazatelů (studentů ze tří škol v rámci AP a BP)
- Technika sběru dat FtF (face to face) a e-mail administration
- Výběrový soubor tvořen 153 středními a velkými firmami z Kraje Vysočina



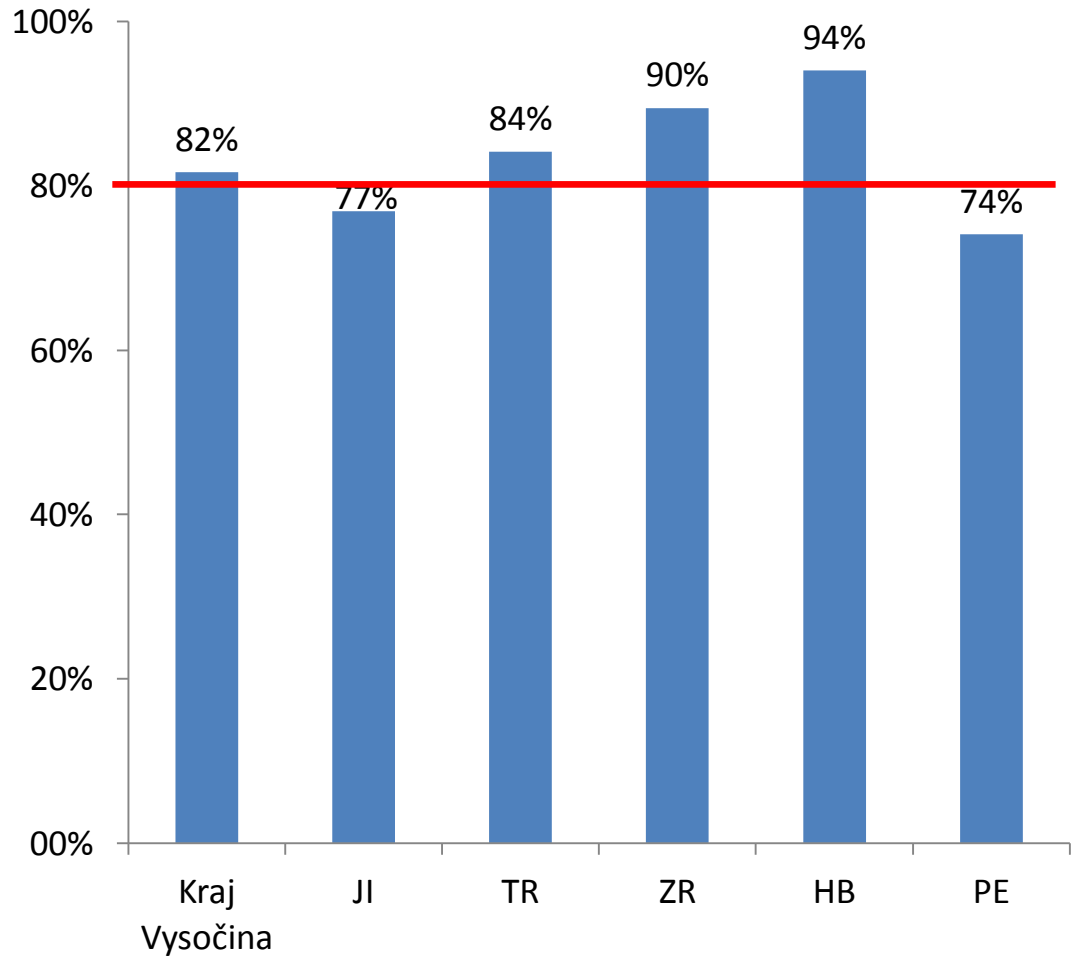


Automobilový  
Elektrotechnický  
Potravinářský  
Stavebnictví  
Strojírenství

Doprava a logistika  
Finance  
Obchod  
Sociální služby

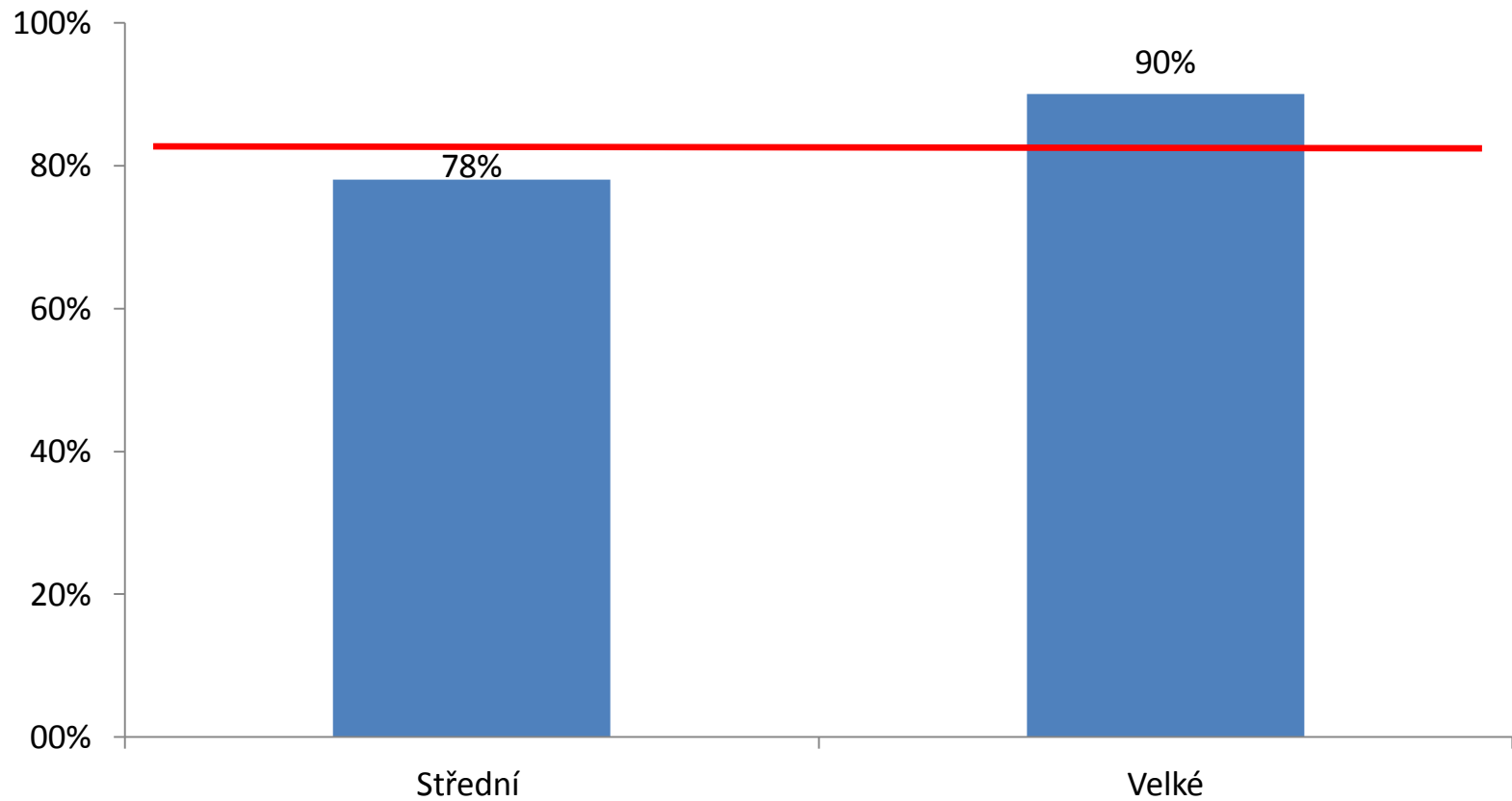
## Setkal(a) jste se s pojmem „společenská odpovědnost firem“ nebo „společensky odpovědné chování“?

- Pojem společenská odpovědnost firem či společensky odpovědné chování má vysokou míru povědomí
- Oba pojmy zná 80,0% firem
- Nejnižší míra znalosti pojmů je u firem z okresu Pelhřimov a Jihlava





## Setkal(a) jste se s pojmem „společenská odpovědnost firem“ nebo „společensky odpovědné chování“ – vliv velikosti firmy?



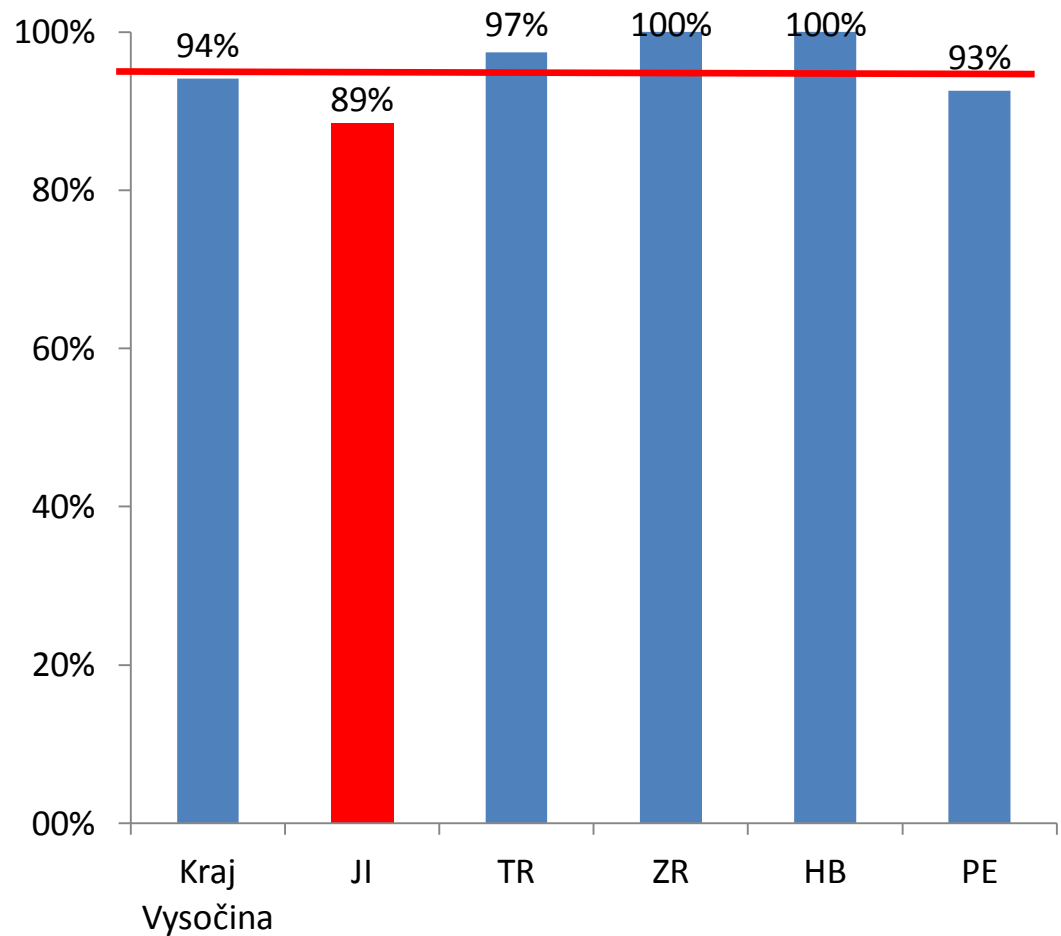
## Které aspekty k pojmu „společenská odpovědnost firem“ určitě patří?

- K pojmu „společenská odpovědnost firem“ podle oslovených zástupců firem nejvíce patří dárcovství, sponzorství a spolupráce s NO.
- Otázkou zůstává, co do spolupráce s NO firmy zahrnují? Lze předpokládat, že také poskytnutí finančních darů (sponzorství).
- Firmy z Kraje Vysočina inklinují k pasivnímu chápání společenské odpovědnosti – dát, poskytnout nikoli činit a podílet se.



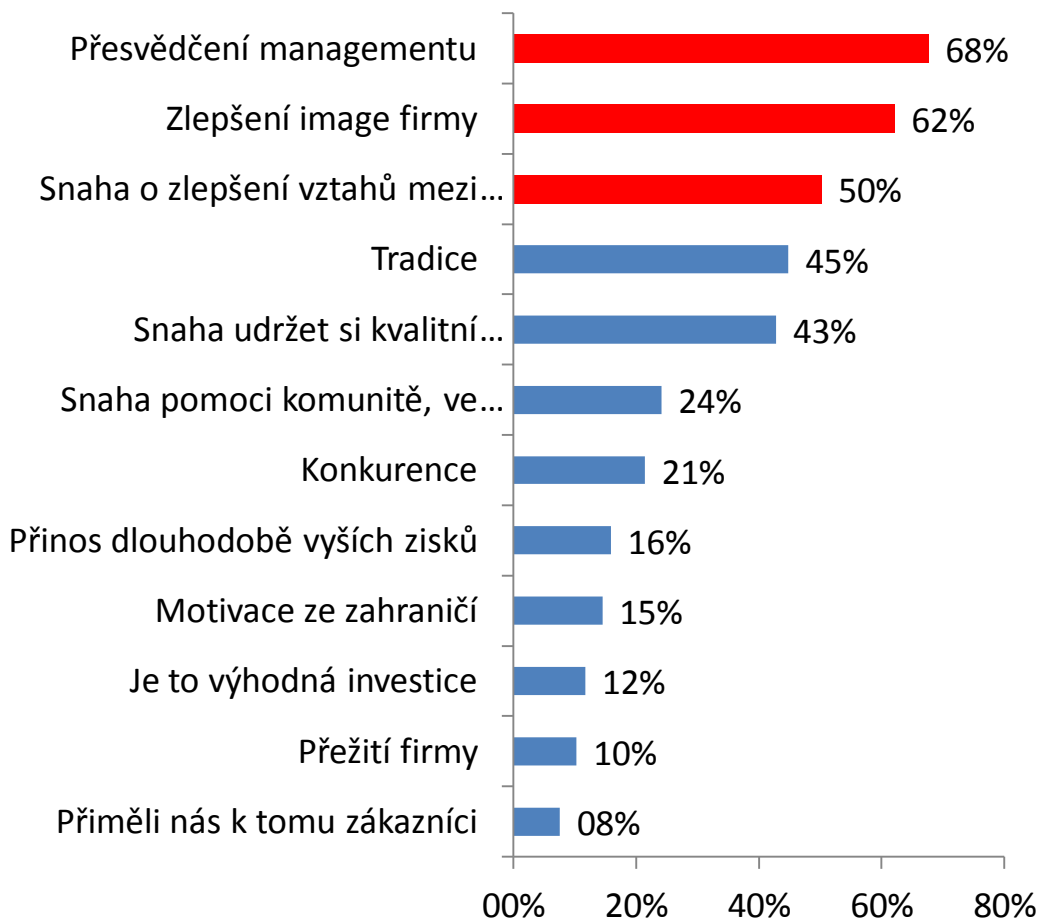
## Chová se vaše firma společensky odpovědně?

- Všechny oslovené firmy z okresu Žďár nad Sázavou a Havlíčkův Brod se domnívají, že se chovají společensky odpovědně
- Nejnižší míru společensky odpovědného chování vykazují firmy z okresu Jihlava

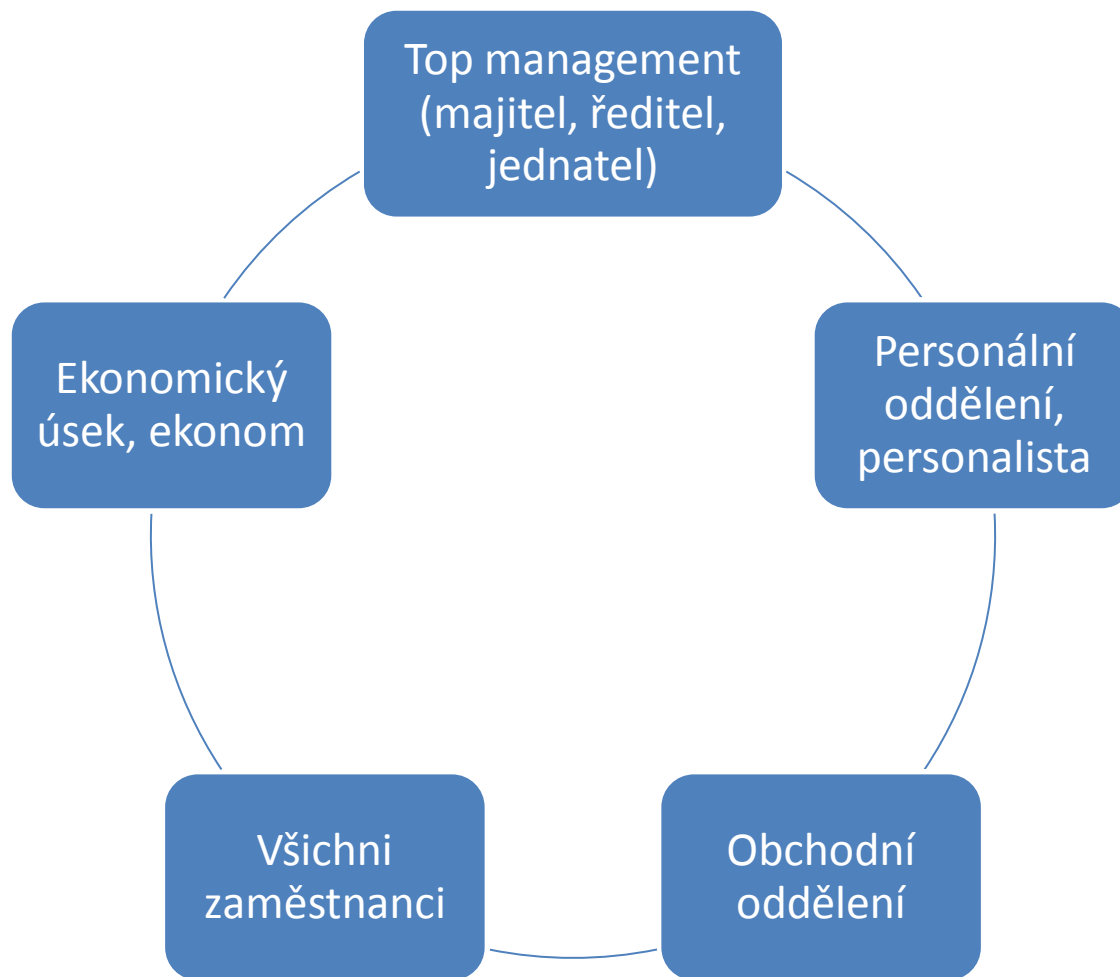


## Důvod, proč se vaše firma začala chovat společensky odpovědně?

- Společensky odpovědné chování je u firem z Kraje Vysočina podněcováno především managementem firem – důvodem tedy je rozhodnutí vrcholového vedení firem
- Dalším významným důvodem zahájení společensky odpovědného chování je snaha o lepší image firmy a snaha o zlepšení vztahů mezi obchodními partnery a zákazníky
- Společensky odpovědné chování je produkováno za účelem zvýšení image (znalost značky)
- Dlouhodobost investice není důvodem pro společensky odpovědné chování
- Mezi středními a velkými firmami existuje rozdíl pouze u variant „přínos dlouhodobě vyšších zisků“ a „je to výhodná investice“ – velké firmy spojují více společenskou odpovědnost s budoucími zisky

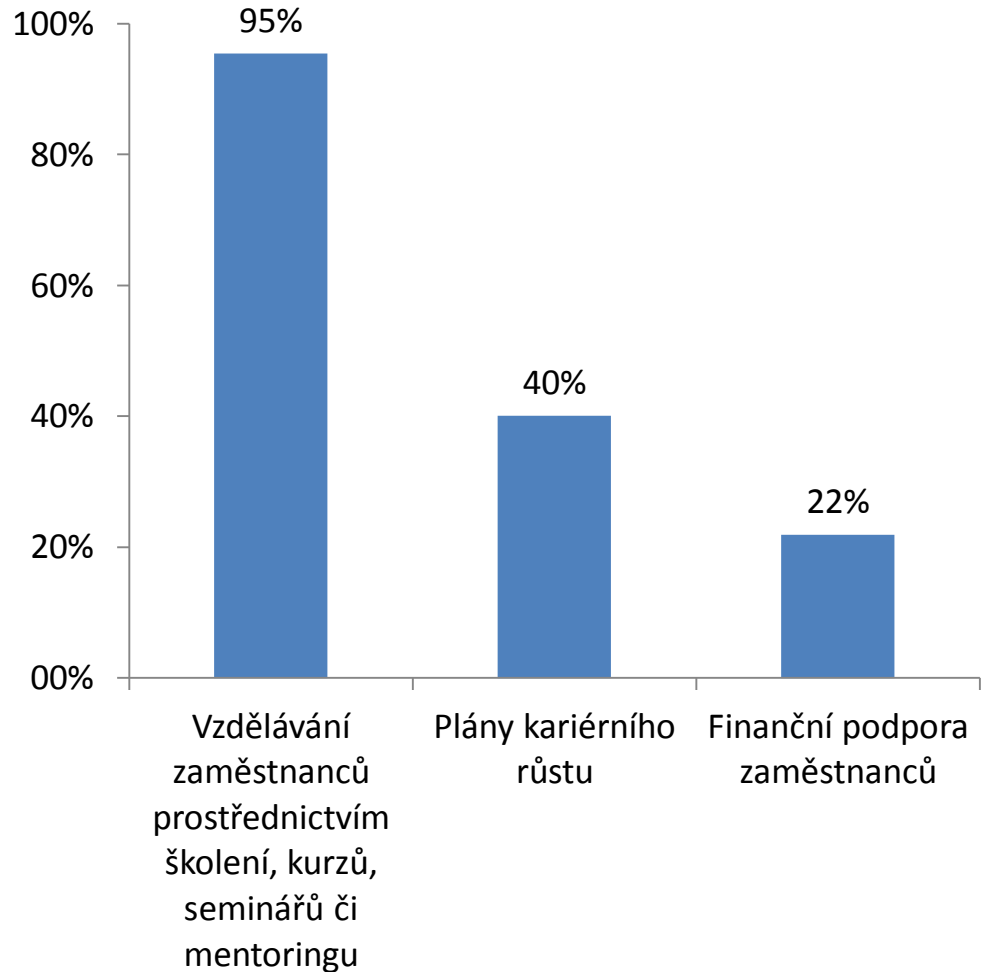


## Kdo se ve firmě zabývá společenskou odpovědností?



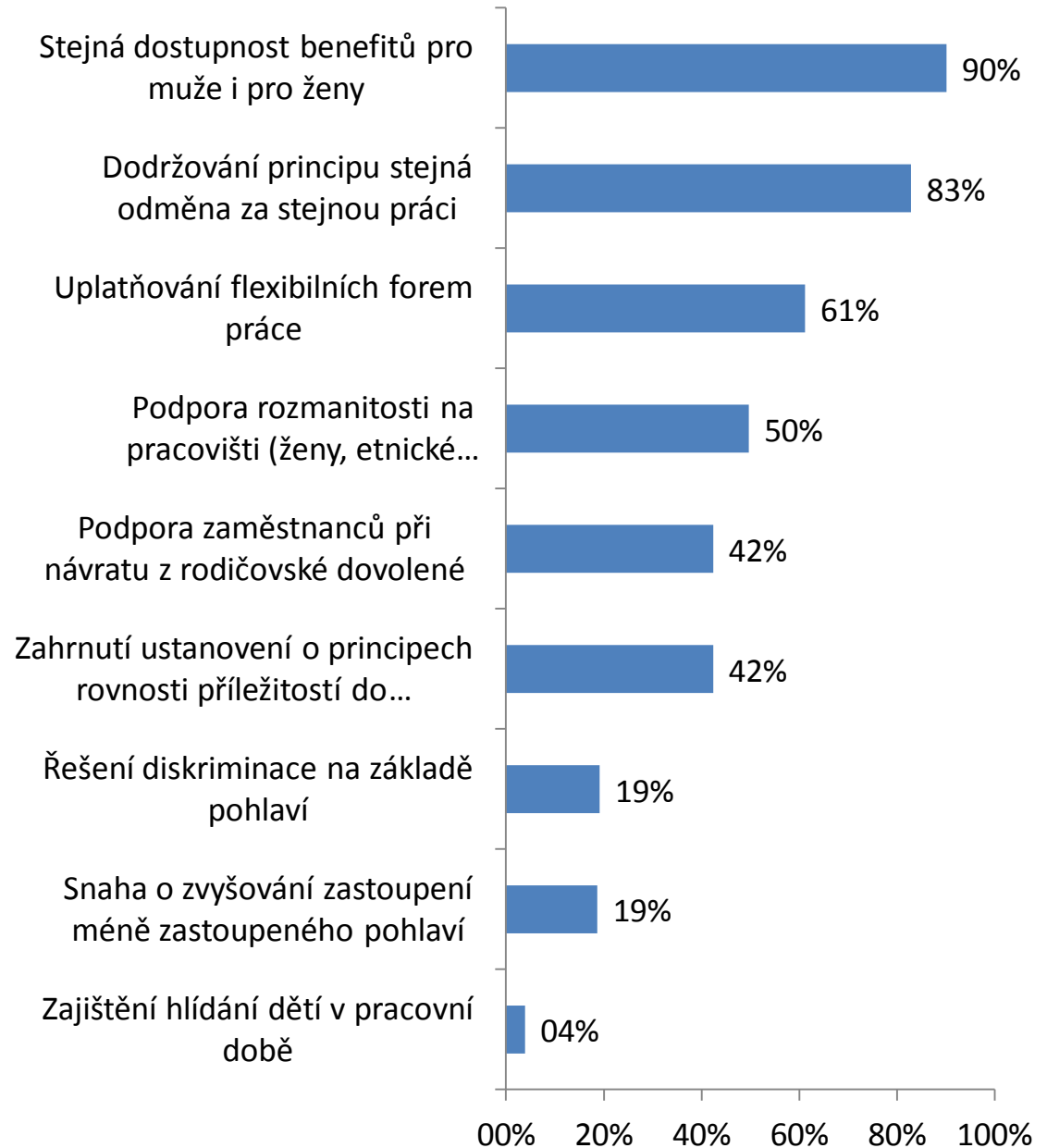
## Aktivity SOF – oblast rozvoje lidského kapitálu.

- V oblasti rozvoje lidského kapitálu se nejvíce uplatňuje vzdělávání zaměstnanců (tento aspekt uvedly téměř všechny firmy).
- Vzdělávání zaměřeno na školení a kurzy v dané odbornosti, interní specialist training a jazykovou vybavenost zaměstnanců.
- Vzdělávání je produkováno jak pravidelně, tak průběžné a opakovaně.
- Plány kariérního růstu a finanční podporu propouštěných zaměstnanců se vyskytuje především u velkých firem.
- Důvodem neuskutečnění některé z aktivit z oblasti rozvoje lidského kapitálu jsou především finance (peníze) a nedostatečné personální zabezpečení

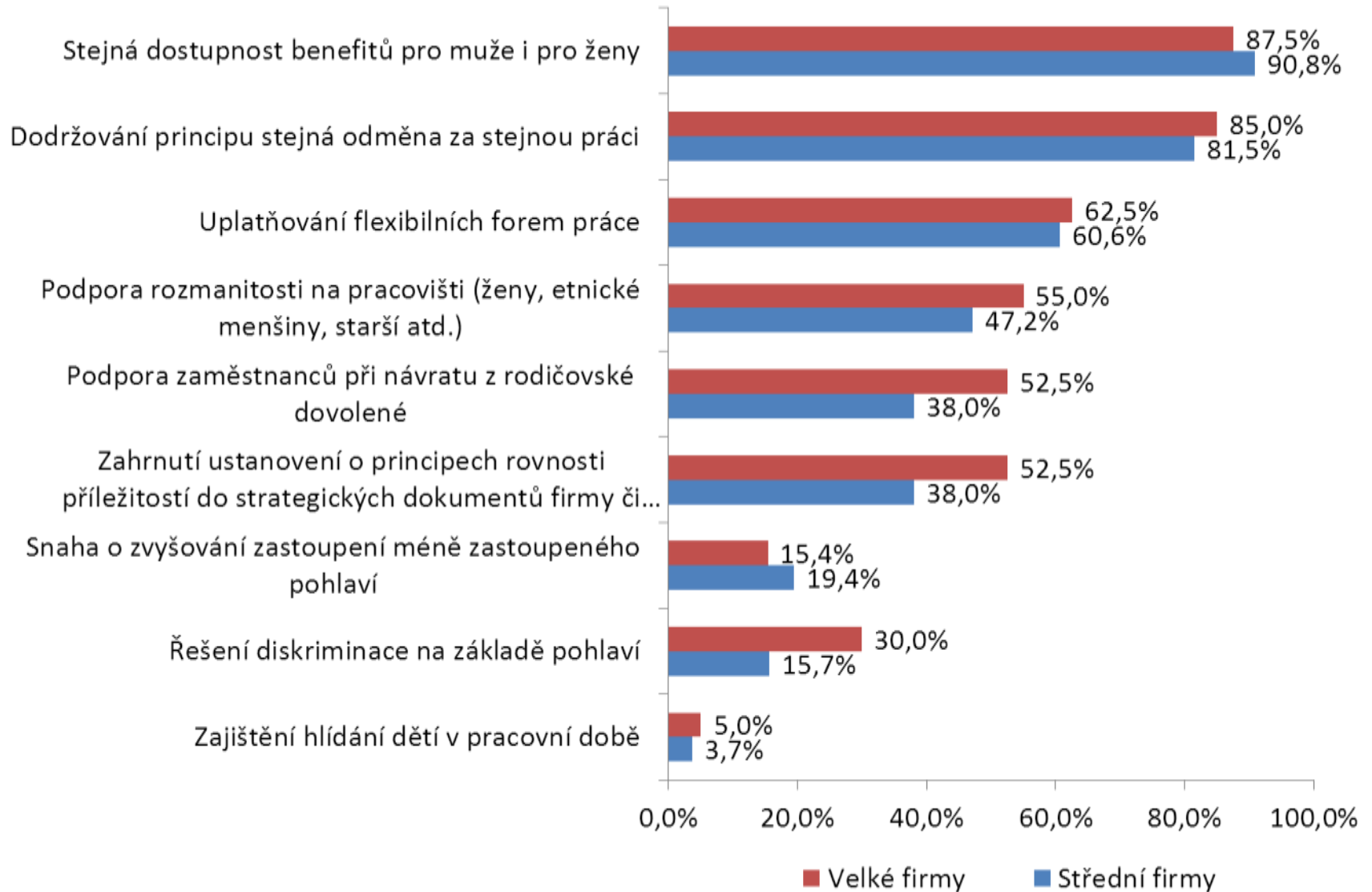


## Aktivity SOF – oblast rovných příležitostí.

- Nejvíce produkovanou aktivitou v oblasti rovných příležitostí je „stejná dostupnost benefitů pro muže i pro ženy“ a „stejná odměna za stejnou práci“.
- Nejméně se daří naplňovat „zajištění hlídání dětí v pracovní době“.
- Aktivity k naplnění genderových rovností jsou především produkovány na základě etických kodexů firem či obecných etických předpisů (kolektivní smlouva, organizační řády)
- Základním aspektem podpory žen v rámci práce ve firmách je umožnění flexibilní pracovní doby či zkrácení pracovního úvazku.
- Všechny výše uvedené aktivity jsou prováděny celoročně a neustále.
- V rámci uplatňování genderových rovností není rozdíl mezi středními a velkými firmami (viz následující graf).



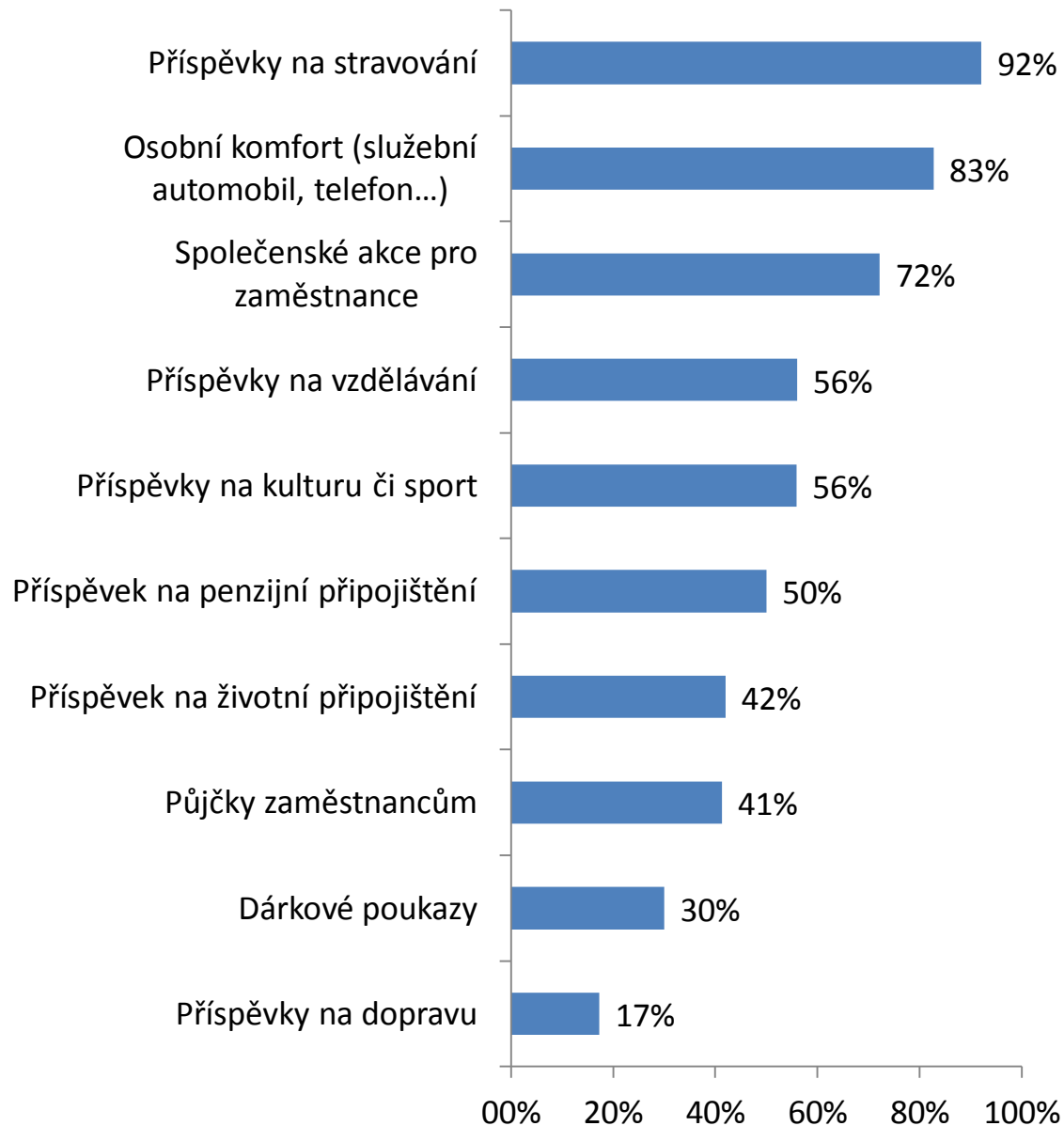
## Aktivity SOF – oblast rovných příležitostí v závislosti na velikosti firmy



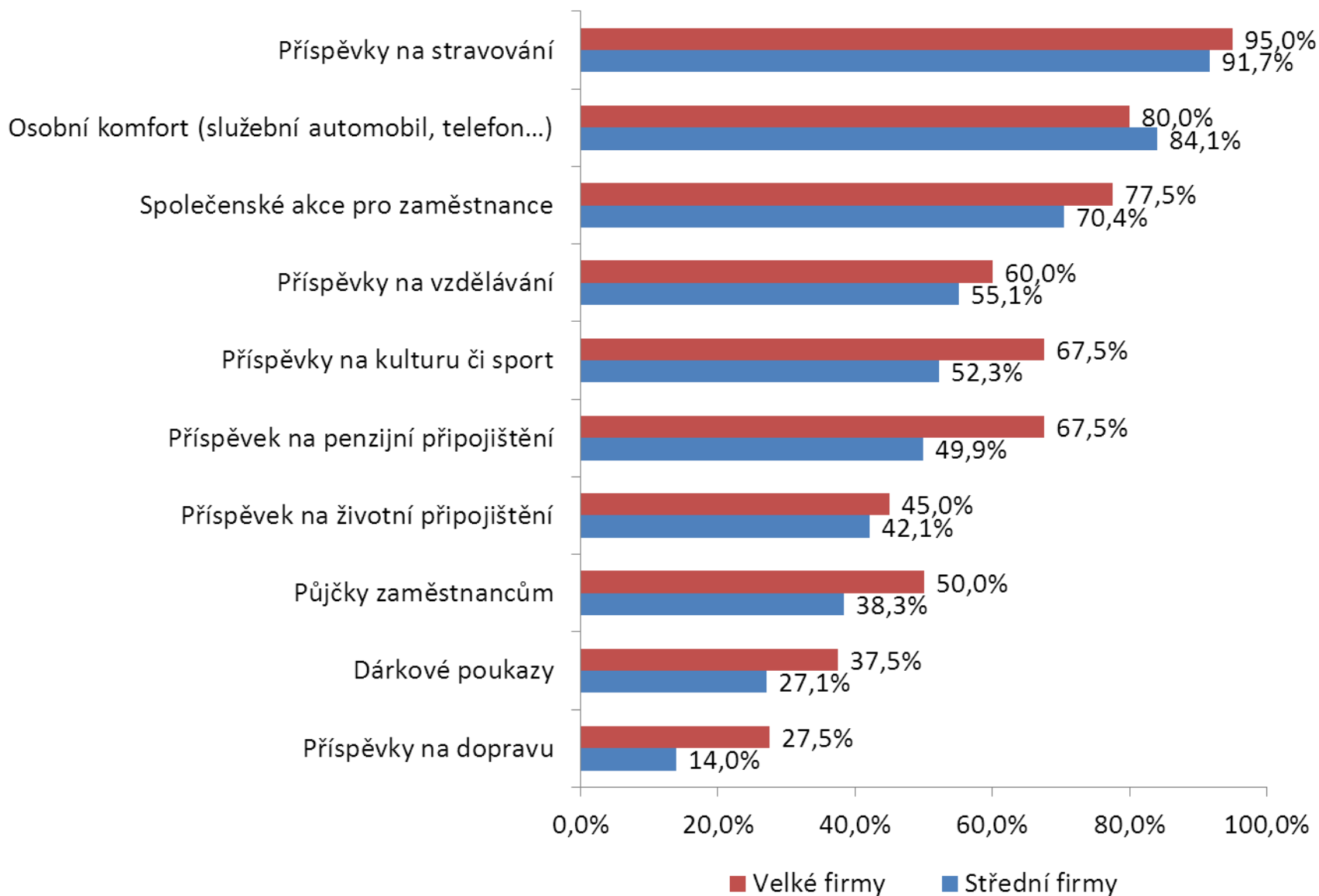


## Aktivity SOF – oblast benefitů.

- Nejčastěji poskytovaným benefitem ve středních a velkých firmách v Kraji Vysočina jsou příspěvky na stravování (poskytování stravenek, dotace na jídlo ve vlastní jídelně)
- Velmi často firmy poskytují také osobní komfort – služební telefon, automobil, notebook.
- Každá druhá firma přispívá zaměstnancům na penzijní pojištění.
- Nejméně se využívaným benefitem jsou příspěvky na dopravu.
- Na základě analýzy dat lze konstatovat, že rozdíl mezi středními a velkými firmami je minimální, mírně aktivnější především v nadstandardních benefitech jsou velké firmy (viz následující graf).

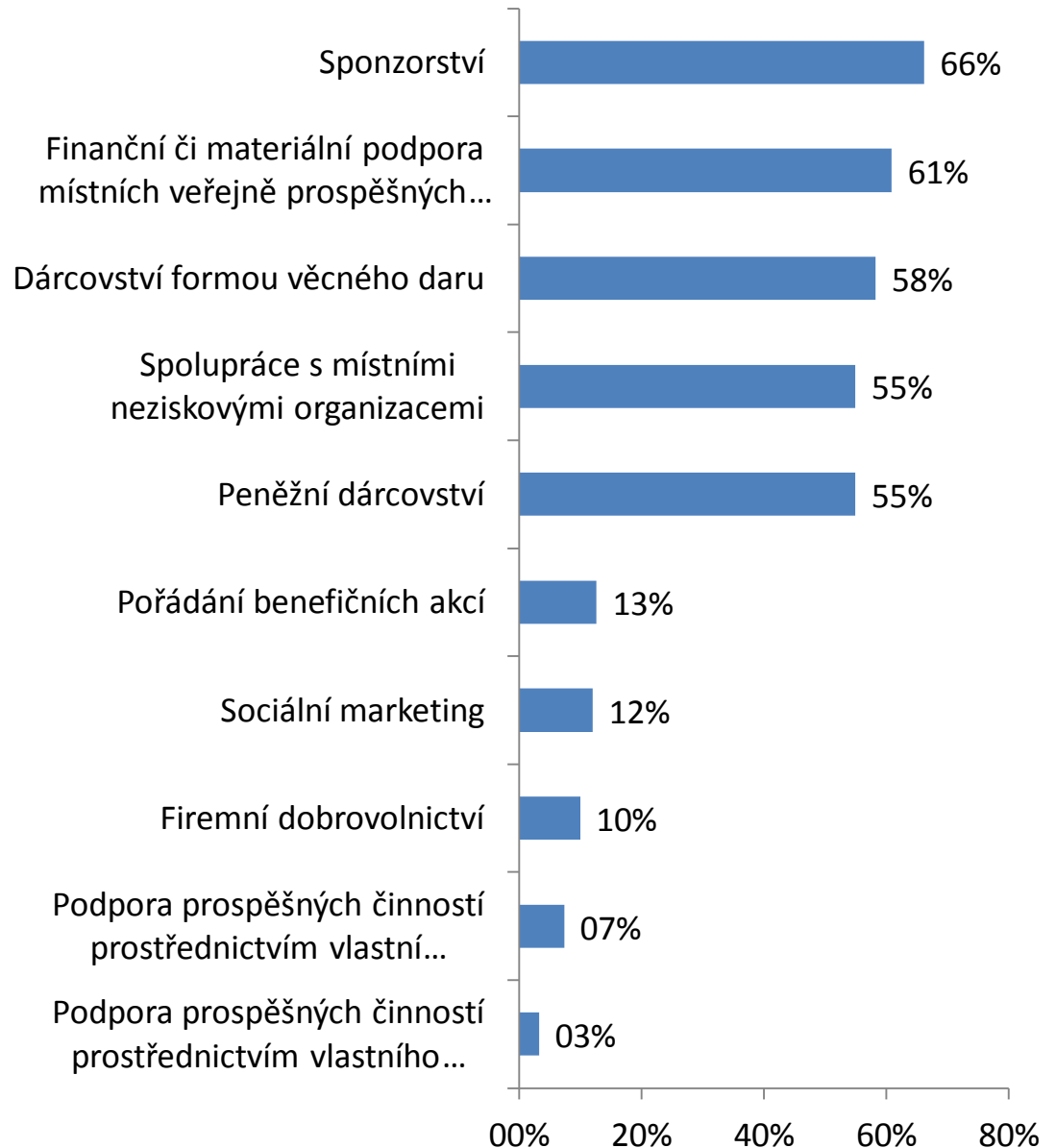


## Aktivity SOF – oblast benefitů v závislosti na velikosti firmy.

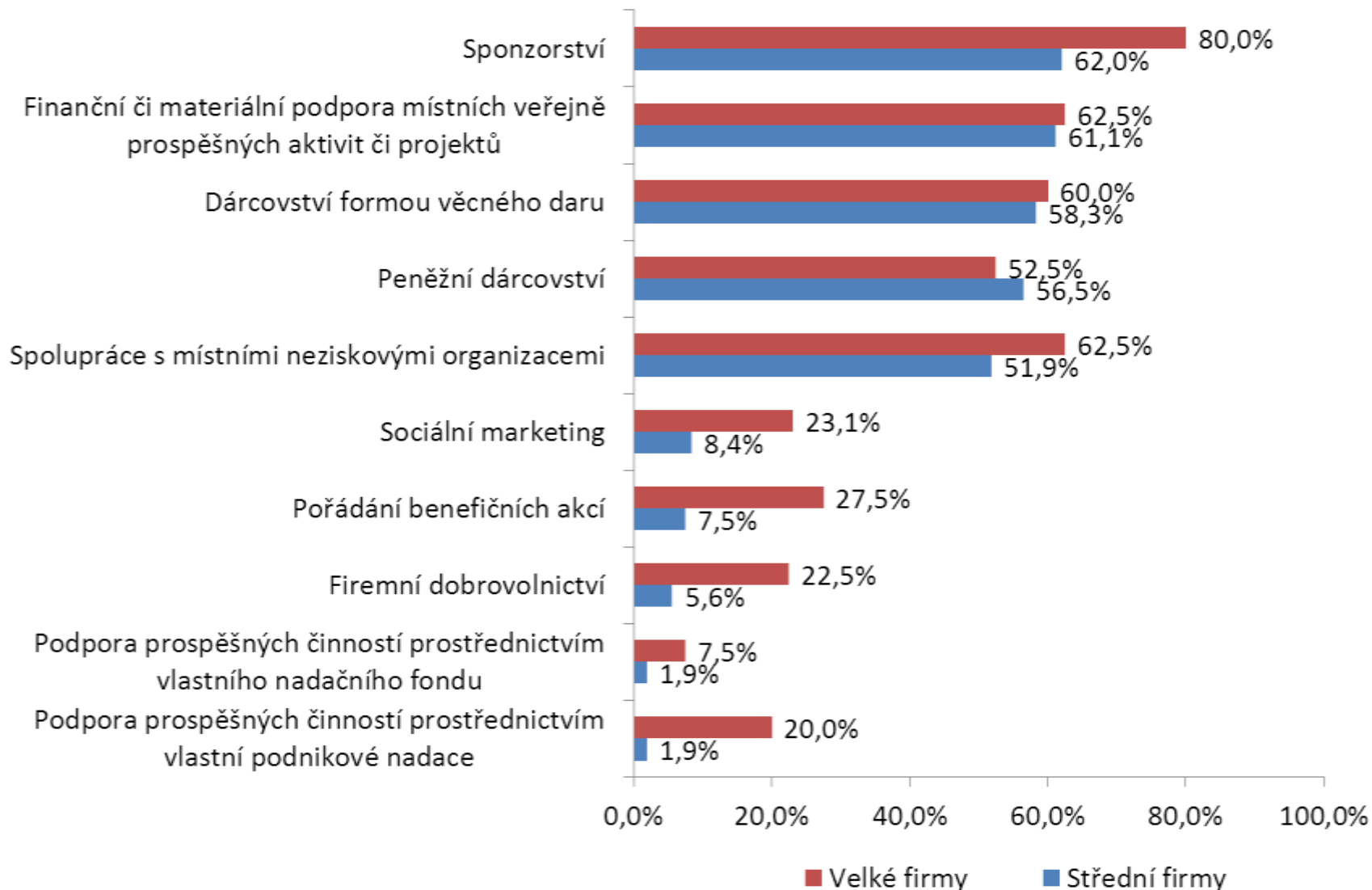


## Aktivity SOF – oblast firemní filantropie.

- Filantropické aktivity firem z Kraje Vysočina jsou zaměřeny především na poskytování materiálního zabezpečení .
- 2/3 firem sponzorují či finanční podporují veřejně prospěšné aktivity.
- Každá druhá firma spolupracuje s neziskovým sektorem.
- Nejméně je využívaná možnost vlastního nadačního fondu či nadace.
- V poskytování finančních prostředků se střední a velké firmy příliš neliší, avšak v mimo finančních aktivitách existuje statisticky významný rozdíl – velké firmy se více snaží o jinou, než finanční podobu filantropie (viz následující graf).

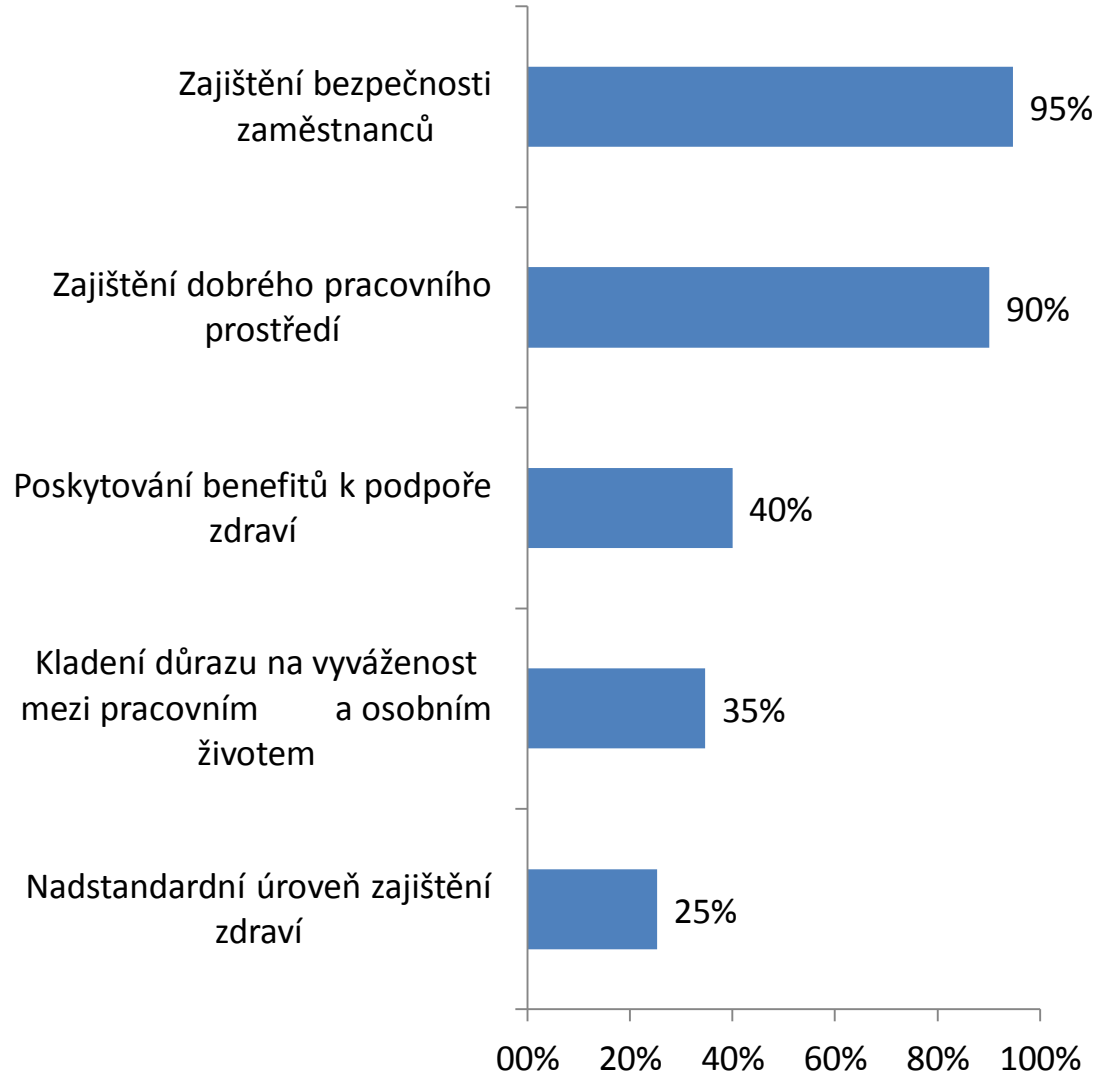


## Aktivity SOF – oblast firemní filantropie v závislosti na velikosti firmy.



## Aktivity SOF – oblast péče o zdraví zaměstnanců.

- Téměř všechny oslovené firmy kladou důraz na zajištění bezpečnosti zaměstnanců a kvalitu pracovního prostředí, což souvisí se zákonnou povinností podnikatelských subjektů
- Aktivity, které jsou považované za nadstandardní, již nejsou poskytovány v takové míře (není to povinnost, nemusíme)
- Je zcela evidentní, že v poskytování nadstandardních prostředků směřujících do oblasti péče o zdraví zaměstnanců jsou aktivnější velké firmy. Markantní je to především u benefitů k podpoře zdraví a v nadstandardním zajištění zdraví.
- Pokud jsou jednotlivé aktivity firmami vykonávány, pak nejčastěji pravidelně, opakovaně, ročně či 2x ročně.



## Zajištění dobrého pracovního prostředí

Čistota prostředí  
(dobré sociální  
vybavení)

Dodržování předpisů  
BOZP

Klimatizované  
prostředí

Obohacení  
uměleckými aspekty  
(hudba, obrazy,  
květiny)

## Nadstandardní úroveň zajištění zdraví

Očkování

Masáže

Preventivní  
prohlídky

Výlety

## Zajištění bezpečnosti zaměstnanců

Audity BOZP

OHSAS ISO 18001

Kontrola externími  
pracovníky (např.  
lékaři)

Ochrana  
prostřednictvím  
pracovních pomůcek

## Kladení důrazu na vyváženost mezi pracovním a osobním životem

Společenské a firemní akce pro rodinné příslušníky

Pravidelná pracovní doba a její dodržování(!)

Benefity i pro rodinné příslušníky

Sociální program

## Poskytování benefitů k podpoře zdraví

Poskytnutí relaxace (bazén, masáže, rehabilitace)

Vouchery na sport, na masáže

Pitný režim

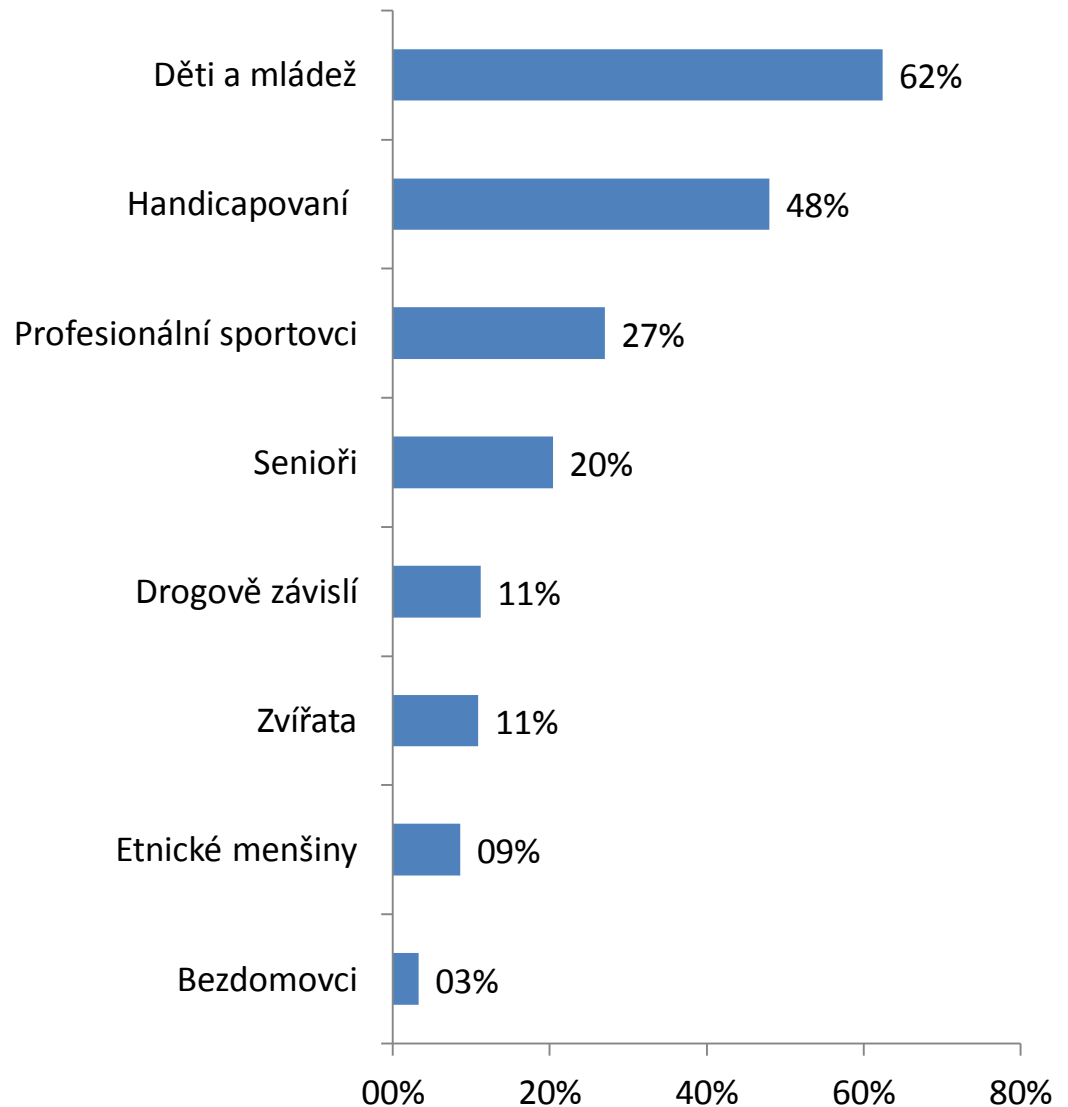
Příspěvek na vitamíny

Flexipass

Příspěvek na rekreaci

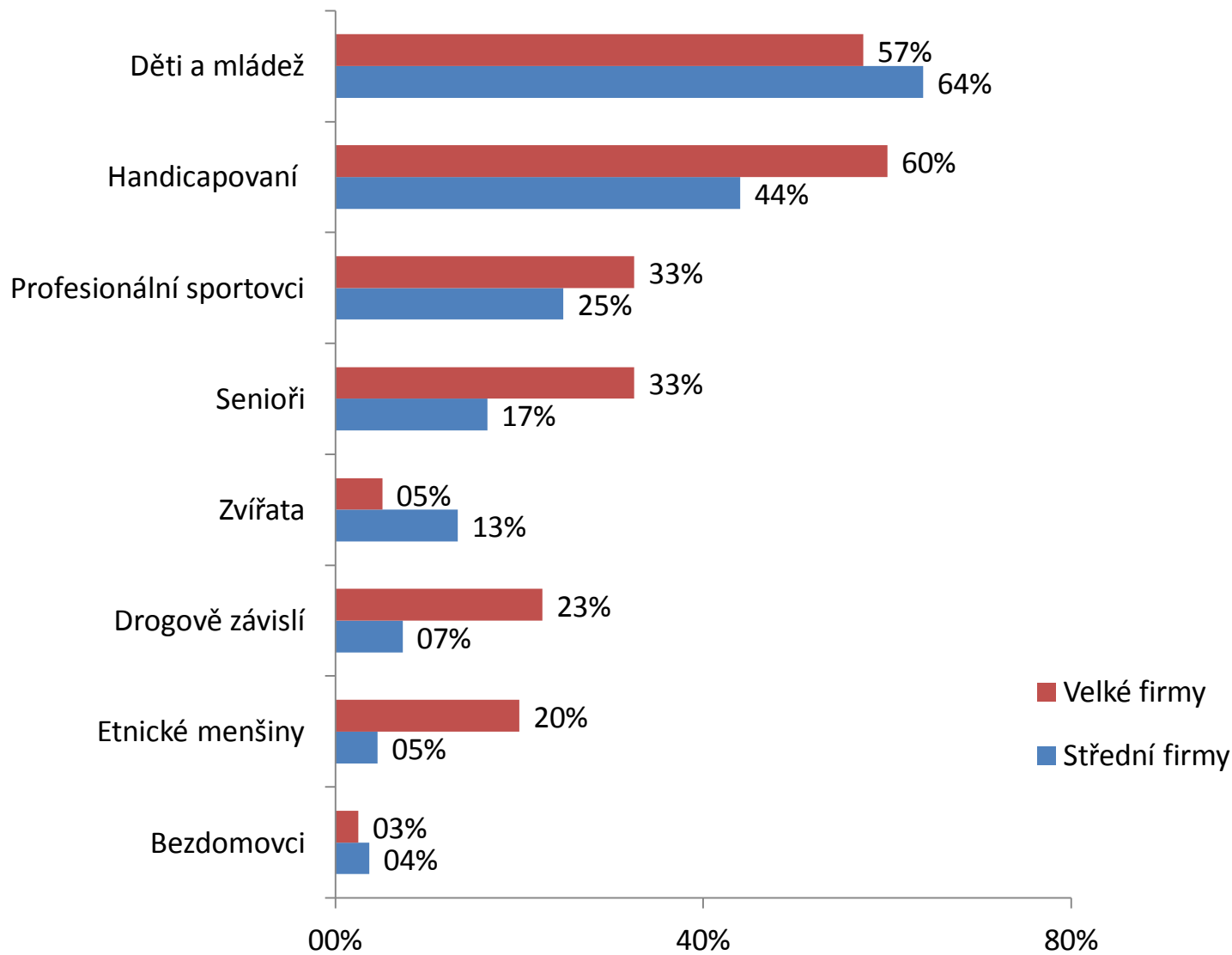
## Cílové skupiny podporované darem.

- Nejvíce donačních aktivit zaměřují firmy v Kraji Vysočina na děti a mládež a handicapované.
- Nejméně podporovanými sociálními skupinami jsou bezdomovci a etnické menšiny.
- Velké a střední firmy se liší především v podpoře handicapovaných, seniorů, etnických menšin a drogově závislých (více velké firmy)
- Naopak střední firmy podporují více zvířata.
- Děti a mládež, handicapované, profesionální sportovce a bezdomovce nejvíce podporují firmy z okresu Žďár nad Sázavou, zvířata v Havlíčkově Brodě, seniory v Třebíči a drogově závislé v Jihlavě.





## Cílové skupiny podporované darem – závislost na velikosti firmy

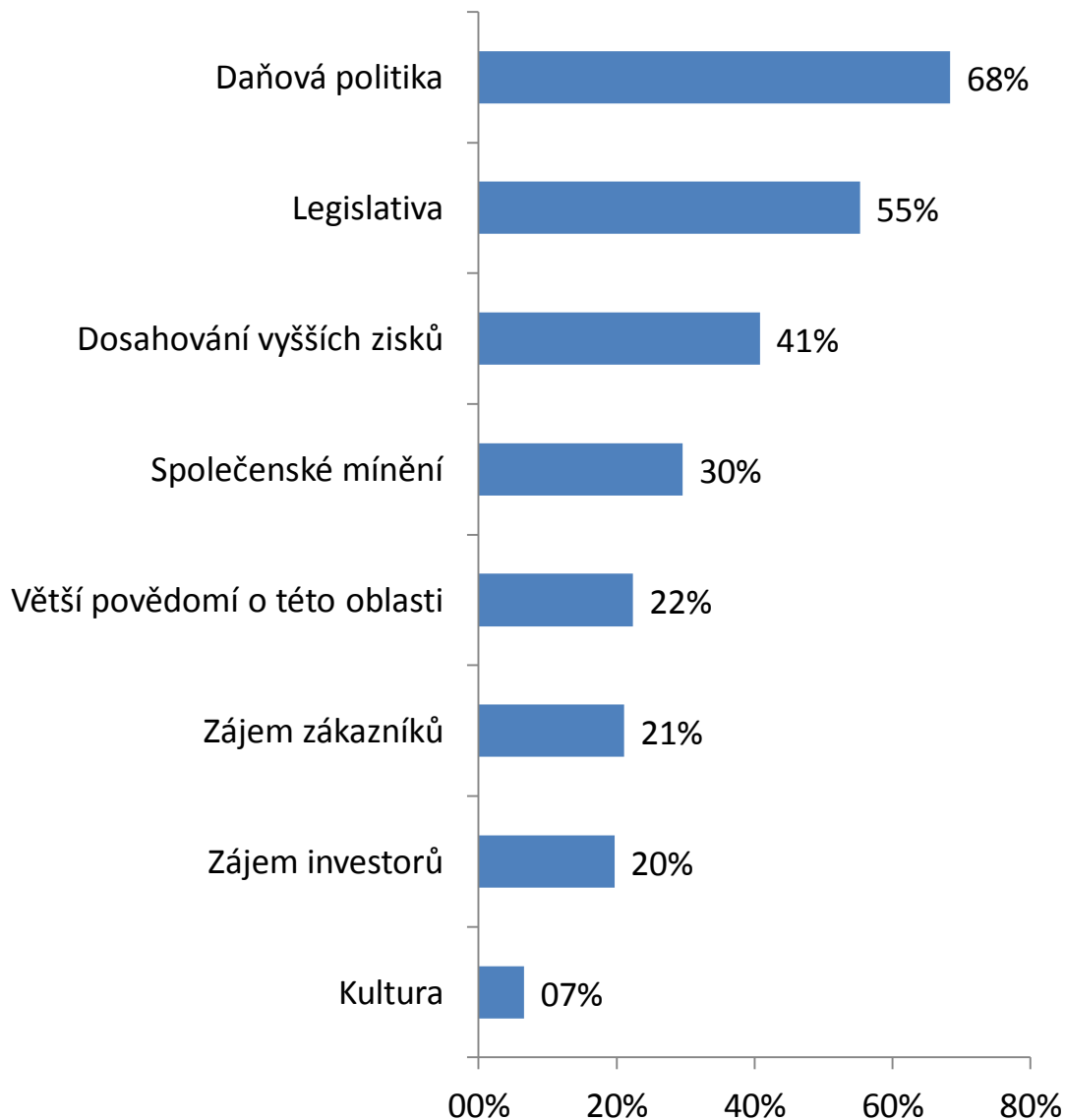


## Kritéria výběru subjektů, do nichž firmy investují v rámci firemní filantropie.



# Změny nutné k větší implementaci společenské odpovědnosti do strategie firmy.

- Základní změnou, která musí nastat k větší implementaci společenské odpovědnosti do strategie firem, je především změna daňové politiky
- S tímto aspektem souvisí i druhá nejčastěji uváděná změna – změna v legislativě.
- Třetí aspekt zvýšené implementace jsou vyšší zisky firem.
- Mezi nejméně uváděnými změnami jsou „zájem zákazníků“ a „zájem investorů“



Děkuji za pozornost