PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
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.

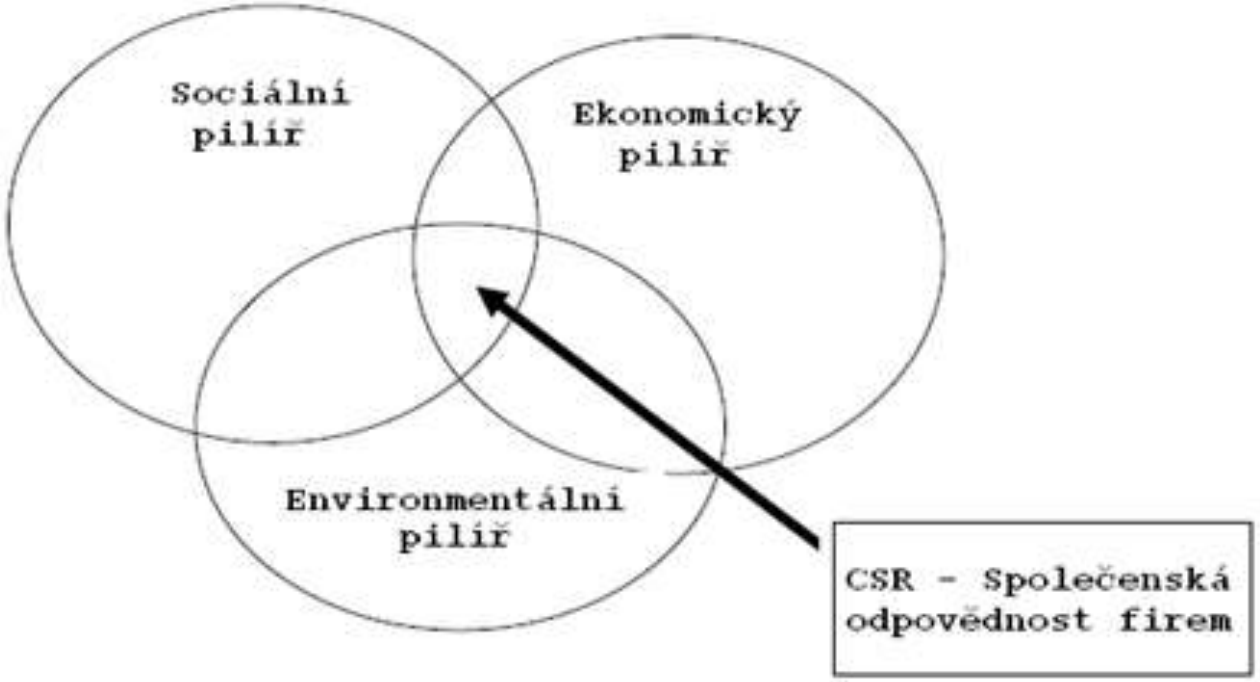
Přínos CSR (SOF)

- 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 třídit 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)



Zdroj: Prskavcová, Maršíková, Řehořová, Zbránková, 2008

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	▪ Průzkum spokojenosti ▪ Evidence a řešení stížností
	Zapojení do rozhodování	▪ Sběr návrhů na zlepšení výkonnosti firmy ▪ Vliv zaměstnanců na zaměření CSR aktivit
	Interní komunikace	▪ Využití prostředků interní komunikace ▪ Informování uchazečů o práci o CSR
Ohodnocení za práci	Finanční ohodnocení	▪ Odpovídající platové ohodnocení
	Nefinanční benefity	▪ Sportovní a relaxační vyžití ▪ Kulturní vyžití ▪ Společenské akce pro zaměstnance ▪ Navýšení dovolené a volna ▪ Osobní komfort (notebook, auto, mobil) ▪ Příspěvek na dojíždění do práce ▪ Zaměstnanecké akcie
Vzdělávání a rozvoj	Vzdělávání zaměstnanců	▪ Školení, kurzy, mentoring
	Profesionální rozvoj	▪ Plány kariérního rozvoje
Zdraví a bezpečnost	Firemní politika	▪ Pravidla, opatření, školení
	Zdravotní služby	▪ Příspěvek na nadstandardní zdravotní péči ▪ Očkování
Vyváženost pracovního a osobního života	Flexibilní formy práce	▪ Pružná pracovní doba ▪ Práce z domova ▪ Zkrácená pracovní doba ▪ Práce na směny ▪ Sdílení pracovního místa
	Péče o děti, seniory či nemocné osoby	▪ Příspěvek na hlídání ▪ Psychologická podpora
	Zaměstnanci na rodičovské dovolené	▪ Kontakt během rodičovské dovolené ▪ Podpora při návratu do zaměstnání
Outplacement	Podpora propouštěných zaměstnanců	▪ Finanční forma podpory ▪ Pomoc při hledání práce ▪ Rekvalifikace a školení
Rovné příležitosti	Opatření proti diskriminaci	▪ Bránění diskriminaci na pracovišti i při náboru nových zaměstnanců
	Rozmanitost na pracovišti	▪ Podpora rozmanitosti na pracovišti (ženy, etnické minority, handicapovaní a starší)
Podpora místní komunity	Firemní dobrovolnictví	▪ Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)
	Matchingový fond	▪ Firma navýší prostředky získané mezi zaměstnanci
	Benefiční akce	▪ Benefiční plesy, aukce, tomboly

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Podpora komunity	Firemní dárcovství	▪ Finanční či materiální podpora, poskytnutí služeb se slevou či zdarma, zapůjčení firemních prostor
	Firemní dobrovolnictví	▪ Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)
	Firemní investice do místní komunity	▪ Dlouhodobé strategické zapojení do místní komunity či partnerství s neziskovými organizacemi
	Komerční aktivity v místní komunitě	▪ Sdílený marketing ▪ Sponzoring
	Vlastní firemní projekty	▪ Vlastní veřejně prospěšné projekty
	Fair Trade, ethnocatering	▪ Využití Fair Trade produktů a ethnocateringu na firemních akcích, rautech a snídaních
Spolupráce se školami	Spolupráce se studenty	▪ Studentské stáže, praxe či exkurze ▪ Konzultace diplomových prací ▪ Podpora studentských aktivit
	Podpora výuky	▪ Zapůjčení či darování techniky ▪ Účast na výuce
Zapojení stakeholderů	Zapojení zaměstnanců	▪ Firemní dobrovolnictví ▪ Matchingový fond ▪ Benefiční akce s účastí zaměstnanců
	Zapojení zákazníků	▪ Zapojení zákazníků do CSR aktivit firmy
	Zapojení obchodních partnerů	▪ Zapojení obchodních partnerů do CSR aktivit

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).

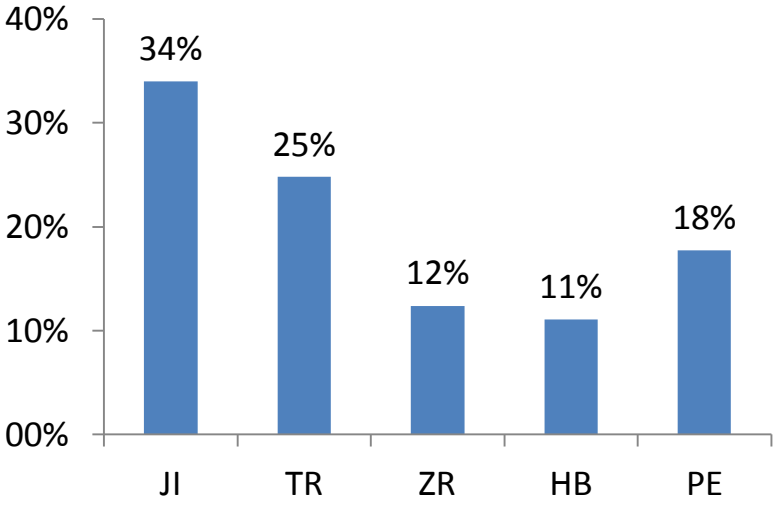
Lidská práva a gender studies

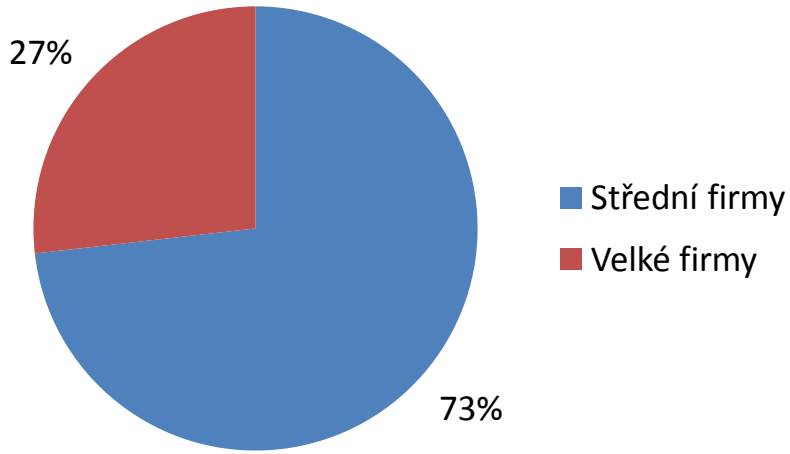
- Lidská práva mají charakter práv přirozených a jako taková jsou nezcizitelná a neporušitelná.
- Součástí konceptu lidských práv je záruka rovnosti všech lidí bez rozdílů a obecný zákaz diskriminace či znevýhodňování některých skupin.
- Problematika rovných příležitostí pro ženy a muže je úzce spjata 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.

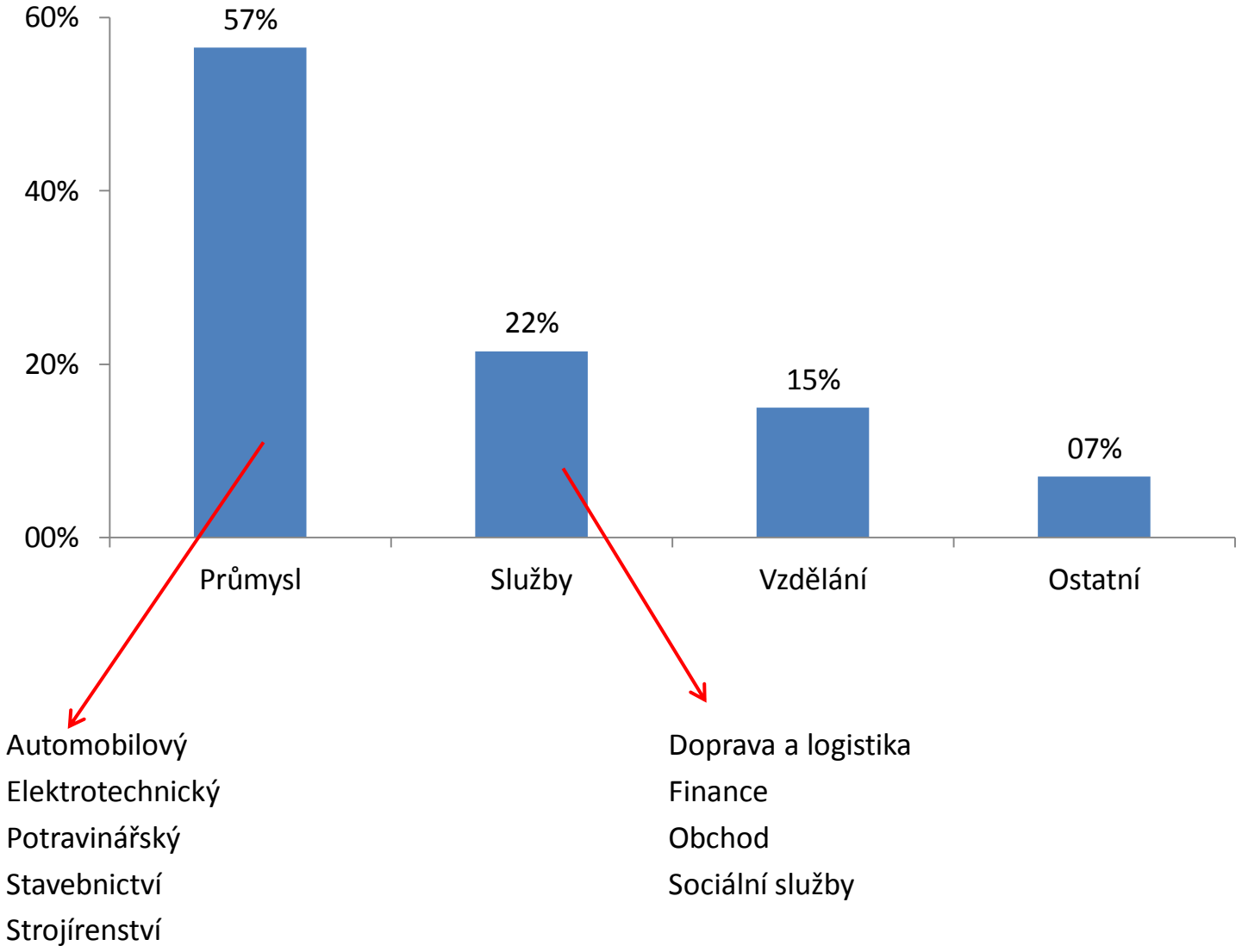
Výsledky výzkumu

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

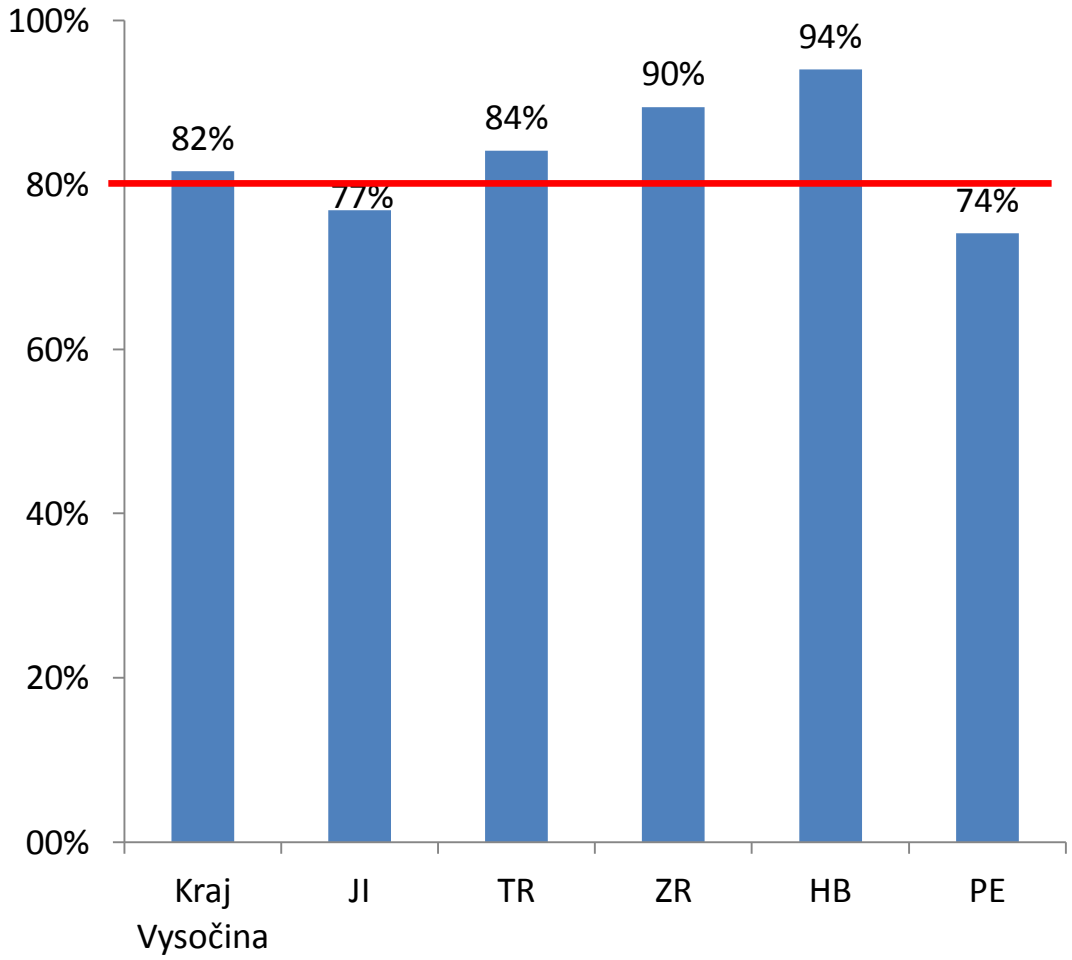




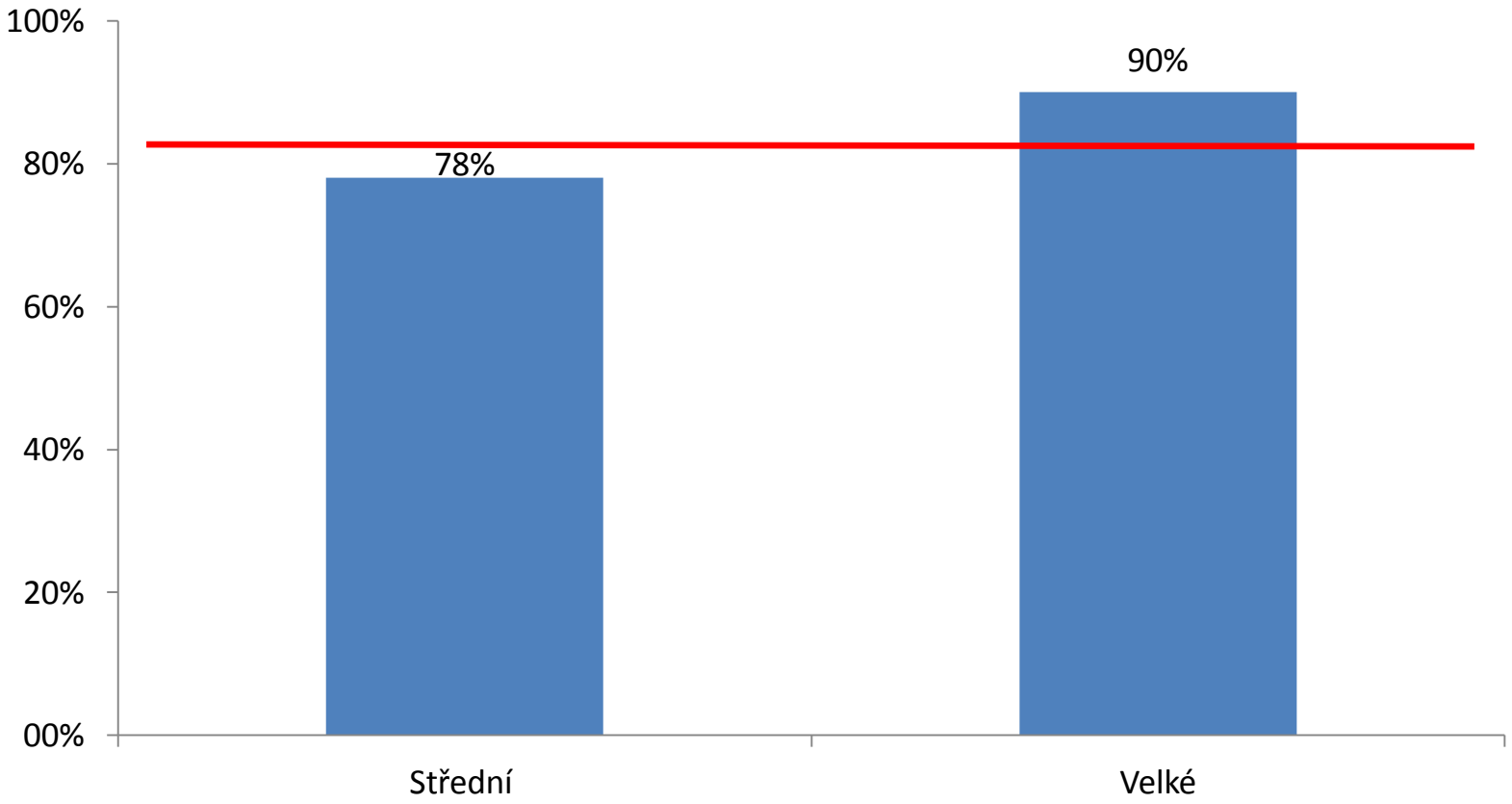

60%
40%
20%
00%
57%
22%
15%
07%
Průmysl
Služby
Vzdělání
Ostatní
Automobilový
Elektrotechnický
Potravinářský
Stavebnictví
Strojírenství
Doprava a logistika
Finance
Obchod
Sociální služby

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?

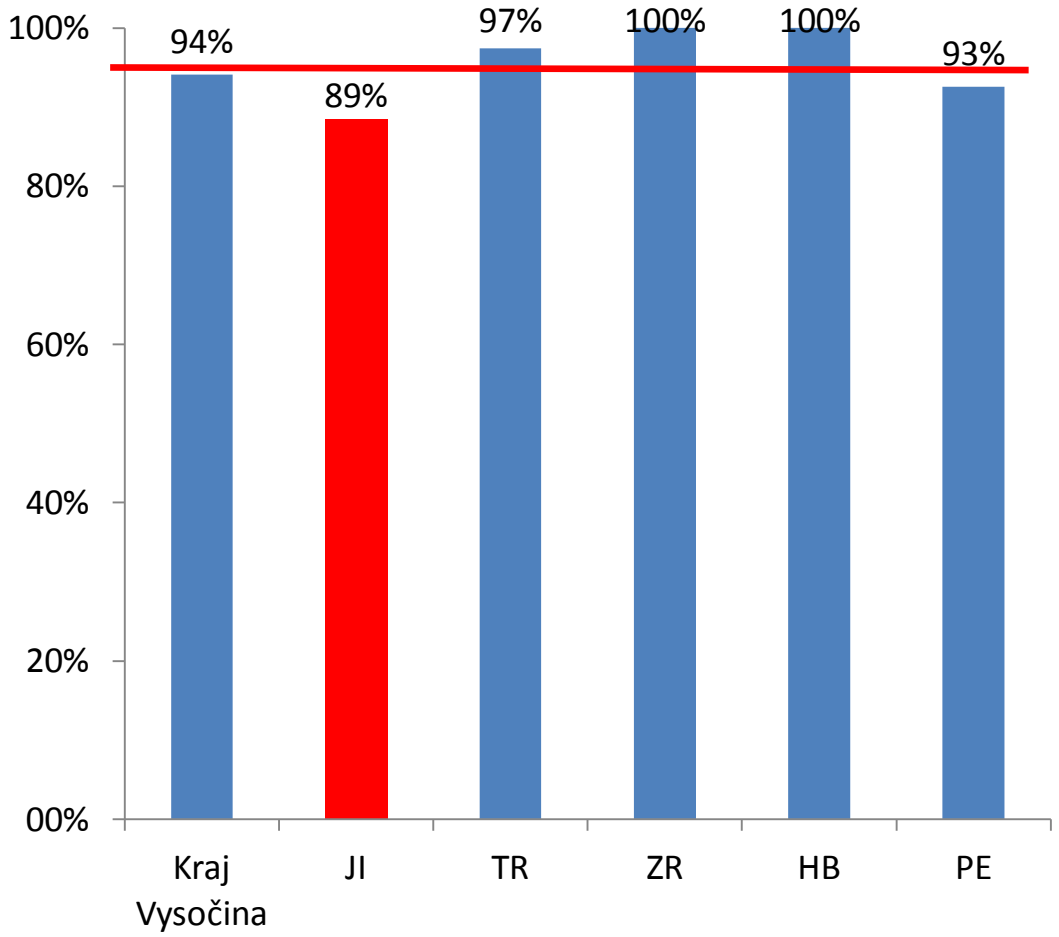


Které aspekty k pojmu „společenská odpovědnost firem“ určitě patří?

- 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?

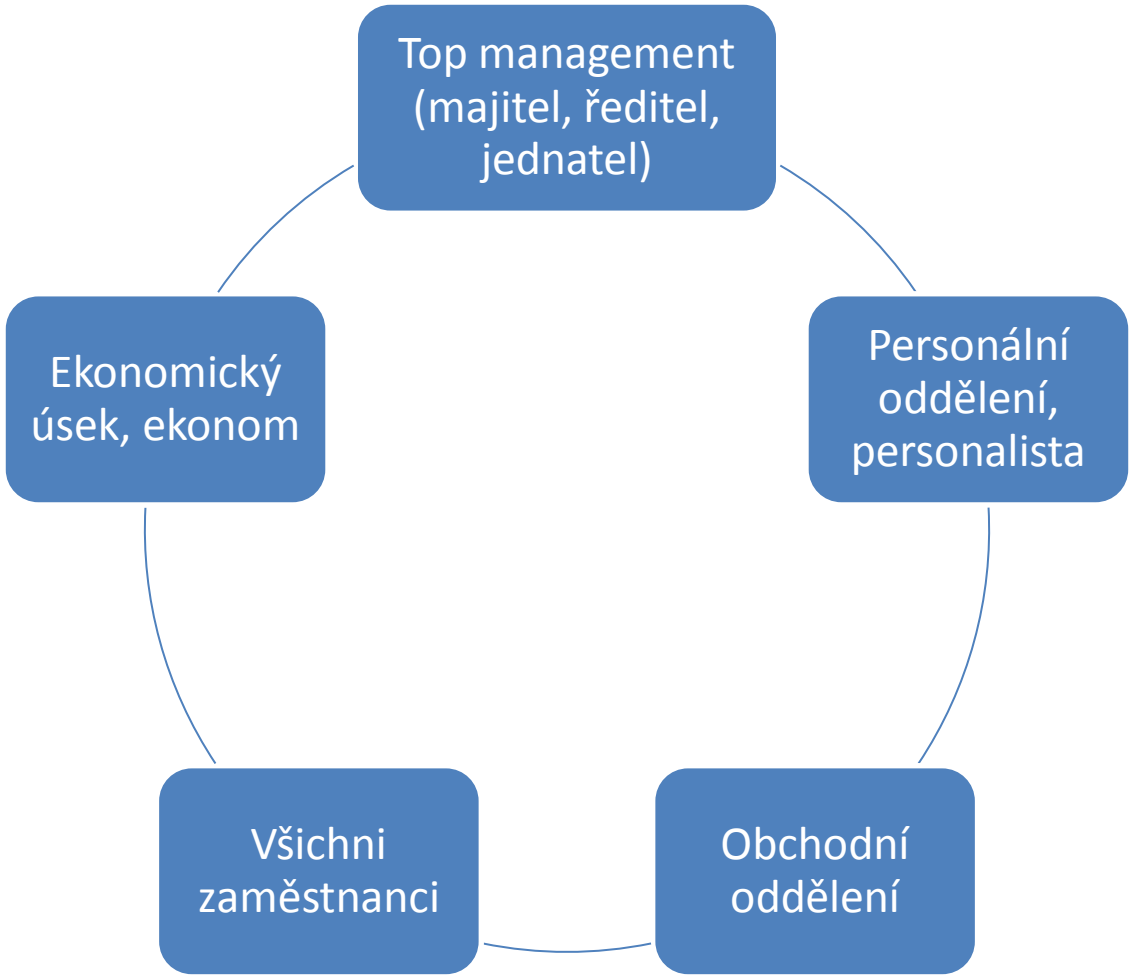
- Všechny oslovené firmy z okresu Žďár nad Sázavou a Havlíčkův Brod se domnívají, že se chovají společensky odpovědně
- Nejnižší míru společensky odpovědného chovaní vykazují firmy z okresu Jihlava



Důvod, proč se vaše firma začala chovat společensky odpovědně?

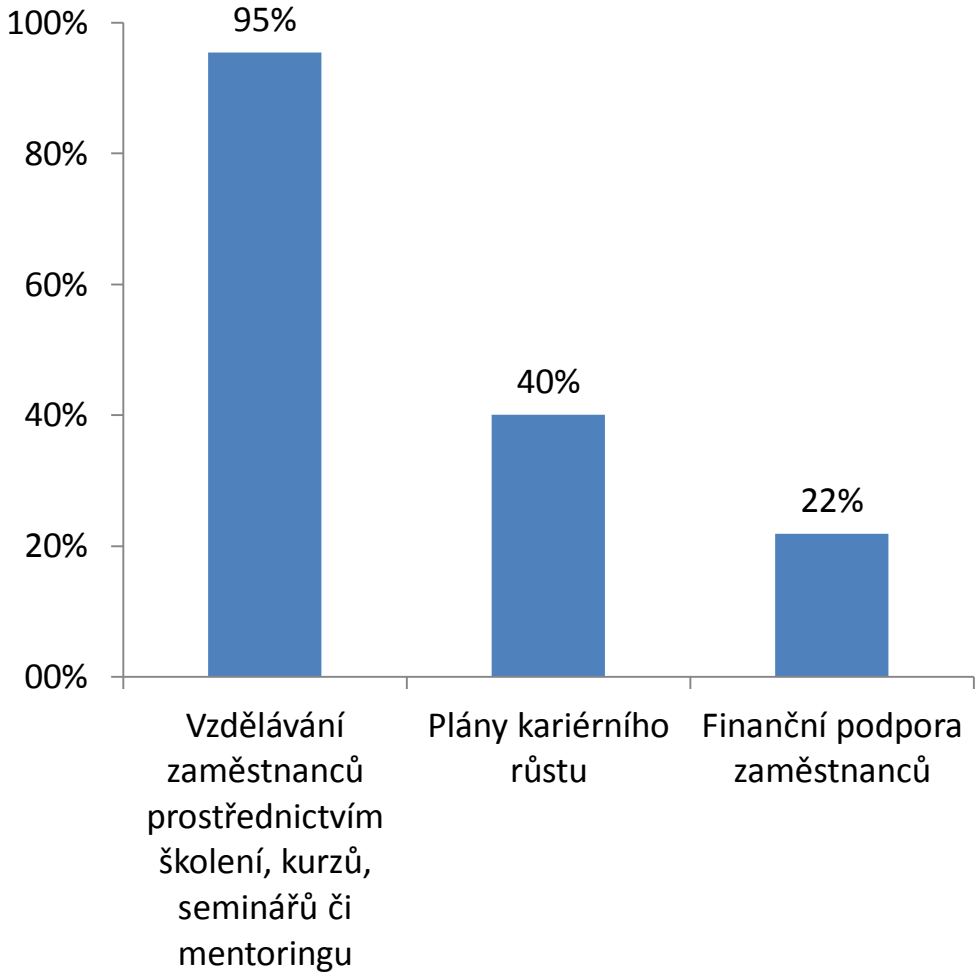
- Společensky odpovědné chování je u firem z Kraje Vysočina podněcováno především managementem firem – důvodem tedy je rozhodnutí vrcholového vedení firem
- Dalším významným důvodem zahájení společensky odpovědného chování je snaha o lepší image firmy a snaha o zlepšení vztahů mezi obchodními partnery 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?



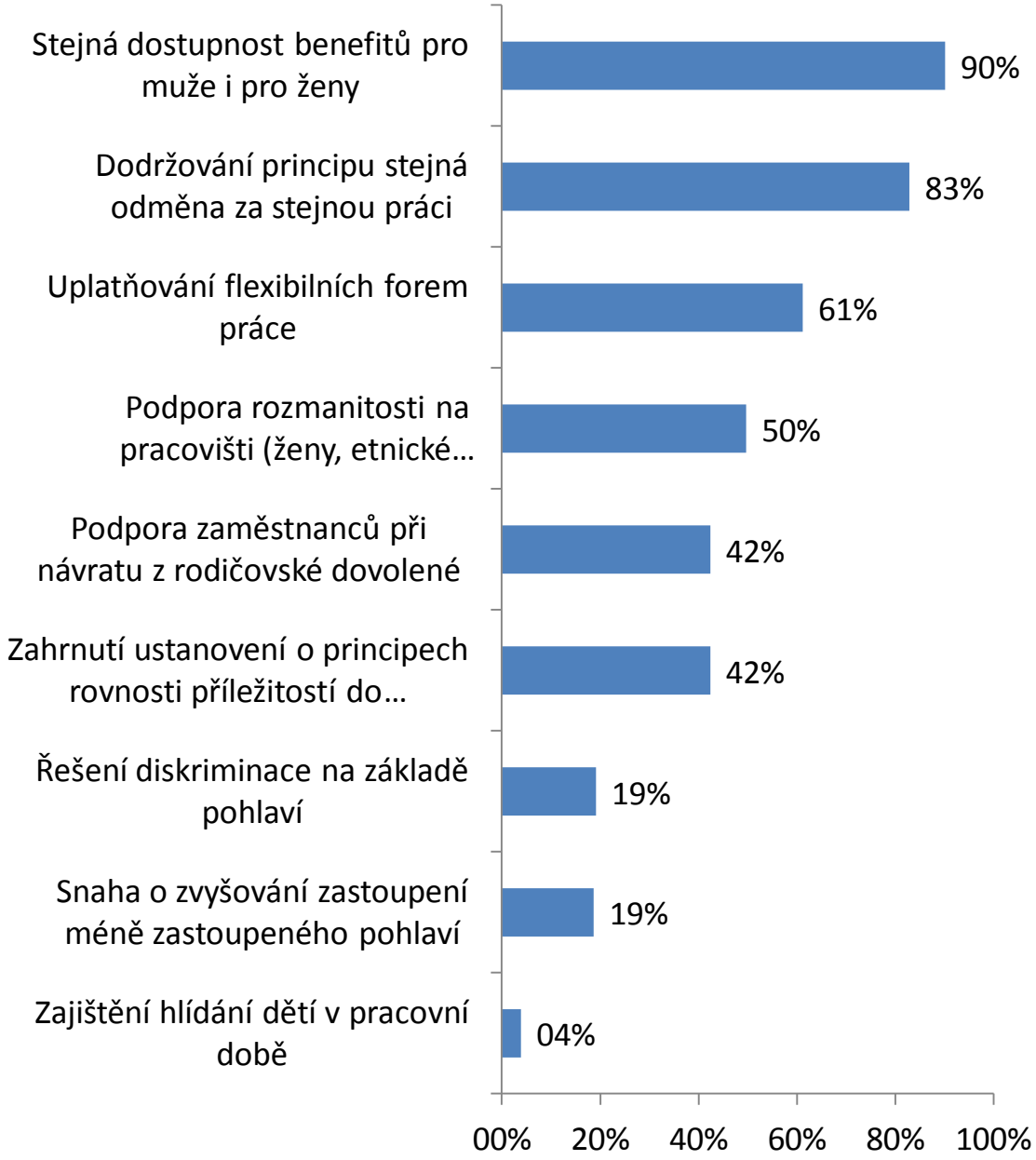
Aktivity SOF – oblast rozvoje lidského kapitálu.

- 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

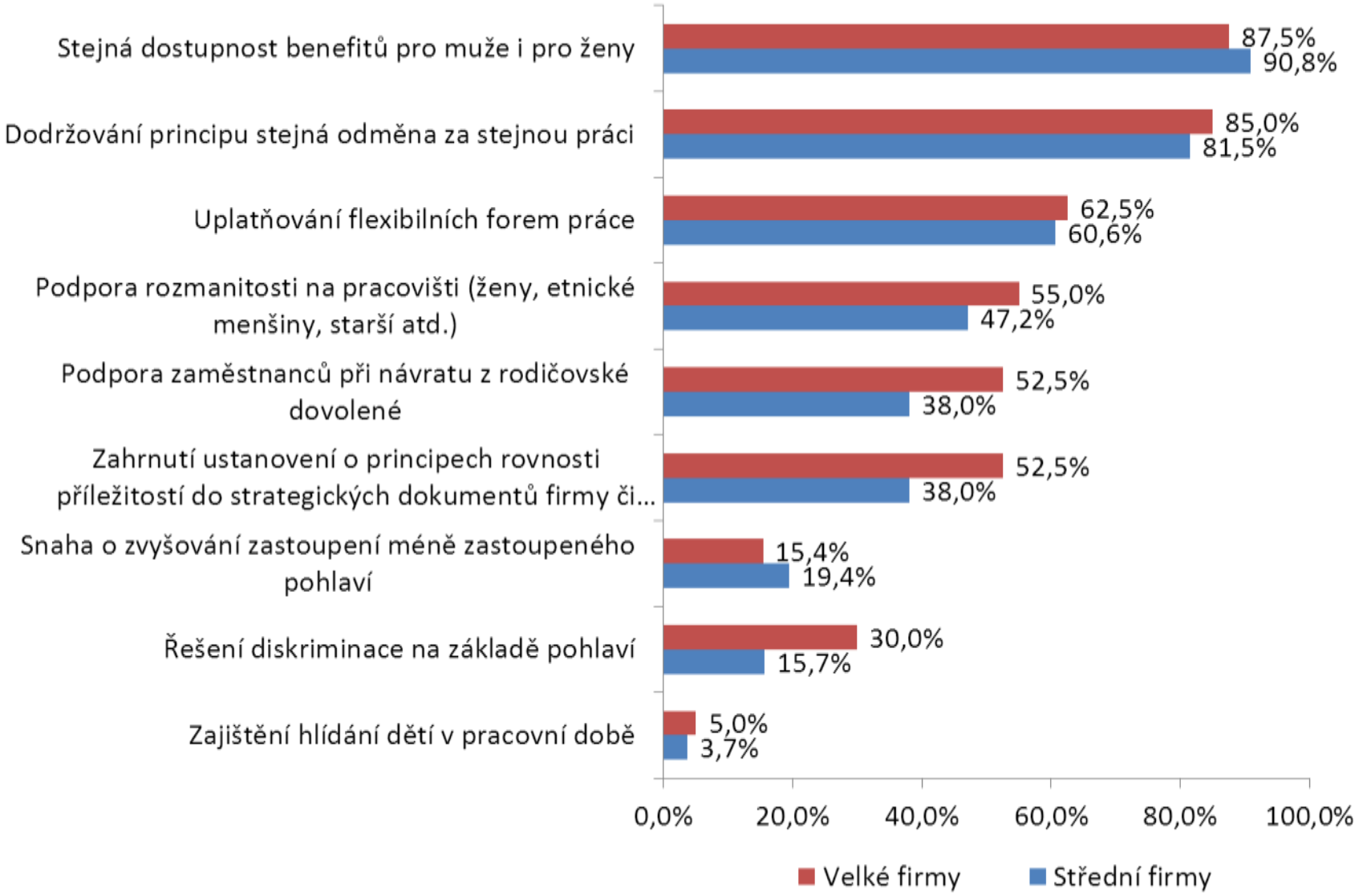


Aktivity SOF – oblast rovných příležitostí.

- 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).

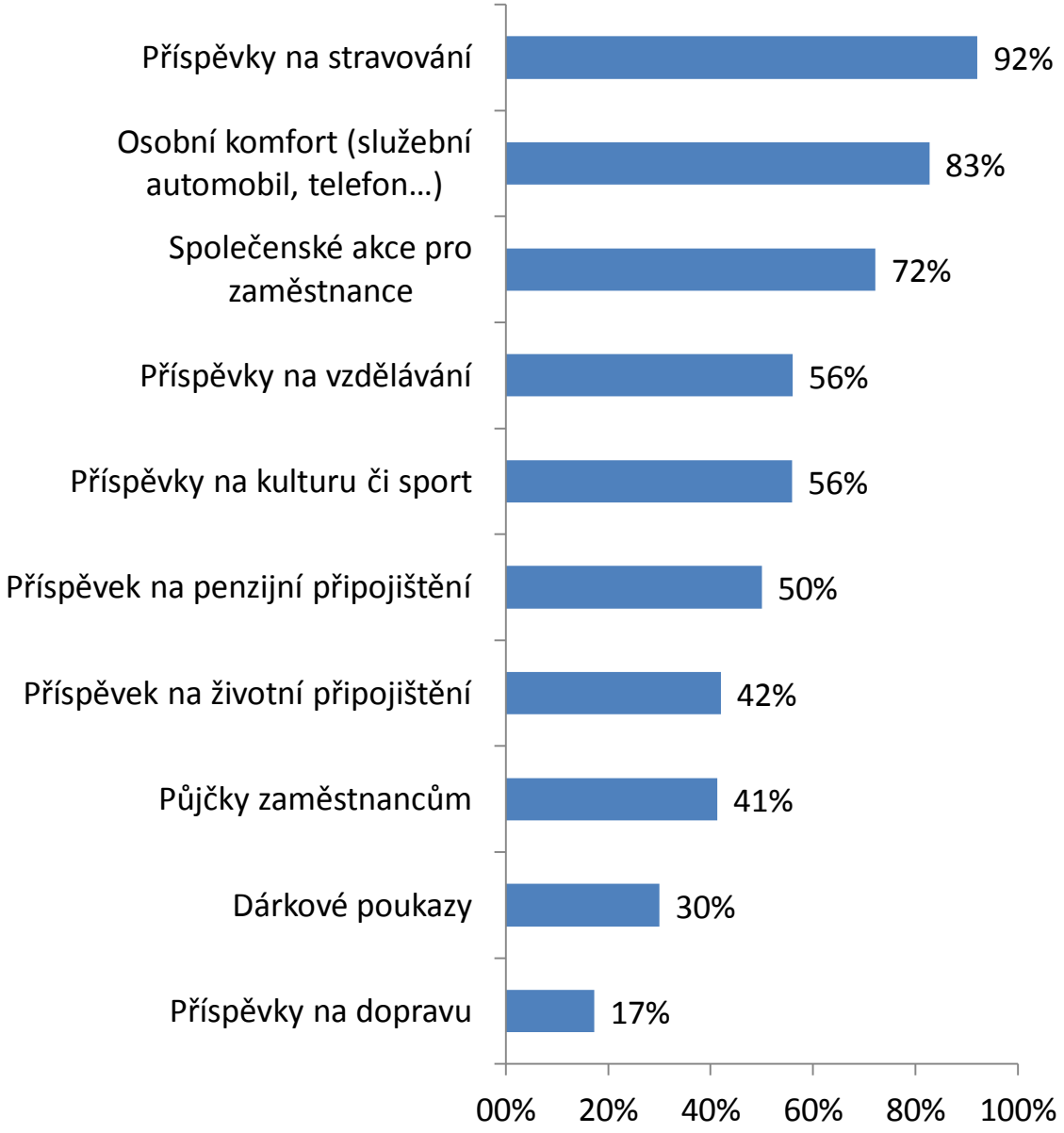


Aktivity SOF – oblast rovných příležitostí v závislosti na velikosti firmy

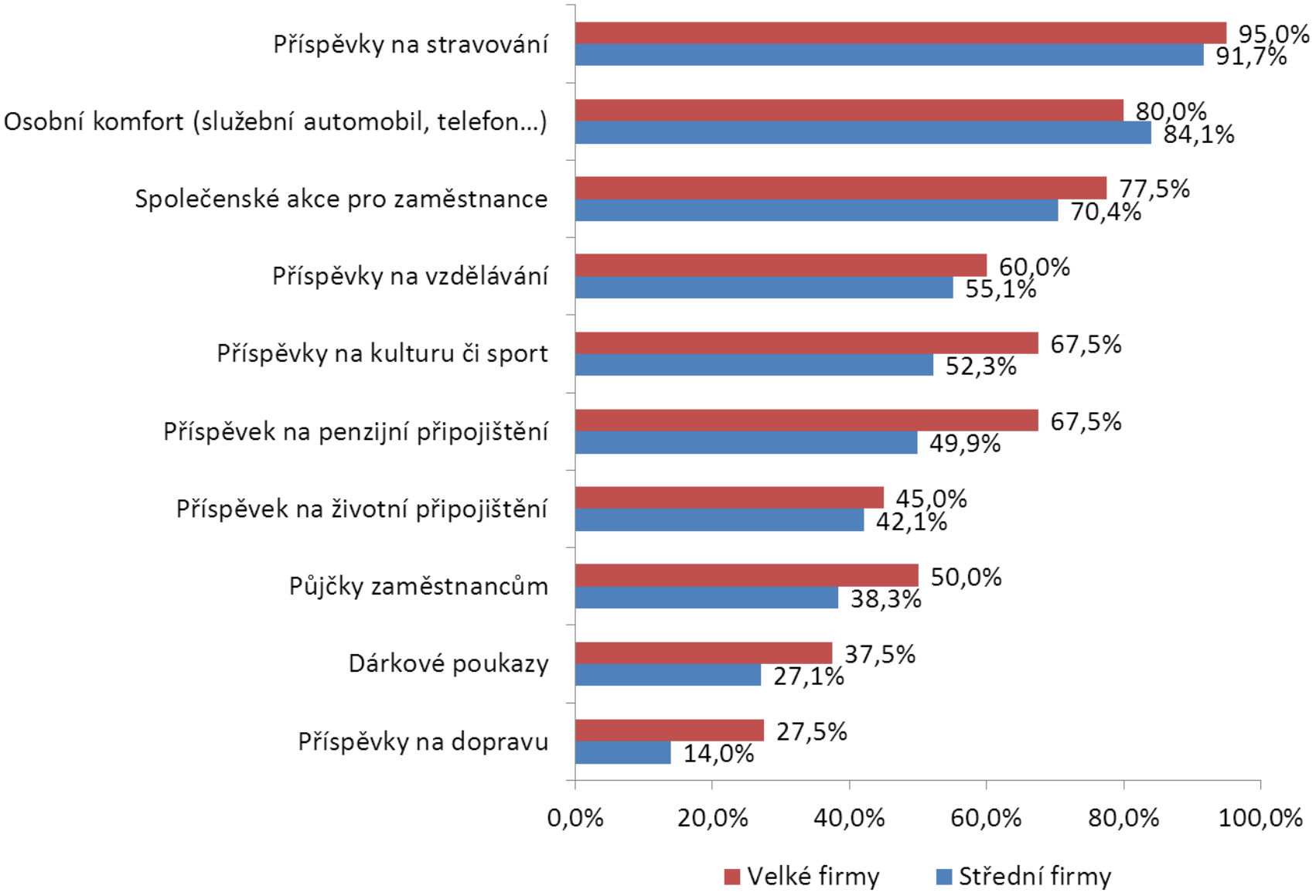


Aktivity SOF – oblast benefitů.

- 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).

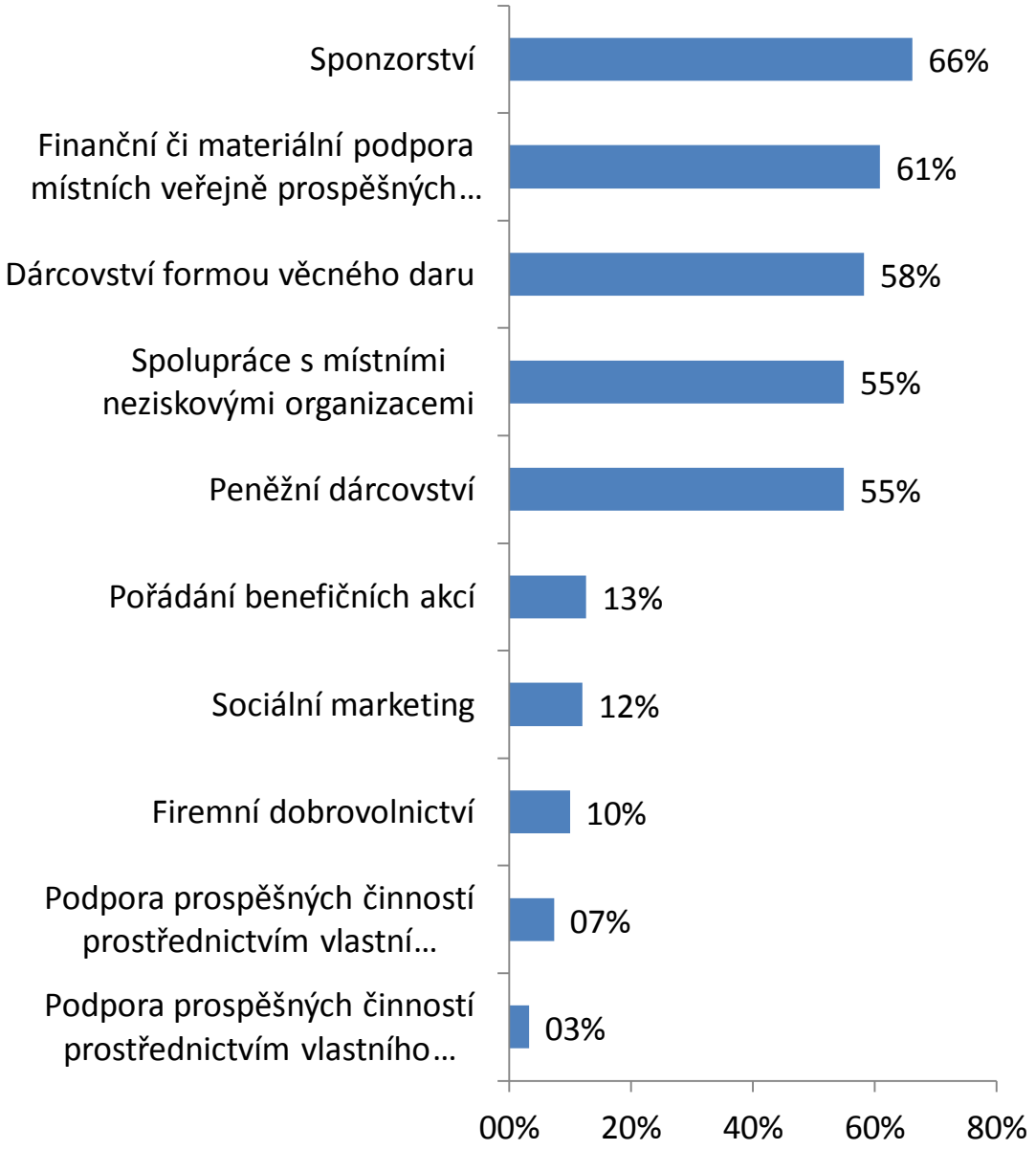


Aktivity SOF – oblast benefitů v závislosti na velikosti firmy.

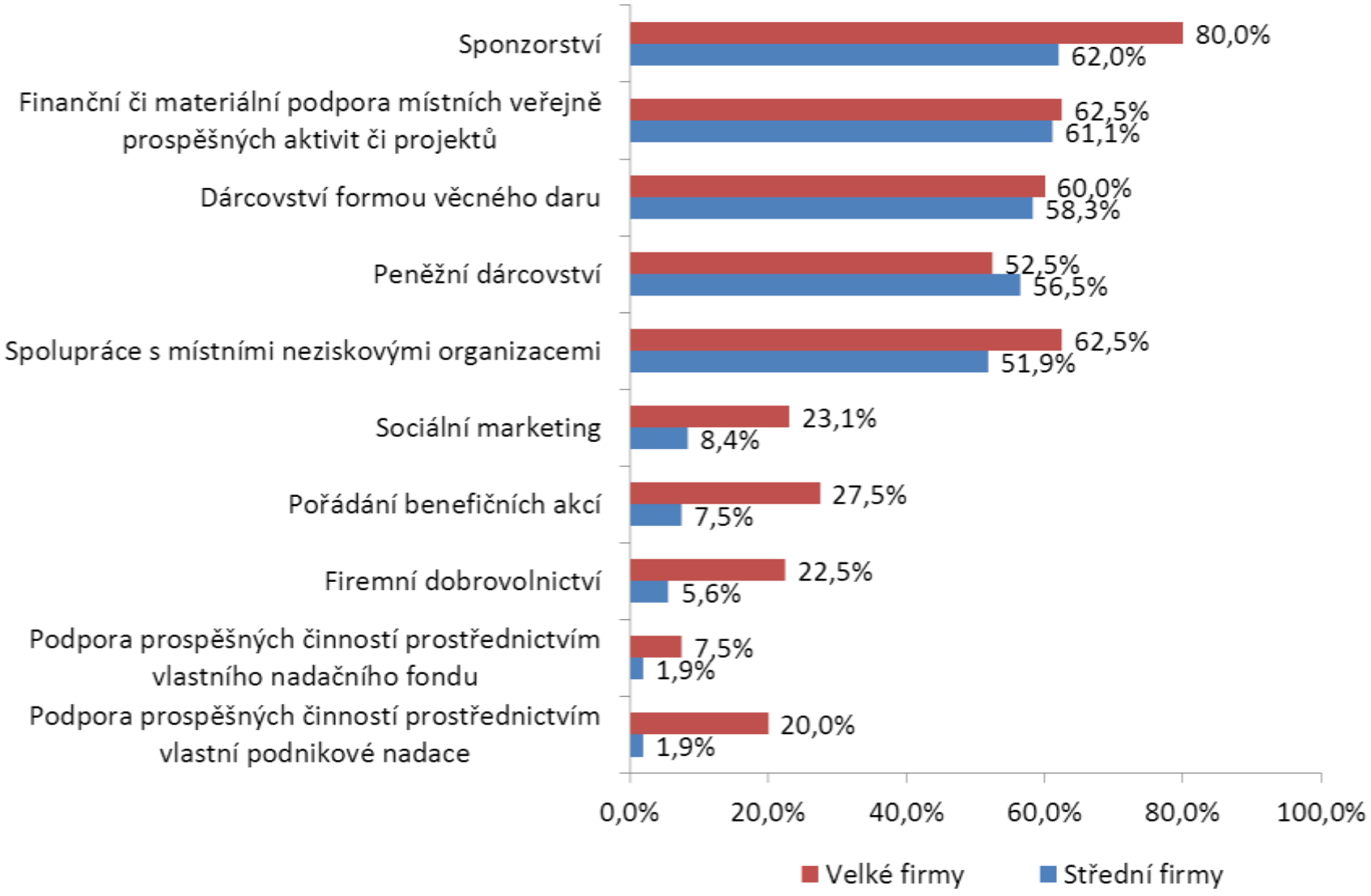


Aktivity SOF – oblast firemní filantropie.

- 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).

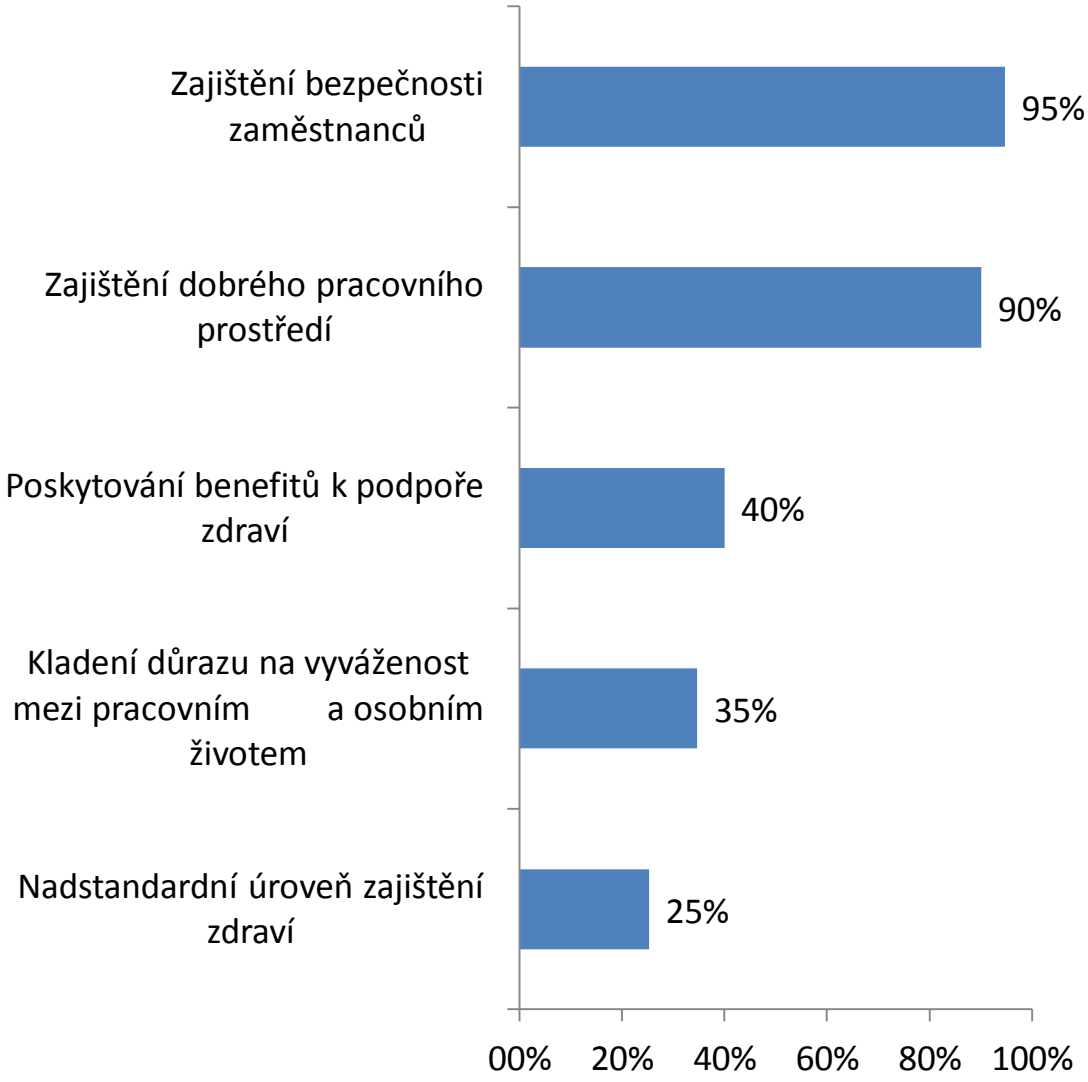


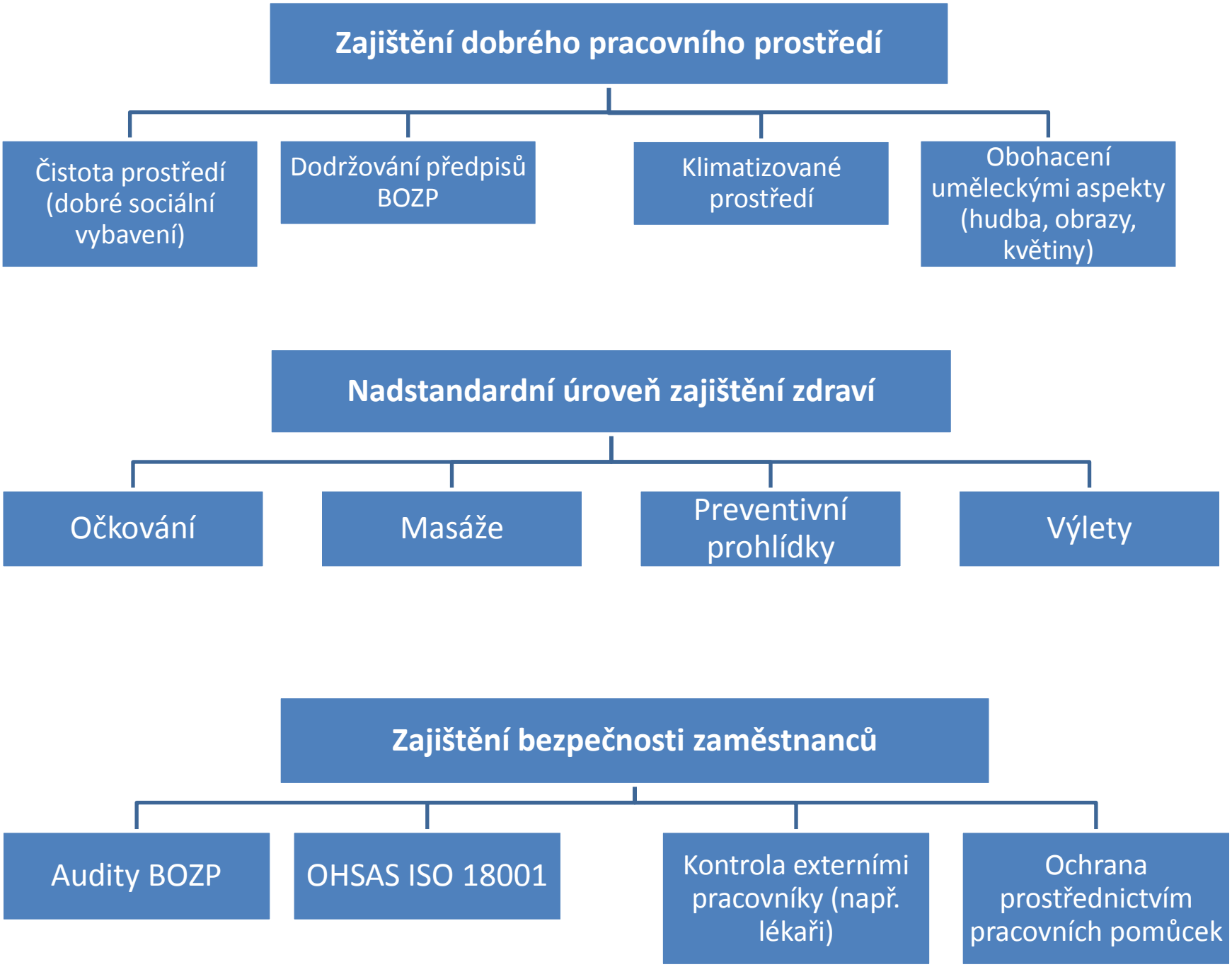
Aktivity SOF – oblast firemní filantropie v závislosti na velikosti firmy.

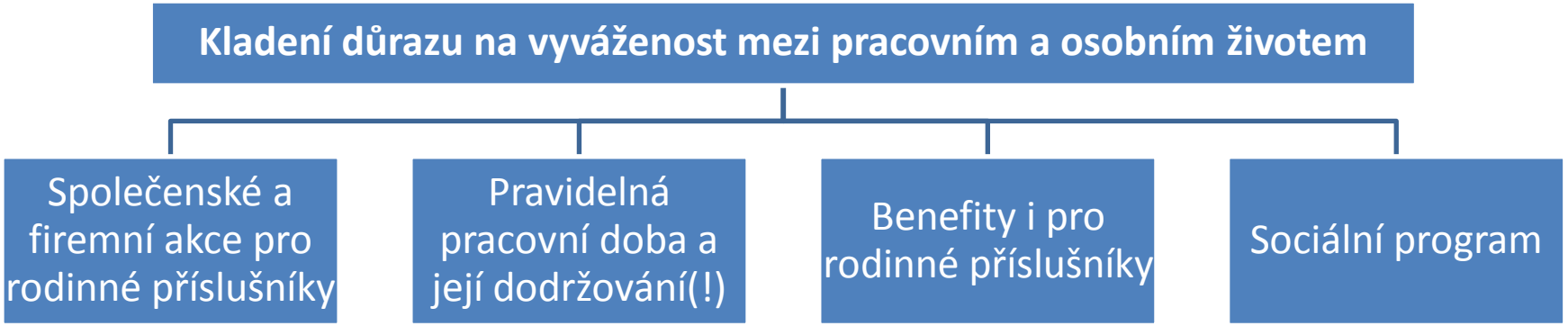


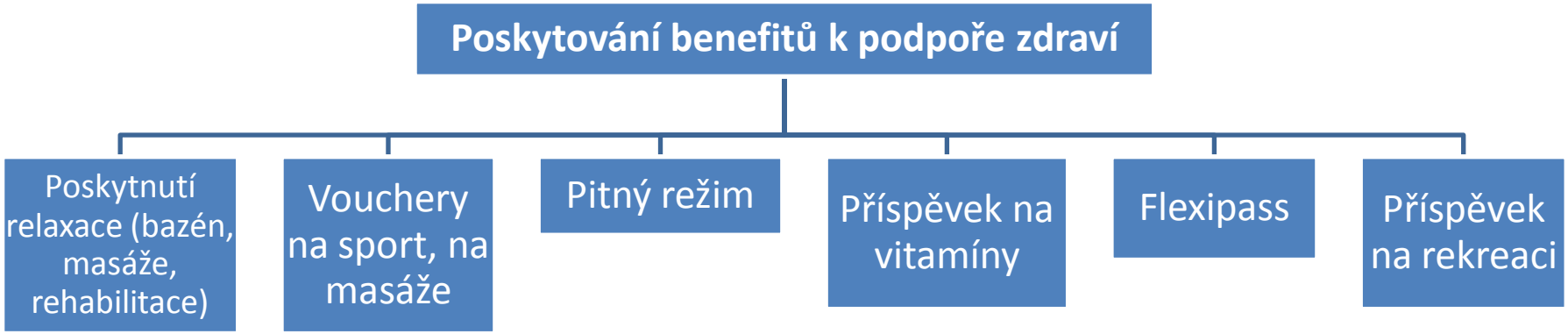
Aktivity SOF – oblast péče o zdraví zaměstnanců.

- 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.



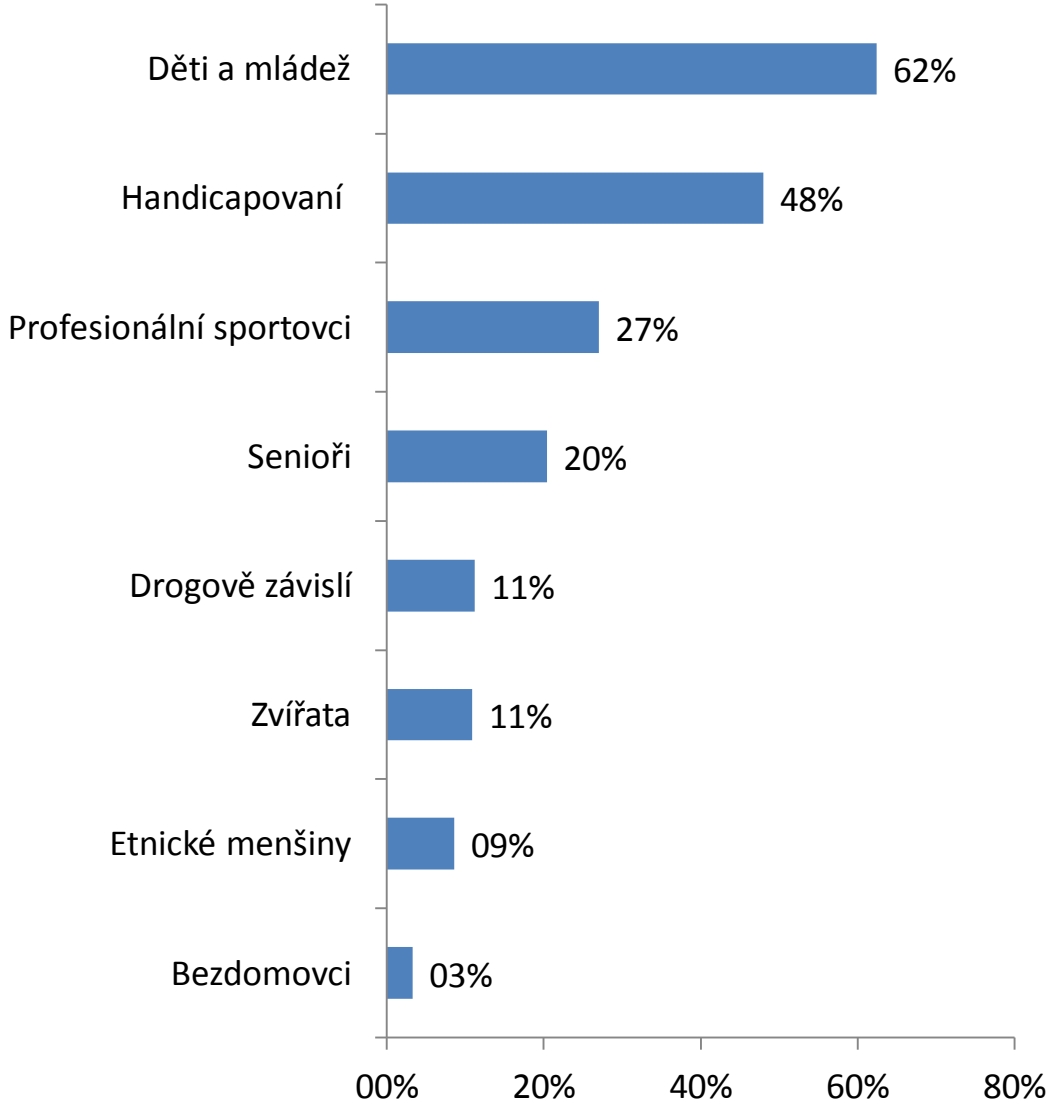

Zajištění dobrého pracovního prostředí
Čistota prostředí (dobré sociální vybavení)
Dodržování předpisů BOZP
Klimatizované prostředí
Obohacení uměleckými aspekty (hudba, obrazy, květiny)
Nadstandardní úroveň zajištění zdraví
Očkování
Masáže
Preventivní prohlídky
Výlety
Zajištění bezpečnosti zaměstnanců
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

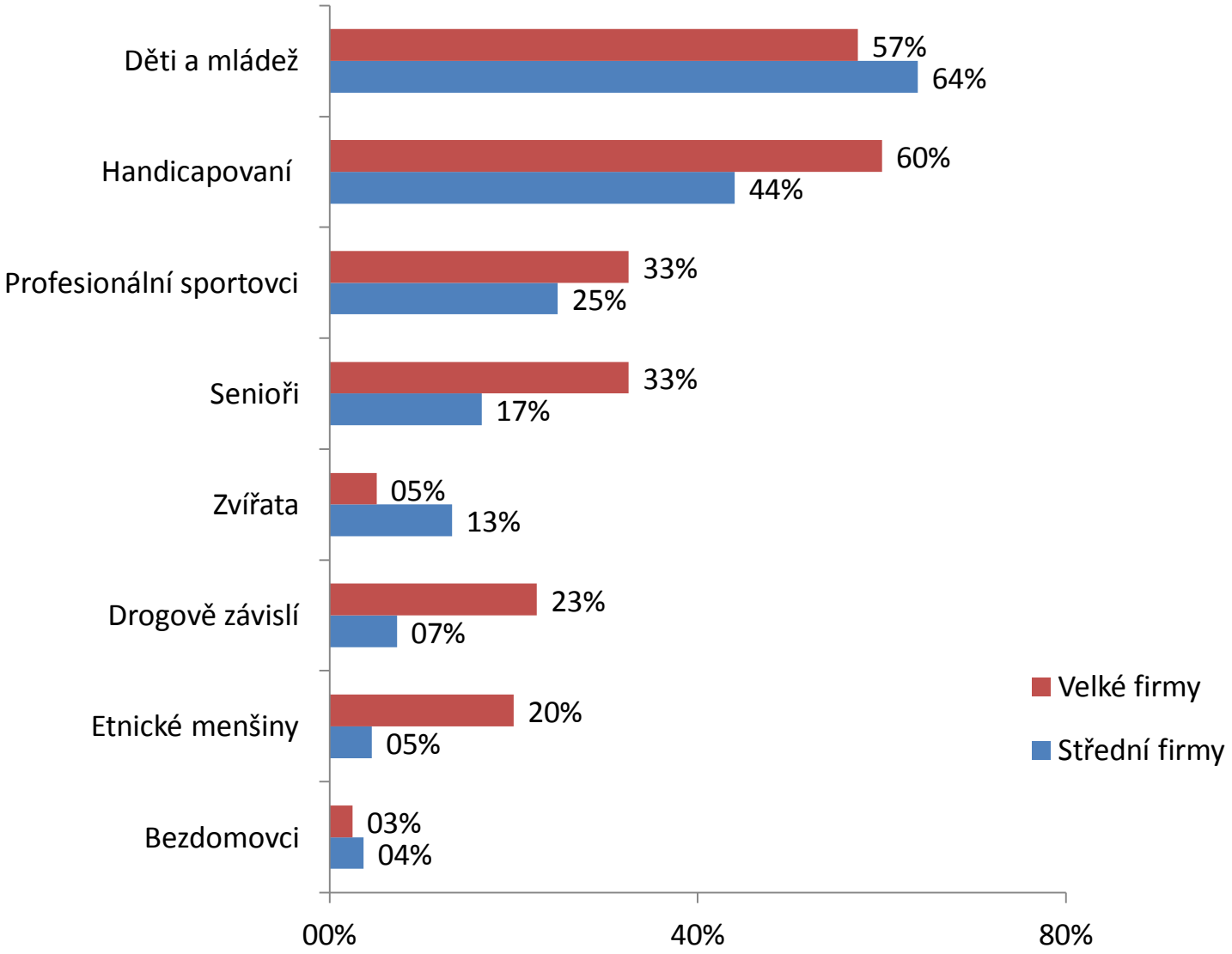

Poskytování benefitů k podpoře zdraví
Poskytnutí relaxace (bazén, masáže, rehabilitace)
Vouchery na sport, na masáže
Pitný režim
Příspěvek na vitamíny
Flexipass
Příspěvek na rekreaci

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.



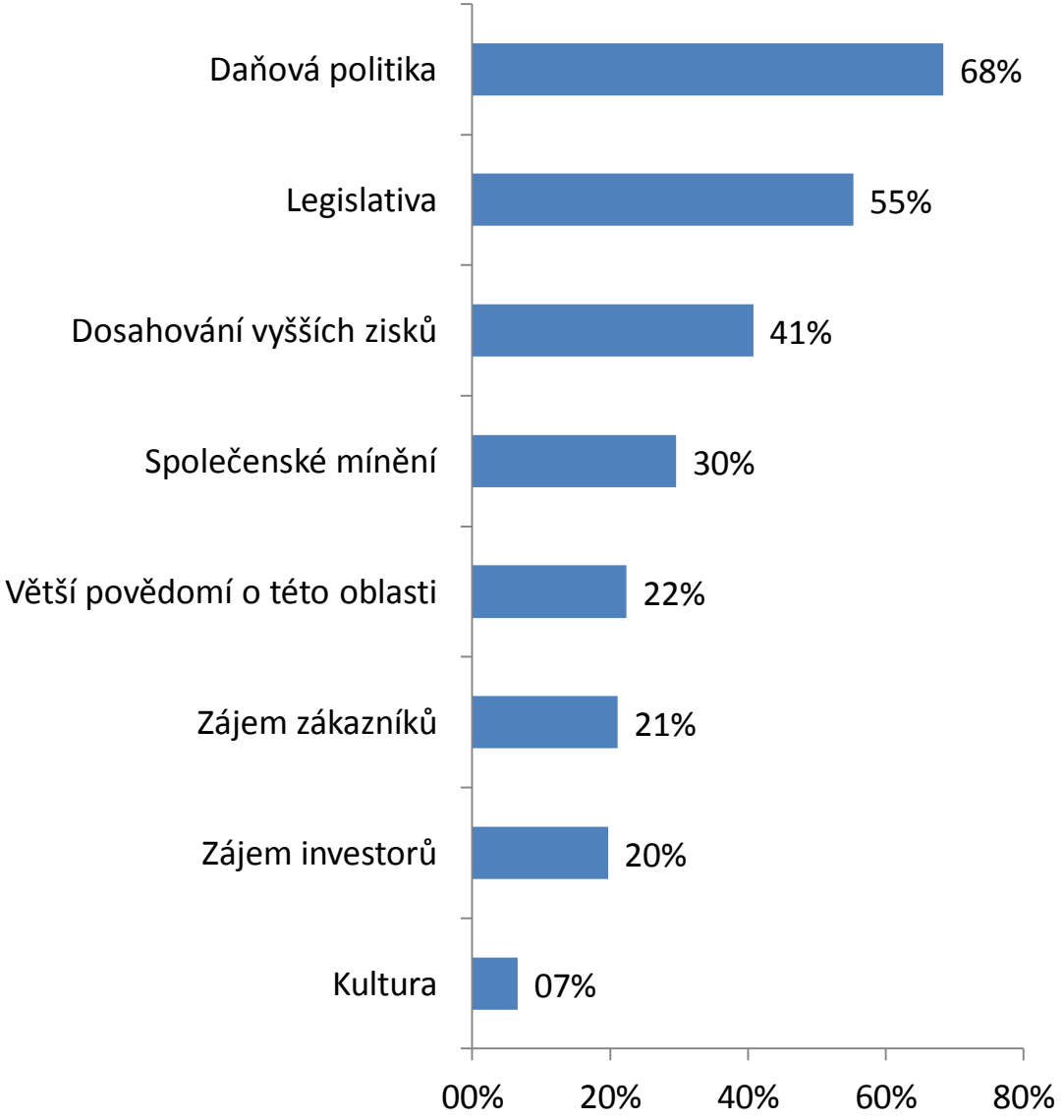
Cílové skupiny podporované darem – závislost na velikosti firmy



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