



Metodika zavádění firemní filantropie pro firmy

Materiál byl zpracován autorským kolektivem Ostravské univerzity v Ostravě pod vedením doc. PhDr. Jany Kutnohorské, CSc.

Ostrava, 2013

Obsah

1. Filozofické východisko společenské odpovědnosti firem. Strategie SCR.	3
1.1. Filozofické východisko společenské odpovědnosti firem. Byznys pro společnost.....	3
1.2. Dlouhodobý význam uplatňování firemní filantropie:	4
2. Filantropie, identifikace trendů firemní filantropie, přínos pro firmu.	4
2.1. Vztah CSR a firemní filantropie	5
2.2. Identifikace trendů firemní filantropie.....	5
2.2.1. Peněžní dárcovství.....	6
2.2.2. Nepeněžní dárcovství	6
2.3. Oceněné firmy v oblasti filantropie za rok 2012	7
2.4. Fundraising	7
3. Dobrovolnictví	8
3.1. Dobrovolnictví	8
3.1.1. Mezinárodní kontext	9
4. Zkušenosti z praxe, analýza dosavadních zkušeností	9
4.1. Výzkumné šetření přístup firem k diverzně OZP	9
5. Příklady dobré praxe	11
5.1. Zaměstnávání OZP. Naplňování principů diverzity vůči OZP.....	11
Přílohy	13
Příloha č. 1 Historický exkurz CSR.....	13
Příloha č. 2: Michalka Laníková - víčka mně můžou pomoci	14

1. Filozofické východisko společenské odpovědnosti firem. Strategie SCR.

1.1. Filozofické východisko společenské odpovědnosti firem. Byznys pro společnost

Společenská odpovědnost firem¹ je českým překladem anglického výrazu Corporate Social Responsibility (CSR), pro který používáme zkratku „CSR“. Znamená takový způsob vedení firmy a budování vztahů s partnery, který zlepšuje reputaci a důvěryhodnost podniku. CSR také lze charakterizovat jako dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k životnímu prostředí a společnosti.

Jedním ze základních pilířů CSR je pilíř sociální – tedy sociální oblast (People).

Zachycuje firemní filantropii, dialog se stakeholders², dále zdraví a bezpečnost zaměstnanců, rozvoj lidského potenciálu, dodržování pracovních standardů, vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců, rovné příležitosti (pro ženy a muže, ostatní znevýhodněné skupiny obecně vč. zaměstnávání OZP), rozmanitost na pracovišti (etnické menšiny, handicapovaní, starší lidé) a zajištění rekvalifikace propouštěných zaměstnanců pro jejich další uplatnění³ – viz tabulka č. 1. Tento materiál je zaměřen především na principy uplatňování sociálního pilíře CSR v oblasti filantropie. Na způsoby, prostředky a výsledky.

Tabulka č. 1: Přehled aktivit CSR v sociální oblasti⁴

Stakeholdři	zaměstnanci
	odbory
	neziskové organizace
	veřejnost
CSR aktivity	zdraví a bezpečnost
	vzdělávání a rozvoj
	vyváženost pracovního a osobního života
	rovné příležitosti
	rozmanitost na pracovišti
	podpora propouštěných zaměstnanců
	firemní dárcovství
	firemní dobrovolnictví
	sociální integrace
	podpora kvality života občanů
rozvoj zaměstnanosti a místní infrastruktury	

¹ Podrobnosti k problematice CSR jsou zpracovány v materiálu Definiční vymezení 3 pilířů CSR, který je jedním z dalších samostatných výstupů projektu – v elektronické verzi přidáme přímý hypertextový odkaz, kterým se zájemce dostane k materiálu.

² Stakeholders v nejširším pojetí zahrnuje zákazníky, akcionáře, zaměstnance, obchodní partnery, dodavatele, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory a mezinárodní organizace.

³ Ve firmách je velkým lákadlem sport. Například ČEZ a Kooperativa pořádají pro svoje zaměstnance České firemní sportovní hry, kdy zaměstnanci sportují, baví se a obchodují.

⁴ Zdroj: CSR [Online] [cit. 2011-09-15]. <http://www.csr-online.cz/page.aspx?oblastiCSR>. In: ŠEDIVÝ, P. *Společenská odpovědnost firem aneb rovné příležitosti a odpovědnost firem*. 2012, s. 8

1.2. Dlouhodobý význam uplatňování firemní filantropie:

Z dosud realizovaných průzkumných šetření a jejich analýzy vyplynulo:

- Firemní filantropie slouží k oslovování nových potencionálních zákazníků.
- Firemní dárce je potřeba k dárcovství více motivovat.
- Hlavní motivací pro firmy by jednoznačně byly větší daňové úlevy. Velké množství firem si dárcovství, kvůli nedostatečné podpoře od státu, rozmyslí. Ke zvýšení motivace může přispět jak stát, tak např. i média. Firmy touží po uznání za vykonávání dobročinných aktivit jak od státu, tak od obchodních partnerů a veřejnosti⁵.
- Filantropické aktivity dlouhodobě přispívají k prosperitě a úspěchu firmy, vylepšují image firmy.

Příklad z praxe

Česká spořitelna má vypracovanou strategii CSR na léta 2011-2013, ta vychází z obecných zásad společenské odpovědnosti a vznikla na základě průzkumu názorů zaměstnanců, klientů, akcionářů i veřejnosti. Česká spořitelna vnímá svoji roli v oblasti společenské odpovědnosti vůči všem zájmovým skupinám: ke klientům, k zaměstnancům, k akcionářům a společnosti. V roce 2012 Česká spořitelna spolu s Nadací ČS věnovala na společensky prospěšné aktivity částku přes 80 000 000 Kč. Hlavní oblasti CSR aktivit České spořitelny: vzdělávání ke konkurenceschopnosti⁶, podpora sociálního podnikání, podpora dobrovolnictví.

Oblasti podpory: senioři, lidé s mentálním postižením a kombinovanými hendikepy, sociálně vyloučení⁷.

2. Filantropie, identifikace trendů firemní filantropie, přínos pro firmu.

Terminologie

Firemní filantropie představuje aktivní zapojení se firem do veřejně prospěšných projektů. Je složena z dárcovství a dobrovolnictví svých zaměstnanců.

Dárcovství se týká peněžitých či nepeněžitých darů určených přímo potřebným občanům nebo na veřejně prospěšné účely prostřednictvím sbírek, nadací a nadačních fondů.

Dobrovolnictví je vědomá, svobodně zvolená činnost ve prospěch druhých, kterou poskytují občané bezplatně, tj. nezískávají finanční odměnu, ale osobní zadostiučinění.

Filantropie

Etymologie: z řec. filein, milovat a anthrópos, člověk - láska k člověku.

⁵ MOKREJŠOVÁ, Strategie firemní dobročinnosti, 2007, s.37-39.

⁶ V rámci pilíře „vzdělání ke konkurenceschopnosti“ Česká spořitelna vytvořila výukový program pro žáky 2. stupně základních škol a studenty středních škol. Tento program chce významnou měrou přispět k prohlubování finanční gramotnosti žáků a být servisním programem pro vyučující. Jeho výstupy - což jsou informační webový portál, Finanční atlas (ve dvou verzích: pro ZŠ a SŠ) a metodologické semináře pro pedagogy - významně usnadní výuku různých témat z oblasti financí v nejširším kontextu, a to při výuce tradičních předmětů (matematika, základy společenských věd, zeměpis). www.dnesni-financni-svet.cz.

⁷ *Strategie CSR České spořitelny 2011-2013*. [Online]. [cit. 2013-02-19]. Dostupné z URL <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/strategie-csr-ceske-sporitelny-2011-2013-d00014457>.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Definice

Filantropie představuje humanisticky motivovanou dobročinnost, dávání peněz, zboží, času nebo úsilí pro podporu obecně prospěšného účelu, zpravidla v delším časovém horizontu a s jasně definovanými cíli. V obecnější poloze lze filantropii pojmut jako jakýkoli nezištný počín, který směřuje k podpoře dobra nebo zlepšování kvality života⁸.

2.1. Vztah CSR a firemní filantropie

Firemní filantropie je významnou podmnožinou společenské odpovědnosti firem. Je její klíčovou složkou. Chování v souladu se zákony je pro každou firmu povinné. CSR naopak zahrnuje aktivity vykonávané nad legislativní rámec, tedy nikoliv ty, co firma musí, nýbrž ty, pro které se dobrovolně rozhodne v zájmu společnosti.

Oblasti firemní filantropie

Do oblasti firemní filantropie patří:

- Dárcovství (finanční nebo nefinanční – věcné dary, zboží, služby, čas...).
- Vlastní firemní nadace nebo nadační fond.
- Sběrka mezi zaměstnanci.

2.2. Identifikace trendů firemní filantropie

Pokud jde o identifikaci trendů firemní filantropie, tak je můžeme rozdělit do několika pilířů, níže uvedené jsou nejvíce preferované⁹:

- **Dárcovství:** Do této skupiny spadá i dárcovství krve (Daruj krev s Metrostavem).
- **Dobrovolnické akce:** Darování manuální práce, psychická podpora (např. Orange Day: GlaxoSmithKline). Darování času (např. společnosti Siemens nebo ČEZ - projekt firemního dobrovolnictví), „Čas pro dobrou věc“, Den pro lepší život (Kooperativa pojišťovna, a.s.).
- **Charitativní akce:** Charitativní sbírky oblečení (např. Accenture Central Europe B.V.).
- **Sociální oblast péče o znevýhodněné občany a péče o osoby s postižením.** Např. akce Pomocné tlapky, která vychovává a cvičí asistenční psy pro osoby s tělesným a kombinovaným postižením (Kooperativa pojišťovna, a.s.).
- **Zlepšení kulturního a sportovního vyžití.** Např. Plzeňský Prazdroj.
- **Programy na zlepšení životního prostředí a ekologie.** Např. Plzeňský Prazdroj, Telefónica Czech Republic.
- **Programy pro zaměstnance:** Dobrovolnická akce, které se najednou účastní třeba 16 společností, jejich zaměstnanci dělají společnou aktivitu, např. sází stromy nebo radí managementu nějaké organizace¹⁰.
- **Péče o zaměstnance:** Např. Skanska, sladčování osobního a pracovního života. Firmy si uvědomují, že work-life balance (vyváženost práce a osobního života zaměstnanců) se

⁸ WIKIPEDIE; *Otevřená encyklopedie*. [Online]. [cit. 2013-01-24]. Dostupné z URL: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Filantropie>.

⁹ Analýza firem: řešitelský tým OU z dále uvedených zdrojů a rovněž příloha č. 1.

¹⁰ Strategie: Chytrá odpovědnost a boj o budoucí zisky - titulní rozhovor s Pavlínou Kalousovou. In: [Online]. [cit. 2013-02-02]. Dostupné z <http://www.byznysprospolecnost.cz/o-platfome/ze-zivota-platfomy.html>.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

vyplatí, protože zaměstnanec je pak mnohem loajálnější, může si lépe rozvrhnout svůj čas a jeho výkonnost pro firmu naopak roste¹¹.

- **Přenos know-how mezi generacemi¹².**

2.2.1. Peněžní dárcovství

Jedná se o nejjednodušší a nejrychlejší způsob podpory a rovněž nejčastěji užívaný. Zahrnuje následující formy:

- **Přímá podpora**
Nejčastější forma, která spočívá v tom, že firma jednorázově nebo opakovaně daruje finanční či věcné prostředky na podporu veřejně prospěšného projektu.
- **Sbírka mezi zaměstnanci a matchingový fond**
Sbírku organizuje přímo firma nebo sami zaměstnanci. Sbírka často probíhá na principu „matchingu“, který je založen na tom, že firma navýší (např. zdvojnásobí) prostředky vybrané mezi zaměstnanci. Tato forma kombinuje angažovanost zaměstnanců a firemní podporu.
- **Firemní nadace /firemní nadační fond**
Samostatné právní subjekty, které se liší od jiných nadací v tom, že jejich zakladateli jsou firmy, od nichž získávají většinu prostředků na realizaci dlouhodobých dárcovských programů zakladatele.
- **Charitativní aukce a výstavy**
Organizované firmou pro zaměstnance, obchodní partnery nebo zákazníky. Získaný finanční výtěžek je určen na dobročinné účely¹³.

2.2.2. Nepeněžní dárcovství

Jde postupně o stále běžnější způsob podpory charitativní činnosti.

- **Školení, vzdělávání a odborná pomoc**
Poskytnutím těchto služeb bezplatně nebo levněji mohou firmy přispět ke zvyšování odbornosti a profesionalizace neziskových organizací a k úspoře jejich nákladů.
- **Poskytnutí zázemí pro fungování neziskové organizace**
Firmy mohou poskytnout prostor, hradit nájemné, zapůjčit techniku či distribuční síť, poskytovat prezentační a reklamní plochy (na obalech výrobků, v korespondenci,...).
- **Firemní dobrovolnictví**
Spojuje „obecně prospěšné aktivity podniku s podporou dobrovolné činnosti zaměstnanců. Firma uvolňuje své zaměstnance pro výkon dobrovolné činnosti, navazuje kontakty nebo partnerství s neziskovou organizací, ve které mohou zaměstnanci pracovat jako dobrovolníci“ v jednorázových akcích nebo dlouhodobých projektech. Firemní dobrovolníci mohou být využíváni jak na čistě charitativní pomocné práce, tak

¹¹ Strategie: Chytrá odpovědnost a boj o budoucí zisky - titulní rozhovor s Pavlínou Kalousovou. In: [Online]. [cit. 2013-02-02]. Dostupné z <http://www.byznysprospolecnost.cz/o-platforme/ze-zivota-platformy.html>.

¹² Strategie: Chytrá odpovědnost a boj o budoucí zisky - titulní rozhovor s Pavlínou Kalousovou. In: [Online]. [cit. 2013-02-02]. Dostupné z <http://www.byznysprospolecnost.cz/o-platforme/ze-zivota-platformy.html>.

¹³ ČÍŽKOVÁ, M. *Firemní filantropie a korporátní společenská odpovědnost*. 2007. s. 12 [Online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z URL http://is.muni.cz/th/76016/esf_m/diplomova_prace.pdf.

na odbornou práci, kdy např. pomáhají vytvořit marketingový plán neziskové organizace, webové stránky či počítačovou síť.

- Účast ve správních radách a grantových komisích neziskových organizací. Zástupci firem přinášejí do neziskové organizace úhel pohledu profesionála z „druhé“ strany a současně přispívají k důvěryhodnosti organizace před veřejností¹⁴.

2.3. Oceněné firmy v oblasti filantropie za rok 2012

Hospodářské noviny otiskly na počátku roku 2013¹⁵ zprávu, že podle výsledků největších českých firem vydali firemní dárci za rok 2012 na obecně prospěšné účely 2,5 mld. korun, což je o 11% více než v roce 2011. Z toho 700 miliónu korun odvedla skupina 12 největších českých korporací, mezi nimi: ČEZ, ČSOB, Česká spořitelna, mobilní operátor Vodafone. 94% těchto darů má finanční podobu, zbytek tvoří věcné dary a firemní dobrovolnictví.

- **Největší částkou** přispěl v roce 2012 ČEZ a jeho nadace, který na dobročinnost věnoval téměř 377 miliónů korun.
- **Štědrá firma:** Nejštědřejší dárcem je výrobce zdravotnických prostředků a kosmetiky – firma Johnson & Johnson. Ta odvedla v roce 2012 na darech 0,5% ze zisku. Ke štědrým dárcům patří rovněž Česká spořitelna, společně s Nadací České spořitelny věnovaly na obecně prospěšné projekty zhruba 80 miliónů korun.
- **Podpora ekonomického rozvoje a vzdělání:** České firmy, podobně jako ve světě, nejvíce podporující ekonomický rozvoj a vzdělání.
- **Certifikáty:** Objevují se i zvláštní formy darů, například telekomunikační společnost Telefónica nakoupila před vánocemi od společnosti „Člověk v tísni“ certifikáty na tzv. skutečný dárek pro lidi z nejhudších zemí světa. Společnost „Člověk v tísni“ uvádí, že obliba těchto certifikátů roste, že v roce 2012 jich prodali za 12 miliónů korun.
- **Dárcovské SMS - Fundraising:** Nadace Vodafone, jejímž prostřednictvím operátor Vodafone realizuje většinu svých dárcovských aktivit, má stabilní rozpočet 16 – 24 miliónů korun¹⁶.

2.4. Fundraising

Fundraising je strategie dárcovství zaměřená na jednotlivce jako donátora. Jedná se o český vynález. Nejrozšířenější je darování prostřednictvím SMS¹⁷. Jednotlivci se mohou jednoduchým odesláním SMS podílet na dobré věci. V České republice se velmi rozšiřuje a získává širokou podporu. Pozitivním aspektem je skutečnost, že fundraising nachází podporu u mládeže, což dokládá fakt, že se u ní rozvíjí prosociální chování. Příkladem takového chování je také sběr víček

¹⁴ ČÍŽKOVÁ, M. *Firemní filantropie a korporátní společenská odpovědnost*. 2007. s. 12 [Online]. [cit. 2013-02-21]. Dostupné z URL http://is.muni.cz/th/76016/esf_m/diplomova_prace.pdf.

¹⁵ HRDLIČKOVÁ, *České firmy vydaly loni na dobročinnost o 11% více než v roce 2011*. In: Hospodářské noviny 15. 1. 2013, s. 16, viz také: <http://www.publicon.cz>.

¹⁶ HRDLIČKOVÁ, *České firmy vydaly loni na dobročinnost o 11% více než v roce 2011*. In: Hospodářské noviny 15. 1. 2013, s. 16, viz také: <http://www.publicon.cz>.

¹⁷ Dárcovské SMS, zaštiťuje Fórum dárců. Projekt odstartoval o velikonočních 2004 a jeho posláním je poskytování finančních zdrojů nestátním neziskovým organizacím (NNO). Dárcovská SMS je průhledný systém, který je k dispozici všem NNO za nekomerčních podmínek a jasných pravidel.

od plastových lahví¹⁸. Pokud se má tato devíza nadále zúročovat, pak je potřeba, aby nacházela pozitivní příklad SCR u velkých firem.

Závěr

Filantropie, dárcovství a dobrovolnictví pomáhají firmám budovat jejich společenskou pozici v určité lokalitě nebo regionu a podílí se na tvorbě image firmy v očích stakeholderů i veřejnosti, jsou významnou součástí CSR strategie. Z výsledků našeho výzkumného šetření (viz dále) však vyplynulo, že u malých a středních firem v této části konceptu CSR jsou ještě rezervy.

3. Dobrovolnictví

3.1. Dobrovolnictví

Hlavním cílem rozvoje dobrovolnictví je posílení sociální soudržnosti ve společnosti. Dobrovolná činnost vnáší do moderní společnosti sociální rozměr. Potřeba profesionalizovat a právně ošetřit práci s dobrovolníky vyústila v roce 2002 ve vyhlášení zákona o dobrovolnické službě (zákon č.198/2002). Dobrovolnickou službou je dle tohoto zákona činnost, při níž dobrovolník poskytuje:

- a) pomoc nezaměstnaným, osobám sociálně slabým, zdravotně postiženým, seniorům, příslušníkům národnostních menšin, imigrantům, osobám po výkonu trestu odnětí svobody, osobám drogově závislým, osobám trpícím domácím násilím, jakož i pomoc při péči o děti, mládež a rodiny v jejich volném čase;
- b) pomoc při přírodních, ekologických nebo humanitárních katastrofách, při ochraně a zlepšování životního prostředí, při péči o zachování kulturního dědictví;
- c) při pořádání kulturních nebo sbírkových charitativních akcí pro osoby uvedené v písmenu a);
- d) pomoc při uskutečňování rozvojových programů národních a mezinárodních nevládních organizací¹⁹.

Práce s dobrovolníky zajišťuje organizaci mnoho výhod a přínosů. Jsou to především tyto: Dobrovolníci představují levný zdroj pracovní síly. Slovo „levný“ znamená, že ani dobrovolná práce není zadarmo. Organizace musí vynaložit určité finanční prostředky na přípravu a realizaci práce s dobrovolníky, je třeba koordinovat jejich aktivity, zajistit dobrovolníkům vhodné pracovní prostředky, prostory. V rámci jejich motivace jim organizace nabízí také např. vzdělávání, zveřejnění jmen, teambuildingové akce. Všechny tyto zmíněné aspekty představují náklady, se kterými je potřeba dopředu počítat. Výše nákladů se odvíjí od skutečnosti, zda organizace pracuje s dobrovolníky podle zákona o dobrovolnické službě (je tzv. přijímající organizací), např. zahraniční dobrovolná služba, humanitární organizace, nebo zda samotní členové organizace jsou dobrovolníky a pracují pravidelně, bezplatně na osobně vytyčeném poslání, např. práce s dětmi (nejčastěji na místní úrovni). Obecně lze říci, že práce s dobrovolníky se významně neliší od řízení lidí v běžné ziskové firmě. Kvůli absenci finanční odměny je však o to důležitější využívat ostatních forem motivování a vedení pracovníků²⁰.

¹⁸ Viz příloha č. 2.

¹⁹ HLADKÁ, M. *Význam dobrovolnictví jako specifického lidského zdroje*. In: [Online]. [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.e-cvns.cz/soubory/Konference_Pardubice_Hladka.pdf.

²⁰ HLADKÁ, M. *Význam dobrovolnictví jako specifického lidského zdroje*. In: [Online]. [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.e-cvns.cz/soubory/Konference_Pardubice_Hladka.pdf.

3.1.1. Mezinárodní kontext

S cílem poukázat na činnost dobrovolníků po celém světě a podnítit ostatní potenciální dobrovolníky k jejich zapojení, vyhlásilo Valné shromáždění OSN rok 2001 jako Mezinárodní rok dobrovolníků. V rámci tohoto roku dobrovolnictví byla přijata rezoluce, která obsahovala doporučení týkající se činnosti dobrovolníků, a byl oceněn jejich význam²¹.

Pozn.: EU každoročně vyhláší tzv. Evropský rok, který je vždy věnován jiným prioritám. Např. Evropský rok 2011 byl věnován dobrovolnictví, 2012 aktivnímu stárnutí. Rok 2013 byl vyhlášen Evropskou unií Evropským rokem občanů.

Závěr

Dobrovolníci mají vliv na poslání a činnost organizace. Svou přítomností nutí organizaci zlepšovat prosociální strategii. Organizace začíná fungovat na odlišných principech, které pro ni mohou být zásahem do vlastního poslání, rovněž získává zpětnou vazbu od lidí, kteří přicházejí do organizace zvenčí. Do organizace se dostávají lidé, kteří nejsou zatíženi dosavadními postoji a zkušenostmi vůči organizaci, přicházejí s nekonvenčními přístupy, které se liší podle vzdělání, hodnot a životního stylu každého jedince. Zpětná vazba získaná prostřednictvím rozhovorů a diskuzí s dobrovolníky tak může tvořit významný nástroj pro rozhodování managementu organizace²².

4. Zkušenosti z praxe, analýza dosavadních zkušeností

4.1. Výzkumné šetření přístup firem k diverzně OZP

Design výzkumu

Ve výzkumném šetření, v němž analyzujeme přístup firem k diverzitě OZP, jsme oslovili 50 firem z celé České republiky, kladně se k výzkumnému šetření postavilo 18 firem, jedna firma poslala odpovědi, až po jejich kategorizaci. Pro analýzu výsledků výzkumného šetření jsme vycházeli z odpovědí 18 firem, které zaměstnávaly od 19 do 2 290 zaměstnanců, toto rozpětí nám umožnilo komparovat přístup k CSR velkých a malých firem.

Cíle výzkumného šetření

Otázky pro rozhovor byly připravovány a ověřeny směrem k cílům případové studie:

- 1) Zjistit, zda firmy naplňují principy diverzity.
- 2) Zjistit, zda firmy naplňují principy filantropie.

²¹ Dobrovolnictví je zde chápáno jako „integrální součást jakékoli strategie zaměřené na omezení chudoby, udržitelný rozvoj a sociální integraci, a zvláště na překonání sociální izolace a diskriminace“ (č. 52/17 z 20. listopadu 1997); (HLADKÁ, M. Význam dobrovolnictví jako specifického lidského zdroje. In: [Online]. [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.e-cvns.cz/soubory/Konference_Pardubice_Hladka.pdf).

V listopadu 2012 se konal v Bruselu summit Enterprise 2020, který uspořádala organizace CSR Europe 29. José Barroso (nar. 1956 Lisabon, portugalský politik, 11. předseda Evropské komise) ve svém zahajovacím projevu řekl: „Nesouhlasím s přesvědčením, že evropský sociální model je mrtvý. Musíme jej společně modernizovat. Evropská unie podporuje sociálně tržní podnikání a zavádění CSR do firemních strategií hraje v tomto ohledu důležitou roli. A je potřeba to neustále zdůrazňovat.“ (Novinky ze CSR 4.12.2012- Jose Barroso: Zavádění CSR strategií je pro sociálně tržní podnikání důležité. In: [Online]. [cit. 2013-01-24]. Dostupné z URL <http://www.byznysprospolecnost.cz/aktuality/339/jose-barroso:-zavadeni-csr-strategii-je-pro-socialne-trzni-podnikani-dulezite.html>)

²² HLADKÁ, M. Význam dobrovolnictví jako specifického lidského zdroje. In: [Online]. [cit. 2013-02-04]. Dostupné z: http://www.e-cvns.cz/soubory/Konference_Pardubice_Hladka.pdf.

Metoda a technika výzkumného šetření

Výzkumné šetření jsme realizovali metodu kvalitativního výzkumu, technika: strukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami²³ měl 16 otázek a otázky identifikační. Formu strukturovaného rozhovoru jsme volili z toho důvodu, že dával firmám možnost volněji a otevřeněji se vyjádřit k daným dotazům.

Otázky pro rozhovor byly rozčleněny do pěti subkategorí²⁴:

- 1) Identifikační údaje: název firmy, sídlo firmy, obor podnikání firmy.
- 2) Zaměstnávání OZP: Rok přijetí prvního OZP, délka zaměstnávání OZP, typ postižení zaměstnané OZP, práce OZP v profesi.
- 3) Důvody zaměstnávání OZP: Důvod zaměstnávání OZP, způsob výběru OZP, opatření pro zaměstnávání OZP.
- 4) Přínos OZP pro firmu: Výkonnost zaměstnanců z řad OZP ve srovnání s ostatními pracovníky, případné rozdíly. Přínos zaměstnávání OZP pro firmu.
- 5) Filantropie firmy: Jak dlouho se firma věnuje filantropii, důvody a oblasti filantropie, preferovaný druh dárcovství, přínos aktivit pro firmu, zda je nutná pro filantropii legislativní podpora a z jakého důvodu.

Získaná data byla přepsána a konceptualizována do rámcově připravené osnovy dle výše uvedených subkategorí, které byly dále analyzovány do kategorií a interpretovány pomocí tabulek a grafů. Takto získaná data jsou ilustrující, jejich vypovídací hodnota je dostatečně reprezentativní, kvalitativní výzkumná data umožňují hlubší vhled do problematiky a nedochází k cílené idealizaci předpokladů.

Interpretace dat

Z oslovených 50 firem jsme do výzkumného šetření zařadili 18 firem, tj. pouze 36 %. Již tento fakt má vypovídací hodnotu. Rezervovanost firem k aktivnímu postoji k výzkumnému šetření může signalizovat, že diverzita k OZP je minimální nebo v CSR jsou rezervy. Velké firmy se účastnily výzkumného šetření vstřícně (IBM, Dalkia, DHL Supply Chain, GUMOTEX, a. s., Plzeňský Prazdroj, a. s., Linet, spol. s r. o.), nás ovšem diverzita a CSR zajímaly především u menších a středních firem.

Filantropie firmy

Cílem bylo zjistit aktivity v oblasti filantropie, a jaký benefit tím firmy získávají.

Z analýzy otázky, jak dlouho firma uplatňuje principy filantropie, lze učinit reprezentativní závěr, že dlouhodobě a je to součástí její firemní filozofie. Pokud je filantropie uplatňována, pak je ve strategii firmy naplňována od jejího založení a je dlouhodobá.

Důvody filantropie a aktivity ve filantropii

Z analýzy důvodů filantropie vyplývá zodpovědnost vůči regionu, v němž firma podniká, včetně ekologických a enviromentálních důvodů. Jsou uváděny také důvody filozofické (součást filozofie firmy) a etické, které bychom mohli zařadit i k důvodům zaměstnávání OZP.

„Aktivity CSR považujeme za samozřejmou součást života a za určitou symbiózu. Máme díky tomu dobré jméno a pověst. Když to budeme dělat dobře, získáme dobré jméno a dobrý pocit, že jsme

²³ Otevřené otázky: Je zcela na respondentovi, jaká bude jeho odpověď. Výhodou otevřených otázek je, že se respondentovi ponechá volnost v odpovědi, nenapovídá se mu žádné řešení předem. Hlavní nevýhodou volných otázek je právě jejich „volnost“ protože způsobuje obtíže při zpracování. Po shromáždění odpovědí je třeba vypracovat dodatečnou kategorizaci.

²⁴ Čísla a odpovědi jsou časově zařaditelná „leden 2013“.

něčemu nebo někomu pomohli. A pokud nás bude v těchto aktivitách někdo kopírovat, tak se budou tyto hodnoty přirozeným způsobem šířit dál.“ Takto vnímají důvody filantropie ve firmě Linet, spol. s r. o. Slaný. To je příklad pro všechny, kteří ještě filantropii neimplementovali do své podnikové filozofie a své firemní kultury.

Firma DHL uvádí: *„Je to součástí naší podnikové kultury, která ovlivňuje každodenní pracovní den a to, jak se společnost chová k sociálně slabším skupinám, považujeme za důležité.“*

Oblasti filantropie

V oblastech filantropie jsou na předním místě sportovní aktivity, za nimi se řadí podpora aktivit v sociální oblasti a následuje podpora kulturních aktivit a činnosti v oblasti životního prostředí. Dobročinné účely nestojí na předním místě, jsou však uváděny. Reprezentativní postoj zaujala firma DHL: *„Je to nepřeborná řada aktivit od pomoci sociálně slabším, přes návštěvy domovů důchodců, domovů na půl cesty až po aktivní i finanční podporu tělesně či mentálně postižených spoluobčanů. Jedná se o velmi široké spektrum aktivit, při kterých jednotlivé týmy vyhledávají oblasti, kde sami chtějí pomoci. Také téměř všechny naše manažerské a vzdělávací programy v sobě obsahují část, která je zaměřena na sociálně zodpovědné chování určené pro práci na charitativních projektech.“*

5. Příklady dobré praxe

5.1. Zaměstnávání OZP. Naplňování principů diverzity vůči OZP

Cíl: zjistit, zda firmy naplňují principy diverzity vůči OZP Jaký benefit tím firma získává.

Firmy, které se výzkumného šetření aktivně zúčastnily, zaměstnávaly od 1 do 37 OZP. Pokud jde o procentuální podíl na celkovém počtu zaměstnanců, tak se pohyboval od 0,81% (vysoká škola) až po 52,6% (Pestrá společnost, o.p.s.)²⁵. Z dotázaných firem vysoký počet OZP zaměstnává Skupina Dalkia v ČR a to 37 osob (1,6 % celkového počtu zaměstnanců). Vysoké procento OZP zaměstnává v sociálních službách firma Naděje, o. s., pobočka Zlín. Společnost BORS, a.s. se sídlem v Břeclavi, která podniká v osobní a nákladní dopravě a také v oblasti celních služeb, má 395 zaměstnanců a podíl OZP činí 4,05 % (tj. celkem 16 osob).

Nelze učinit jednoznačný závěr, zda zaměstnávání OZP závisí na velikost firmy. Firmy, které reagovaly pozitivně na naše výzkumné šetření, zaměstnávají OZP převážně dlouhodobě (u 10 firem to bylo nad 15 let, 4 firmy nevedly a u zbývajících 4 firem to bylo pod 5 let). Nejdelší zkušenost má se zaměstnáváním OZP Skupina Dalkia v ČR, 35 let a dále Plzeňský prazdroj, 29 let. Pokud jde o typy postižení, tak nebyly přesněji specifikovány. Výjimku tvořilo tělesné a sluchové postižení, dále byly uváděny různé typy invalidity. Zde se jedná zřejmě o respekt k zákonu 101/2000 Sb. Zákon o ochraně osobních údajů, který nedovoluje zaměstnavateli tázat se na typ postižení.

Hodnocení zaměstnavatele k zaměstnávání OZP

Osoby s postižením nejčastěji pracují v dělnických profesích, dále v administrativě, a pokud jde o vysokoškolské profese, tak je to zaměstnání na vysoké škole nebo v IT službách. Výkonnost OZP byla hodnocena pozitivně, spíše nadstandardně. S negativním hodnocením jsme se nesetkali, v otázkách týkajících se přínosu OZP pro firmu, které jsou i kontrolními otázkami pro hodnocení OZP v pracovním procesu se uváděl jejich přínos pro firmu, zodpovědný přístup k práci, mnohdy vyšší výkonnost, pozitivní působení na okolí.

²⁵ Pestrá společnost, o.p.s. se zaměřuje na výcvik asistenčních a vodicích psů a dále zajišťuje cestovní agenturu Bezbatour. Daný počet zaměstnaných OZP je výjimečný.

Zajímavé odpovědi jsme zaznamenali, pokud jde o důvod zaměstnávání OZP:

- Přistupují k výkonu práce daleko zodpovědněji než osoby bez OZP.
- Zaměstnanci s OZP mají vlastnosti a zkušenosti, které obohacují při práci i ostatní zaměstnance a motivují je k lepším výkonům.
- Mezi uchazeči o práci byli vhodní kandidáti s OZP.
- Zaměstnanci s OZP jsou mnohdy výkonnější a snaživější než ostatní zaměstnanci.
- Nezáleží na tom, zdali osoba je zdravotně postižená, ale zda má předpoklady a kvalifikaci pro vykonávanou práci. Nerozlišujeme – hodnotíme pouze odbornou znalost uchazečů.
- Ve většině případů jsou to zaměstnanci, kteří zde pracovali ještě, než se stali osobami se ZP, přizpůsobili jsme podmínky, aby zde mohli i nadále pracovat (GUMOTEX, a. s., Břeclav).
- Myslíme si, že se jedná o plnohodnotné zaměstnance. Pokud uspěli u výběrového řízení na pozici, kde změna zdravotního stavu není překážkou, není důvod OZP nezaměstnat.
- Ostatní pracovníci si při pohledu na OZP kolegu velmi dobře uvědomují cenu života a často změni životní priority a přístup k práci celkově.
- Vyšší citlivost pracovníků vůči lidem s handicapem. Dobrá atmosféra v týmu.
- Pozitivní je především výchova k sociálnímu citění „zdravých“ zaměstnanců.
- Jako příklad pro naše studenty, kteří si tuto zkušenost mohou odnést do praxe, to považujeme za správné (Ostravská univerzita).

Pokud jde o opatření, které firma k zaměstnávání OZP musela učinit, tak buď uvádí, že nemusela učinit žádná nebo vytvořila bezbariérový přístup. Jiná opatření nejsou uváděna.

Zaměstnávání OZP je vnímáno především jako naplňování CSR strategie.

Konkrétně jsou uváděny důvody a důsledky:

- Jistoty pro zaměstnance (nemoc či úraz s následkem zdravotního postižení nevede ke ztrátě zaměstnání).
- Ekonomické dopady dané legislativou (daňové zvýhodnění, případně sankce za nesplnění kvót OZP).
- Férový přístup a odstraňování rozdílu mezi osobami zdravotně znevýhodněnými a těmi, kteří zdravotní omezení nemají.

„Rádi bychom zaměstnali i více zaměstnanců, ale vzhledem k velkému podílu těžké ruční práce to není jednoduché“ (EMBA, spol. s r.o. Paseky nad Jizerou).

„Jako největší a nejvýznamnější firma regionu se nebráníme umožnit zaměstnání i lidem se zdravotním postižením, což může být dáno jako vzor pro jiné firmy“ (GUMOTEX, a. s., Břeclav).

„Samozřejmě je důležitý image společnosti v očích veřejnosti, ale i zaměstnanců, naplňování principů pozitivního vnímání diverzity. Daňové odpočty a zvýhodnění“ (Plzeňský Prazdroj).

Pokud bychom chtěli ilustrovat četnost uváděných důvodů zaměstnávání OZP, pak je to především ekonomické hledisko (daňové úlevy), image firmy, principy CSR bez specifikace a etické principy.

Přílohy

Příloha č. 1 Historický exkurz CSR

Společenská odpovědnost firem je řešeným fenoménem v celé Evropské unii. Filantropie patří k dobrému jménu i prestiži firmy. Už v roce 1996 Jacques Delors²⁶, tehdejší předseda Evropské komise, inicioval vznik organizace s názvem CSR Europe. Je to evropská expertní centrála pro tuto problematiku, propaguje CSR po celé Evropě a nabízí vzdělání a poradenství v této oblasti.

Mezníky CSR v EU a České republice

- V Československé republice začala vytvářet skutečně sociální pilíř firma na výrobu obuvi Tomáše Bati (1876-1932) ve Zlíně. Firemní kulturou, vzdělávacími programy a zaměstnaneckým sociálním zázemím měnila myšlení i pracovní návyky mnoha lidí ve svém okolí.
- 1993 Evropská deklarace proti sociálnímu vyloučení, kterou na výzvu předsedy Evropské komise přijal firemní sektor za účelem řešení strukturálních problémů Evropy.
- 1995 Vznik Fóra dárců v ČR. 1997 se stalo registrovaným občanským sdružením
- 1996 organizace CSR Europe.
- 2000 Lisabonský summit. Představitelé EU se shodli na nutnosti strategické podpory rozvoje společenské odpovědnosti firem po celé Evropě. Koncept CSR souvisí s prioritami, které pro Evropu tento summit vymezil. Priorita: „Ochrana životního prostředí a udržitelný rozvoj: nová šance pro inovace, nalezení rovnováhy mezi hospodářskou, sociální a ekologickou dimenzí Lisabonské strategie.“
- 2001 Zelená kniha s podtitulem "Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility" (tedy „Propagace evropského rámce pro společenskou odpovědnost firem“).
- 2002 vzniklo tzv. Multistakeholder Forum - sdružuje zaměstnanecké a podnikatelské svazy, odbory i nevládní organizace. Cíl propagace, transparentnost a inovativnost konceptu CSR na bázi výměny zkušeností jednotlivých zemí, shromažďování a monitorování existujících nástrojů této oblasti²⁷.
- 2010 v ČR vznikla platforma „Byznys pro společnost“.
- 2011 vznikla v ČR při Fóru dárců Asociace firemních nadací a fondů. Zakládajícími členy jsou: Nadační fond GSK, Nadační fond Veolia, Nadace O2, Nadace OKD, Nadace České spořitelny a Nadace ČEZ²⁸.
- 2012 (3. 11. 2012) byl vyhlášen první ročník evropské soutěže za společenskou odpovědnost European CSR Award. Jedná se o program, který oceňuje firmy za jejich společenskou odpovědnost (CSR) a je podporovaný z prostředků EU. Jeho cílem je zviditelnit nejlepší projekty velkých a malých firem v Evropě. Do této soutěže se zapojilo 28 států. V České republice tuto soutěž pořádá platforma Byznys pro společnost²⁹.

²⁶ Jacques Delors (nar. 1925), francouzský ekonom a politik, který byl v letech 1985-1995 předsedou Evropské komise.

²⁷ Výroční zpráva 2011. Fórum dárců. In: [Online]. [cit. 2013-01-17]. Dostupné z: <http://www.donorsforum.cz/onas/vyrocnizpravy.html>.

²⁸ Výroční zpráva 2011. Fórum dárců. In: [Online]. [cit. 2013-01-17]. Dostupné z: <http://www.donorsforum.cz/onas/vyrocnizpravy.html>.

²⁹ Novinky ze CSR 4. 12. 2012- Jose Barroso: Zavádění CSR strategií je pro sociálně tržní podnikání důležité. In: [Online]. [cit. 2013-01-24]. Dostupné z URL: <http://www.byznysprospolecnost.cz/aktuality/339/jose-barroso-zavadeni-csr-strategii-je-pro-socialne-trzni-podnikani-dulezite.html>.

Příloha č. 2: Michalka Laníková - víčka mně můžou pomoci

Zde uvádíme výňatek z rozhovoru s rodiči nemocné dívky Michaely Laníkové. Je to příklad fundraisingu, tj. sběr víček pro jejich nemocnou dceru. Takto akce mohla být realizována jen díky CSR Česká pošta, ovšem na [www stránkách České pošty](http://www.stránkách České pošty) jsme žádnou informaci nedohledali. Rozhovor je krácený a celý je [Online]. [cit. 2013-02-25]. Dostupné z: <http://michalka-lanikova.cz/cz/1-o-me.html>.

Michalka se narodila v lednu 2007 jako zdravé miminko. Ve dvou letech byla u ní diagnostikována metachromatická leukodystrofie. Tato nemoc se projevuje nejdříve ztrátou motoriky těla, poruchou příjmu potravy, ztrátou řeči, slepotou, nastávají spastické stavy (silné křeče v celém těle) a těžká psychomotorická retardace. Nemoc se nedá léčit nikde ve světě a nedá se s ní dlouho žít. Dávají se jen léky na utlumení bolesti, na křeče. Michalka nemluví, neusměje se. Potřeby se stále zvyšují. Kromě léků je to také umělá výživa do sondy v bříšku, enterální pumpa, kterou se jídlo dává, stříkačky na dávkování léků a vody, doplňky stravy na imunitu, ruční a elektrická odsávačka na hleny, odsávací cévky, inhalátory, čistička vzduchu, ortéza tělíčka, speciální polohovací pomůcky, polohovací lehátko do vany, polohovací postel, oxymetr a kyslíkový přístroj. Pomůcky jsou nutné k životu a pomáhají v péči o ni.

Akce sběru víček začala jedna rodina pro jejich nemocnou holčičku. Podporovala je paní Mgr. Svatava Ságnerová, která se snažila o akci dávat vědět do škol a různých organizací. Když po necelém roce akce skončila, a paní Ságnerové stále přicházely balíky s víčky, tak jí bylo líto toho nevyužít a hledala další potřebnou rodinu. Letos nabídla akci pro naši Michalku. Moc se nám tato akce líbí, protože může opravdu pomoci každému, kdo chce, organizace i jednotlivci. Stačí jen sbírat víčka od PET láhví. Víčka se shromažďují u nás a po nasbírání většího množství se odvezou firmě, která je vykupuje. Za kilo víček při zajištění vlastní dopravy dostaneme 6 Kč. Za peníze, které z víček dostaneme, pak můžeme pořídit Michalce potřebné pomůcky.

Do sbírky se zapojila i **Česká pošta** armáda a mnoho dalších. Díky tomu, že se do sbírání zapojila i pošta, tak je možné poslat balíček s víčky odkudkoliv. Stačí se na poště informovat, jestli sbírají víčka pro Michalku z Holešova a oni je pošlou zdarma na adresu pošty Holešov a odtud si je vyzvedáváme. Samozřejmě jde o ochotu konkrétních lidí, ale na většině pošt to funguje a jsou vstřícní. Na stránkách naší Michalky máme napsané pošty, odkud nám už víčka přišly. A také jsou tam vypsaná sběrná místa, kam lze víčka donést. Firem, které víčka vykupují, je více. My je vozíme do firmy v Křelově u Olomouce. Firma víčka drtí na malé granulky, třídí podle barvy a dále vyváží k dalšímu zpracování. Vyrábí se z nich např. různé plastové kontejnery, zahradní plastový nábytek a podobně. Některé firmy, které Michalčin příběh oslovil, a pomohly nám, chtějí založit fondy k tomu, aby pomáhaly finančně dalším potřebným dětem.