

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Teze diplomové práce

Společenská odpovědnost firem

Autor práce: Kristýna Sladká

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jaromír Štůsek CSc.

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce se zabývá tématem společenská odpovědnost firem, s konkrétním zaměřením na společnost Česká spořitelna.

Teoretická částí objasňuje základní pojmy a přístupy ke společenské odpovědnosti, definuje současnou situaci CSR v České republice a nezapomíná ani na kritiku a názory autorů publikací. Dále popisuje tři základní pilíře společenské odpovědnosti, důvody pro přijetí CSR a uvádí způsoby jak hodnotit a měřit společensky odpovědnou činnost.

Praktická část je uvedena charakteristikou zvolené společnosti a dále je již pozornost věnována identifikaci společensky odpovědných aktivit. Hlavním cílem této části je zhodnocení současného stavu CSR v podniku a to prostřednictvím prostudování interních materiálů, provedením rozhovorů a dotazníkového šetření, na jejichž základě sestavit návrh vhodných změn a doporučení, na které by se měl podnik zaměřit.

Klíčová slova:

Společenská odpovědnost, teorie CSR, pilíře CSR, společnost, podnikatelská etika, stakeholders.

Cíl a metodika práce

Hlavním cílem diplomové práce je na základě zhodnocení současného stavu společensky odpovědných aktivit vybrané společnosti Česká spořitelna, vypracovat návrh vhodných změn a doporučení.

Dílčí cíle:

- Teoretické vymezení základních pojmů a přístupů z oblasti společenské odpovědnosti.
- Charakteristika vybraného podniku a shrnutí základních firemních principů a přístupů k problematice CSR.
- Identifikace a analýza společensky odpovědných aktivit.
- Získání primárních dat pomocí dotazníkového šetření.
- Závěrečné shrnutí
- Návrh možných doporučení a změn.

Metodika práce

Zdrojem pro tvorbu teoretické části práce bude zejména odborná literatura českých i zahraničních autorů a jiné internetové zdroje, které budou využity především pro zorientování se v současných trendech v oblasti CSR. Nejprve budou definovány a objasněny základní pojmy a přístupy k dané problematice a nebude opomenuta ani kritika a názory autorů publikací. Podstatná část literární rešerše, pojednává o jednotlivých pilířích společenské odpovědnosti. Teoretická část bude zakončena kapitolou o využití CSR ve firemní praxi.

Praktická část práce bude zpracována již na základě primárních a sekundárních dat. Zdrojem sekundárních dat budou interní materiály České spořitelny a primárních data budou získána pomocí polostrukturovaných rozhovorů se zaměstnanci a dotazníkového šetření. Za účelem zhodnocení stávajícího stavu společenské odpovědnosti bude provedena analýza obsahu výroční zprávy a zpracování získaných dat z vlastního výzkumu. Pro objektivnější zhodnocení a následné sestavení návrhů a doporučení, budou také využity informace získané z průzkumů provedených nezávislými agenturami.

Na základě získaných výsledků z analýzy a vlastního dotazníkového šetření budou navržena doporučení a případné návrhy pro budoucí uplatňování CSR konceptu.

- Dotazníkové šetření

Vlastní výzkum bude proveden formou dotazování, které bude směřováno na širokou veřejnost. První část dotazníku poslouží k získání informací týkajících se obecné znalosti a názoru lidí na společenskou odpovědnost. Druhá část bude již zaměřena na společnost Česká spořitelna. Záměrem bude zjistit jak je vnímána občany a zda mají lidé vůbec povědomí o společensky odpovědných aktivitách a projektech. Dotazník bude sestaven s otevřených, polootevřených a uzavřených otázek s obecným i konkrétním zaměřením. Distribuce dotazníku bude provedena elektronickou formou pomocí sociálních sítí a serveru vyplnto.cz. Jelikož bude dotazníkové šetření cílované na širokou veřejnost nebude výběr respondentů ničím omezen.

- Polostrukturovaný rozhovor

Rozhovor bude uskutečněn s pracovníkem CSR týmu České spořitelny a poslouží ke zjištění firemních přístupů k dané problematice a lepšímu pochopení firemní kultury a CSR strategie.

Rozhovor bude realizován pomocí předem připravených otázek, které budou během rozhovoru v případě nutnosti doplněny nebo upřesněny.

K získání objektivnějších informací bude osloveno několik řadových zaměstnanců. Cílem rozhovorů bude získat informace ohledně jejich názoru na přístup ke společensky odpovědnému chování České spořitelny a jejich celkové informovanosti o CSR aktivitách.

Návrhová opatření

Po přečtení CSR zprávy a jiných volně dostupných informací je zřejmé, že ČS má celou CSR strategii promyšlenou a bere ji jako dlouhodobý závazek. V CSR zprávě by však mělo být uvedeno více informací týkajících se organizace a plánování CSR aktivit a managementu projektů. Jasněji a přehledněji uvádět cíle společenské odpovědnosti a vyhodnocovat jejich naplnění. Více zakomponovat CSR aktivity do položek rozvahy a výsledovky. Jelikož ČS za své dvě hlavní zásady považuje transparentnost a důvěryhodnost, bylo by vhodné pro doložení tohoto tvrzení zavést auditování CSR zprávy a využívat při reportování společenské odpovědnosti některou z celosvětově uznávaných metod jako je například GRI (Global Reporting Initiative) a posílit tak důvěryhodnost odpovědného chování.

Provedením dotazníkové šetření bylo zjištěno, že čeští spotřebitelé sice pojem společenská odpovědnost znají, ale hlubší znalosti o problematice nemají. V případě České spořitelny se téměř 91 % dotázaných nesetkalo s žádnou konkrétní společensky odpovědnou aktivitou nebo projektem. Aby celé společensky odpovědné počínání ČS poskytovat adekvátní profit, je třeba zvýšit informovanost široké veřejnosti o společensky odpovědných aktivitách. ČS by mohla využívat emailovou poštu a pravidelně tak informovat své klienty o probíhajících nebo připravovaných společensky odpovědných akcích. Také samotní zaměstnanci pracující na pobočkách mohou informovat klienty o probíhajících akcích a poskytnout jim informace přímo během osobního setkání. Dalším způsobem jak informovat své klienty o odpovědných aktivitách, by mohlo být nainstalování informačních tabulí na všechny pobočky ČS, které by byly ve formě LCD televizorů, na nichž by běžely reklamní spoty a informace týkající se společenské odpovědnosti.

Při komunikaci svých odpovědných aktivit se ČS snaží využívat především neplacené formy propagace, kam se dají zařadit webové stránky. Internetové stránky lze efektivně využívat k dialogu se stakeholdery například prostřednictvím diskusí. ČS by měla zapracovat v rámci webových stránek na sekci společenské odpovědnosti. Měla by být snadněji dohledatelná,

atraktivnější a častěji aktualizovaná. Především by měl být lépe využit potenciál internetu obecně. Prostřednictvím webu může sdílet videa, kvízy, diskuse, průzkumy, fotografie, odkazy a to vše s minimálními náklady a negativními environmentálními dopady.

V oblasti životního prostředí by ČS neměla zapomínat na to, že ke svému provozu potřebuje mnoho kanceláří a poboček. Měla by se tedy snažit o co nejekologičtější provoz všech svých administrativních budov. Bylo by vhodné analyzovat údaje o množství spotřebované vody, elektrické energie, plynu nebo kolik paliva spotřebují její firemní automobily a uvádět ve svých CSR zprávách. Dále by do svého každodenního provozu mohla zahrnout více úsporných opatření. Například využití energie slunečního záření u svých hlavních kancelářských budov. Používat pouze úsporné žárovky a spotřebiče, nastavit úsporné režimy počítačů a jiné kancelářské techniky, při úklidu používat pouze čisticí prostředky šetrné k životnímu prostředí, co možná nejvíce využívat elektronické předávání dat a aktivně klientům nabízet možnost elektronických výpisů z účtu. Proto by ČS měla více informovat své klienty o možnosti jednoduché aktivace elektronického vystavování dokumentů a to buď formou rozesílání emailů, nebo přímo na pobočkách ČS během osobní konzultace. Pro vytvoření dobré pověsti v oblasti ochrany životního prostředí a větší úspory energie by ČS měla zavést používání systému environmentálního managementu dle normy ISO 14001.

U problematiky sociální odpovědnosti, je nutné zmínit, že angažovanost firmy, by měla vycházet z výkonnosti, velikosti a především z oblasti podnikání dané firmy. ČS by se měla zaměřovat na oblast vzdělávání, kde může zúročit své odborné znalosti a využít při tom řadu odborníků, kteří ve firmě pracují. V tomto případě se nabízí především oblast finančního vzdělávání. ČS se nejvíce angažuje v oblasti finančního vzdělávání dětí. Děti a mladiství, však nejsou jedinou skupinou, na kterou je třeba cílit. Dalekou ohroženější skupinou jsou dospělí a senioři. ČS by tedy mohla vytvořit program na vzdělávání neziskových organizací. Pravidelně pořádat bezplatné semináře a školení třeba v domovech důchodců nebo v jiných institucích, kde se koncentruje větší počet seniorů. Další možností je zaměřit se na sociálně slabší skupiny obyvatel, kteří mají často zkušenost s předlužením. Jedná se například o lidi zapsaných na úřadech práce. Doporučení tedy zní, investovat větší finanční částky do vzdělání finančního než do technických oborů. Vytvořit nové projekty na zvýšení finanční gramotnosti dospělých a dostatečně o nich informovat širokou veřejnost. Další cestou jak zvýšit gramotnost dospělých je obnovení televizního seriálu „Aby dluhy nebolely“, na kterém se ČS v roce 2012 podílela. Seriál by byl zaměřený především na dnes aktuální problematiku zadlužování a poskytoval by rady jak se vyhnout finančním problémům. Aby seriál zasáhl co

nejširší cílovou skupinu, mohl by být kromě televize dostupný i na internetu. Pokud by byl seriál pojatý zajímavou a třeba i vtipnou formou mohl by zaujmout i mladší skupiny spotřebitelů, jako jsou např. studenti středních a vysokých škol.

ČS realizuje firemní dárcovství a filantropii především prostřednictvím Nadace České spořitelny. V současnosti se nejvíce zabývá oblastí seniorů, boji proti drogové závislosti a péčí o lidi v nouzi. Též se okrajově angažuje v oblasti ekologické. Jelikož z dotazníkového šetření vyplynulo, že většina dotázaných za nejpřínosnější pro společnost považuje ekologické projekty, bylo by vhodné do budoucna zařadit do hlavních činností nadace více ekologických projektů. Další oblast, kterou lidé podle provedeného průzkumu považují za důležitou a pro společnost přínosnou, je péče o nemocné. ČS již v minulosti realizovala projekty v rámci Bonus programu, kde klienti posílali své věrnostní body na charitativní činnost, a to konkrétně na podporu hospiců a zakoupení speciálního zdravotnického vybavení. Bylo by tedy vhodné tento projekt opět zařadit do plánovaných činností a zapojit tak i své klienty do dobročinné činnosti. Přímo na webových stránkách ČS by mohl být umístěný reklamní banner s informacemi o možnosti věnovat své IBODY (věrnostní body) na konkrétní projekt.

Závěr

Jako hlavní zdroj informací pro zhodnocení společenské odpovědnosti ČS posloužila CSR zpráva a interní materiály. Z jejichž prostudování vyplývá, že při vytváření CSR strategie bylo přihlédnuto k potřebám všech klíčových stakeholderů. ČS se věnuje všem třem hlavním oblastem – ekonomické, ekologické a sociální. Avšak v některé oblasti je vyvíjena aktivita větší a v některé menší.

K doplnění vhodných informací k navržení možných zlepšení, byl proveden vlastní empirický výzkum, z kterého vyplynulo, že pro většinou dotázaných je společensky odpovědné chování firem důležité a mají k němu vesměs pozitivní přístup, avšak bez hlubšího zájmu. Co se týká ČS, polovina dotázaných ji považuje za společensky odpovědnou, ale většina respondentů se nikdy nesešla s žádnou konkrétní společensky odpovědnou aktivitou či projektem, což nasvědčuje nízké informovanosti ohledně společensky odpovědných aktivit České spořitelny.

Dále bylo zjištěno, že má ČS pojem společenská odpovědnost spojený především s dobročinnou činností a péčí o své zaměstnance. V rámci charity vynakládá vysoké finanční částky a přispívá na činnost celé řady neziskových organizací. Naopak se v rámci CSR méně věnuje ekonomické oblasti a managementu. V ekologické sféře by se měla ČS více snažit o

ekologičtější provoz všech svých administrativních budov. Pro efektivnější využívání CSR konceptu by se měly společensky odpovědné aktivity firmy dostat do většího povědomí veřejnosti, aby ČS mohly přinášet požadovaný profit a ne jen další náklad. V rámci CSR je pro firmu nejvhodnější zaměřit se na takové společensky odpovědné činnosti, kterým rozumí. ČS by se tedy mohla více soustředit na zvyšování finanční gramotnosti české společnosti.

Na základě všech výše získaných informací je zřejmé, že portfolio společensky odpovědných činností ČS je rozsáhlé a z určitého pohledu možná až příliš. Pokud by se ČS v oblasti CSR více profilovala, byla by komunikace společensky odpovědných aktivit směrem ke spotřebitelům snažší a lépe by se jednotlivé aktivity propojovali s image a jménem firmy.

Seznam použitých zdrojů

ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., van ZAVREL, T. (2006). Metody a nástroje podnikatelské etiky. 2. Přpracované vyd. Praha: Oeconomica, ISBN80-245-1143-6

DYTRT, Zdeněk a kol., Etika v podnikatelském prostředí. Praha: Grada, 2006. ISBN 20-247-1589-9

KALNICKÁ, V., Pavlů, D., 2002 Závěrečná zpráva z výzkumu: Společenské odpovědnosti firem v České republice. Praha: AMASIA, s.r.o. Klusoň, V. 2009

KAŠPAROVÁ K., KUNZ, Vilém. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013.

KOTLERR, P., LEE, N. (2005): Corporate social responsibility: doing the most good for your cause. John Wiley and Sons. ISBN 9780471476115

KULDOVÁ, Lucie. Nový pohled na společenskou odpovědnost firem: strategická CSR /. 1.vyd. Plzeň: Nava, 2012. ISBN 978-80-7211-408-5.

PUJMANOVÁ, Anna, SEKNIČKA Pavel, Etické řízení ve firmě: nástroje a metody: etický a sociální audit. Praha: Grada, 2007. Str. 76, ISBN 978-80-247-1621-3

TRNKOVÁ. J.: Co znamená společenská odpovědnost firem? Napříč společenskou odpovědností firem. AISIS, Kladno 2005

ZADRAŽILOVÁ, D. a kol.: Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika v podnikání. C. H. Beck. 1. vydání, Praha, 2010. ISBN 978-80-7400-192-5.

Zpráva o společenské odpovědnosti 2011: [online] [cit. 2015-2-6] Dostupné z WWW: http://www.csas.cz/static_internet/cs/Obecne_informace/FSCS/CS/Prilohy/0116.pdf

Společenská odpovědnost České spořitelny 2013 [online] [cit. 2015-2-6] Dostupné z WWW:http://www.csas.cz/static_internet/cs/Komunikace/Spolecenska_odpovednost/Spolecenska_odpovednost/Prilohy/vz_csr_prehled_2013.pdf