

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

(Ústav společenských věd a práva)

Koncept společenské odpovědnosti v neziskových organizacích

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Vanda Hoffmannová

Vedoucí práce: PhDr. Dana Bernardová, Ph.D.

Olomouc 2021

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jen zdroje v seznamu literatury a použitých zdrojů.

Tištěná verze textu práce je shodná s textem práce na CD nosiči a elektronickou verzí vloženou do studijního systému IS/STAG.

V Olomouci

Vanda Hoffmannová

PODĚKOVÁNÍ

Mé poděkování patří PhDr. Daně Bernardové, Ph.D., za odborné vedení, trpělivost, cenné rady a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování diplomové práce věnovala. Současně bych chtěla poděkovat všem respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkových šetření. Děkuji také ředitelům neziskových organizací za poskytnutí rozhovoru.

Obsah

Úvod.....	9
1 Společenská odpovědnost firem (CSR)	11
1.1 Způsoby podpory rozvoje CSR.....	11
1.2 Způsoby podpory rozvoje CSR v ČR.....	14
1.3 Nástroje reportingu a měření CSR v mezinárodním pojetí.....	16
1.3.1 Zavádění konceptu CSR	19
1.3.2 Měření výkonnosti CSR.....	20
1.3.3 Report aktivit CSR.....	20
2 Neziskový sektor.....	26
2.1 Funkce neziskového sektoru	28
3 Neziskové organizace	29
3.1 Dělení neziskových organizací	30
3.2 Právní formy neziskových organizací.....	31
3.2.1 Spolek	32
3.2.2 Nadace a nadační fondy	33
3.2.3 Ústav	34
3.2.4 Obecně prospěšné společnosti	34
3.2.5 Církevní právnické osoby	35
3.3 Sociální podnik.....	36
3.4 Specifické rysy pro neziskové organizace	37
4 CSR v neziskovém sektoru	41
4.1 Spolupráce ziskových a neziskových organizací	41
4.2 Koncept CSR v neziskových organizacích	41
5 Metodika	47
6 CSR ETA Index 2019	50
7 Úroveň implementace CSR aktivit	53

7.1	Strategie trvalé udržitelnosti	53
7.2	Ekonomická část	60
7.3	Sociální část	65
7.4	Enviromentální část.....	69
7.5	Souhrn zjištění o neziskových organizacích	71
8	Nositelé informací o CR v organizacích.....	73
8.1	Cyrlometodějská křesťanská akademie.....	73
8.2	SPOLU	73
8.3	Poradna pro ženy a dívky	74
9	Konkrétní koncepty řešení CSR ve vybraných organizacích	78
10	Závěry z výzkumů	84
	Závěr	85
	Seznam literatury a jiných zdrojů	88
	Seznam obrázků, tabulek a příloh.....	94
	Přílohy.....	96
	Anotace	129

Úvod

Koncept společenské odpovědnosti firem je zaznamenáván ve světě až od druhé poloviny 20. století, v České republice se se společensky odpovědným podnikáním setkáváme v organizacích mnohem dříve. Slavný obuvnický podnik založený v roce 1894 „A. Baťa“ ve Zlíně představuje jednu z prvních organizací, ve které se prosazovalo společensky odpovědné podnikání v České republice. Tomáš Baťa uplatňoval v organizaci několik klíčových aktivit, které spadají do všech třech pilířů společenské odpovědnosti. Principy společensky odpovědného podnikání byly v organizaci aplikovány do samotného jádra všech procesů a staly se nedílnou součástí vize a firemních hodnot. Organizace Tomáše Bati „Baťa a.s.“ je ziskovou organizací a své firemní hodnoty jsou stále podobného charakteru.¹

Koncept společenské odpovědnosti je v podnikatelském prostředí implementován v mnohem větší míře, než před 20 lety, ale stále není zavedena jednotná forma pro všechny typy organizací. Společensky odpovědné podnikání si firmy zaměřovaly s dárcovstvím, proto byl koncept společenské odpovědnosti spíše spojován se ziskovým sektorem.

V České republice ani v mezinárodním prostředí nenajdeme jeden komplexně a jednoduše popsany návod, jak společenskou odpovědnost implementovat do organizace, jakým způsobem měřit a porovnávat aktivity společenské odpovědnosti ve všech organizacích ani jakým způsobem tyto aktivity správně a efektivně reportovat veřejnosti.

Téma konceptu společensky odpovědného podnikání v neziskových organizacích jsem si zvolila, jelikož neexistuje jeden jednoduchý, komplexní nástroj pro měření společensky odpovědného chování pro všechny typy organizací. Existuje několik norem, standardů a metodik, které jsou nepřehledné a nedají se používat pro všechny organizace. Jsou tedy neziskové organizace opomíjené, na rozdíl od ziskových organizací? Cílem mé diplomové práce je zjistit, v čem je koncept CSR specifický v neziskových organizacích a sesbírat fakta pro navržení vah dotazníku CSR Eta Index 2019 pro neziskové organizace. Pro splnění cíle využiji sesbíraných dat z dotazníkového šetření, které bylo provedeno odbornou organizací na zakázku uskutečněnou v roce 2020.

V teoretické části předkládám popis společensky odpovědného podnikání a definování neziskového sektoru. Záměrem teoretické části bylo dohledat, jestli a jaká specifika jsou

¹ Srov. POKLUDA, Zdeněk. *Baťa v kostce*. 2014. Zlín: Kniha Zlín, 2014. s.10-13

pro neziskové organizace. Vzhledem k tomu, že téma společensky odpovědného chování je v současné literatuře dobře zpracováno, čerpala jsem z široké škály dostupných materiálů, které byly využity pro teoretickou část.

Diplomová práce vznikla spolu s projektem CSR ETA index 2019, prostřednictvím kterého bylo provedeno dotazníkové šetření ve třech různých typech organizací. V praktické části popisují vznik projektu CSR ETA index 2019. Sesbíraná data byla využita na potvrzení či vyvrácení vytvořených hypotéz.

1 Společenská odpovědnost firem (CSR)

Společenská odpovědnost firem je pojem, který pochází z anglického překladu Corporate Social Responsibility (dále jen CSR). Koncept CSR se objevil v 60. letech 20. století z důvodů narůstajícího vlivu velkých korporací, kdy jim moc umožňovala velkou moc, ale odpovědnost za dopady činnosti přebíral obvykle stát, příroda nebo občané. Začala se tvořit myšlenka, která rozvíjela závazky velkých korporací, a to tak, že organizace má vedle ekonomického (tvorba zisku) a zákonného (dodržování legislativ) závazku také závazek ke společnosti. Tak se začal formovat koncept CSR, jaký známe dnes.²

CSR souvisí s myšlenkou trvale udržitelného hospodářského, environmentálního a také sociálního rozvoje. Doposud není jednotně zformulovaná definice, která by CSR vystihovala. Pro přesnější zformulování jsem vybrala tři výstižné popisy, co to CSR je.

„Společenská odpovědnost firem dobrovolně sjednocuje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku neboli stakeholdery.“³ Stakeholdeři jsou označovány všechny osoby uvnitř i v okolí firmy, jsou to: zákazníci, zaměstnanci (a jejich rodiny), dodavatelé, odběratelé, akcionáři, dobrovolníci, média, místní komunita, konkurence nebo vládní instituce a samosprávné orgány. „Společensky odpovědné firmy staví na první místo plnění legislativních požadavků a poté nad rámec dobrovolně uplatňují odpovědné chování. Výsledkem je pozitivní vliv na společnost a zároveň prospěch a konkurenční výhoda pro firmu.“⁴

Definice Světové podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj „World Business Council for Sustainable Development“ zní takto: „Kontinuální závazek podniků chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“⁵

CSR je koncept, při kterém organizace zohledňují své sociální a environmentální vlivy na všechny stakeholdery, a to na dobrovolné bázi. Být společensky odpovědný znamená dělat

² Srov. KAŠPAROVÁ, K.: Vývoj společenské odpovědnosti podniku a její konkurenční koncepty [online], [cit. 2021-01-21], Dostupné na: <http://www.csronline.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=582>

³ *BusinessInfo.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2008 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/>

⁴ tamtéž

⁵ Srov. World Business Council for Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey [online]. 2009. 1 - 6 [cit. 2021-01-21]. Dostupné z: https://www.globalhand.org/system/assets/f65fb8b06bddcf2f2e5fef11ea7171049f223d85/original/Corporate_Social_Responsibility_WBCSD_2002.pdf

více, než jen naplnit právní a legální požadavky, znamená to i více investovat do lidského kapitálu, do životního prostředí a do vztahů se stakeholdery.⁶

Z jednotlivých definic CSR vyplývají důležité charakteristické rysy. Všechny aktivity společenské odpovědnosti jsou zcela dobrovolné, žádná organizace nemůže být donucena se podílet na společenské odpovědnosti a je pouze na uvážení jednotlivých organizací, jak svou odpovědnost bude rozvíjet. Žádná organizace není vyzvána k tomu, aby prováděla CSR aktivity. Veškerá angažovanost vychází z organizací a většinou ji zahrnují do svých strategií. Strategie jsou stanovené v rámci delšího časového horizontu, proto se společenská odpovědnost soustředí převážně na delší časové období (není to pravidlo). Do CSR není nijak zahrnováno dodržování zákonů, to je povinností každé organizace. Organizace tak ve svých CSR aktivitách překračují zákonem stanovené povinnosti. Další informaci, kterou si můžeme z výše uvedených definic vyvodit je, že organizace, které vytváří společensky odpovědné aktivity (projekty) jsou orientované na stakeholdery.

- Dobrovolnost
- Angažovanost
- Delší časové období
- Nad rámec zákonem stanovených povinností
- Aktivity orientované na stakeholdery

Posledním rysem je také informace, že se CSR uplatňuje ve třech oblastech: ekonomická, sociální a enviromentální (3P).

Ekonomický pilíř – (Profit)⁷

V ekonomickém pilíři se od organizací očekávají pozitivní vztahy se zákazníky, dodavateli i odběrateli nebo s investory a dalšími obchodními partnery. Sledují se dopady na ekonomiku (na jakékoli úrovni – regionální, národní i globální) – zaměstnanost, boj proti korupci, fluktuace zaměstnanců.

Aktivity firem, které se týkají CSR v ekonomickém pilíři – funkčnost etického kodexu, systém řízení finančních rizik, pozitivní vztahy s dodavateli a dalšími partnery, zakládání

⁶ Srov. European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs, Corporate Social Responsibility – A Business Contribution to Sustainable Development, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2002, s.7

⁷ Srov. *IPodnikatel.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2020 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/spolecenska-odpovednost-firem/>

nadací, zapojování zákazníků a partnerů do procesů organizace, kvalita výrobků a služeb, rozvoj zaměstnanosti, odmítání korupce, podvodů a nekalé konkurence, ochrana duševního vlastnictví nebo odpovědné nakupování.⁸

Možné způsoby, jak interně měřit CSR aktivity v rámci ekonomického pilíře: měření ekonomických trendů rozvoje (účetní výkazy, výše mezd, nákladů a tržeb), existence etického kodexu a jeho dodržování – hodnocení zaměstnanců, matchingový fond⁹ (sledování stavu), noví zákazníci (statistiky), tempo a počet inovací.¹⁰

Sociální pilíř – (People)

V sociálním pilíři se organizace zaměřují na přístup k zaměstnancům (i jejich rodinám) a podpora okolí organizace nebo rozvoj regionu. Organizace tak působí pozitivně na zdraví, bezpečnost, vzdělání, životní úroveň nebo kulturní rozvoj.¹¹

Aktivity firem, které se týkají CSR v sociálním pilíři: odpovědné chování vůči zaměstnancům, spravedlivé odměňování, BOZP, rovný přístup a příležitosti, rozvoj – vzdělání a rekvalifikace, vytíženost pracovního a osobního života zaměstnanců, komunikace se zaměstnanci, etika, pozitivní vztahy se zákazníky, podpora okolí komunity, lidská práva, filantropie, zaměstnávání handicapovaných a jinak znevýhodněných osob, dobrovolnictví.¹²

Možné způsoby, jak interně měřit CSR aktivity v oblasti sociálního pilíře: osvědčení – rozsah dárcovství a dobrovolnictví, ukazatele rovných příležitostí (% žen v managementu, poměry mezd), případy diskriminace, ukazatelé fluktuace, počet aktivit se stakeholdery, rozvoj lidského kapitálu (poměr k hrubým mzdám, % proškolených, průměrná mzda).¹³

Enviromentální pilíř – (Planet)

V rámci enviromentálního pilíře se organizace zaměřují na dopady životního prostředí způsobené činností podniků. Pilíř tedy předpokládá, že organizace bude svoji činnost

⁸ Srov. Příručka CSR pro veřejnou správu aneb jak se chovat společensky odpovědně, s.11

⁹ Fond umožní zaměstnancům věnovat jistou částku z jejich platu na veřejně prospěšné účely. Podnik shromážděné finanční prostředky umístí na separátní bankovní účet a jednou za určité období je předem určeným způsobem znásobí. Hlavní výhodou fondu je synergický efekt, který je vytvořen propojením individuálního dárce a firemního dárce (zaměstnanec a organizace).

¹⁰ Srov. *IPodnikatel.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2020 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/spolecenska-odpovednost-firem/>

¹¹ Srov. tamtéž

¹² Srov. Příručka CSR pro veřejnou správu aneb jak se chovat společensky odpovědně, s.11

¹³ Srov. *IPodnikatel.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2020 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/spolecenska-odpovednost-firem/>

vykonávat tak, aby chránil přírodní zdroje a co nejméně se svými činnostmi zatěžoval životní prostředí.¹⁴

Aktivity firem, které se týkají CSR v enviromentálním pilíři: podpora ochrany životního prostředí a přírodních zdrojů, posuzování vlivů činnosti na zdraví, ekologická politika organizace, výroba a používání ekologicky šetrných produktů, prevence znečištění, využívání obnovitelných zdrojů, minimalizace vlastní ekologické stopy – snižování odpadů a jejich recyklace, spotřeby materiálů, energie a vody.¹⁵

Možné způsoby, jak interně měřit CSR aktivity v oblasti enviromentálního pilíře: environmentální a plnění stanovených cílů v oblasti životního prostředí, ukazatelé třídění odpadů a recyklace, zaznamenávání recyklovaných materiálů, zpětný odběr výrobků a zařízení, výsledky energetických auditů.

1.1 Způsoby podpory rozvoje CSR

Ještě před samotným popisem způsobů rozvoje konceptu CSR je důležité zmínit paralelní, celosvětovou iniciativu, která se také zabývá problémy v ekonomické, sociální a enviromentální sféře. Jedná se o program OSN Cíle udržitelného rozvoje. Mezinárodní společenství schválilo akční plán do roku 2030 ke globálnímu omezení chudoby a diskriminace, ochraně planety a posílení svobody a bezpečnosti. Pro tento plán bylo vytvořených 17 cílů udržitelného rozvoje – *Sustainable Development Goals* (dále jen SDGs). V rámci vytvořených 17 cílů je vyžadována velká provázanost a zapojení ze stran rozvojových i rozvinutých zemí.

SDGs představuje program rozvoje na 15 let (od roku 2015–2030), který má pomoci vyřešit jednotlivé ekonomické, sociální a enviromentální problémy. SDGs je výsledkem třicetiletého procesu, který začal na Konferenci OSN o udržitelném rozvoji. Proto se na formulaci všech 17 cílů podílely všechny členské státy OSN.

Cíle udržitelného rozvoje:

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. Konec chudoby | 4. Kvalitní vzdělání |
| 2. Konec hladu | 5. Rovnost mužů a žen |
| 3. Zdraví a kvalitní život | 6. Pitná voda, kanalizace |

¹⁴ Srov. *IPodnikatel.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2020 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/spolecenska-odpovednost-firem/>

¹⁵ Srov. Příručka CSR pro veřejnou správu aneb jak se chovat společensky odpovědně, s.11

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 7. Dostupné a čisté energie | 13. Klimatické opatření |
| 8. Důstojná práce a ekonomický růst | 14. Život ve vodě |
| 9. Průmysl, inovace a infrastruktura | 15. Život na souši |
| 10. Méně nerovností | 16. Mír, spravedlnost a silné instituce |
| 11. Udržitelná města a obce | 17. Partnerství ke splnění cílů |
| 12. Odpovědná výroba a spotřeba | |

Co má koncept CSR s SDGs společného? Všech 17 cílů udržitelného rozvoje je postaveno na širším kontextu, protože SDGs jsou stanoveny pro celý svět (pro jednotlivé státy, všechny subjekty, domácnosti, jednotlivce). Koncept CSR je týká zavedení aktivit ekonomického, sociální a environmentálního charakteru pouze do organizací. Koncept CSR je tedy jednoduše řečeno aplikování SDGs cílů do organizací.

Koncept CSR je řešen a aplikován v organizacích po celém světě. Jak víme z předešlé kapitoly, jedná se o dobrovolnou činnost organizací. Cílem všech zemí světa je, aby se koncept CSR stal automatickou činností i přesto, že je dobrovolná. Nejen národní, ale také nadnárodní a celosvětové platformy mají za snahu podpořit všechny organizace, pro uplatnění CSR aktivit.

Samotný koncept CSR je rozvíjen největší celosvětovou platformou společenské odpovědnosti **Global Compact**, která je pod záštitou OSN. Global Compact představuje 160 zemí světa, která sdružuje 12 452 organizací, které se rozhodly sjednotit pro docílení vize. Vize zní „vytvořit svět, který chceme“. Aby vize dosáhli podporuje Global Compact organizace k odpovědnému podnikání a dodržování „Ten Principles“ v oblasti lidských práv, pracovních podmínek, životního prostředí a protikorupčních opatření a dále organizace podporuje k přijetí cílů udržitelného rozvoje OSN s důrazem na spolupráci a inovace.¹⁶

V České republice působí Global Compact od roku 2015. Mezi české organizace, které podepsali smlouvu s Global Compact patří korporace jako T-Mobile, IKEA nebo ROSSMANN.¹⁷

¹⁶ Srov. UN Global compact: Who we are. United Nations Global Compact [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.unglobalcompact.org/>

¹⁷ Srov. Ministerstvo průmyslu a obchodu: Do ČR přichází Global Compact, největší CSR platforma na světě [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument157233.html>

Další platformou, která podporuje koncept CSR je **Světová podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj**. Jedná se o celosvětovou asociaci, která spolupracuje s organizacemi po celém světě. Snaží se o nalezení takových podnikatelských činností, které povedou k uplatnění principů udržitelného rozvoje do organizací ve všech pilířích CSR.

V ČR existuje od roku 2012 Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj. „Regionální síť má důležitou úlohu při vytváření povědomí, obhajování kroků a konkrétní implementaci strategie WBCSD a projektů ve prospěch trvale udržitelného rozvoje a společenské odpovědnosti firem.“¹⁸ Mezi členy České podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj patří ČEZ, Sdělovací technika, Pražská teplárenská nebo Enanse.¹⁹

Evropská unie shromažďuje informace o konceptu CSR prostřednictvím platformy **CSR Europe**, která vznikla v roce 1995 a jejím posláním je vytvářet nástroje, které pomohou propagovat a rozvíjet CSR. CSR Europe sdružuje 70 nadnárodních korporací a 31 národních organizací. Mezi priority CSR Europe je prosazování CSR na vládní úrovni. Česká platforma Byznys pro společnost, která se věnuje rozvoji CSR, se stala v roce 2011 národním partnerem CSR Europe. Prostřednictvím CSR Europe tak může zapojit české organizace do celoevropských programů, které pomohou propagovat odpovědné podnikání v České republice.²⁰

1.2 Způsoby podpory rozvoje CSR v ČR

„Formální podpora konceptu společenské odpovědnosti firem ze strany státu v České republice prozatím neexistuje, a to zejména z důvodů roztržité agendy CSR mezi jednotlivá resortní ministerstva. Jelikož je CSR široký pojem, jenž zasahuje do řady oblastí – životní prostředí, finance, zaměstnanost a sociální věci, zdraví a mnoha dalších – není zcela zřejmé, které ministerstvo je za tuto problematiku primárně odpovědné. Situace se však negativně odráží i v závazcích vůči Evropské unii a opatření týkajících se konceptu CSR na evropské úrovni.“²¹ Informace je z roku 2012, kdy se koncept CSR v České

¹⁸ Srov. Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj (CBCSD) [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20150217120503/http://www.cbcsd.cz>

¹⁹ Srov. Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj (CBCSD): členové [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20150217120503/http://www.cbcsd.cz/clenove>

²⁰ Aktuálně.cz: CSR Europe má nového národního partnera z Česka [online]. 26. 9. 2011 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/csr-europe-ma-noveho-narodniho-partnera-z-ceska/r~i:article:715509/>

²¹ Společenská odpovědnost firem: Společenská odpovědnost firem v České republice. CSR portal: Ústecký kraj [online]. 2012 [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <http://www.csportal.cz/cz/spolecenska-odpovednost-firem/spolecenska-odpovednost-v-ceske-republice/spolecenska-odpovednost-firem-v-ceske-republice>

republiky sice již vyskytoval a řešil, ale nebyl centrálně řešen a přiřazen konkrétnímu ministerstvu, aby se o rozvoj CSR staral.

Vláda České republiky vnímá koncept CSR jako dobrovolný koncept, který je založený na samoregulaci. Úlohou státu je vytvořit podmínky pro propagaci a šíření konceptu CSR. Aktuálně se konceptem CSR v České republice zabývá Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále jen MPO) a zabývá se jím od roku 2013.²²

MPO ve spolupráci s Radou kvality ČR vytvořil „Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice“ (dále jen NAP) který byl schválen vládou v roce 2015. Cílem programu NAP je podpořit uplatnění a prohloubení informací o konceptu CSR ve všech organizacích v ČR. Příklady podpory šíření CSR z úkolů NAP: „Vytvoření strategického dokumentu Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice, Vypracování a vydání příručky pro malé a střední podniky a doplnění o konkrétní příklady dobré praxe v ČR, pořádání odborných akcí (celostátní konference k CSR, kulaté stoly, semináře, workshopy, aj.), Vytvoření Příručky CSR pro veřejnou správu, Zveřejnění mezinárodních dokumentů v českém jazyce na národním portálu CSR.“²³

Vládou vyhlášeným programem v roce 2016 je Národní politika kvality (dále jen NPK), který je řízen a kontrolován Radou kvality ČR, představuje poradní, iniciační a koordinační orgán. Jeho cílem je vytvářet v České republice takové prostředí, ve kterém jsou kvalita a CSR přirozenou součástí nejen pro ziskový sektor, ale také pro neziskový sektor a veřejnou správu. Ve vztahu podpory konceptu CSR realizuje NPK programy:

- Národní cena České republiky za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj,
- Cena za společenskou odpovědnost „Podnikáme odpovědně“,
- Cena hejtmana za uplatňování konceptu společenské odpovědnosti.

Pro podporu a šíření CSR a udržitelného rozvoje program NPK koordinuje a naplňuje aktivity vyplývající z NAP (viz výše).²⁴

²² Srov. Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice [online]. prosinec 2015, MPO, Praha (aktualizace), [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/54688/62494/648340/priloha002.pdf>

²³ tamtéž

²⁴ Srov. Národní politika kvality: Naplňování Národní politiky kvality v České republice na období let 2016 – 2020. *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/narodni-politika-kvality/>

Cenu hejtmana za CSR v 2019 vyhráli v kategorii „Mikropodniky (tzn. malé organizace do max. 10 zaměstnanců, živnostníci, spolkaři, rodinné firmy)“ zvítězila firma Holistic management, s.r.o.; 2. místo obsadila firma Přátelé dětí z.s.²⁵ v kategorii „Organizace veřejného sektoru, veřejně prospěšné organizace a organizace, jejichž hlavní náplní činnosti není podnikání s méně než 50 zaměstnanci“ zvítězila společnost Institut pro památky a kulturu, o.p.s.; 2. místo získala Bazalka, o.p.s. a na 3. místě Místní akční skupina Šumavsko, z.s.²⁶

V roce 2019 se v rámci Národní ceny ČR za CSR se vítězem v podnikatelském sektoru stala organizace Miele technika s.r.o. obdržela ocenění „Společensky odpovědná organizace II. stupně“ a mezinárodní titul „Committed to Sustainability – 2 START“. Ve veřejném sektoru zvítězily v kategorii velká a střední organizace 1. místo Univerzita Palackého v Olomouci a Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava v kategorii malá organizace 1. místo: Kulturní zařízení Ostrava-Jih, p.s., 2. místo: Czechitas, z.s. a 3. místo: THEIA – krizové centrum o.p.s.²⁷

Univerzita Palackého v Olomouci cenu získala pomocí vykonávání těchto aktivit: zapojení do místních a krajských akčních plánů vzdělávání, dobrovolnické aktivity „Občanská univerzita“ prostřednictvím které studenti i akademici nabízí přednášky veřejnosti, nebo také založení studentského spolku Udržitelný Palacký, který propaguje environmentálně příznivé chování.²⁸

Vedle MPO se na rozvoji a propagaci konceptu CSR podílí i nevládní organizace:

- Asociace společenské odpovědnosti,
- Business Leaders Forum,
- Byznys pro společnost,

²⁵ Srov. Vyhlášení cen Ceny hejtmanky Jihočeského kraje za společenskou odpovědnost. *Českobudejovický deník.cz* [online]. 11.9.2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://ceskobudejovicky.denik.cz/ctenar-reporter/vyhlaseni-cen-hejtmanky-jihoceskeho-kraje-za-spolecenskou-odpovednost-20200911.html>

²⁶ Srov. tamtéž

²⁷ Srov. Národní cena kvality: Národní ceny kvality předány. Absolutním vítězem se stala firma Albert Česká republika. *Ministerstvo obchodu a průmyslu* [online]. 27.11.2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/narodni-ceny-kvality-predany--absolutnim-vitezem-se-stala-firma-albert-ceska-republika--250941>

²⁸ Srov. Univerzita Palackého získala cenu za společenskou zodpovědnost. *Univerzita Palackého v Olomouci* [online]. listopad 2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.upol.cz/nc/zpravy/zprava/clanek/univerzita-palackeho-ziskala-cenu-za-spolecenskou-zodpovednost/>

- Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj.²⁹

Asociace společenské odpovědnosti má cíl maximálně přispívat k vytváření odpovědnější společnosti a její vizí je, aby se CSR stala přirozenou součástí každé organizace v České republice. Jednou z forem byla podpora kampaně neziskové organizace Dobré víly dětem, kdy v roce 2020 na svých webových stránkách vypustila krátká videa, aby poukázala na problematiku týrání dětí a následky těchto činů. Na této kampani spolupracovala s agenturou CZECH PROMOTION group s.r.o. „Cílem kampaně je přimět rodiny s dětmi k diskusi o tom, že ne všechny vánoční příběhy jsou veselé,” říká Jan Coufal z agentury CZECH PROMOTION, který přišel s nápadem natočit předvánoční spoty.³⁰

1.3 Nástroje reportingu a měření CSR v mezinárodním pojetí

S rozvojem konceptu CSR, který zaznamenáváme v České republice nejvíce od roku 2006, se stejně jako mnoha jiným oblastem, nevyhnul trend standardizace. Standardy se tedy stávají nedílnou součástí nástroje v rozvoji a šíření konceptu CSR. Mají roli nástroje pro interní i externí určení úrovně CSR v organizacích, do značné míry mohou sloužit jako pomoc v procesu implementace konceptu CSR do organizace. „Zřejmě vzhledem k tomu, že samotný koncept CSR není zatím zcela přesně vydefinován a neexistuje tedy všeobecně uznávaný standard, kterým by se dalo řídit, je i volba indexů, příp. modelů velmi různorodá.“³¹ S konceptem CSR je tedy spojeno několik standardů, norem nebo metod, jejichž cílem je, aby organizace měly informace: jakým způsobem zavádět koncept CSR do své organizace, jakým způsobem měřit zavedený koncept CSR a jakým způsobem reportovat provedené aktivity CSR svému okolí.³² V praxi není uveden jednotlivý název pro všechny ISO normy, standardy, indexy a metody, které jsou spojeny s popisem konceptu CSR, já v této práci budu pro zmíněné postupy využívat jednotný pojem a to metodiky.

²⁹Srov. Národní politika kvality: CSR v ČR. *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/spolecenska-odpovednost-organizaci/csr-v-cr/>

³⁰ SYROVÁ KAMPAŇ ORGANIZACE DOBRÉ VÍLY DĚTEM UKAZUJE AUTENTICKÉ PŘÍBĚHY DĚTÍ Z DĚTSKÝCH DOMOVŮ. *Asociace společenské odpovědnosti* [online]. 2. 12. 2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/syrova-kampan-organizace-dobre-vily-detem-ukazuje-autenticke-pribehy-deti-z-detskych-domovu/>

³¹ Bernardová, D., Kašparová K., Fink, M., Ivanová, K., & Arkhangelska, T. (2020). Construction and Significance of Corporate Social Responsibility Indices– from Results to the Essence. *Organizacija*, 53 (3), 212-226. DOI: 10.2478/orga-2020-0014

³² Srov. Tamtéž

Metodiky rozdělím do 3 celků. První se bude zabývat zaváděním konceptu CSR do organizace. Druhý celek bude popisovat jak a jakými způsoby je možné měřit vykonávanou společenskou odpovědnost v organizacích. Poslední celek popíše, jak organizace mají svému okolí sdělit uskutečněné CSR aktivity.

1.3.1 Zavádění konceptu CSR

Pokud se organizace rozhodne zavést koncept CSR, měl by se na společenskou odpovědnost dívat jako na proces organizace, který by měl mít plně pod kontrolou. Organizace by se při tvorbě svého konceptu CSR měly soustředit na to, kde očekávají nejvyšší přínos v rámci svého rozhodnutí zavést CSR, která je pro organizaci stále dobrovolným závazkem. Vrcholové vedení vytváří organizační politiku a stará se o její aplikaci, zformulování a modifikování. Zainteresované osoby by měly dobře znát politiku organizace. Politika podniku by měla brát ohledy na mise, vize a základní hodnoty, zainteresované strany a přínosy. Součástí by měl být právě koncept CSR.³³

Metodiky upravující CSR je třeba v rámci zavádění konceptu do organizace rozdělit na dvě skupiny. Jedna skupina pouze definuje, co to vůbec je společensky odpovědné chování. Druhá skupina definuje postupy, které by organizace měla do svého řízení zavést, aby zavedli koncept CSR. Jsou tu i takové metodiky, které patří zároveň do obou skupin.

Metodiky, které patří do procesu zavádění konceptu CSR do organizace jsou: směrnice OECD, AA1000, ISO 14000, EMAS, GRI, a ČSN 010391:2013, ISO 26000, SA8000.

1.3.2 Měření výkonnosti CSR

Součástí zavedení konceptu CSR do organizace je i zájem o vyjádření míry výkonnosti společenské odpovědnosti. Zájem o míru výkonnosti jeví organizace samotné, pro porovnání s konkurencí a pro posouzení vlastního stavu (v rámci vize, poslání či cíle organizace). Zájem o měření výkonu CSR jeví také stakeholdeři, kteří na základě změřených dat nahlíží jinak na hodnotu organizace (vnímají společenský přínos a trvalou udržitelnost organizace). „Hovoříme o metodikách měřících výkonnost organizací v oblasti společenské odpovědnosti, tzv. indexu CSR. Indikátory, kterými lze měřit

³³Srov. PLÁŠKOVÁ, A., a kol. Společenská odpovědnost firem – aplikace a hodnocení – podnikatelský sektor. s. 35.

výkonnost organizace ve společensky odpovědných aktivitách jsou součástí i některých nástrojů standardizace, nicméně častěji se jedná o samostatné metodiky.“³⁴

Aby měření výkonnosti organizací v rámci společenské odpovědnosti mělo sdělovací hodnotu o míře společensky odpovědného přístupu v podnikání, a aby to mělo užitnou hodnotu pro všechny uživatele, musí být měření pro uživatele srozumitelné a výsledky indexace vzájemně srovnatelné pro všechny typy organizací. Jednotlivé indexy vyjadřují příslušnost k určité skupině organizací, které jsou držiteli stejného indexu. Index lze tedy považovat za nominální hodnotu. V jedné skupině organizací můžeme říci, že se nejedná pouze o nominální data, ale také data ordinální (lze vytvořit pořadí organizací, které jsou zapsané pod stejným indexem). Nejvíce vypovídající hodnotu mají data kardinální, která udávají o kolik je jaká organizace lepší než organizace následující v daném žebříčku. Proto by tato kardinální data byla při hodnocení konceptu CSR v organizacích považována za ideální. Avšak tento postup vytváření kardinálních dat převážná většina metodik neumožňuje. Index CSR by měl být hlavním nástrojem porozumění úrovni CSR v jednotlivých organizacích. Obecně má Index sloužit k rychlé orientaci ve velkých datových souborech. Organizace, které jsou držiteli jakéhokoliv indexu CSR by mělo být umožněno určovat míru CSR v porovnání s dalšími indexovanými organizacemi.³⁵

Metodiky, které vyhodnocují míru výkonnosti konceptu CSR v organizacích jsou: ETHIBEL, DJSI, FTSE4Good.

1.3.3 Report aktivit CSR

Oblast reportingu CSR úzce souvisí s měřením výkonnosti CSR. Zprávy o CSR jsou vytvořeny na základě indexů, díky kterým mají organizace porovnávat své společensky odpovědné aktivity.

Důvodů reportu o CSR je mnoho, mezi nejdůležitější můžeme zařadit etické důvody, ekonomické důvody, pověst a značku, motivaci zaměstnanců, řízení a snížení rizika a zlepšení tržní pozice a zlepšení vztahů se státními úřady. Například Global Compact (viz kapitola 1.1) podporuje myšlenku, že důvodem reportování o CSR aktivitách je snaha

³⁴ Bernardová, D., Kašparová K., Fink, M., Ivanová, K., & Arkhangelska, T. (2020). Construction and Significance of Corporate Social Responsibility Indices– from Results to the Essence. *Organizacija*, 53 (3), 212-226. DOI: 10.2478/orga-2020-0014

³⁵ Srov. tamtéž

o zvýšení důvěryhodnosti organizace, image. Také uvádí, že CSR reporty posílí snahu o řízení vztahů se stakeholdery, sdílení zkušeností a znalostí a motivaci ke změnám.³⁶

Metodiky, které patří do procesu reportu konceptu CSR v organizaci jsou: metoda KOPR, GRI.

Předkládám příklady nejčastějších metodik, které jsou používané a osvědčené v organizacích. Uvádím pouze některé metodiky, jejichž výběr byl proveden v návaznosti na vytvořený dotazník CSR ETA index 2019 (viz kapitola 7.1).

GRI

Cílem Global Reporting Initiative (dále jen GRI) je vytvořit mezinárodní standardizovaný model pro měření a reportování aspektů ekonomických, enviromentálních a sociálních plynoucích z podnikání, který funguje od roku 2002. GRI se snaží o co největší využitelnost napříč podnikatelskými odvětvími – směrnice mohou využívat veškeré organizace. GRI je soustava ukazatelů vhodných pro realizaci a srovnatelné měření a hodnocení CSR.³⁷

AA 1000

Cílem normy AA 1000 (AccountAbility – odpovědnost) je vytvořit systém pro politiku CSR, pravidla dialogu mezi stakeholdery, sociální, etické a enviromentální účetnictví, profesionální výcvik, audit a reporting. V České republice se jedná o obecně aplikované normy z roku 2008 pro všechny typy organizací. Důležité je zmínit, že norma obsahuje tvorbu společensky odpovědné strategie organizace a politiku společenské odpovědnosti. Standard AA1000 poskytuje rámec pro posouzení všech organizací.³⁸

ETHIBEL³⁹

Ethibel Sustainability Index poskytuje široký pohled na finanční výkonnost vedoucích světových organizací z hlediska udržitelnosti pro stakeholdery jako investory, banky nebo manažery. Zdrojem informací jsou data zveřejněná hodnocenými organizacemi. Součástí hodnocení je také etické chování organizace při výrobě nebo poskytování služeb.

SA 8000

³⁶ Srov. KAŠPAROVÁ, Klára. *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*, s.13-15

³⁷ Srov. PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. s. 90-91

³⁸ Srov. Mezinárodní nástroje a standardy CSR: *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/mezinarodni-nastroje-a-standardy-csr/>

³⁹ Srov. ZADRAŽILOVÁ, Dana a kol. *Společenská odpovědnost podniků: Transparentnost a etika podnikání*. s.86

Jedná se o celosvětově uznávanou normu pro sociální pilíř CSR, která je určena k auditu třetí stranou. Jako jedna z prvních ovlivňuje způsoby chování organizací v oblastech lidských práv. Zaměřuje se na oblasti: diskriminace, bezpečnost práce, nucené práce, dětské práce, dodržování pracovní doby, spravedlivé odměňování.⁴⁰

ISO 26000⁴¹

Pro prohloubení informovanosti o konceptu CSR byla vytvořena norma ISSO 26000, jejímž cílem je poskytnout návod pro zcela funkční společenskou odpovědnost. Je to mezinárodní norma využitelná pro všechny typy organizací. Norma je popsána velice jednoduše a má jednotnou terminologii pro společenskou odpovědnost. ISO 26000 je napsaná v souladu s již existujícími dokumenty a i jinými mezinárodními dohodami. ISO 26000 není určena k certifikaci.

OECD GME⁴²

Směrnice OECD pro nadnárodní organizace jsou doporučení vlád adresovaná nadnárodním organizacím. Směrnice obsahuje dobrovolné zásady a standardy odpovědného podnikatelského chování. Cílem směrnic je zajistit, aby operace organizací byly v souladu se státní politikou a posílit vzájemnou důvěru mezi organizacemi a společenským prostředím, ve kterém podnikají. Dále se snaží pomáhat zlepšit klima pro zahraniční investice, a tak zvýšit možnost nadnárodních organizací přispět k trvalému rozvoji.

Součástí směrnic je zveřejňování informací o následujících oblastech: výsledky hospodaření, plány a cíle organizace, vlastnické vztahy a hlasovací práva, seznam členů správní rady a výkonného managementu, rizikové faktory, vztahy k zaměstnancům a ostatním stakeholderům a informace o řízení a politice organizace.

Metoda KORP⁴³

Metoda KORP je český systém hodnocení CSR. Metodu vytvořilo sdružení Korektní podnikání ve spolupráci se Sdružením pro Cenu ČR za jakost jako národní metodiku pro

⁴⁰ Srov. Mezinárodní nástroje a standardy CSR: *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/mezinarodni-nastroje-a-standardy-csr/>

⁴¹ Srov. Tamtéž

⁴² Srov. Směrnice OECD pro nadnárodní podniky: Doporučení pro odpovědné chování podniků v globálním kontextu. Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2013, s. 5 - 20 [cit. 2021-02-12].

⁴³ Srov. PLÁŠKOVÁ, A., a kol. Společenská odpovědnost firem – aplikace a hodnocení – podnikatelský sektor, str. 16

hodnocení konceptu CSR. Metoda se opírá o soustavu ukazatelů GRI, model excelence EFQM a metodiku sebehodnocení modelu CAF 2006. Jelikož metodika GRI má pro hodnocení CSR určité nedostatky, byla vytvořena metoda KORP, který se nedostatky snažila odstranit. (GRI například zohledňuje pouze výsledky a procesy v organizaci pouze monitoruje – nijak s nimi nenakládá.)

DJSI⁴⁴

Ukazatel Dow Jones Sustainability Index (dále jen DJSI) měří ekonomický, environmentální a sociální výkon u více než 2 000 veřejně obchodovaných společností. Index využívají investoři, kteří se zaměřují na to, že odpovědné obchodní postupy a modely jsou rozhodující pro vytváření dlouhodobé hodnoty pro akcionáře. Investoři také chtějí, aby se role udržitelnosti odrážela v investičním portfoliu.

DJSI je primárně konstruován s ohledem na oblast investování a přihlíží také na trvalou udržitelnost. CSR tedy není klíčovým parametrem indexu, ale je nutnou podmínkou zařazení dané organizace do seznamu indexovaných.

„Již třetí rok za sebou byla skupina Veolia zařazena do hodnocení podle indexů udržitelného rozvoje DJSI a získala druhé místo mezi 41 podniky v odvětví sdružených a vodohospodářských služeb.“⁴⁵

FTSE4Good

FTSE4Good Index Series identifikuje organizace, které jsou aktivní v přístupu k ochraně životního prostředí a udržují si také vysokou úroveň v oblasti sociální i na úrovni organizačního řízení. Měření je prováděno na základě globálně uznávaných standardů a index je mimo jiné jedním z nástrojů pro investory, kteří chtějí investovat do organizací splňujících vysoké standardy udržitelného podnikání.⁴⁶

⁴⁴ Srov. Společnost Unilever vévodí odvětví v indexu udržitelnosti. *Unilever* [online]. 13.09.2018 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.unilever.cz/news/news-and-features/2018/spolecnost-unilever-vevodi-odvetvi-v-indexu-udrzitelnosti.html>

⁴⁵ *Veolia* [online]. 25. ZÁŘÍ 2019 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.veolia.cz/cs/aktuality/veolia-ziskala-druhe-misto-v-zebricku-indexu-udrzitelnosti-dow-jones-sustainability-index>

⁴⁶ Srov. Komerční banka znovu v žebříčku FTSE4Good Index Series. *E15.cz* [online]. 28. července 2020 [cit. 2021-02-23]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/e15-a-byznys/komerzni-banka-znovu-v-zebricku-ftse4good-index-series-1371881>

„Společnost FTSE Group ohodnotila prostřednictvím indexu FTSE4Good Index Series Komerční banku jako špičku v přístupu k zaměstnancům, ale také k životnímu prostředí.“⁴⁷

Shrnutí kapitoly:

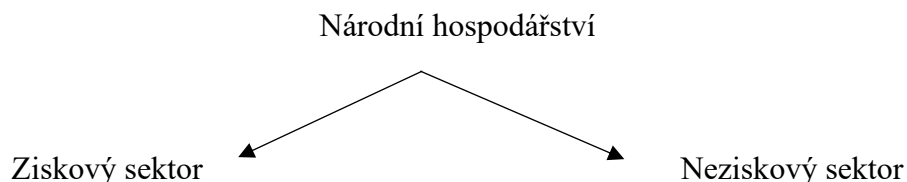
Z jednotlivých kapitol je zřejmé, že společenská odpovědnost je celosvětový koncept, který je určen pro všechny typy organizací. Vzhledem k tomu, že koncept CSR navazuje na SDGs cíle, je pro organizace lépe uchopitelné rozdělení konceptu CSR do 3 pilířů. V České republice se konceptu CSR začalo věnovat MPO s Radou Kvality ČR a společně vytvořili několik aktivit, jejich cílem je uplatnění a prohloubení informací o konceptu CSR ve všech typech organizací. Vedle vládních aktivit jsou v České republice velmi využívány nevládní programy, který mají stejný cíl, a to rozšíření povědomosti o konceptu CSR v organizacích. Z kapitoly 1.2 je patrné, že koncept CSR je ve všech typech organizací využíván. Zájem ze strany státu podporuje implementaci konceptu CSR do organizací. Možností, jak koncept CSR do organizace zavést, je mnoho (viz kapitola 1.3), avšak organizace mají svá specifika, a proto implementace konceptu CSR neznamená jednotný proces pro všechny organizace. Popis procesu zavádění konceptu CSR do organizace nemusí mít jednotnou formu, vzhledem ke specifikacím organizací to ani není možné, proto by implementace konceptu CSR do organizace měla vystihovat zmíněná specifika. Implementace by měla být co nejvíce jednoduchá. Koncept CSR v organizacích znamená konat dobrovolně činnosti a každému by mělo být jasné, z jakého důvodu jsou zaváděny a jakým způsobem je zavádět.

⁴⁷ Komerční banka znovu v žebříčku FTSE4Good Index Series. *E15.cz* [online]. 28. července 2020 [cit. 2021-02-23]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/e15-a-byznys/komercni-banka-znovu-v-zebricku-ftse4good-index-series-1371881>

2 Neziskový sektor⁴⁸

Národní hospodářství členíme v závislosti na principu financování na dva sektory – ziskový a neziskový.

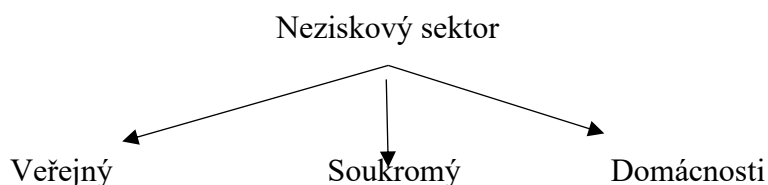
Obrázek 1- Rozdělení národního hospodářství



Zdroj: vlastní zpracování

Ziskový sektor (tržní sektor) dělíme na soukromý, státní a obecní. Cílem ziskového sektoru je tvorba zisku. Patří do části národního hospodářství, která je financována z prostředků získaných z prodeje statků či služeb, za cenu, která vznikla prostřednictvím vztahu poptávky a nabídky.

Obrázek 2- Rozdělení neziskového sektoru



Zdroj: vlastní zpracování

Neziskový sektor (netržní sektor) dělíme na veřejný, soukromý a sektor domácností. Cílem neziskového sektoru není zisk, ale dosažení užitku, který má zpravidla podobu veřejné služby. „Patří do části národního hospodářství, ve které subjekty v ní fungující a produkující statky či služby získávají prostředky pro svoji činnost cestou tak zvaných přerozdělovacích procesů, jejichž principy jsou podrobně popsány a zkoumány prostřednictvím veřejných financí.“⁴⁹ Veřejný sektor je financován z veřejných financí, je spravován a řízen veřejnou správou. Cílem je poskytování veřejných služeb. Soukromý sektor je financován ze soukromých financí (fyzické a právnické osoby, které vložily vlastní finance do produkce statků či služeb bez očekávání budoucí tvorby zisku). Sektor domácností je tvořen lidmi, kteří zasahují do koloběhu finančních toků svým vstupem na

⁴⁸Srov. KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*, s. 14-17

⁴⁹ STRECKOVÁ, Yvone. MALÝ, Ivan a kol. *Veřejná ekonomie pro školu a praxi*, s. 214.

trh produktů a výrobních faktorů. Domácnosti se podílí na tvorbě formování společnosti, a to ovlivňuje kvalitu a chod neziskových organizací.

Neziskový sektor tvoří nejen v České republice, ale také v zahraničí nezastupitelnou roli v ekonomice. Důvodem nezastupitelnosti je fakt, že neziskový sektor působí nejčastěji v oblastech, které jsou pro ziskový sektor nezajímavé, jelikož nepřináší organizaci zisk. Neziskový sektor zaujímá důležitou roli v odvětvích, která slouží k rozvoji společnosti. Jedná se o oblast vzdělání a školství, zdravotní péče, sociální služby, věda a výzkum, obrana nebo justice. Další podporu neziskového sektoru nalezneme v oblasti zájmových skupin (sdružování občanů). Významné působení neziskového sektoru nalezneme nejen v rozvoji společenského života, ale také života politického. Z toho důvodu se uvádí, že neziskový sektor je důležitým indikátorem společenského rozvoje.⁵⁰

Terminologie v oblasti neziskového sektoru je velmi bohatá, ale není ustálená. Neziskový sektor můžeme označit jako *třetí sektor*, je tak označován z důvodu působnosti neziskového sektoru mezi státem a trhem. Dále se označuje jako *nevládní sektor* nebo *nezávislý sektor*, a to z důvodu, že je jeho fungování nezávislé na vládě. Setkat se můžeme také s termínem *dobrovolnickým sektorem*, který zdůrazňuje specifickou roli dobrovolné činnosti v tomto sektoru. Termín *občanský sektor* není nejvyužívanějším pro označení neziskového sektoru, ale vystihuje tak propojenost neziskových organizací s občanskou společností.⁵¹ Organizace, které jsou součástí neziskového sektoru se vyznačují všemi vyjmenovanými znaky, proto je možné označovat neziskový sektor výše zmíněnými termíny.

Lester M. Salamon a Helmut K. Ankeier vytvořili v roce 1997 na téma terminologie neziskového sektoru takzvanou *strukturálně-operacionální definici*, podle které nestátní neziskový sektor tvoří organizace, které jsou vyznačovány 5 společnými rysy.

- a) Organizace – jedná se o organizace, nebo-li skupiny, které jsou institucionalizovány.
- b) Soukromá povaha – organizace oddělené od státní správy, nejsou jejich součástí a nejsou tedy ani řízeny orgány, ve kterých převládají státní úředníci.
- c) Nerozdělený zisk – vytvořený zisk nerozdělují mezi vlastníky nebo vedení, ale je vložen zpět do organizace.

⁵⁰Srov. KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*, str 14

⁵¹ Srov. Tamtéž str. 13-15

- d) Samospráva – neziskové organizace mají interní pravidla řízení a nejsou nijak ovládána zvenčí.
- e) Dobrovolnost – dobrovolná činnost je nedílnou součástí neziskových organizací. Jako formu dobrovolnictví můžeme brát formu účasti na konkrétních aktivitách.⁵²

2.1 Funkce neziskového sektoru⁵³

Neziskový sektor zastává zejména tyto funkce:

Ekonomická funkce – Ekonomickou funkcí je myšlena skutečnost, že neziskový sektor má významnou roli v ekonomice. Působí jako nabízející na trhu výrobků či služeb, také působí jako spotřebitel a v poslední řadě je také zaměstnavatelem. Nejen na základě pracovních poměrů fungujících na placené bázi, ale také na základě dobrovolnictví, tedy neplacených vztahů.

Sociální funkce – Sociální funkce je spojena s uspokojováním potřeb společnosti.

Politická funkce – Politická funkce tvoří neziskový sektor důležitý tím, že jej chrání před porušováním práv a dává občanům možnost ovlivňovat politiku.

Kontrolní funkce – Kontrolní funkce je spojena s dodržováním demokratických procesů ve společnosti ze strany občanů.

Informační funkce – informační funkce je spojena s osvětou, informuje o nějakém problému a jakým způsobem se ho snaží a podporují vyřešit.

⁵² Srov. Salamon, L.M., Anheier, H.K., Sokolowski, W. and Associates, The Emerging Sector, The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, Baltimore, USA, 1996

⁵³ Srov. KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*, s. 17

3 Neziskové organizace

Neziskové organizace nemají v České republice žádnou jednotnou definici. Samotný pojem „neziskový“ může být vnímán jako nepřesný. Vhodnějším překladem by mohlo být „nevýdělečný“, kdy firmy nesměřují k dosažení zisku, ale naplňují jiné cíle vytyčené podnikem. Proto je můžeme charakterizovat jako organizace, které nevytváří zisk k rozdělování mezi své vlastníky, správce nebo zakladatele. Zisk tvořit mohou a získávat prostředky hospodářskou a podnikatelskou činností také, ale musí jej opět vložit zpět do rozvoje organizace a do své činnosti. Finanční zisk tedy netvoří hlavní cíl neziskové organizace ani motiv tvorby takové organizace. Hlavním cílem neziskových organizací je naplnění poslání, které má především význam pro společnost.⁵⁴

Poslání vyjadřuje v neziskové organizaci důvod, proč vůbec existuje a z jakého důvodu byla organizace založena. Poslání také vyjadřuje, čeho chce organizace dosáhnout v průběhu několika měsíců, převážně se poslání týká několika let. Nejčastěji se poslání v neziskových organizacích týká ovlivnění podmínek života ve společnosti. Proto bývá také častým impulzem pro vznik neziskové organizace problém či spor. Neziskové organizace mohou svým postavením poskytovat pohled na daný problém společnosti, a právě pomocí neziskových organizací mohou být včas rozpoznány různé problematické aspekty.⁵⁵

Cíle neziskových organizací jsou odvozeny od poslání. Rozumíme jimi stavy, kterých má být dosaženo v určitém časovém období. Cíle mohou být členěny podle mnohých kritérií. Nejčastějším kritériem je čas, které rozlišuje cíle dlouhodobé, krátkodobé nebo operativní.⁵⁶

V souladu s posláním a cíli neziskových organizací je nutné zmínit důležitý klíčový aspekt, a to je financování neziskových organizací. Typickým prvkem pro neziskové organizace je vícezdrojové financování. Bez financování by v ekonomickém prostředí nemohla figurovat žádná organizace. Kritéria financování můžeme rozdělit v neziskové organizaci na čtyři typy.⁵⁷

- 1) Organizace financované ze svých vlastních příjmů a také finance získané z realizace svého poslání.

⁵⁴ Srov. HYÁNEK, Vladimír. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. s.10-12

⁵⁵ Srov. PLAMÍNEK, J. a kol. *Řízení neziskových organizací*, str. 14

⁵⁶ Srov. REKTOŘÍK, Jaroslav, Danuše PROKÚPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 3, s. 37

⁵⁷ Srov. SKOVAJSA, Marek, Danuše PROKÚPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. s. 146

- 2) Organizace financované pouze z veřejných rozpočtů. Mezi tyto organizace můžeme zařadit organizační složky státu a územních celků.
- 3) Organizace financované pouze z části z veřejných rozpočtů. Mezi tyto organizace patří příspěvkové organizace, politické strany a hnutí nebo vybrané spolky. Organizace mají na finanční příspěvek legislativní nárok.
- 4) Organizace financované z různých zdrojů. Zařadit zde můžeme finanční zdroje jako jsou dary, sponzoring, granty, sbírky ale také finance z vlastních zdrojů.⁵⁸

V České republice se v oblasti financování pro neziskové organizace má opodstatněnou roli Rada vlády pro nestátní neziskové organizace (dále jen Rada), která je hlavním aktérem v procesu rozhodování o rozdělení financí. Rada je také hlavním iniciátorem pro přípravu a vyhodnocení dotací určených pro neziskové organizace.⁵⁹

3.1 Dělení neziskových organizací

Dělení neziskových organizací obsahuje širší členění, vzhledem k tomu, že se liší typem kritérií. V současnosti existuje několik možných druhů organizací, které můžeme rozdělit v rámci neziskových organizací.

Dělení z hlediska prospěšnosti⁶⁰

Vzájemně prospěšné organizace – jsou takové organizace, které jsou založeny za účelem vzájemné podpory svých členů nebo skupin občanů, které jsou spojeny stejným zájmem. Jde o aktivity v oblasti kultury nebo ochrany profesních zájmů. Jedná se o sportovní oddíly, družstva, odbory nebo sběratelské spolky.

Veřejně prospěšné organizace – Přinášení prospěch veřejnosti nebo těm, pro které jejich pomoc představuje veřejný zájem. V České republice sem na základě právního vymezení zařazujeme nadace a nadační fondy, účelová zařízení církví nebo obecně prospěšné společnosti. V případě občanských sdružení do této skupiny patří pouze ta, jejichž náplní je pomoc vážně nemocným, podporující ochranu přírody, bezdomovcům, zajištění humanitární pomoci nebo ty, které se snaží omezit zneužívání veřejné moci či korupci.

⁵⁸ Srov. REKTORÍK, Jaroslav, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*, 41

⁵⁹ Srov. SKOVAJSA, Marek, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*, s. 150

⁶⁰ Srov. Tamtéž, s. 41

Dělení z hlediska zřizovatele⁶¹

Státní, vládní a veřejné – Tyto organizace zajišťují realizaci výkonu veřejné správy. Podílejí se také na výkonu veřejné správy na úrovni státu či obce. Charakteristikou se podobají nestátním neziskovým organizacím, ale nesplňují zmíněné rysy podle strukturálně-operativní definice. (viz kapitola 1 – Lester M. Salamon a Helmut K. Ankeier) V České republice je rozdělujeme na organizace příspěvkové a organizační složky státu.

Nestátní, nevládní a soukromé – organizace se podílejí na veřejné politice pomocí principu sdružování osob žijících a spolupracujících v daném prostoru. Cílem těchto organizací je vytvářet soukromé neziskové organizace za účelem vzájemné spolupráce v určité oblasti stejných zájmů. Patří sem obecně prospěšné společnosti, občanská sdružení, nadace a nadační fondy, církve, církevní právnické osoby a náboženská sdružení.

Dělení z hlediska členství⁶²

Členské organizace – zahrnujeme do této skupiny občanská sdružení a družstva, fungují na principu členství. Mají členskou základnu.

Nečlenské organizace – do této skupiny organizací zahrnujeme nadace, nadační fondy nebo obecně prospěšné společnosti. Mají členy správních orgánů a pracovníky.

Dělení z hlediska funkce^{63, 64, 65}

Servisní neziskové organizace – tato skupina neziskových organizací poskytuje přímé služby svým klientům (řeší veřejné problémy). Zahrnujeme do této skupiny především neziskové organizace poskytující sociální služby, zdravotnické služby, humanitární pomoc nebo organizace, které poskytují pomoc v oblasti rozvojové spolupráce. Ve většině případů se jedná o nečlenské neziskové organizace, které usilují o svoji profesionalizaci. Servisní a advokační funkce často v jednotlivém případě splývají, což znamená, že organizace plní obě funkce zároveň, a to v určitém poměru své činnosti.

⁶¹Srov. ŠKARABELOVÁ, Simona, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Když se řekne nezisková organizace: příručka pro zastupitele krajů, měst a obcí*, s. 10

⁶² Srov. Nadace Neziskovky.cz [online]. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: https://www.neziskovky.cz/clanky/511_692/fakta_typy-neziskovych-organizaci/

⁶³Srov. tamtéž

⁶⁴ Srov. Vláda České republiky. Státní politika vůči NNO na léta 2015–2020. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/dokumenty/statni-politika-vuci-nno-naleta-2015---2020>

⁶⁵ Srov. SKOVAJSA, Marek, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*, s. 41-42

Advokační neziskové organizace – definují organizace, které bojují za práva vymezených skupin nebo určitých veřejných zájmů. Zaměřují se na ochranu veřejného zájmu, práv spotřebitelů, ochranu menšin, prosazování rovnosti a nediskriminace. Do této skupiny neziskových organizací zahrnujeme jak členské, tak nečlenské organizace. Patří sem organizace zaměřené na ochranu životního prostředí nebo lobbistické skupiny.

Zájmové neziskové organizace – jsou vůbec nejpočetnější skupinou v České republice v rámci neziskového sektoru. Zaměřují se na vytváření zájmové činnosti buď výhradně pro své členy, nebo s přesahem do širší veřejnosti, kdy se jejich aktivity blíží službám, poskytovaným určitým skupinám. Do této skupiny patří neziskové organizace zaměřené na oblast sportu, kultury nebo tradiční venkovské zájmové spolky. Zájmové neziskové organizace jsou postaveny na členském principu.

Filantropické neziskové organizace – jsou takové organizace, které finančně i hmotně podporují veřejné prospěšné aktivity. Do této skupiny patří nadace a nadační fondy.

3.2 Právní formy neziskových organizací⁶⁶

Neziskové organizace rozčleňujeme v České republice na šest základních právních forem. Osoba, která se chystá založit neziskovou organizaci si musí vybrat, která pro ni bude nejvhodnější vzhledem k činnosti budoucí neziskové organizace. Popis jednotlivých forem je obsažen v Novém občanském zákoníku (dále jen NOZ) Přepis č. 89/2012 sb.

Právní normy v České republice jsou: spolek, nadace a nadační fondy, ústav, obecně prospěšné společnosti a církevní právnické osoby.

3.2.1 Spolek

Právní úprava spolků je obsažena v § 214–302 NOZ. „Hlavní činností spolku může být jen uspokojování a ochrana těch zájmů, k jejichž naplňování je spolek založen. Podnikání nebo jiná výdělečná činnost hlavní činností spolku být nemůže. Vedle hlavní činnosti může spolek vyvíjet též vedlejší hospodářskou činnost spočívající v podnikání nebo jiné výdělečné činnosti, je-li její účel v podpoře hlavní činnosti nebo v hospodárném využití spolkového majetku. Zisk z činnosti spolku lze použít pouze pro spolkovou činnost včetně správy spolku.“⁶⁷

⁶⁶ Srov. Zákon č. 89/2012 Sb.: Zákon občanský zákoník. *ZÁKONY PRO LIDI* [online]. [cit. 2021-01-11]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

⁶⁷ tamtéž

V roce 2019 bylo registrovaných celkem 99 558 spolků a 26 497 pobočných spolků.⁶⁸

Zapsaný spolek Czechitas byl založen roku 2014 z důvodu prohloubení znalostí z oblasti IT pro ženy. Vytváří semináře, workshopy, kurzy v oblasti IT pro ženy a následně je propojuje s partnerskými organizacemi. Momentálně je spolek Czechitas v Praze, Brně, Ostravě, Českých Budějovicích, Olomouci a Zlíně. Czechitas vede 8 nadřízených pracovníků, kteří mají na starost 62 zaměstnanců.⁶⁹

3.2.2 Nadace a nadační fondy

Právní úprava je v oddíle 3, který má název *fundace*. Pod pojmem fundace si můžeme představit účelová sdružení majetku, mezi která patří nadace, nadační fondy a přidružené fondy. Jejich základem je majetek, který je určený již k předem danému účelu.⁷⁰

Právní úprava nadací a je obsažena v § 306–393 NOZ. „Zakladatel zakládá nadaci k trvalé službě společensky nebo hospodářsky užitečnému účelu. Účel nadace může být veřejně prospěšný, spočívá-li v podpoře obecného blaha, i dobročinný, spočívá-li v podpoře určitého okruhu osob určených jednotlivě či jinak. Zakazuje se založit nadaci za účelem podpory politických stran a hnutí nebo jiné účasti na jejich činnosti. Zakazuje se založit nadaci sloužící výlučně výdělečným cílům. Název nadace obsahuje slovo „nadace“.“⁷¹

Založení nadace je možné prostřednictvím nadační listiny, kterou může být zakládací listina nebo pořízení pro případ smrti. Zakládací listina musí mít formu veřejné listiny a může být pořízena jednou nebo více osobami. Nadace má vkladovou povinnost minimálně 500 000 Kč (povinnost může tvořit peněžitý tak i nepeněžitý vklad). Majetek nadace tvoří nadační jistina, zahrnuje ji souhrn vkladů, nadačních darů a ostatní majetek, která se zapisuje do veřejného rejstříku. Peněžní vyjádření nadační jistiny je nadační kapitál.

V roce 2019 bylo v České republice registrovaných 557 nadací.⁷²

⁶⁸ Srov. Služby neziskovek se v Česku lepší. Jejich image v očích veřejnosti nikoli. *IDnes.cz* [online]. 2019 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/neziskove-organizace-lepsi-sluzby-horsi-medialni-obraz-zprava-udrzitelny-rozvoj-usaid-avpo-cr.A191031_123626_domaci_tho

⁶⁹ Srov. IT je budoucnost. I tvoje. *Czechitas* [online]. [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechitas.cz/cs/>

⁷⁰ Srov. Asociace nestátních neziskových organizací Jihomoravského kraje, z.s. [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.annojmk.cz/nadace>

⁷¹ Zákon č. 89/2012 Sb.: Zákon občanský zákoník. *ZÁKONY PRO LIDI* [online]. [cit. 2021-01-11]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

⁷² Srov. Služby neziskovek se v Česku lepší. Jejich image v očích veřejnosti nikoli. *IDnes.cz* [online]. 2019 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/neziskove-organizace-lepsi-sluzby-horsi-medialni-obraz-zprava-udrzitelny-rozvoj-usaid-avpo-cr.A191031_123626_domaci_tho

Nadace Malý Noe byla založena v roce 2007. Nadace byla zřízena z důvodu pomoci dětem žijícím a vyrůstajícím bez náležité rodičovské péče, dětem, které jsou týrané, zneužívané nebo ohrožující na životě a na psychickém nebo fyzickém zdraví.⁷³ Nadace nemá žádné zaměstnance na pracovní poměr. O nadaci je postaráno pomocí dobrovolníků, kteří dělají vše nad rámec svých pracovních povinností.

Právní úprava nadačních fondů je obsažena v § 394–401 NOZ. „Zakladatel zakládá nadační fond k účelu užitečnému společensky nebo hospodářsky. Název nadačního fondu musí obsahovat slova „nadační fond“.“⁷⁴ Nadační fond se zakládá stejně jako nadace, a to zakládací listinou nebo pořízením pro případ smrti. Nadační fond ovšem nevytváří ani nadační listinu ani nadační kapitál, také oproti nadaci nemá stanovenou minimální hodnotu vkladu a vklady nemusí splňovat předpoklad trvalého výnosu. Výše vkladu je tedy zcela v kompetenci na uvážení zřizovatele. Majetek nadačního fondu je tvořen vklady a dary.⁷⁵

Nadační fondy nejsou v České republice tak dlouho jako samotné nadace. Nadační fond se objevil v českém právu v roce 1998, do té doby právní typ nadačního fondu neexistoval. V roce 2019 v České republice existovalo 2017 nadačních fondů.⁷⁶

Nadační fond Českého rozhlasu vznikl v roce 2000 a jeho posláním je pomáhat vytvářet prostředí a podmínky pro plnohodnotný rozvoj člověka a jeho schopností, bez ohledu na hendikep nebo znevýhodnění. Poslání naplňují především prostřednictvím dvou projektů – Světluška a Ježíškova vnoučata. Nadační fond Českého rozhlasu zaměstnává celkem 13 zaměstnanců, o které se stará ředitelka. Nadační fond má také správní radu, která je sestavena z 9 členů a dozorčí radu, která má 2 členy.⁷⁷

3.2.3 Ústav

Ústav je poměrně nová forma právnické osoby, jelikož vznikla až s NOZ v roce 2014, kdy nahradila stávající obecně prospěšné společnosti, které aktuálně nemohou nově vznikat. Ty, obecně prospěšné společnosti, co existují mohou nadále fungovat a řídit se zrušeným

⁷³ Srov. Nadace Malý Noe. *Malý Noe* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://malynoe.cz/>

⁷⁴ Srov. Zákon č. 89/2012 Sb.: Zákon občanský zákoník. *ZÁKONY PRO LIDI* [online]. [cit. 2021-01-11]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

⁷⁵ Srov. Tamtéž

⁷⁶ Srov. Služby neziskovek se v Česku lepší. Jejich image v očích veřejnosti nikoli. *IDnes.cz* [online]. 2019 [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/neziskove-organizace-lepsi-sluzby-horsi-medialni-obraz-zprava-udrzitelny-rozvoj-usaid-avpo-cr.A191031_123626_domaci_tho

⁷⁷ Srov. Nadační fond Českého rozhlasu. *Nadační fond Českého rozhlasu* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://nadacnifond.rozhlas.cz/>

zákonem. Právní úprava ústavu je obsažena v § 402–418 NOZ. Ústav je založen za účelem provozování činnosti užitečné společensky nebo hospodářsky s využitím své osobní a majetkové složky. Z toho důvodu je ústav vhodnou formou především pro poskytovatele sociálních a jiných různých druhů veřejně prospěšných služeb. Majetková složka funguje na podobném principu jako u nadace, ale ústav může s majetkem více manipulovat. Ústav není členskou organizací jako spolek a funguje na zaměstnaneckém principu. Ústav provozuje činnosti za předem stanovených podmínek. Vzniklý zisk může ústav použít k podpoře činnosti, pro kterou byl založen, nebo k úhradě nákladů na vlastní správu. Název musí být označen buď „ústav“ nebo „zapsaný ústav“.⁷⁸

V roce 2019 v České republice bylo registrováno 1083 ústavů.⁷⁹

Zapsaný ústav YouKnowHealth vznikl v roce 2019, která vznikla z důvodu vzdělávání veřejnosti v oblasti zdravotnictví. Ústav organizuje nejen kurzy první pomoci, ale také organizuje přednášky na téma „zdravý životní styl“ nebo se snaží zapojit všechny generace do pohybu a pořádá hodinové mezigenerační cvičení.⁸⁰ Ústav má pouze jednoho zaměstnance na pracovní poměr (ředitel) a dále zaměstnává brigádníky a dobrovolníky, kteří pracují podle potřeby.

3.2.4 Obecně prospěšné společnosti⁸¹

Jak je již zmíněno v předešlé kapitole 2.2.3 Ústav, 1.1.2014 nahradil Nový občanský zákoník zákon č. 248/1995 Sb., který obsahoval právní úpravu obecně prospěšných společností. Obecně prospěšné společnosti jsou typem neziskové organizace, jejichž posláním je poskytovat obecně prospěšné služby. Obecně prospěšné společnosti, kterým nevyhovovala právě zaniklá právní forma se mohou transformovat na nadaci, nadační fond nebo na ústav. V roce 2019 v České republice bylo registrováno 2810 obecně prospěšných společností.

Obecně prospěšná společnost Centrum Bazalka byla založena v roce 2003, aby pomohli rodinám s péčí o těžce zdravotně postižené ulehčit životní situaci. Nabízí komplexní péči

⁷⁸ Srov. CO JE TO ÚSTAV? *ProfiNeziskovky.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.profineziskovky.cz/cs/ustavy/co-je-to-ustav/a-3800/>

⁷⁹ Srov. Služby neziskovek se v Česku lepší. Jejich image v očích veřejnosti nikoli. *IDnes.cz* [online]. 2019 [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/neziskove-organizace-lepsi-sluzby-horsi-medialni-obraz-zprava-udrzitelny-rozvoj-usaid-avpo-cr.A191031_123626_domaci_tho

⁸⁰ Srov. YouKnowHealth, z.ú. *YouKnowHealth* [online]. [cit. 2021-02-04]. Dostupné z: <https://youknowhealth.cz/>

⁸¹ Srov. Asociace nestátních neziskových organizací Jihomoravského kraje, z.s. [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.annojmk.cz/obecne-prospesna-spolecnost>

– propojení sociálních služeb, vzdělání a fyzioterapie. Organizaci má na starost paní ředitelka, která má pod sebou 12 zaměstnanců.⁸²

3.2.5 Církevní právnické osoby⁸³

Církev a náboženské společnosti vznikají prostřednictvím registru u příslušného orgánu státní správy (Ministerstvo kultury ČR) jako dobrovolná sdružení. Právní úprava církevních právnických osob je obsažena v zákoně č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženské víry a postavení církví a náboženských společností. Zákon popisuje také pravidla sdružování osob stejné víry v organizacích, které mají vlastní strukturu a vnitřní předpisy. Zmíněné Ministerstvo kultury ČR má povinnost vést rejstřík církví a náboženských společností. Rejstřík je veřejně přístupný. V roce 2019 v České republice bylo registrováno 41 církevních organizací.⁸⁴ Návrh na registraci nové církve podává minimálně tříčlenný přípravný orgán. Návrh musí obsahovat základní charakteristiku církve a náboženské společnosti, jejího učení a poslání, zápis o založení a podpisy nejméně 300 zletilých občanů České republiky, které se k dané církvi a náboženství hlásí. Stejně jako vznik i zrušení probíhá u Ministerstva kultury ČR.

Financování církevních právnických osob je uskutečněno prostřednictvím dotací ze státního rozpočtu. Kromě toho mohou čerpat finanční prostředky pomocí sbírek, darů, nájemného nebo pomocí půjček.

Apoštolská církev má bohatou historii, ale existence církve jako takové byla povolena v roce 1989. Posláním Apoštolské církve je „Organizovat, zajišťovat a poskytovat křesťanskou sociální, zdravotní a pastorační péči o lidi staré, osamělé, ohrožené, nemocné, osoby se zdravotním postižením a jinak potřebné, pomáhat rodinám, dětem a mládeži, prosazovat a realizovat principy sociálního začleňování a připravovat a vzdělávat vlastní i externí pracovníky, dobrovolníky, klienty i širokou veřejnost v souladu s trendy celoživotního vzdělávání.“⁸⁵ Apoštolská církev je vedena Biskupem, Úzkou radou a Radou církve. Celkové složení Apoštolské církve je 16 zaměstnanců.⁸⁶

⁸² Srov. Pomáhejte nám pomáhat. *Centrum Bazalka* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <http://www.centrumbazalka.cz/>

⁸³ Srov. Asociace nestátních neziskových organizací Jihomoravského kraje, z.s. [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.annojmk.cz/cirkevni-pravnicka-osoba>

⁸⁴ Srov. Služby neziskovek se v Česku lepší. Jejich image v očích veřejnosti nikoli. *IDnes.cz* [online]. 2019 [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/neziskove-organizace-lepsi-sluzby-horsi-medialni-obraz-zprava-udrzitelny-rozvoj-usaid-avpo-cr.A191031_123626_domaci_tho

⁸⁵ Úvod. *Apoštolská církev* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://apostolskacirkev.cz/>

⁸⁶ Srov. Tamtéž

3.3 Sociální podnik

Sociální podnik je subjekt sociálního podnikání⁸⁷ (právnícká nebo fyzická osoba), jehož cílem je obecná prospěšnost. Právní forma sociálního podniku není rozhodující. Sociální podnik vzniká a rozvíjí se na konceptu trojího prospěchu, který zahrnuje ekonomické, sociální a ekologické atributy odpovědného podnikání. Hospodářské přebytky jsou reinvestovány. Cílem není maximalizovat zisk, avšak se snaží o vytváření zisku. Sociální podnik přednostně uspokojuje místní potřeby a přednostně také využívá místní zdroje. Financování sociálního podniku je vícezdrojové.⁸⁸

Sociální podnik má s konceptem CSR mnoho společného, avšak nemůžeme označit sociální podnik jako společenskou odpovědnost. Už založení sociálního podniku svým způsobem je CSR, ale jak víme z předešlé kapitoly, koncept CSR je nad rámec zákona vykonávaná činnost. Koncept CSR je přidaná hodnota, takže i v sociálním podniku, musí být něco navíc, abychom danou aktivitu mohli označit jako CSR.

Příkladem sociálního podniku je Moštárna Hostětín, který byl založen v roce 2000. Založen byl z důvodu obnovy tradičního ovocnářství a vytváření nových pracovních míst v regionu. Mošt je vyráběn tradičním postupem z jablek pěstovaných místními zemědělci. Moštárna nabízí práci ve venkovském regionu a zaměstnává místní obyvatele.⁸⁹ Moštárna financuje Nadaci Veronica, která dále přerozděluje finanční prostředky na projekty, které podporují šetrný vztah k přírodě. Jak uvedl ředitel Moštárny Hostětín, už od roku 2001 je Moštárna spolupředatelem Jablečných slavností, jehož cílem je podpora místní a regionální producenty, pěstitele a výrobce ovocných produktů a také spojení kultury a ekologického vzdělání.⁹⁰

3.4 Specifické rysy pro neziskové organizace

Pro kvalitnější uchopení předešlých popisů všech právních norem neziskových organizací vydefinují specifické rysy, které neziskové organizace mají. Pro lepší orientaci zmapují 4

⁸⁷ Sociálním podnikáním se rozumí takové podnikání, které se zaměřuje na zaměstnanost, sociální soudružnost a místní rozvoj. Činností sociálního podnikání podporuje solidární chování, sociální začleňování a růst sociálního kapitálu s maximálním respektováním trvale udržitelného rozvoje.

⁸⁸ Srov. MRAVCOVÁ, Jana, ed. Průvodce zadáváním veřejných zakázek - nové možnosti zhodnocení veřejných prostředků, s.57-59

⁸⁹ Srov. O nás. *Moštárna Hostětín* [online]. [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://mostarna.bio/o-nas>

⁹⁰ Srov. Jablečná slavnost 2019. *Veronica Centrum Hostětín* [online]. [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://hostetin.veronica.cz/jablecna-slavnost-2019-letos-trochu-jinak>

okruhy, ve kterých se budu věnovat specifickým rysům – založení, ekonomická stránka, organizační stránka a zaměstnanci.

Založení

Už samotné založení neziskové organizace je velmi specifický prvek. Nezisková organizace se zakládá z důvodu podpory vyřešit existujícího problému ve společnosti pouze na dobrovolné bázi. Příkladem může být spolek Czechitas, který byl založen z důvodu prohloubení znalostí z oblasti IT pro ženy (viz kapitola 3.2.1) nebo ústav YouKnowHealth založený pro podporu vzdělávání veřejnosti v oblasti zdravotnictví (viz kapitola 3.2.3). Solidárnost je tedy také specifickým prvkem, který je důležité zmínit. Výsledkem neziskové organizace je veřejná prospěšnost (dosahování obecného blaha) – převážně se zaměřují na podporu určitého okruhu lidí nebo na podporu svého okolí. Jako příklad mohu uvést obecně prospěšnou společnost Centrum Bazalka, která vznikla pro podporu rodin s péčí o těžce zdravotně postižené (viz kapitola 3.2.4). Neziskové organizace mají soukromou povahu, nejsou řízeny orgánem státní správy.

Ekonomická stránka

Nezisková organizace se nezakládá se pro potřebu finančního výtěžku, ale pro potřebu pomoci. Nejsou zřizovány za účelem podnikání, ale v případě výtěžku, jsou peníze refinancovány zpět do organizace. Financování neziskové organizace je převážně vícezdrojové. Neziskové organizace získávají podporu od individuálních nebo firemních dárců nebo získávají státní dotace. Příkladem je nadace Malý Noe, který má uveden na webových stránkách seznam sponzorů (ať už organizace či jednotlivci) a možnosti, jak finančně přispět a podpořit tak děti, které se nachází ve špatných životních podmínkách (viz kapitola 3.2.2). Neziskové organizace jsou specifické také tím, že obvykle nevlastní prostory, v kterých organizace působí. Využívají pronajatých prostor – ziskové organizace jim mohou poskytnout prostor zadarmo (forma daru od ziskových organizací). Centrum Bazalka v roce 2006 získala prostřednictvím fondů z Evropské unie na celkovou přestavbu a rekonstrukci prostor, následně byla budova odkoupena od města. Obecně prospěšná společnost nakonec prostřednictvím dotací a sponzorů měla dostatek finančních prostředků na odkoupení prostor.

Organizační stránka

Neziskové organizace jsou převážně řazeny mezi malé organizace, a to z důvodu maximální výši 50 zaměstnanců. Tuto informaci potvrzují výše vypsané právní formy

neziskových organizacích (viz kapitola 3.2.2 – kapitola 3.2.5) kromě zapsaného spolku Czechitas, který zaměstnává 62 zaměstnanců (viz kapitola 3.2.1). Neziskové organizace jsou samosprávné, tedy o některých svých záležitostech rozhoduje autonomním způsobem – mají svá interní pravidla. Neziskové organizace jsou ovšem dané právním ustanovením.

Zaměstnanci

V neziskových organizacích jsou zaměstnání kvalifikovaní pracovníci v oboru, na který se jednotlivé neziskové organizace zaměřují. Například v případě obecně prospěšné společnosti Centrum Bazalka (viz kapitola 3.2.4) jsou kvalifikovaní zaměstnanci v oboru fyzioterapie nebo vystudovaní učitelé mateřských či základních škol (Centrum Bazalka je také speciální mateřská a základní škola).⁹¹ Pro neziskové organizace jsou neméně důležití také dobrovolníci, kteří nemusí být nutně dostatečně kvalifikovaní v daném oboru. Neziskové organizace si své dobrovolníky „vychovávají“ k obrazu svému a jednoduše s nimi následně spolupracují. Příkladem je nadace Malý Noe, který nezaměstnává žádného zaměstnance, všichni v organizaci pracují na dobrovolné bázi a využívají pouze vlastních zdrojů - počítače, telefony, tiskárny (viz kapitola 3.2.2). Dalším příkladem je zapsaný ústav, který zaměstnává dobrovolníky podle počtu zakázek o jejich služby (viz kapitola 3.2.3). Neziskové organizace mnohdy řídí jeden vedoucí pracovník, který se stará o ostatní zaměstnance. Tuto informaci potvrzuje organizační struktura Centra Bazalka, které řídí paní ředitelka nebo Apoštolská církev, kterou vede Biskup (viz kapitola 3.2.5). Neziskové organizace se liší od ziskových právě v sestavě lídrů. Ziskové organizace mají vedoucího pracovníka v každém úseku (marketing, personalistika, obchod, prodej, výroba, logistika), který má na starost další pracovní skupinu. Jak jsem již zmiňovala, neziskové organizace jsou spíše malé organizace, a proto mají jinou, menší a jednodušší organizační strukturu. O Nadační fond Českého rozhlasu se stará 13 zaměstnanců, který je veden ředitelkou. (viz kapitola 3.2.3). Nesmím ovšem opomenout zapsaný spolek Czechitas (viz kapitola 3.2.1), který se díky počtu 62 zaměstnanců řadí do středního podniku. Organizaci má na starost 8 vedoucích zaměstnanců, a to nejspíše z důvodu, že v České republice existuje 6 poboček.

Shrnutí kapitoly:

Neziskový sektor tvoří minimální část v ekonomice v České republice. „Na ekonomice a hrubém domácím produktu se neziskový sektor podílí zhruba 0,7 procenta, což loni

⁹¹Srov. Pomáhejte nám pomáhat. *Centrum Bazalka* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <http://www.centrumbazalka.cz/>

odpovídalo více než 31 miliardám korun. Z toho asi šest miliard pocházelo z práce dobrovolníků.“⁹² I přes tuto skutečnost mají neziskové organizace důležitou roli, a to především pro společnost. Dle popisu organizací v každé právní formě je zřejmé, že neziskové organizace vznikají za účelem pomoci vyřešení určitého problému ve společnosti. V České republice existuje 6 právních norem, včetně obecně prospěšných společností, které již vzniknout nemohou. Neziskové organizace mají specifické rysy, často jsou financovány jiným způsobem než ziskové organizace, jejich organizační stránka se odlišuje od ziskových organizací. Zaměstnanci v neziskových organizacích jsou spíše odborníci v oboru, kterému se nezisková organizace věnuje (viz organizační struktury popsaných organizací v předešlých kapitolách).

⁹² Neziskovky v ČR: Kolik jich je, kolik nás stojí, co nám přináší a jaká je jejich budoucnost? *W4T.cz* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://www.w4t.cz/neziskovky-v-cr-kolik-jich-je-kolik-nas-stoji-co-nam-prinasi-a-jaka-je-jejich-budoucnost-36405/>

4 CSR v neziskovém sektoru

V odborné literatuře, firemních nebo vládních dokumentech můžeme nalézt jak označení *společenská odpovědnost firem*, tak i označení *společenská odpovědnost organizací*. Zatímco pod pojmem firma či podnik si představíme firmu, která má jako primární cíl zisk, pod pojmem organizace si představíme širokou škálu organizací, to znamená i neziskové organizace a instituce vládní a veřejné sféry. Přestože je CSR spojováno častěji se ziskovým sektorem, je koncept CSR aplikovatelný stejně tak i v neziskovém sektoru.⁹³

V další kapitole se zaměříme na spolupráci ziskových a neziskových organizací v rámci CSR. Následně se zaměříme pouze na koncept CSR v neziskových organizacích.

4.1 Spolupráce ziskových a neziskových organizací

Neziskové organizace získávají finanční prostředky různými způsoby (viz kapitola 3) a proto se může také obracet na podnikatele v okolí organizace s prosbou o finanční, materiální, nebo jinou výpomoc. Organizace jsou ochotné spíše podpořit neziskové organizace ve svém okolí, jelikož podporují CSR v okolí i své organizace a tvoří si tak dobré jméno na „správném“ místě (společnost si všímá organizací hlavně ve svém okolí, jaké postoje má vůči svému okolí). Následně pak může vzniknout vzájemná výhodná vazba. Organizace si dárcovskou činnost může odečíst z daní. Podnikatel, který se rozhodne podpořit neziskovou organizaci darem má dobrý pocit, že přispívá na správnou věc. Navíc se může kdykoliv přesvědčit, jakým způsobem je s prostředky nakládáno. Potvrzujeme tak již zmíněný fakt, že si podnikatelé podporou neziskových organizací tvoří dobré jméno, které je důležité mít a udržovat si ho. Neziskové organizace při veškerých svých aktivitách zmiňují všechny sponzory, a to nejen v průběhu daných akcí, ale také na reklamních prostředcích (reklamy v rádiu nebo v televizi, na webových stránkách nebo na sociálních sítích, na plakátech). Organizace, které podpoří neziskové organizace mohou tuto zmíněnou „spolupráci“ označit jako reklamu. Tento způsob získávání finančních prostředků se nazývá fundraising, jehož zvládnutí na všech úrovních přináší prospěch nejen věci samotné, ale také lidem tam soustředěných.⁹⁴

Existují organizace, které uskutečňují CSR aktivity a mají CSR manažera, který se stará o jejich tvorbu a realizaci. Organizace většinou každou CSR aktivitu publikují široké

⁹³Srov. POKORNÁ, D., 2009. Společenská odpovědnost firem, jiná cesta k profitu, změna postojů manažerů.

⁹⁴Srov. VOJÍK, V., 2010. Specifika podnikání malých a středních podnikatelů v tuzemsku i v zahraničí.

veřejnosti.⁹⁵ CSR projekty vytvářejí organizacím dobré jméno, a proto se marketing stará o to, aby byla veřejnost seznámena s tím, co, kdy, jak a proč se dělo a jakým způsobem to ovlivnilo jeden ze tří pilířů CSR. Existují také organizace, které se s tématem CSR aktivit neselekali, nemají zájem se s ním ztotožňovat, ale i tak mohou přirozeně působit ve prospěch svého okolí. Nesdělují žádné informace o těchto CSR aktivitách veřejnosti, i přesto, že by mohla organizace být příkladem jiným organizacím a podpořit tak povědomí o CSR.⁹⁶

Neziskové organizace jsou významnou skupinou pro veřejnou správu nebo soukromý sektor v rámci vzájemných vztahů. Níže vyjmenuji 6 možných oblastí spolupráce, kde se prolíná CSR a samotný zájem spolupracujících subjektů.

Sdílený marketing – cause related marketing (CRM)

Tento pojem se používá při označení všech marketingových aktivit, které podporují projekty na dobrou věc. Organizace poskytuje finanční prostředky nebo materiální pomoc pro zvyšování povědomí veřejnosti o společenském problému. Organizace může tuto aktivitu provádět jako samostatná jednotka, nebo může být jedním ze sponzorů.

Sdílený marketing má své nevýhody, například to, že je marketing omezený jeho použitím pouze v případech, kde se jedná o dobročinný projekt.

Sociální marketing^{97,98}

Organizace se v případě sociálního marketingu zaměřuje na podporu aktivit, které usilují o změnu chování. Od CRM se liší tím, že pouze zvyšuje povědomí o daném problému. Organizace se při této marketingové aktivitě snaží o přímou změnu chování.

Jedná se o reklamu jako prostředek za dobrou věc. Vychází z předpokladu, že dokáže v lidech změnit chování. Většinou upozorňují na nebezpečí různých nemocí, alkoholu, drog, domácího násilí nebo zneužívání lidských práv. Sociální marketing využívá reklamní formáty stejně jako komerční marketing, ale místo zboží či služeb propaguje hodnoty a upozorňuje na společenské problémy, které se tímto snaží řešit.

⁹⁵Srov. POKORNÁ, D., 2012. *Koncept společenské odpovědnosti. Obsah. Podstata. Rozsah.*

⁹⁶ Srov. ŠAFRÁNEK, P., 2004. Nastal čas pro větší odpovědnost. *Moderní řízení.* s. 18-19.

⁹⁷Srov. K čemu slouží sociální marketing? *MEDIAGURU* [online]. [cit. 2021-03-17]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2012/09/k-cemu-slouzi-socialni-marketing/>

⁹⁸ Srov. ADÁMEK, Pavel. *Společenská odpovědnost firem, neziskového sektoru a veřejné správy: distanční studijní text.*

Firemní filantropie⁹⁹

Jedná se o nejčastější formu spolupráce mezi ziskovým a neziskovým sektorem. Jde o aktivity peněžního dárcovství a nepeněžní způsoby podpory (pronájem firemních prostor, poskytnutí reklamních ploch, poskytnutí služeb, dobrovolná práce zaměstnanců, dlouhodobé partnerství, odborné poradenství, školení, darování (vlastních výrobků) nebo účast na činnosti neziskové organizace).

Firemní filantropii můžeme rozdělit na proaktivní a reaktivní. V případě reaktivního přístupu organizace čekají na žádost či dotaz ze strany neziskových organizací. Podle svých možností a zvážení se rozhodnou, zda neziskové organizaci poskytnou finanční nebo nefinanční podporu. Většinou se jedná o rychlou finanční podporu jednorázových projektů. Pokud se bavíme o proaktivním přístupu, představíme si situaci, kdy organizace dlouhodobě předpokládá, že bude podporovat neziskové organizace a mají proto také vytvořenou dárcovskou strategii. S dárcovskou strategií jsou organizace připraveny podporovat dobročinné aktivity a mají také vybrány konkrétní oblasti, které budou podporovat. S neziskovou organizací vytvářejí mnohdy dlouhodobá partnerství.

Dobrovolnictví zaměstnanců

V případě dobrovolnictví zaměstnanců organizace podporují zaměstnance, aby se zapojili jako dobrovolníci v neziskových organizacích. Podpora může znamenat náhradu mzdy (organizace hradí náklady na čas svých zaměstnanců) nebo vyhlášení dobrovolnického dne, kdy se v určený den zaměstnanci věnují práci v předem vybraných neziskových organizacích. Organizace zaměstnancům platí pomůcky i materiál potřebný k dobrovolnictví.¹⁰⁰

Společensky odpovědné přístupy v obchodních praktikách

V tomto případě se prolínají prvky životního prostředí a zájem o místní komunity. Organizace propojují aktivity komplexněji za účelem dosažení synergie 3P (viz kapitola 1).¹⁰¹

⁹⁹ Srov. CO JE FIREMNÍ FILANTROPIE? *FEMINISMUS.CZ* [online]. [cit. 2021-03-08]. Dostupné z: <https://www.feminismus.cz/cz/clanky/co-je-firemni-filantropie>

¹⁰⁰ Srov. CO JE FIREMNÍ DOBROVOLNICTVÍ. *BYZNYS PRO SPOLEČNOST* [online]. [cit. 2021-03-08]. Dostupné z: <https://www.zapojimse.cz/co-je-firemni-dobrovolnictvi-491/>

¹⁰¹ Srov. Firemní hodnoty. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/>

4.2 Koncept CSR v neziskových organizacích

V odborné literatuře najdeme spojení CSR a neziskových organizací především při spojení ziskových a neziskových organizací. V této kapitole se budu věnovat realizaci konceptu CSR v neziskových organizacích. Jestli vůbec neziskové organizace naplňují požadavky společensky odpovědného chování v České republice.

Že je CSR spojováno spíše se ziskovým sektorem neznamená, že propojení neziskového sektoru s konceptem CSR není možné. Ziskové organizace mohou provádět CSR aktivity pomocí finančních prostředků, které mají na tyto aktivity vyhrazeny. Příkladem můžeme zmínit společnost Miele technika s.r.o., která je zmíněna v kapitole 1.2, kde získala první místo Národní ceny ČR za CSR v podnikatelském sektoru. “Od začátku existence přispíváme na provoz stacionáře Jasněnka v Uničově (nezisková organizace - navazuje na předešlou kapitolu, kde propojují CSR v ziskovém a neziskovém sektoru), který pečuje o zdravotně znevýhodněné občany.”¹⁰² Myslí také na své zaměstnance a snaží se je zapojit do charitativních aktivit. Aktivně podporuje dárcovství krve a jezdí společně do nemocnic v Olomouci nebo Šumperku. Není tedy pravidlem, že ziskové organizace provozují CSR aktivity jen pomocí finančních prostředků.

Programy na podporu konceptu CSR v organizacích jsou zmíněné v kapitole 1.2. Mohou se do programů zapojit všechny organizace nebo jsou určeny pouze pro určitý sektor?

a) Národní cena České republiky za společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj
Rozdělují ceny za společenskou odpovědnost do více kategorií a jednou z kategorií je veřejný sektor, který dále rozděluje organizace na velká a střední organizace a na malá organizace. Druhé místo vyhrála v roce 2019 zmíněná organizace Czechitas (viz kapitola 3.2.1)

b) Cena za společenskou odpovědnost „Podnikáme odpovědně“

I tento program je vytvořený za účelem motivace specifických organizací k odpovědnému podnikání a udržitelnému způsobu podnikání. Rada kvality rozhodla o rozdělení cen na 3 kategorie – malý a střední podnik, rodinná firma a sociální podnik. V kategorii sociální podnik (viz kapitola 3.3) se v roce 2017 umístil na prvním místě zapsaný spolek Náruč a na druhém místě obecně prospěšná společnost ENVIRA.

¹⁰² Partnerské organizace. *MIELE* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: <https://www.miele.cz/domacnost/3417.htm>

Neziskové organizace se tedy mohou registrovat do programu a přispět k motivaci dalších organizací.¹⁰³

c) Cena hejtmana za uplatňování konceptu společenské odpovědnosti

Ceny jsou rozděleny do 6 kategorií. Dvě kategorie se věnují čistě veřejnému sektoru (do 50 zaměstnanců a nad 50 zaměstnanců). Další kategorie jsou mikropodniky, malé, střední a velké organizace. V kategorii “mikropodniky” se v roce 2019 na druhém místě umístil zapsaný spolek Přátelé.¹⁰⁴

Vedle vládních programů známe z kapitoly 1.2 také nevládní organizace. Existují výjimky, kde se neziskové organizace nemohou zapojit do tohoto konceptu podpory CSR?

a) Asociace společenské odpovědnosti¹⁰⁵

Asociace se odkazuje na 17 cílů udržitelného rozvoje (viz kapitola 1.1) a od roku 2017 udílí Ceny SDGs za naplňování globálních cílů. Členy asociace se dělí na: firmy, veřejný sektor, neziskový sektor, vzdělávací sektor a sociální podniky. Aby se organizace stala členem asociace, má stanovené podmínky. Podmínky jsou nastavené tak, aby se členem mohla stát každá organizace, která přijala koncept CSR. Asociace je partnerem programu “Podnikáme odpovědně”. Zapojení neziskových organizací v rámci konceptu CSR můžeme vyhledat na webových stránkách. V kapitole 1.2 zmiňují podporu konceptu CSR spoluprací ziskového a neziskového sektoru (viz kapitola 4.1).

b) Business Leaders Forum¹⁰⁶

Business Leaders Forum je nezisková organizace, která sdružuje firemní subjekty. Prosazuje koncept CSR v celé ČR a má odborné napojení s CSR Europe (viz kapitola 1.1). Business Leaders Forum má zkušenosti se zapojováním podnikatelského sektoru, akademické sféry, státní správy a samosprávy.

c) Byznys pro společnost

¹⁰³ Srov. 3. ročník Ceny za společenskou odpovědnost Podnikáme odpovědně zná své vítěze. *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/3-rocnik-ceny-za-spolecenskou-odpovednost-podnikame-odpovedne-zna-sve-viteze/>

¹⁰⁴ Srov. Vyhlášení cen Ceny hejtmanky Jihočeského kraje za společenskou odpovědnost. *Českobudejovický deník.cz* [online]. 11.9.2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://ceskobudejovicky.denik.cz/ctenar-reporter/vyhlaseni-cen-hejtmanky-jihoceskeho-kraje-za-spolecenskou-odpovednost-20200911.html>

¹⁰⁵ Srov. O asociaci. *Asociace společenské odpovědnosti* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/o-asociaci/>

¹⁰⁶ Srov. Homepage. *Business Leader Forum* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/>

Platforma se zaměřuje pouze na ziskový sektor. Pomáhá velkým i menším firmám v České republice nastavovat a rozvíjet koncept CSR a principy trvale udržitelného rozvoje.

d) Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj¹⁰⁷

Rada vychází z přesvědčení, že všechny podnikatelské subjekty jsou velmi důležitou součástí hospodářského rozvoje v členských zemích. Zaměřuje se tedy především na podnikatelské subjekty. V představení Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj ovšem uvádí, že spolupracuje s neziskovými organizacemi.

Co se týče spojení neziskových organizací a standardů zmíněných v kapitole 1.3. jsou normy, metodiky i standardy k tématu zavádění konceptu CSR vhodné pro všechny organizace (viz kapitola 1.3). Měření výkonnosti společenské odpovědnosti je pro neziskové organizace velmi komplikované a zmatečné hned ze dvou důvodů. Prvním důvodem je ten fakt, že indexy pro měření jsou vhodné spíše pro organizace s ohledem na oblast investování, což není parketa neziskových organizací (viz kapitola 3.4). Druhým důvodem je fakt, že provedení měření výkonu CSR aktivit vyžaduje u zaměstnanců orientaci ve společenské odpovědnosti, avšak v neziskových organizacích jsou zaměstnanci vystudovaní v oboru, pro který je nezisková organizace zaměřená (viz kapitola 3.4).

Shrnutí kapitoly:

Neziskové organizace si mohou osvojit koncept CSR stejně jako ziskové organizace. Z předešlých kapitol mohu potvrdit, že jsem nenašla žádné bariéry pro neziskové organizace v rámci implementace konceptu CSR. Z mého pohledu je ovšem vycházejícím zdrojem ziskový sektor, ke kterému se připojil neziskový sektor a čerpá tak ze stejných informačních zdrojů. Koncept CSR je dobrovolný, nezáleží tedy na tom, jaký typ organizace CSR aktivity vykonává, ale jestli je vůbec vykonává. Neziskové organizace jsou, co se týče vládních i nevládních programů zapojovány a brány v potaz obdobně jako ziskové organizace. Výjimkou je pouze organizace Byznys pro společnost, která se zaměřuje pouze na ziskový sektor.

¹⁰⁷Srov. GAJDOŠ, Ivo. Představení České podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj - CBCSD. *Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj - CBCSD* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: https://ci2.co.cz/sites/default/files/souboryredakce/0_predstaveni_cbcسد_grr.pdf

5 Metodika

Cílem mé diplomové práce je zjistit, v čem je koncept CSR specifický v neziskových organizacích a sesbírat fakta pro navržení vah dotazníku CSR Eta Index 2019 pro neziskové organizace. Pro splnění cíle jsem vytvořila 4 výzkumné otázky, které mi pomohou cíl naplnit.

Výzkumné otázky:

VO 1: Co jsou to neziskové organizace a jaké jsou specifické rysy neziskových organizací?

VO 2: Jaká jsou specifika konceptu CSR v neziskových organizacích?

VO 3: Jaká je současná situace v řešení konceptu CSR v neziskových organizacích?

VO 4: Kdo je nositelem informací CSR v neziskových organizacích?

Pro výzkumnou otázku V 3, jsem stanovila 3 hypotézy. Hypotézy potvrdím či vyvrátím na základě provedeného kvalitativního dotazníkového šetření.

Hypotézy:

H 1: Znalost konceptu CSR je u neziskových organizací horší než u ziskových organizací.

H 2: Aktivity CSR jsou v neziskových organizacích zaměřené na sociální pilíř, aktivity CSR v ziskových organizacích jsou zaměřené na ekonomický a enviromentální pilíř.

H 3: Koncept CSR v neziskových organizacích na rozdíl od jiných organizací nemá vlastní oddělení, ale stará se o něj vedení.

Koncept CSR je společný pro všechny organizace, proto se nejprve věnuji operacionalizaci konceptu CSR. Následně definuji, co to je neziskový sektor a dále se věnuji výzkumné otázce „Co jsou to neziskové organizace a jaké jsou specifické rysy neziskových organizací?“. V další části se spojuji koncept CSR a neziskový sektor a odpovídám na druhou výzkumnou otázku „Jaká jsou specifika konceptu CSR v neziskových organizacích?“

Na třetí výzkumnou otázku „Jaká je současná situace v řešení konceptu CSR v neziskových organizacích?“ odpovím prostřednictvím kvantitativního šetření mezi ziskovým a neziskovým sektorem, které bylo provedeno odbornou organizací na zakázku. Prostřednictvím dotazníkového šetření mám odpovědi od 45 neziskových a 42 ziskových organizací z České republiky. Dotazník byl sestaven odborným týmem z Moravské vysoké školy Olomouc. Dotazník byl sestaven pro projekt *Index společensky odpovědného*

chování, který řeší stanovení společensky odpovědného chování skrz kvantitativní vyjádření hodnoty indexu CSR pro ziskové organizace, neziskové organizace a municipality. CSR ETA index 2019 nabízí jednoduchý a srozumitelný nástroj měření CSR s výstupy srovnatelnými pro všechny typy organizací. Index CSR má motivovat malé a střední podniky k rozvoji konceptu CSR. Výstupy si mohou mezi sebou porovnat všechny druhy organizací, jak je uvedeno výše – neziskové organizace, ziskové organizace i municipality.¹⁰⁸

Na poslední výzkumnou otázku „Kdo je nositelem informací CSR v neziskových organizacích?“ odpovídám prostřednictvím kvalitativní analýzy dotazníků distribuovaných studentům Moravské vysoké školy Olomouc.

Použité metody:

- a) Komparace – srovnávací metoda mezi dvěma, nebo více jevy. Na základě porovnání jevů lze vytvářet závěry o vlastnostech objektů.¹⁰⁹ Komparaci jsem využila při porovnávání rozdílů mezi ziskovým a neziskovým sektorem s ohledem na koncept CSR.
- b) Polostrukturovaný rozhovor – tazatel postupuje dle předlohy, která byla předem vytvořena. V případě, že z odpovědi na danou otázku vzejde další doplňková otázka, tazatel ji zařadí do dotazování. Na rozdíl od strukturovaného rozhovoru, kde se kladou striktně předem vytvořené otázky, bez jakéhokoliv dalšího zásahu.¹¹⁰ Tato metoda je použita v kapitole 9, za účelem doplnění informací.
- c) Indukce – vyvozování obecného nebo teoretického závěru na základě dílčích poznatků. Induktivní závěr je tzv. vysvětlení, kterých může být v praxi větší počet.¹¹¹ Tato metoda byla využita v závěrech práce pro zpracování vah.
- d) Dedukce – opačným postupem metody indukce je dedukce. Jde tedy o vyvozování dílčích závěrů pomocí obecného poznatku. Jedná se o přesnější vyvozování nových tvrzení při dodržování pravidel logiky.¹¹² Dedukce byla využita v teoretické části

¹⁰⁸ Srov. BERNARDOVÁ, Dana, Martin FINK a Kateřina IVANOVÁ, SCHUBERT, Martin, ed. *DOCILITA V ANDRAGOGICKEJ TEÓRII A PRAXI: EDUKAČNÍ POTENCIÁL INDEXU CSR*. S. 98-108

¹⁰⁹ Srov. *Sociologická Encyklopedie: Komparace* [online]. 11. 12. 2017 [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Komparace>

¹¹⁰ Srov. HARANTOVÁ, Lenka. *Vnímání sociální reklamy vysokoškolskými studenty*, s. 39

¹¹¹ Srov. PAUKNEROVÁ, Daniela. *Psychologie pro ekonomy a manažery*, s. 80

¹¹² Dedukce. *ManagementMania* [online]. [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/dedukce>

práce, kdy jsem z obecných informací vytvořila konkrétnější poznatky pro definování specifických rysů neziskových organizací.

- e) Deskripce – popis výskytu daného jevu. Výsledkem je tedy informace o situaci, stavu nebo ději. Deskripce by se měla provádět na základě zjištěných faktů.¹¹³ Deskripce je využita v teoretické části diplomové práce při popisu konceptu CSR a neziskového sektoru. Deskripce byla využita jako hlavní nástroj zjištění.
- f) Kvalitativní výzkum – kvalitativní výzkum odpovídá na otázku „proč“. K vysvětlení a rozšířenému porozumění využívá více slova, méně kvantifikuje a většinou zasazuje zkoumaný jev do širšího kontextu.¹¹⁴ Tato metoda byla provedena analýzou obsahu komentářů od studentů a analýzou z ETA indexu od externí organizace.
- g) Kvantitativní výzkum – oproti kvalitativnímu vyžaduje větší soubory dat a počet respondentů. Výsledky jsou více reprezentativní, méně závislé na názorech a schopnostech respondentů.¹¹⁵ Kvantitativní výzkum byl proveden externí odbornou organizací na zakázku.
- h) Statistické zpracování kvantitativních dat – provedena analýza získaných údajů z dotazníkového šetření prostřednictvím statistických metod, kdy po analýze jsou data interpretována a vyvozeny závěry.¹¹⁶ Statistické zpracování dat bylo provedeno externí odbornou organizací na zakázku.

¹¹³ Srov. *Sociologická Encyklopedie: Deskripce* [online]. 11. 12. 2017 [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Deskripce>

¹¹⁴ Srov. ŠVARÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*, s. 13

¹¹⁵ Srov. Tamtéž. s.25

¹¹⁶ Srov. Kvantitativní výzkum vs. kvalitativní výzkum. *SURVIO* [online]. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/blog/jak-vytvorit-dotaznik/kvantitativni-vyzkum-kvalitativni-vyzkum>

6 CSR ETA Index 2019

Jak už jsem zmínila v kapitole 1.3 „Zřejmě vzhledem k tomu, že samotný koncept CSR není zatím zcela přesně vydefinován a neexistuje tedy všeobecně uznávaný standard, kterým by se dalo řídit, je i volba indexů, příp. modelů velmi různorodá.“¹¹⁷ Standardizace CSR využívají především velké a nadnárodní organizace. Zveřejňují pravidelně reporty CSR a jsou uživateli metodik měření CSR, zvláště Indexu CSR. Obecně má index sloužit k rychlé orientaci ve velkých datových souborech. U organizací, které jsou držiteli jakéhokoli CSR indexu, by tedy mělo být možno určovat míru CSR v porovnání s jinými indexovanými organizacemi. Jenže mikro, malé a střední organizace se mezi indexovanými organizacemi CSR neobjevují, využití indexu CSR v používaném pojetí, je nedostupné, nevhodné a nepřínosné pro jejich rozvoj CSR.¹¹⁸

Moravská vysoká škola Olomouc aplikovala andragogické přístupy do konceptu CSR v rámci svých výzkumných aktivit zaměřených na implementaci CSR i do mikro, malých a středních organizací. Jejich výsledkem je návrh metodiky indexu CSR nazvaného CSR ETA index 2019.

Konstrukce CSR ETA index 2019:

Moravská vysoká škola Olomouc od roku 2017 pracuje v rámci výzkumu na nové metodice indexu CSR. Na rozdíl od existujícím indexům CSR vychází z potřeby nabídnout všem organizacím jednoduchý, srozumitelný nástroj měření konceptu CSR. Výstupy mají být srovnatelné pro všechny typy organizací. Nová metoda indexu CSR má být motivující pro mikro, malé a střední organizace pro koncept CSR i v současném vysoce konkurenčním prostředí velkých organizací s rozvinutým konceptem CSR. Další přidanou hodnotou má být umožňující průběžná edukace v CSR, kdy se jedná převážně o intencionální vzdělávání organizací.¹¹⁹

Rozdělení samotného dotazníku je na část identifikačních údajů o organizaci a následně celkem 65 otázek rozdělených do 4 hlavních oblastí:

A) Strategie trvalé udržitelnosti

¹¹⁷ Bernardová, D., Kašparová K., Fink, M., Ivanová, K., & Arkhangelska, T. (2020). Construction and Significance of Corporate Social Responsibility Indices– from Results to the Essence. *Organizacija*, 53 (3), 212-226. DOI: 10.2478/orga-2020-0014

¹¹⁸ Srov. BERNARDOVÁ, Dana, Martin FINK a Kateřina IVANOVÁ, SCHUBERT, Martin, ed. *DOCILITA V ANDRAGOGICKEJ TEÓRII A PRAXI: EDUKAČNÍ POTENCIÁL INDEXU CSR*. S. 98-108

¹¹⁹ Srov. tamtéž

- A1) Hodnoty organizace
- A2) Reporting, certifikace
- A3) CSR politika
- B) Ekonomická část (pilíř CSR)
 - B1) Správa a řízení organizace
 - B2) Vztah k dodavatelům
 - B3) Vztah k zákazníkům/klientům
 - B4) Marketing
- C) Sociální část (pilíř CSR)
 - C1) Jednání se zaměstnanci
 - C2) Vztah k místní komunitě nad rámec zákonných povinností
- D) Enviromentální část (pilíř CSR)

Celkové rozložení otázek je v poměru cca 25 % pro každou oblast dotazníku. Dotazník byl váhami specifikován pro konkrétní typy organizací: municipality, ziskové organizace, neziskové organizace.

Prostřednictvím dotazníkového šetření bude proveden kvalitativní výzkum. Získaná data jsou vyjádřena v procentech. Kvantitativní výzkum oproti kvalitativnímu výzkumu vyžaduje větší soubory dat a respondentů. Výsledky jsou více reprezentativní, méně závislé na názorech a schopnostech respondentů a vedou tak k lépe ověřitelným a srovnatelným výsledkům.

Provedení výzkumu:

Od března do září 2020 bylo provedeno externí odbornou dodavatelskou firmou testování dotazníku v alternativních verzích (papírová verze dotazníku, digitální verze dotazníku pro tablety, digitální verze pro notebooky). Časový postup prací: v březnu byla připravena statistická rozhraní pro následnou kvantifikaci otevřených odpovědí v dotazníku, v průběhu dubna byly sjednávány termíny a kontaktovali se potenciální respondenti, od června do srpna proběhlo dotazníkové šetření a dotazování právnických osob všemi možnými formami dotazování, v září bylo ukončeno dotazníkové šetření. V listopadu

2020 proběhla kontrola získaných dat, statistické třídění dat, anonymizace dat a supervize datových souborů, kompletní statistické zpracování výsledků dotazníkového šetření.

Výzkumný vzorek:

Celkem bylo provedeno 59 ks dotazníkových rozhovorů v neziskových organizacích. Z 59 ks dotazníků bylo vyřazeno 6 ks pro neúplnost, 5 ks pro špatné kvótní zařazení a 3 ks pro chybovost záznamu. Výsledná aplikace nominálního statistického zpracování s percentily výstupních dat jednotlivých otázek byla provedena pro soubor 45 ks dotazníků ve skupině neziskové organizace.

7 Úroveň implementace CSR aktivit

Interpretace získaných dat je zpracována podle segmentace dotazníku. Základem interpretace jsou výsledky statistického vyhodnocení dat a následná deskripce zjištění. Vyhodnocení dat je zkonstruováno paralelně v ziskovém sektoru a neziskovém sektoru. Data byla zpracována odbornou firmou STEM.

7.1 Strategie trvalé udržitelnosti

Začátek dotazníku se zaměřuje na strategie trvalé udržitelnosti v organizaci. Otázky byly rozděleny do 3 kategorií: hodnoty organizace, reporting a certifikace a CSR politika. Respondenti neziskových organizací využívali často dokumentů v organizaci nebo jiných zdrojů, aby dokázali na otázku správně odpovědět.

Co si představujete pod pojmem principy CSR?

Tabulka 1 - Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.1

Neziskové organizace:

realizace veřejně prospěšných aktivit 15%
angažovanost vůči okolí 20%
vyvážení mezi naší ziskovostí a spoluzodpovědností za blaho 5%
aktivity nad rámec zákona nebo norem 5%
aktivity očekávané od okolí 40%
součást firemní kultury 10%
Nezařazené 5%

Ziskové organizace:

realizace veřejně prospěšných aktivit 20%
angažovanost vůči okolí 15%
vyvážení mezi naší ziskovostí a spoluzodpovědností za blaho 10%
aktivity nad rámec zákona nebo norem 15%
aktivity očekávané od okolí 20%
součást firemní kultury 15%
Nezařazené 5%

zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Neziskové organizace si pod pojmem principy CSR představí aktivity očekávané od okolí a angažovanost vůči okolí nebo realizaci veřejně prospěšných aktivit. Pouze 27 tázaných neziskových organizací vykazovalo v průběhu kontaktování znalosti konceptu CSR. V případě ziskových organizací absolutní většina vykazovala znalosti o CSR.

Máte zpracovávánu víceletou strategii obsahující principy CSR?

Tabulka 2- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.2

Neziskové organizace:

neformálně	15%
------------	-----

Ziskové organizace:

neformálně	10%
------------	-----

Neziskové organizace:

jako součást strategií orientace na zákazníka 10%
jako součást interních firemních procesů 15%
jako součást plánovaných perspektiv potenciálu 15%
jako součást plánovaných finančních perspektiv 5%
jako součást dlouhodobých firemních vizí 35%
nezařazené 5%

Ziskové organizace:

jako součást strategií orientace na zákazníka 15%
jako součást interních firemních procesů 15%
jako součást plánovaných perspektiv potenciálu 10%
jako součást plánovaných finančních perspektiv 20%
jako součást dlouhodobých firemních vizí 25%
nezařazené 5%

zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Koncept CSR je z jedné třetiny součástí dlouhodobých firemních vizí, dále je v neziskových organizacích obsažen v interních procesech, plánovaných perspektiv potenciálu.

Bere vaše strategie v úvahu alespoň některý z cílů udržitelného rozvoje podle OSN tzv. SDG?

Tabulka 3- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.3

Neziskové organizace:

1. cíl - 20%, 2. cíl - 10%, 3. cíl - 10%, 5. cíl - 10%, 7. cíl - 10%, 8. cíl - 10%, 10. cíl - 15%, 13. cíl - 5%, 16. cíl - 5%, 17. cíl - 5%

Ziskové organizace:

3. cíl - 10%, 4. cíl - 10%, 5. cíl - 10%, 8. cíl - 20%, 9. cíl - 20%, 11. cíl - 10%, 12. cíl - 10%, 17. cíl - 10%

zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Strategie bere v potaz dohromady ve všech neziskových organizacích 10 SDGs cílů (viz kapitola 1.1) dohromady všechny ziskové organizace berou v potaz 8 cílů SDGs.

Máte u vás jasně definované hodnoty a pravidla chování pro své zaměstnance?

Tabulka 4 - Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.4

Neziskové organizace:

součást kodexu zaměstnanců 30%
součást firemní kultury 25%

Ziskové organizace:

součást kodexu zaměstnanců 35%
součást firemní kultury 30%

Neziskové organizace:

kontroling nadřízenými 10%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 10%
součást výběrových řízení nových zaměstnanců 20%
nezařazené 5%

Ziskové organizace:

kontroling nadřízenými 10%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 5%
součást výběrových řízení nových zaměstnanců 10%
nezařazené 10%

zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Zaměstnanci mají definované hodnoty a pravidla chování jako součást etického kodexu a firemní kultury. Hodnoty a pravidla chování jsou také součástí výběrových řízení nových zaměstnanců.

Seznámili jste zaměstnance s hodnotami organizace a pravidly chování? Opakujete jim to?

Tabulka 5- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č. 4b

Neziskové organizace:

součást výběrového řízení 20%
součást zaškolování nových zaměstnanců 20%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 20%
součást interních motivačních tiskovin 10%
součást pracovní smlouvy 25%
nezařazené 5%

Ziskové organizace:

součást výběrového řízení 10%
součást zaškolování nových zaměstnanců 25%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 20%
součást interních motivačních tiskovin 15%
součást pracovní smlouvy 25%
nezařazené 5%

zdroj: data zpracovaná organizací STEM

S hodnotami a pravidly jsou seznámeni v rámci výběrových řízení a následném zaškolení. Hodnoty organizace jsou součástí pracovní smlouvy. Při porovnání ziskových a neziskových organizací je vidět, že hodnoty a pravidla jsou u obou typů organizací definovány a sdělovány zaměstnancům (jak novým, tak stávajícím) podobnými prostředky.

Zajišťujete si odborné vedení společenské odpovědnosti ve vaší organizaci specialistou na oblast CSR?

Tabulka 6- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č. 11

Neziskové organizace:

CSR manažer 0%

Ziskové organizace:

CSR manažer 20%

Neziskové organizace:

Vrcholové vedení organizace 30%

Marketingové oddělení 0%

Personální oddělení 25%

Externí konzultant 45%

Ziskové organizace:

Vrcholové vedení organizace 45%

Marketingové oddělení 15%

Personální oddělení 10%

Externí konzultant 10%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Zaměstnanci v neziskových organizacích, kteří jsou zaměřeni na oblast CSR, jsou nejčastěji externí konzultanti. Dále se o tuto oblast v rámci organizace stará vrcholové vedení nebo personální oddělení. V ziskových organizacích se o oblast CSR starají CSR manažeři nebo vrcholové vedení.

Založili jste spolek či organizaci, jejichž posláním jsou CSR aktivity?

Tabulka 7 - Odpovědi neziskových organizací na otázku č. 12

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ano 75%

Částečně ano – spoluzakládali 20%

Ne 5%

Ano 50%

Částečně ano – spoluzakládali 40%

Ne 10%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Kromě dvou neziskových organizací byly organizace založeny s posláním, které je bráno jako CSR aktivita. Polovina ziskových organizací byly založeny s posláním, které se pokládá jako CSR aktivita.

Měříte účinky vašeho společenský odpovědného chování?

Tabulka 8 - Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.7

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

metoda KORP 15%

ČSN ISO 26000:2011 Pokyny pro CSR 10%

OECD Guidelines for Multinational Enterprises 25%

SA 8000 0%

Global Reporting Initiative GRI 25%

SAN Social Audit Network 25%

metoda KORP 20%

ČSN ISO 26000:2011 Pokyny pro CSR 30%

OECD Guidelines for Multinational Enterprises 0%

SA 8000 30%

Global Reporting Initiative GRI 15%

SAN Social Audit Network 0%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Interní měření společenské odpovědnosti je prováděno prostřednictvím indexů hodnotící pověst organizace nebo analýzou výročních zpráv. Nejčastěji využívané metody jsou GRI, OECD, ISO 26000 nebo SAN (viz kapitola 1.3).

Používáte nějaká protikorupční opatření?

Tabulka 9 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.8

Neziskové organizace:

informace o všech zakázkách přístupné na intranetu 10%
informace o všech spolupracujících organizacích na intranetu 15%
nákladovost s výdaji na jednotlivé zakázky jsou interně dostupné 10%
vyprecizovaný etický kodex organizace 30%
obeznámení o trestné odpovědnosti právnických i fyzických osob v souvislosti úplatků 30%
nezařazené 5%

Ziskové organizace:

informace o všech zakázkách přístupné na intranetu 10%
informace o všech spolupracujících firmách na intranetu 10%
nákladovost s výdaji na jednotlivé zakázky jsou interně dostupné 10%
vyprecizovaný etický kodex organizace 25%
obeznámení o trestné odpovědnosti právnických i fyzických osob v souvislosti úplatků 40%
nezařazené 5%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Neziskové organizace mají vedený vyprecizovaný etický kodex nebo obeznámení o trestné odpovědnosti právnických i fyzických osob v souvislosti úplatků v souvislosti s protikorupčním opatřením. Veřejné informace mají přístupné na intranetu.

Zpracováváte každoročně zprávu o CSR, případně je tato zpráva součástí jiné zprávy či dokumentu?

Tabulka 10 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.9

Neziskové organizace:

výroční zprávy 65%
www stránky 15%
intranet 5%
firemní tiskovina 5%
nezařazené 10%

Ziskové organizace:

výroční zprávy 55%
www stránky 20%
intranet 5%
firemní tiskovina 20%
nezařazené 0%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Zprávu o CSR zpracovávají jako součást výroční zprávy nebo ji zveřejňují na webovém portálu organizace. Ziskové organizace využívají také firemních tiskovin pro zveřejnění zprávy o CSR.

Je vaše zpráva o CSR veřejně přístupná?

Tabulka 11 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.9b

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

www stránky 65%
výroční zpráva na vyžádání 30%
ne 5%
nezařazené 0%

www stránky 50%
výroční zpráva na vyžádání 35%
ne 10%
nezařazené 5%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Většina neziskových organizací v rámci výroční zprávy uvádí výstupy z interního měření CSR, která je veřejně přístupná.

Obsahuje vaše zpráva výstupy z interního měření CSR?

Tabulka 12 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.9a

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

částečně ano 30%
ano 40%
není důvod 25%
nezařazené 5%

částečně ano 25%
ano 55%
není důvod 15%
nezařazené 5%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Převážná většina v obou organizací zveřejňuje výstupy z interního měření. V případě, že si organizace myslí, že není důvod tyto výsledky zveřejňovat, tak informace ponechají pouze pro interní účely.

Využíváte v souvislosti s CSR aktivitami vědomě nějaký postup či doporučení formulované obecně uznávanou iniciativou, metodikou, normou či standartem?

Tabulka 13 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.10

Neziskové organizace:

AA1000 0%
GRI 25%
LBG 0%
SA 8000 0%
ISO 26000 10%
ISO 14001 10%
EMAS 0%
OSHAS 0%
ISO 9001 5%
EFQM Model 0%
UN 0%
OECD GME 25%
Social Audit Network 25%
GlobalCompact 0%
ETHIBEL 0%

Ziskové organizace:

AA1000 0%
GRI 15%
LBG 0%
SA 8000 30%
ISO 26000 20%
ISO 14001 10%
EMAS 0%
OSHAS 0%
ISO 9001 5%
EFQM Model 0%
UN 0%
OECD GME 5%
Social Audit Network 15%
GlobalCompact 0%
ETHIBEL 0%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

V neziskových organizacích využívají metodiky GRI, SAN, směrnici OECD a normy ISO 26000, ISO 14001, ISO 9001 (viz kapitola 1).

Jste držiteli nějakého certifikátu či ocenění udělovaného uznávanou iniciativou, metodikou, normou či standardem?

Tabulka 14 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.10a

Neziskové organizace:

Národní cena za společenskou odpovědnost 0%
Sociálně prospěšná společnost – podnikatel roku 20%
Cena hejtmana kraje za společenskou odpovědnost 30%
Cena v Anketě společenské odpovědnosti 10%
Top filantrop 0%

Ziskové organizace:

Národní cena za společenskou odpovědnost 0%
Sociálně prospěšná společnost – podnikatel roku 15%
Cena hejtmana kraje za společenskou odpovědnost 25%
Cena v Anketě společenské odpovědnosti 5%
Top filantrop 35%

Neziskové organizace:

Cena zdraví a bezpečného životního prostředí 0%
Soutěž firma roku: Rovné příležitosti 30%
CSR Award 0%
Nezařazeno 10%

Ziskové organizace:

Cena zdraví a bezpečného životního prostředí 5%
Soutěž firma roku: Rovné příležitosti 5%
CSR Award 0%
Nezařazeno 10%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Neziskové organizace získaly Cenu hejtmána kraje za společenskou odpovědnost, vyhrály v Soutěži firma roku: Rovné příležitosti, cenu za Sociálně prospěšnou společnost – podnikatel roku a cenu v Anketě společenské odpovědnosti. Všechny uvedené ocenění se mohou zúčastnit ziskové i neziskové organizace, ceny bývají rozděleny do kategorií, které se dělí na ziskový a neziskový sektor (viz kapitola 1.2).

7.2 Ekonomická část

Otázky ve druhé části, která se zabývala ekonomickou stránkou podniku v souvislosti s konceptem CSR, byly rozděleny do 4 kategorií: správa a řízení organizace, vztah k dodavatelům, vztah k zákazníkům/klientům a marketing. Při odpovídání na otázky v ekonomické části respondenti v převážné většině dokázali odpovědět na otázku sami bez jakékoliv pomoci. Respondenti z neziskových organizací hledali informace k otázkám, které se souvisely s vedením, se zpětnými vazbami a s marketingovým propagováním konceptu CSR. Jednalo se o necelou polovinu otázek v této části dotazníku.

Poskytujete transparentní informace o rozhodovacích procesech v řízení organizace těm stakeholderům, kterých se vaše rozhodnutí týkají?

Tabulka 15 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B2

Neziskové organizace:

Ano vždy: 100%
Ano v případě schválení CSR manažerem: 0%

Ziskové organizace:

Ano vždy: 80%
Ano v případě schválení CSR manažerem: 20%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Všechny neziskové organizace jednoznačně dbají na transparentnost v obchodních záležitostech. Poskytují transparentní informace o rozhodovacích procesech v řízení organizace těm stakeholderům, kterých se jejich rozhodnutí týkají. Ziskové i neziskové

organizace dbají o včasné vyřízení smluvních vztahů a na ochranu osobních údajů nad rámec uložený legislativou.

Podílí se významně nejvyšší vedení organizace na stanovování vize, která respektuje principy SDG?

Tabulka 16 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B3

Neziskové organizace

Ziskové organizace:

Ano 90%

Částečně ano 10%

Ano 75%

Částečně ano 25%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Nejvyšší vedení organizace se podílí na stanovování vize, která respektuje principy SDGs. Obdobně jsou na tom i ziskové organizace.

Účastníte se veřejných iniciativ v oblasti CSR?

Tabulka 17 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B6

Neziskové organizace

Ziskové organizace:

Ano pravidelně 75%

Ano jen výjimečně 25%

Ano pravidelně 60%

Ano výjimečně 40%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Převážná většina neziskových organizací se pravidelně podílí na veřejných iniciativách v oblasti CSR.

Zajišťujete udržitelnost prostřednictvím rozpočtové odpovědnosti – dlouhodobé ziskovosti organizace?

Tabulka 18 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B7

Neziskové organizace

Ziskové organizace

Ano 50%

Ne 50%

Ano 60%

Ne 40%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Polovina neziskových organizací zajišťuje udržitelnost prostřednictvím rozpočtové odpovědnosti.

Zjišťujete cíleně zpětnou vazbu od externích stran?

Tabulka 19 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B8

Neziskové organizace:

Ano vždy 75%
Ano dle ochoty externí strany 25%
Ano dle parametru efektu 0%

Ziskové organizace:

Ano vždy 60%
Ano dle ochoty externí strany 10%
Ano dle parametru efektu 30%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Vždy nebo podle ochoty externích stran zjišťují neziskové organizace zpětnou vazbu.

Evidujete a řešíte stížnosti od externích stran?

Tabulka 20 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B9

Neziskové organizace:

Ano vždy 90%
Ano dle posouzení závažnosti stížnosti 10%

Ziskové organizace:

Ano vždy 75%
Ano dle posouzení závažnosti stížnosti 25%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Na případné stížnosti od externích stran reagují.

Spolupracujete s jinými partnery při řešení problémů souvisejících s CSR řízením vaší organizace?

Tabulka 21 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B10

Neziskové organizace:

Ano pravidelně 80%
Ano ve vyspecifikovaných případech 20%
Ne pouze platíme externí poradenství 0%

Ziskové organizace:

Ano pravidelně 40%
Ano ve vyspecifikovaných případech 30%
Ne pouze platíme externí poradenství 30%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Pravidelně spolupracují s jinými partnery při řešení problémů souvisejících s CSR řízením organizace. Pro všechny neziskové organizace je důležité, jakou reputaci v oblasti CSR má partner poskytující řešení nebo partner poskytující zdroje. Třetina ziskových organizací platí externí poradenství, tuto možnost neziskové organizace neuvedly.

Zjišťujete cíleně zpětnou vazbu od občanů obce nebo institucí na zlepšení vašich služeb?

Tabulka 22- Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B12

Neziskové organizace:

Ano vždy 50%
Ano dle zacílení konkrétní akce 30%
Ano pokud si to žádá další partnerská organizace 20%

Ziskové organizace:

Ano vždy 40%
Ano dle zacílení konkrétní akce 30%
Ano pokud si to žádá další partnerská organizace 30%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Polovina tázaných neziskových organizací vždy zjišťuje zpětnou vazbu od občanů obce nebo institucí na zlepšení služeb. Zbylé neziskové organizace zjišťují zpětnou vazbu dle zacílení konkrétní akce nebo pokud si to vyžádá jiná partnerská organizace.

Zjišťujete cíleně názory občanů obce nebo institucí na aktivity vaší obce v oblasti CSR?

Tabulka 23 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B13

Neziskové organizace:

Ano v delších pravidelných časových intervalech 50%
Ano v reakci na společenské změny 20%
Ano dle interních potřeb 30%

Ziskové organizace:

Ano v delších pravidelných časových intervalech 40%
Ano v reakci na společenské změny 5%
Ano dle interních potřeb 55%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Polovina tázaných neziskových organizací v delších pravidelných časových intervalech zjišťuje cíleně názory občanů či institucí na aktivity v oblasti CSR. Zbylé neziskové organizace sbírají informace od občanů nebo institucí v reakci na společenské změny, nebo dle interních potřeb organizace.

Poskytujete svým občanům, institucím, spolkům nebo podnikatelům servis nad rámec zákonných povinností?

Tabulka 24 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B14

Neziskové organizace:

Ano dle interních pravidel o CSR 80%
Ano dle typu externího subjektu 20%

Ziskové organizace:

Ano dle interních pravidel o CSR 50%
Ano dle typu externího subjektu 50%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Poskytují občanům, institucím, spolkům nebo podnikatelům servis nad rámec zákonných povinností. Nejčastěji dle interních pravidel o CSR, ale také podle typu externího subjektu.

Zjišťujete průběžně kvalitu vašich služeb?

Tabulka 25 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B15

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ano 100%
Nezařazeno 0

Ano 85%
Nezařazeno 15%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Všechny neziskové organizace průběžně zjišťují kvalitu služeb.

Poskytujete v rámci propagace vašich služeb vždy pouze pravdivé a kompletní informace?

Tabulka 26 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B16

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ano 100%
Ano s výjimkou kompletnosti z hlediska obchodního tajemství 0%

Ano 65%
Ano s výjimkou kompletnosti z hlediska obchodního tajemství 35%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Bez výjimek poskytují v rámci propagace služeb pouze pravdivé a kompletní informace. Ziskové organizace uvedli v třetině případů, že v rámci propagace neuvádí informace, které se týkají obchodního tajemství.

Je vzdělávání občanů součástí vaší politiky?

Tabulka 27 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B17

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ano 85%
Ne 15%

Ano 45%
Ne 55%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

V neziskových organizacích je vzdělání občanů součástí organizační politiky.

Monitorujete cíleně svoji image na veřejnosti?

Tabulka 28 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B18

Neziskové organizace:

Ano pravidelně 65%
Ano jen příležitostně 25%
Ano dle předpokládaného ohlasu na cílenou kampaň 10%

Ziskové organizace:

Ano pravidelně 50%
Ano jen příležitostně 15%
Ano dle předpokládaného ohlasu na cílenou kampaň 35%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Více jak polovina neziskových organizací pravidelně cíleně monitoruje svoji image na veřejnosti, další je monitorují pouze příležitostně nebo dle předpokládaného ohlasu na cílenou kampaň.

Využíváte vaše marketingové aktivity i k propagaci konceptu CSR?

Tabulka 29 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B19

Neziskové organizace:

Ano pokud to dává smysl 40%
Ano dle dohody s přátelskými organizacemi 25%
Ano pravidelně 35%

Ziskové organizace:

Ano pokud to dává smysl 65%
Ano dle dohody s přátelskými organizacemi 30%
Ano pravidelně 5%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Necelá polovina neziskových organizací využívá marketingových aktivit na propagaci CSR jen v případě, že jim to dává smysl. Třetina tázaných těchto propagací využívá pravidelně. Všechny neziskové organizace dodržují etická pravidla ve způsobu propagace služeb stejně jako ziskové organizace.

7.3 Sociální část

Další část dotazníku se zaměřila na sociální oblast spojenou s konceptem CSR. Otázky byly rozděleny do dvou kritérií: jednání se zaměstnanci a vztah k místní komunitě nad rámec zákonných povinností. Na polovinu otázek v této části dotazníku respondenti z neziskových organizací nebyli schopni odpovědět sami bez dohledávání informací.

Motivujete své zaměstnance, aby rozvíjeli své odborné znalosti a dovednosti?

Tabulka 30 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C1

Neziskové organizace:

Ano flexibilní složkou mzdy 75%

Ziskové organizace:

Ano flexibilní složkou mzdy 60%

Neziskové organizace:

Ano finančními příspěvky na vzdělávací aktivity 25%

Ano otevřenými výběrovými řízení uvnitř organizace na vyšší pozice 0%

Ano hodnotícími systémy výkonu práce napříč strukturou 0%

Ziskové organizace:

Ano finančními příspěvky na vzdělávací aktivity 20%

Ano otevřenými výběrovými řízení uvnitř organizace na vyšší pozice 10%

Ano hodnotícími systémy výkonu práce napříč strukturou 10%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Tři čtvrtiny neziskových organizací motivují své zaměstnance flexibilní složkou mzdy k tomu, aby rozvíjeli své odborné znalosti a dovednosti a také aby cíleně rozvíjeli dlouhodobou kariéru. Zbýlá čtvrtina motivuje zaměstnance finančními příspěvky na vzdělávací aktivity.

Vyberte oblasti prevence, kterým vaše organizace zamezuje:

Tabulka 31 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C3

Neziskové organizace:

Diskriminace žen 65%

Diskriminace etnik 15%

Diskriminace invalidů 15%

Diskriminace náboženskou 5%

Ziskové organizace:

Diskriminace žen 25%

Diskriminace invalidů 40%

Diskriminace starších osob 20%

Dětská + nucená práce 15%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

V neziskových organizacích se nejvíce zamezuje diskriminaci žen, dále diskriminaci etnik, invalidů a náboženství.

Dbáte záměrně na vašich pracovištích na vyváženost zaměstnanců?

Tabulka 32 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C4

Neziskové organizace:

Pozitivní diskriminace je v rozporu s vnitřním etickým kodexem 85%

Bez komentáře 15%

Ziskové organizace:

Pozitivní diskriminace je v rozporu s firemním etickým kodexem 90%

Bez komentáře 10%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Dbají na vyváženost zaměstnanců, jelikož pozitivní diskriminace je v rozporu s vnitřním etickým kodexem.

Vedete dialog se zaměstnanci o důležitých záležitostech, které se jich týkají?

Tabulka 33 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C5

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Pravidelné interní brífinky 75%
Kvartální interní hodnocení zaměstnance a opačně hodnocení zaměstnavatele 25%

Součást firemní personalistické HR agendy 65%
Pravidelné brífinky jednotlivých oddělení firmy 35%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

V neziskových organizacích hovoří se zaměstnanci o důležitých záležitostech na interních pracovních poradách.

Konzultujete se zaměstnanci změny ve strategii organizace a používáte nástroje zapojující je do rozhodování?

Tabulka 34 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C6

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Pravidelné interní brífinky 75%
Kvartální interní hodnocení zaměstnance a opačně hodnocení zaměstnavatele 25%

Součást firemní personalistické HR agendy 100%
--

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Na interních poradách s nimi konzultují také změny ve strategii a zapojují je tedy do rozhodování. Jedna čtvrtina tázaných odpověděla, že se zaměstnanci vedou dialog v rámci kvartálního hodnocení zaměstnance. V ziskových organizacích vedou dialogy se zaměstnanci jako součást personalistické HR agendy nebo v rámci pravidelných poradách jednotlivých oddělení organizace.

Monitorujete průběžně vztahy mezi zaměstnanci na pracovišti?

Tabulka 35 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C7

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ne 100%

Ne nad rámec pracovní/právní legislativy 65%
Absolutně ne 35%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

V neziskových organizacích nemonitorují průběžné vztahy mezi zaměstnanci.

Zavedli jste nějaká opatření nad rámec zákona v oblasti zdraví a bezpečnosti vašich zaměstnanců?

Tabulka 36 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C8

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Připojištění hrazené zaměstnavatelem 75%
Ne pokud nebyl požadavek zaměstnance/ů 25%

Připojištění hrazené zaměstnavatelem 60%
Ne pokud nebyl požadavek zaměstnance/ů 40%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Opatření nad rámec zákona v oblasti zdraví a bezpečnosti je připojištění hrazené zaměstnavatelem.

Máte nad rámec zákona zavedený transparentní systém finančního odměňování zaměstnanců?

Tabulka 37 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C10

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Penzijní připojištění 10%
Služební automobil pro soukromé účely 45%
Stravenky 30%
Příspěvky na další vzdělávání za účelem zvýšení své kvalifikace 15%

Penzijní připojištění 10%
Poskytování technického vybavení 25%
Služební automobil pro soukromé účely 20%
Výrobky firmy za zvýhodněnou cenu 10%
Stravenky 20%
Příspěvky na další vzdělávání za účelem zvýšení své kvalifikace 10%
Odměnu při odchodu do penze 5%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

V oblasti finančního odměňování zaměstnanců mají v polovině tázaných služební automobil pro soukromé účely, dále nabízí stravenky, příspěvky na další vzdělání nebo penzijní připojištění.

Máte konkrétní formy spolupráce s organizacemi v oblasti, ve které sídlíte?

Tabulka 38 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C12

Neziskové organizace:

Benefice 70%
Sponzoring 30%

Ziskové organizace:

Benefice 25%
Sponzoring 25%
Nadační fond 50%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Spolupráce neziskových organizací s jinými organizacemi v oblasti, ve které sídlí je benefice a sponzoring. Polovina ziskových organizací uvedla nadační fond, který většinou podporuje neziskové organizace.

Preferujete při své činnosti regionální zdroje?

Tabulka 39 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C13

Neziskové organizace:

Ano zásadně 40%
Ano dle typu zdrojování 60%

Ziskové organizace:

Ano zásadně 30%
Ano dle typu zdrojování 70%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Neziskové organizace preferují regionální zdroje.

Uzavíráte nad rámec zákona v CSR spolupráce s organizacemi tak, aby výsledkem vaší vzájemné spolupráce bylo zlepšení jejich postavení na trhu?

Tabulka 40 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C15

Neziskové organizace:

Ano bez podmínek 80%
Ano s podmínkou synergického efektu vůči naší organizaci 20%

Ziskové organizace:

Ano bez podmínek 55%
Ano s podmínkou synergického efektu vůči naší firmě 45%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Uzavírají nad rámec zákona v CSR spolupráci s organizacemi tak, aby výsledkem vzájemné spolupráce bylo zlepšení postavení na trhu.

7.4 Enviromentální část

Poslední část dotazníku se zaměřila na poslední pilíř CSR, tedy na enviromentální oblast. V této části odpověděli respondenti na většinu otázek s pomocí interních dokumentů nebo jiných zaměstnanců v organizaci.

Snižujete nad rámec zákona vliv vaší organizace/firmy na životní prostředí pomocí:

Tabulka 41 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.D1

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Úspory energie: ano 100%
Minimalizace odpadu: ano 100%
Využitím recyklace: ano 100%
Kontroly vypouštěných emisí do vzduchu a odpadních vod: ano 100%
Udržitelných možností dopravy: ne 0%
Vývoje a inovací současných produktů a technologií a podnikatelských aktivit: ne 0%
Ochrany přírodních zdrojů: ano 100%

Úspory energie: ano 100%
Minimalizace odpadu: ano 100%
Využitím recyklace: ano 100%
Kontroly vypouštěných emisí do vzduchu a odpadních vod: ano 100%
Udržitelných možností dopravy: ano 100%
Vývoje a inovací současných produktů a technologií a podnikatelských aktivit: ano 100%
Ochrany přírodních zdrojů: ano 100%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Na otázku, zda nad rámec zákona snižují vliv organizace na životní prostředí, neziskové organizace uvedly úspory energie, minimalizace odpadu, využití recyklace, kontroly vypouštěných emisí do vzduchu a odpadních vod a ochrana přírodních zdrojů.

Vyhodnocujete dopady činnosti na životní prostředí v oblasti, ve které sídlíte?

Tabulka 42 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.D2

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ano pravidelně 45%
Ano dle pokynů vedení 55%

Ano pravidelně 30%
Ano dle pokynů vedení s CSR manažerem 70%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Polovina neziskových organizací pravidelně vyhodnocuje dopady jejich činnosti na životní prostředí v oblasti, kde sídlí. Druhá polovina monitoruje dopady dle pokynů vedení. Všechny organizace poskytují dárcům, sponzorům, obci a dalším stakeholderům pouze pravdivé a kompletní ekologické informace o svém provozu a aktivitách.

Využíváte ve vaší organizaci zdroje ekologických energií?

Tabulka 43 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.D4

Neziskové organizace:

Ziskové organizace:

Ano 65%

Ano 55%

Neziskové organizace:

Částečně 30%

Ne 5%

Ziskové organizace:

Částečně 40%

Ne 5%

Zdroj: data zpracovaná organizací STEM

Neziskové organizace využívají zdroje ekologických energií. Nemají žádný ekologický udržitelný produkt, službu, technologii, která by je odlišovala od konkurence.

7.5 Souhrn zjištění o neziskových organizacích

Oba typy organizací jsou schopné vysvětlit, jak vnímají koncept CSR. Nejvíce jej vnímají jako očekávané aktivity od okolí nebo realizace veřejných prospěšných aktivit. Neméně důležitý je ale fakt, že jsou to činnosti dobrovolné a realizované nad rámec zákona pro všechny organizace. Hodnoty i pravidla mají neziskové i ziskové organizace stanovené v podobných formách (etický kodex, firemní kultura) a jsou zaměstnancům sdělovány stejnými prostředky (součástí pracovní smlouvy, výběrového řízení nebo zaškolování zaměstnanců). V neziskových organizacích se o koncept CSR stará vedení nebo externí konzultant, ale v případě ziskových organizací se o problematiku společenské odpovědnosti starají CSR manažeři. Neziskové organizace nemají kapacity pro pracovní pozici CSR manažera. V ziskových i neziskových organizacích využívají, v souvislosti s CSR aktivitami, podobné postupy či doporučení, formované obecně uznávanou iniciativou, normou, standardem či metodikou. Jediný rozdíl byl pouze u normy SA 8000, kterou využívají nejčastěji v ziskových organizacích, ale v neziskových organizacích ji nevyžívají vůbec. Všechny organizace se zúčastňují soutěží v rámci vykonávání CSR aktivit.

Odpovědi v ekonomické oblasti jsou u obou typů organizací obdobného charakteru. Avšak neziskové organizace více zjišťují zpětnou vazbu ať už od externích stran nebo partnerů.

Své zaměstnance organizace motivují obdobným způsobem, je však důležité zmínit, že neziskové organizace nemotivují zaměstnance otevřeným výběrovým řízením uvnitř organizace na vyšší pozici. Dle mého názoru se tato motivace v neziskových organizacích neuskutečňuje z důvodu menších organizačních struktur. V ziskových organizacích využívají pro komunikaci se zaměstnanci výstupy z porad jednotlivých oddělení, protože při vyšším počtu zaměstnanců není možné zapojit všechny zaměstnance, a proto jsou vytvořena různá oddělení, která mají jednoho nebo dva zástupce. Pro velikost organizací

není nutné v neziskových organizacích monitorovat průběžné vztahy mezi zaměstnanci, protože je to malá skupina lidí a když se řeší spor na pracovišti, často je o tom vedoucí seznámen díky vlastnímu každodennímu pozorování. V ziskových organizacích mají zmínění zástupci z oddělení na starost tyto vztahy pozorovat a řešit případné spory.

Na dopady činnosti životního prostředí se neziskové organizace nezaměřují převážně z toho důvodu, že to nejsou organizace výrobního charakteru, proto nemají velký dopad na životní prostředí. I přesto se dle dotazníkového šetření snaží nad rámec zákonných povinností dělat něco navíc pro prostředí ve kterém žijí. Financování neziskových organizací bývá podporováno prostřednictvím darů nebo sponzoringu, proto musí organizace vykazovat určité dokumenty, která partnerům, sponzorům a dárcům pravidelně poskytují.

Závěry z šetření:

- Oba typy organizací jsou obdobně znalé v rámci konceptu CSR, ať už s pomocí dohledávání informací nebo bez pomoci,
- neziskové organizace nemají bariéry pro implementaci konceptu CSR do organizace s ohledem informačních kanálů,
- přístupy k hodnotám a pravidlům v ziskových i neziskových organizacích je stejný,
- motivace zaměstnanců se odvíjí od možností organizace – neziskové organizace vzhledem k menší organizační struktuře nenabízí možnost velkého kariérního růstu,
- zaměstnanec v neziskové organizaci, který se stará o koncept CSR je odlišný od ziskového sektoru, dle mého názoru je to z důvodů omezeného množství kapacit zaměstnanců,
- neziskové organizace dbají více na zpětné vazby (od partnerů, zákazníků, externích stran), zajímají se o image organizace,
- z povahy neziskových organizací se nezaměřují převážně na enviromentální pilíř CSR, ale dbají na dodržování zásadních pravidel na ochranu životního prostředí.

8 Nositelé informací o CR v organizacích

Kvalitativní analýzy dotazníkového šetření byla provedena studenty dálkového studia na Moravské vysoké škole Olomouc. Studenti byli vybráni na základě zaměstnání v neziskových organizacích. S dotazníkem pracovali jako osoby pověřené vyplněním dotazníku a zaznamenávat u toho své chování a pocity. Cílem bylo zjistit, kde jsou informace uloženy a kdo je nositel informací o konceptu CSR v organizaci. Na dotazník odpovídali studenti z 3 neziskových organizací, jiné organizace než z kvantitativního šetření (viz kapitola 7).

8.1 Cyrilometodějská křesťanská akademie

Právní forma: zapsaný spolek

Počet zaměstnanců: 10

Respondent: zaměstnanec – člen vrcholového vedení

Poslání organizace: spolupůsobení na rozvoji naší společnosti i církve v křesťanském duchu. Ve společných bohoslužbách a duchovních cvičeních si připomínáme kořeny naší křesťanské víry.¹²⁰

A. Strategie trvalé udržitelnosti

S konceptem CSR je podle respondenta seznámen každý vedoucí zaměstnanec, odkazuje se na vzdělanost zaměstnanců v organizaci, a tak předpokládá, že všichni zaměstnanci jsou s konceptem CSR obeznámeni. Na strategii obsahující principy CSR by se zeptal předsedy organizace. Respondent odkazuje na organizační strukturu (menší počet zaměstnanců) v souvislosti s ústní formou seznámení zaměstnanců s hodnotami organizace. Organizace zpracovává výroční zprávu, kde není zmínka o konceptu CSR. Organizace dle respondenta nevyužívá žádný postup formulový obecně uznávanou iniciativou, metodikou, normou či standardem a není si vědom žádného certifikátu či ocenění s nimi spojenými. Žádné pracovní oddělení specializované na CSR v organizaci nemají.

B. Ekonomická část (pilíř CSR)

Respondent se v ekonomické části dotazníku odkazuje na stanovy vytvořené v organizaci. Vize organizace respektuje principy SDGs. S dodavateli jsou v kontaktu a vnímají zpětnou

¹²⁰ Srov. O CMKA. CMKA [online]. [cit. 2021-03-31]. Dostupné z: <https://www.mska-akademie.cz/o-mska/>

vazbu jako předpoklad pro budoucí spolupráci. Dbají na reputaci spolupracujících organizací v oblasti CSR. V organizaci je vytvořený systém zpětných vazeb se zákazníky. Mimo kompetence a nad rámec činnosti monitorují: image organizace, zaměstnance, aby cíleně rozvíjeli dlouhodobou kariéru a zamezují všem diskriminacím.

C. Sociální část (pilíř CSR)

Organizace nemotivuje zaměstnance, jelikož dle respondenta musí být zaměstnanci odborníci ve svém poli působnosti. V rámci pracovních porad zapojují zaměstnance do rozhodování. Respondent odpovídá na rovnováhu pracovního a osobního života tak, že vzhledem k povaze organizace je značná část práce ze své podstaty dost flexibilní. Benefity pro zaměstnance nemají, respondent odkazuje na fakt, že je organizace nezisková.

A. Enviromentální část (pilíř CSR)

Cyrilometodějské křesťanské akademii nemá v rámci životního prostředí vyhraněnou strategii.

8.2 SPOLU

Právní forma: zapsaný ústav

Počet zaměstnanců: 18

Respondent: zaměstnankyně

Poslání organizace: „Naším posláním je podporovat a naplňovat práva, potřeby a zájmy lidí se zdravotním, primárně s mentálním postižením, a podporovat jejich začlenění do běžného života.“¹²¹

A. Strategie trvalé udržitelnosti

V organizaci existuje strategie, která obsahuje principy CSR. Respondentka si není jistá, zda strategie bere v úvahu nějaký cíl dle SDGs, šla by se poradit s ředitelkou organizace. Hodnoty a pravidla chování zaměstnanců jsou obsaženy v etickém kodexu, jehož obsah je probírán na poradách a následně je rozesílán elektronicky. Na otázku ohledně měření CSR v organizaci by se šla poradit za ředitelkou. Protikorupční opatření má obsaženy ve smlouvě a odkazuje se na etický kodex. Zpráva o CSR je součástí výroční zprávy.

¹²¹ SPOLU jsme tým. *SPOLU Olomouc* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: <https://www.spoluolomouc.cz/tym/>

Respondentka neví, zda organizace využívá nějaký postup formulový obecně uznávanou iniciativou, metodikou, normou či standardem, šla by se zeptat ředitelky. Zda má organizace odborné vedení pro CSR by se šla zjistit za ředitelkou.

B. Ekonomická část (pilíř CSR)

Ohledně správy a řízení organizace se odkazuje na správní radu nebo ředitelku organizace, tudíž odpovědné osoby, které mají externí i interní informace pod kontrolou a informují všechny zaměstnance. Organizace vše probírá na pravidelných interních schůzkách s ředitelkou organizace, dokumenty, případně zápisy se uchovávají. V rámci vztahů s dodavateli zjišťuje organizace zpětnou vazbu. V případě stížnosti od dodavatele by se respondentka obrátila na ředitelku organizace. Spolupráci s partnery má na starost ředitelka organizace. Zpětnou vazbu od zákazníků zjišťuje respondentka v rámci náplně práce, další proces spojený v rámci vztahů se zákazníky řeší společně s ředitelkou. Marketingovou činnost má na starost respondentka společně s ředitelkou organizace.

C. Sociální část (pilíř CSR)

Jednání se zaměstnanci provádí dle respondentky ředitelka organizace spolu s vedoucí služeb. Na informace ohledně prevence proti diskriminaci, rozvíjení dlouhodobé kariéry zaměstnanců, vyváženost zaměstnanců by se šla respondentka zeptat ředitelky. Ředitelka organizace řeší vztahy na pracovišti a zapojuje zaměstnance do rozhodování na interních poradách. Ohledně finančního odměňování zaměstnanců by se šla respondentka poradit za ekonomickou ředitelkou. O benefitech pro zaměstnance má respondentka přehled. Organizace spolupracuje s jinými organizacemi v obci, ve které sídlí – respondentka tyto spolupráce zajišťuje v rámci náplně své práce. Preferují regionální zdroje, ale na konkrétní informace ohledně využívání místní komunity, by se šla poradit s vedoucí služeb nebo ekonomické ředitelky.

D. Enviromentální část (pilíř CSR)

Organizace se snaží snižovat nad rámec zákona vliv organizace na životní prostředí, respondentka dokáže vyjmenovat jakým způsobem se zaměstnanci snaží pomoci životnímu prostředí. Jakým způsobem organizace měří a vyhodnocuje dopady činnosti organizace na životní prostředí by se šla poradit za ředitelkou organizace.

8.3 Poradna pro ženy a dívky

Právní forma: zapsaný spolek

Počet zaměstnanců: 6 zaměstnanců

Respondent: dlouholetá dobrovolnice

Poslání organizace: Základní myšlenkou sdružení je nabídnout podporu a služby dívkám, ženám a také partnerským párům v obtížných situacích souvisejících s těhotenstvím, mateřstvím, rodičovstvím a vztahovými problémy.

A. Strategie trvalé udržitelnosti

V případě, že by respondentka nevěděla, kde najít určitý dokument, šla by se poradit za vedoucí poradny a nebo za hlavní vedoucí v Praze. Odkazuje na strategii, etický kodex, stanovy, směrnice, vnitřní předpisy, kompetenční model, výroční zprávy, zprávy o trvalé udržitelnosti nebo dokumenty pro sponzory, které jsou každoročně zpracovávány.

B. Ekonomická část (pilíř CSR)

Ohledně smluv s partnery by se obrátila na kompetentního zaměstnance, který má na starost partnerské smlouvy. Při hodnocení zaměstnanců ví, že se má obrátit na vedoucího zaměstnance, který hodnocení v organizaci provádí. Ohledně vztahů s dodavateli by se respondentka obrátila na vedoucího zaměstnance, popř. pražským vedením organizace. V organizaci jsou vytvořené marketingové strategie, které zahrnují i propagaci konceptu CSR.

C. Sociální část (pilíř CSR)

Respondentka se při hodnocení zaměstnanců odkazuje na dokumenty pro hodnocení výkonu zaměstnanců, na pravidelnost školení a kariérové plány pro konkrétní zaměstnance. Odkazuje se také na vedení organizace v rámci finančního ohodnocení zaměstnanců. V souvislosti s rovnováhu mezi pracovním a osobním životem se odkazuje na etický kodex. Organizace spolupracuje s organizacemi v rámci obce, ve které sídlí. Odkázala se na vedoucího zaměstnance, který má spolupráce na starost.

D. Enviromentální část (pilíř CSR)

Respondentka by na otázky ohledně životního prostředí hledala v dokumentech jako: roční výpis v rámci měření energie, vody a plynu, výroční zpráva (pro dárcy, sponzory, město, stakeholdery), dokumenty sloužící pro zápis užívání služebních prostředků dopravy nebo by se zeptala vedoucího zaměstnance.

Závěry z šetření:

Zaměstnanec z organizace Cyrilometodějská křesťanská akademie je schopný na převážnou většinu otázek odpovídat sám, odpovědi je zřejmé, že je o organizaci dostatečně informovaný. Odkazuje se převážně na interní dokumenty nebo na kompetentní pracovníky, kteří by měli odpovědi znát z povahy své pracovní pozice. Zaměstnankyně z organizace SPOLU se odkazuje na konkrétní interní dokumenty. V případě, že nezná odpověď na otázku a neví, na který dokument by se odkázala, by se šla poradit za paní ředitelkou, u které předpokládá, že by tyto informace měla. Stejně tak odpovídala i dobrovolnice z organizace Poradna pro ženy a dívky. V případě, že nevěděla, v kterém dokumentu by našla odpověď na danou otázku, šla by se poradit za vedením nebo za jinou kompetentní osobou. Nikdo z dotázaných nevedl, že neví, kde by hledal odpovědi na otázky, všichni ví, na koho se v případě nutnosti odkázat.

- Zaměstnanci jsou velmi dobře znalí ohledně interních dokumentů,
- zaměstnanci vědí, kdo je v organizaci kompetentní osoba pro hledání informací ke konceptu CSR,
- zaměstnanci předpokládají, že vedení organizace je dostatečný zdroj informací,
- zaměstnanec, který patří do součásti vrcholového vedení je více znalý v tom, kde hledat informace ke konceptu CSR,
- i dobrovolník v neziskové organizaci je dobře orientovaný v interních dokumentech nebo postupech, z mého pohledu je zřejmé, že na dobrovolníky nahlíží stejně, jako na jakéhokoliv jiného zaměstnance.

9 Konkrétní koncepty řešení CSR ve vybraných organizacích

Prostřednictvím předchozích dvou výzkumů jsem vygenerovala otázky pro dvě neziskové organizace. Tvorba otázek měla potvrdit/vyvrátit již zjištěné informace nebo zjistit další informace ke kvalitnějšímu zhodnocení současné situace v řešení konceptu CSR v neziskových organizacích.

Oslovila jsem dvě organizace, a to z toho důvodu, že se přihlásily do projektu profesionalizace Evropského sociálního fondu zaměřeného na vytvoření profesionálního systému řízení neziskové organizace. Jsou to tedy organizace, které mají zájem správně řídit organizaci. Usoudila jsem, že by jim koncept CSR měl být znám, a proto jsem se jich ptala na otázky formou polostrukturovaného rozhovoru (viz příloha 2).

Nezisková organizace: zapsaný spolek

Počet zaměstnanců: 30 (pracovní poměr), 60 (včetně dobrovolníků a dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr)

Respondent: vedení organizace

Poslání organizace: Pomáhají lidem po poškození míchy a jejich blízkým při návratu do aktivního života.

Čím se organizace zabývá?

Ten okruh činností je velmi široký, my děláme v současnosti 30 různých aktivit a služeb, věnujeme se i prevenci poranění míchy u široké veřejnosti, ale jádro naší činnosti je obsaženo v poslání naší organizace.

Víte, co to je koncept CSR? Odkud informace máte?

Myslím si, že vím. I když v neziskovém sektoru se tímto tématem až tak nezaobíráme. Podle mého názoru je to nějaký soubor principů a pravidel uvnitř organizace, které mají za cíl snížit negativní dopady, nebo naopak zvýšit pozitivní efekty vykonané mimo hlavní činnost organizace na celou společnost nebo životní prostředí. Někaký pocit v organizaci, že není zodpovědná jen za generování zisku nebo za vykonávání hlavní činnosti, ale že vykonanou činností může mít dopady na široké okolí a ty dopady mají být co nejvíce pozitivní.

My se společenskou odpovědností pracujeme dlouho jako příjemci společenské odpovědnosti, takže ze zkušenosti, z rozhovorů s lidmi z jiných organizací, kteří se tím zabývají.

Máte koncept CSR implementován v organizaci? Pokud ano, od kdy jej máte implementován a máte ho zaveden jako samostatnou část nebo jako součást strategie?

My máme společenskou odpovědnost vnímanou jakožto příjemci, jako charitativní organizace, takže v tomhle ohledu s tím pracujeme v rámci fundraisingové strategie. Z hlediska naší organizace je společenská odpovědnost soubor různých pravidel v různých směrnících, etickém kodexu. Jelikož nejsme producenti například chemických látek tak je to u nás vše nastaveno na spíše banálních věcech jako třídění odpadu nebo zhasínání, což je uvedeno ve směrnících, která používáme.

Prostřednictvím jaké metodiky jste implementovali koncept CSR?

Žádnou specifickou metodu jsme nevyužili. Při tvorbě pravidel jsme vycházely především z firemní kultury.

Jak vnímáte koncept CSR z pohledu neziskové organizace? Vnímáte nějaké plusy nebo mínusy?

Celá naše činnost je vlastně společenská odpovědnost. Nejsme zisková organizace, tedy negenerujeme zisk, v rámci finančního řízení se snažíme mít mírně přebytkový rozpočet, abychom mohli zase investovat do rozšiřování veřejně prospěšných činností. Společenská organizace je zahrnuta v našem poslání. Ve spolupráci se ziskovými organizacemi těžíme z jejich společenské odpovědnosti (viz kapitola 4.1) Vnímáme to spíše pozitivně.

Jak si myslíte, že to ve světě neziskových organizací je s konceptem CSR (z pohledu zavádění, realizace, měření nebo udržování)? Nebo myslíte, že je to pro každou neziskovou organizaci individuální?

Když se budu bavit jen o neziskových organizacích tak každá organizace funguje jinak. To je dost důležité, existuje nějaký životní cyklus organizace, který funguje v nějakých vlnách. Je to dost individuální.

Je ve vaší organizaci pověřená osoba, která se stará o koncept CSR tedy i CSR aktivity?

Ne, nemáme žádnou pověřenou osobu.

Zaznamenáváte kolik peněz vkládáte do aktivit CSR? Kdo zaznamenává tyto informace?

Pokud vezmeme v potaz, že celá naše organizace je vlastně CSR, tak to zaznamenáváme v rámci účetnictví.

Měříte výkonnost koncept CSR dle nějakého indexu?

Ne. Pokud se na to ovšem dívám z pohledu toho, že naše činnost je v podstatě CSR aktivita, takže ano, máme nějaké indikátory a způsoby, kterými vyhodnocujeme, zda jsme naše interní požadavky splnili či ne, například určitý počet klientů.

Máte připravenou nebo právě probíhá nějaká CSR aktivita? Pokud ano, jaká?

Cíleně žádnou činnost nevykonáváme, je to spíš nějaký vedlejší produkt, na který myslíme, abychom neškodili. V rámci souboru pravidel v naší organizaci vykonáváme dílčí aktivity kontinuálně. Žádnou vyloženě novou probíhající CSR aktivitu nemáme.

Která kompetentní osoba si myslíte, že by měla mít organizaci koncept CSR na starost?

Obecně to může být kdokoliv, kdo k tomu má nějaké předpoklady. Když se na to podívám z pohledu praxe, tak to většinou bývá personalista, PR nebo vedoucí zaměstnanci.

Vzhledem k tomu, že koncept CSR se neustále vyvíjí, víte, kde se dozvědět nové informace o konceptu CSR?

Ano vím. Zdrojů, kde tyto informace čerpat je více. Momentálně jsme na čekací listině Asociace společenské odpovědnosti firem a jsem součástí klubu fundraiserů. Jelikož jsme konzumenti, tak tyto trendy sledujeme.

Nezisková organizace: zapsaný ústav

Počet zaměstnanců: 10 (pracovní poměr), 12 (včetně dobrovolníků a dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr))

Respondent: vedení organizace

Poslání organizace: Sdružovat, vzdělávat a pomáhat rodinám s dětmi. Rozvíjet osobnost jednotlivých členů rodiny, podporují zdravý životní styl, mezigenerační soužití a komunitní činnost.

Čím se organizace zabývá?

Velmi výstižné je naše poslání, zaměřujeme se na rodiny s dětmi.

Víte, co to je koncept CSR? Odkud informace máte?

Myslím si, že vím, co to je. Podle mě je to přesah organizace do celkové společnosti, nejen finanční podpora, ale dopad činností pro společnost, lépe řečeno přínos pro společnost.

Slyším to kolem sebe. Z okolí, ze zkušeností, nedávno jsem se zúčastnila přednášky, kde jsem o tom slyšela. Byla to přednáška velké ziskové organizace (energetický průmysl) a přednášející nám říkala, že si myslí, že velké firmy by CSR měli dělat povinně.

Máte koncept CSR implementován v organizaci? Pokud ano, od kdy jej máte implementován a máte ho zaveden jako samostatnou část nebo jako součást strategie?

Máme ho zakořeněný v poslání, ale jako samostatnou část ho nemáme zaveden. Myslím, že bych ho dokázala identifikovat v interních dokumentech, jako je etický kodex.

Jak vnímáte koncept CSR z pohledu neziskové organizace? Vnímáte nějaké plusy nebo mínusy?

Myslím, že k tomu máme mnohem blíž, protože nemusíme nic předělávat nebo dodělávat, jelikož poslání neziskových organizací je většinou takové CSR.

Jak si myslíte, že to ve světě neziskových organizací je s konceptem CSR (z pohledu zavádění, realizace, měření nebo udržování)? Nebo myslíte, že je to pro každou neziskovou organizaci individuální?

Naprosto individuální. My se jakožto organizace zaměřená na rodiny budeme přizpůsobovat konceptu CSR odlišným způsobem než nezisková organizace zaměřená více na ekologii.

Je ve vaší organizaci pověřená osoba, která se stará o koncept CSR tedy i CSR aktivity?

Ne. Pokud má v naší organizaci někdo na starost brát v úvahu společenskou odpovědnost v souvislosti s celou organizací, tak jsem to já.

Zaznamenáváte kolik peněz vkládáte do aktivit CSR? Kdo zaznamenává tyto informace?

Takhle to tady nastaveno není.

Měříte výkonnost koncept CSR dle nějakého indexu?

Neměříme.

Máte připravenou nebo právě probíhá nějaká CSR aktivita? Pokud ano, jaká?

Vzhledem k situaci s Covidem-19 máme naši organizaci zavřenou. Vytvořili jsme novou akci přizpůsobenou všem opatřením. Akce je spojena s Velikonocemi, na našich zahradních prostorách jsme vytvořili stanoviště, kam si rodičové s dětmi mohou přijít tvořit a posílat nám fotografie.

Jak často provádíte CSR aktivity v rámci jednoho roku?

Obvykle pořádáme 4-6 komunitních akcí ročně.

Máte v organizaci pravidelně opakovanou CSR aktivitu?

Velké komunitní akce.

Která kompetentní osoba si myslíte, že by měla mít organizaci koncept CSR na starost?

Myslím si, že tuto roli by mělo zastávat buď PR nebo vedení. Neziskové organizace většinou nemají PR oddělení. V ziskových organizacích by pověřenou osobou, která má na starost CSR měl být ten, kdo umí komunikovat a vymýšlet dobré nápady, takže nejspíš PR, ale vždy by mělo vše schválit vedení organizace.

Vzhledem k tomu, že koncept CSR se neustále vyvíjí, víte, kde se dozvědět nové informace o konceptu CSR?

Nejsem si jistá, kde přesně tyto informace hledat, nejspíše bych je hledala na internetu.

Spolupracujete jako nezisková organizace s nějakou ziskovou organizací například v rámci sponzoringu?

Pokoušeli jsme spolupracovat se ziskovými organizacemi, ale firmy pak mají tendence si nás objednat, abychom jim zorganizovali den dětí pro jejich zaměstnance. V podstatě si nás objednali jako agenturu, abychom vymysleli akci na klíč, to my ale neděláme. Žádného partnera jsme zatím nenašli.

Závěry z provedených rozhovorů:

Smyslem vytvořených otázek bylo potvrdit informace, zda neziskové organizace: ví co to koncept CSR je, věnují se CSR aktivitám, využívají metodiky ke konceptu CSR, na jaký pilíř se zaměřují nebo kdo v neziskových organizacích řídí CSR aktivity.

Tázané neziskové organizace dokáží správně vysvětlit co to koncept CSR je. Postoj obou neziskových organizací k problematice CSR je podobný, proto popis, co to CSR je, je stavěn na stejné bázi. CSR aktivitám se svým způsobem věnují, ale není to jejich primární cíl. Koncept CSR je součástí interních dokumentů. Nevyužívají žádné metodiky pro zavádění či měření konceptu CSR. Ani jedna nezisková organizace nemá kapacity, aby vytvořili speciální oddělení pro společenskou odpovědnost, proto se tomuto tématu nejvíce věnuje vedení organizace.

- Koncept CSR je v neziskových organizacích znám,
- nositelem informací o konceptu CSR je nejvíce vedení organizace, žádný zaměstnanec touto problematikou není pověřen,
- koncept CSR je součástí vytvořených interních dokumentů, není veden jako samostatná jednotka,
- pro implementaci nebo měření výkonnosti konceptu CSR není využívána žádná metodika,
- konceptu CSR se organizace věnují pouze na jednoduchém základu – snaží se implementovat koncept CSR do organizace, ale není to jejich primární cíl, nemají nastavené postupy nebo parametry využívání konceptu CSR,
- neziskové organizace se nepreferují žádný pilíř společenské odpovědnosti, ale z povahy činnosti organizace jsou více zaměřeny na sociální pilíř (viz aktivity druhé neziskové organizace).

10 Závěry z výzkumů

Níže předkládám závěry, které jsem zjistila ze všech předchozích výzkumů.

- Informovanost neziskového sektoru ohledně konceptu CSR je na podobné úrovni jako informovanost ziskového sektoru,
- zaměstnanci v neziskových organizacích jsou orientovaní v interních dokumentech,
- zaměstnanci, kteří jsou součástí vedení jsou více znalí o konceptu CSR, zároveň jsou to zaměstnanci, kteří se této problematice v organizaci věnují,
- metodiky ohledně konceptu CSR jsou vytvořeny pro všechny typy organizací,
- neziskové organizace jsou velmi aktivní při získání zpětné vazby, dbají na dobrém jménu organizace,
- neziskové organizace jsou spíše orientovaní na lidi (sociální pilíř), vzhledem k povaze činností neziskových organizací je orientace na enviromentální nebo ekonomický pilíř menší,
- koncept CSR je v neziskových organizacích zakomponován v interních dokumentech (etický kodex, strategie organizace, firemní kultura), není pro něj vytvořen oddělený dokument,
- s konceptem jsou všichni zaměstnanci seznamováni prostřednictvím různých postupů (ať už při výběru zaměstnanců, zaškolení nebo při průběžném vzdělávání),
- neziskové organizace využívají vládních i nevládních programů na podporu zvýšení implementace konceptu CSR do organizací, z kterých mohou čerpat aktuální informace,
- zaměstnanci, kteří se o problematiku konceptu CSR v organizaci starají, ví, kde mají hledat nové informace.

Závěr

Hlavním cílem mé diplomové práce bylo zjistit, v čem je koncept CSR specifický v neziskových organizacích a sesbírat fakta pro navržení vah dotazníku CSR Eta Index 2019 pro neziskové organizace.

Neziskové organizace mají své specifické rysy, které jsou definovány v teoretické části společně s popsány specifiky pro koncept CSR v neziskových organizacích. Prostřednictvím všech výše uvedených a popsáných výzkumů mohu popsat, jaká je současná situace v řešení konceptu CSR v neziskových organizacích. Hypotéza „Znalost konceptu CSR je u neziskových organizací horší než u ziskových organizací.“ byla vyvrácena z první části dotazníkového šetření. Ziskové i neziskové organizace potvrdily obdobné znalosti o konceptu CSR, a to jak s pomocí, tak nebo bez pomoci dohledávání informací. Hypotéza „Aktivity CSR jsou v neziskových organizacích zaměřené na sociální pilíř, aktivity CSR v ziskových organizacích jsou zaměřené na ekonomický a enviromentální pilíř.“ byla potvrzena. Neziskové organizace se z povahy své činnosti zaměřují na sociální pilíř více než na ekonomický nebo enviromentální. Vzhledem k činnostem ziskových organizací, které mají spíše výrobní charakter, jsou jejich CSR aktivity více zaměřeny na enviromentální a na ekonomický pilíř než neziskové organizace. Hypotéza „Koncept CSR v neziskových organizacích na rozdíl od jiných organizací nemá vlastní oddělení, ale stará se o něj vedení.“ Byla potvrzena prostřednictvím otázky z dotazníkového šetření, na kterou neziskové organizace odpověděly, že se o koncept CSR stará vedení nebo externí konzultant, neexistuje speciální oddělení pro koncept CSR. Nositelem informací CSR v neziskových organizací je vedení organizace. Zaměstnanci jsou znalí ohledně interních dokumentů, ale v případě, že neznají odpovědi na otázky ohledně konceptu CSR, se odkazují na vedení organizace.

Dle mého názoru neexistují informační bariéry pro neziskové organizace, aby implementovaly koncept CSR do organizace. Důležitým faktem je rozdíl mezi ziskovým a neziskovým sektorem. Myslím si, že ziskové organizace jsou z pohledu kapacity zaměstnanců zvýhodněny, protože si mohou dovolit financovat v organizaci oddělení, které se bude zabývat konceptem CSR a vytvořit nové pracovní pozice. Podle mého názoru neziskové organizace nemají finanční ani časové prostředky pro zavedení CSR oddělení v organizaci, proto se tomuto tématu věnuje nejčastěji vedení organizace.

Metodiky týkající se konceptu CSR, které existují, jsou vytvořené jak pro ziskové, tak pro neziskové organizace. Vytvoření nových metodik, které by byly zaměřeny pouze na neziskový sektor by mohlo vést ke zvýšení implementace konceptu CSR v neziskových organizacích. Metodiky by ale musely být vytvořeny jednoduchou a dostatečnou formou. Nemyslím si, že hlavním problémem pro implementaci konceptu CSR je nedostatek metodik. Z mého pohledu je v České republice také dostatečná angažovanost státu nebo jiných nevládních programů pro zvýšení povědomí konceptu CSR do všech organizací.

Pro větší informovanost konceptu CSR v neziskových organizacích bych navrhovala větší podporu od organizací, které sdružují neziskové organizace. Například rodinné centrum, se kterým jsem vedla polostrukturovaný rozhovor, je součástí zapsaného spolku Síť pro rodinu, který existuje 15 let a sdružuje 261 rodinných center.¹²² Být součástí této neziskové organizace znamená, že rodinná centra dostávají hromadné informace (o chodu jiných rodinných center, řídicí postupy nebo dotační činnosti pro rodinná centra) a slouží také jako morální podpora pro jednotlivé neziskové organizace. Prostřednictvím seminářů od spolku Síť pro rodinu rodinná centra zjišťují nové informace (trendy). Zapsaný spolek, který pomáhá lidem po poškození míchy, je součástí České společnosti pro míšní léze ČLS JEP, který usiluje o poskytování péče s nejnovějšími poznatky medicíny, psychologie nebo etiky, rozvíjí spolupráci všech oborů v rámci komplexnosti péče o pacienty nebo všestranně rozvíjí odborné a přátelské kontakty se zahraničními společnostmi. Společnost propojuje specificky zaměřené organizace.¹²³

Pro neziskové organizace, které jsou součástí takových organizací, by to mohl být kvalitní informační zdroj, který by je mohl připravit na implementaci, vykonávání, měření i reportování konceptu CSR. Myslím si, že prvotní zdroj o konceptu CSR by měl být od někoho znalého, kdo se věnuje rozvoji neziskových organizací, v tomto případě Síť pro rodinu, která poskytuje a propojuje činnosti jednotlivých rodinných center, nebo Českou společnost pro míšní léze ČLS JEP, který propojuje činnosti organizací, kteří se zaměřují na lidi s poraněním míchy. Vytvořili by tak propojení zkušených i nezkušených neziskových organizací s konceptem CSR, a měli by tak zdroj, kde hledat další informace.

Jak jsem již zmínila, dle mého názoru v neziskových organizacích nejsou kapacity pro zaměstnance, kteří by měli na starost vedení konceptu CSR, a to buď z důvodu finanční

¹²²Srov. Síť pro rodinu. *Síť pro rodinu* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: <https://sitprorodinu.cz/>

¹²³Srov. Cíle a význam. *Česká společnost pro míšní léze ČLS JEP* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: <https://www.spinalcord.cz/cz/o-spolecnosti/cile-a-vyznam/>

nebo časové náročnosti. Proto se dle mého názoru v neziskovém sektoru musí vytvořit osvěta jinde. Od někoho spolehlivého, kdo má k neziskovým organizacím blízko. Ten jim následně musí sdělit všechny důležité informace – co to koncept CSR je, k čemu je dobré zavést koncept CSR do organizace, jakým způsobem implementovat a udržovat tento koncept.

Seznam literatury a jiných zdrojů

1. 3. ročník Ceny za společenskou odpovědnost Podnikáme odpovědně zná své vítěze. *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/3-rocnik-ceny-za-spolecenskou-odpovednost-podnikame-odpovedne-zna-sve-viteze/>
2. ADÁMEK, Pavel. *Společenská odpovědnost firem, neziskového sektoru a veřejné správy: distanční studijní text*. Karviná: Slezská univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2019. ISBN 978-80-7510-370-3.
3. *Aktuálně.cz: CSR Europe má nového národního partnera z Česka* [online]. 26. 9. 2011 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/csr-europe-ma-noveho-narodniho-partnera-z-ceska/r~i:article:715509/>
4. Asociace nestátních neziskových organizací Jihomoravského kraje, z.s. [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.annojmk.cz/obecne-prospesna-spolecnost>
5. Asociace nestátních neziskových organizací Jihomoravského kraje, z.s. [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://www.annojmk.cz/nadace>
6. asociaci. *Asociace společenské odpovědnosti* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/o-asociaci/>
7. BERNARDOVÁ, Dana, Martin FINK a Kateřina IVANOVÁ, SCHUBERT, Martin, ed. *DOCILITA V ANDRAGOGICKEJ TEÓRII A PRAXI: EDUKAČNÍ POTENCIÁL INDEXU CSR*. Belianum. Vydavatelstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, Pedagogická fakulta, 120 s. ISBN 978-80-557-1618-3.
8. Bernardová, D., Kašparová K., Fink, M., Ivanová, K., & Arkhangelska, T. (2020). Construction and Significance of Corporate Social Responsibility Indices— from Results to the Essence. *Organizacija*, 53 (3), 212-226. DOI: 10.2478/orga-2020-0014
9. *BusinessInfo.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2008 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/>
10. Cíle a význam. *Česká společnost pro míšňí léze ČLS JEP* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: <https://www.spinalcord.cz/cz/o-spolecnosti/cile-a-vyznam/>
11. CMKA. *CMKA* [online]. [cit. 2021-03-31]. Dostupné z: <https://www.mska-akademie.cz/o-mska/>
12. CO JE FIREMNÍ DOBROVOLNICTVÍ. *BYZNYS PRO SPOLEČNOST* [online]. [cit. 2021-03-08]. Dostupné z: <https://www.zapojimse.cz/co-je-firemni-dobrovolnictvi-491/CO JE FIREMNÍ FILANTROPIE? FEMINISMUS.CZ> [online]. [cit. 2021-03-08]. Dostupné z: <https://www.feminismus.cz/cz/clanky/co-je-firemni-filantropie>

14. CO JE TO ÚSTAV ? *ProfiNeziskovky.cz* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://www.profineziskovky.cz/cs/ustavy/co-je-to-ustav/a-3800/>
15. Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj (CBCSD) [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20150217120503/http://www.cbcsd.cz>
16. *Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj (CBCSD): členové* [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20150217120503/http://www.cbcsd.cz/clenove>
17. Dedukce. *ManagementMania* [online]. [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/dedukce>
18. European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs, Corporate Social Responsibility – A Business Contribution to Sustainable Development, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2002, ISBN 92-894-3824-X
19. Firemní hodnoty. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce/>
20. GAJDOŠ, Ivo. Představení České podnikatelské rady pro udržitelný rozvoj - CBCSD. *Česká podnikatelská rada pro udržitelný rozvoj - CBCSD* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: https://ci2.co.cz/sites/default/files/souboryredakce/0_predstaveni_cbcsd_grr.pdf
21. HARANTOVÁ, Lenka. *Vnímání sociální reklamy vysokoškolskými studenty*. Zlín: VeRBuM, 2014. ISBN 978-808-7500-521.
22. Homepage. *Business Leader Forum* [online]. [cit. 2021-03-28]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/>
23. HYÁNEK, Vladimír. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. 1 .vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 132 s. ISBN 978-80-210-5651-0,
24. *IPodnikatel.cz: Společenská odpovědnost firem* [online]. 2014. 2020 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/spolecenska-odpovednost-firem/>
25. IT je budoucnost. I tvoje. *Czechitas* [online]. [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.czechitas.cz/cs/>
26. Jablečná slavnost 2019. *Veronica Centrum Hostětín* [online]. [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://hostetin.veronica.cz/jablecna-slavnost-2019-letos-trochu-jinak>
27. K čemu slouží sociální marketing? *MEDIAGURU* [online]. [cit. 2021-03-17]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2012/09/k-cemu-slouzi-socialni-marketing/>
28. KAŠPAROVÁ, K.: Vývoj společenské odpovědnosti podniku a její konkurenční koncepty [online], [cit. 2021-01-21], Dostupné na: <http://www.csronline.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=582>

29. KAŠPAROVÁ, Klára. *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2011. ISBN 978-80-210-5694-7
30. Komerční banka znovu v žebříčku FTSE4Good Index Series. *E15.cz* [online]. 28. července 2020 [cit. 2021-02-23]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/e15-a-byznys/komercni-banka-znovu-v-zebricku-ftse4good-index-series-1371881>
31. KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing, 2018. Expert (Grada). ISBN 978-802-4730-752
32. Kvantitativní výzkum vs. kvalitativní výzkum. *SURVIO* [online]. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/blog/jak-vytvorit-dotaznik/kvantitativni-vyzkum-kvalitativni-vyzkum>
33. Mezinárodní nástroje a standardy CSR: *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/mezinarodni-nastroje-a-standardy-csr/>
34. Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice [online]. prosinec 2015, MPO, Praha (aktualizace), [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/54688/62494/648340/priloha002.pdf>
35. Ministerstvo průmyslu a obchodu: Do ČR přichází Global Compact, největší CSR platforma na světě [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument157233.html>
36. MRAVCOVÁ, Jana, ed. *Průvodce zadáváním veřejných zakázek - nové možnosti zhodnocení veřejných prostředků. Ověřena společnost, 2009*. ISBN 9788087110164
37. Nadace Malý Noe. *Malý Noe* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <http://malynoe.cz/>
38. Nadace Neziskovky.cz [online]. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: https://www.neziskovky.cz/clanky/511_692/fakta_typy-neziskovych-organizaci/
39. Nadační fond Českého rozhlasu. *Nadační fond Českého rozhlasu* [online]. [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: <https://nadacnifond.rozhlas.cz/>
40. Národní cena kvality: Národní ceny kvality předány. Absolutním vítězem se stala firma Albert Česká republika. *Ministerstvo obchodu a průmyslu* [online]. 27.11.2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/narodni-ceny-kvality-predany--absolutnim-vitezem-se-stala-firma-albert-ceska-republika--250941>
41. Národní politika kvality: CSR v ČR. *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/spolecenska-odpovednost-organizaci/csr-v-cr/>
42. Národní politika kvality: Naplňování Národní politiky kvality v České republice na období let 2016 – 2020. *Oficiální portál Rady kvality ČR* [online]. [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.narodniportal.cz/narodni-politika-kvality/>

43. nás. *Moštárna Hostětín* [online]. [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://mostarna.bio/o-nas>
44. Neziskovky v ČR: Kolik jich je, kolik nás stojí, co nám přináší a jaká je jejich budoucnost? *W4T.cz* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://www.w4t.cz/neziskovky-v-cr-kolik-jich-je-kolik-nas-stoji-co-nam-prinasi-a-jaka-je-jejich-budoucnost-36405/>
45. Partnerské organizace. *MIELE* [online]. [cit. 2021-03-18]. Dostupné z: <https://www.miele.cz/domacnost/3417.htm>
46. PAUKNEROVÁ, Daniela. *Psychologie pro ekonomy a manažery. 2., přeprac. a aktualiz. vyd.* Praha: Grada Publishing, 2006. Manažer. ISBN 80-247-1706-9
47. PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál.* Praha: Grada, 2010. Management (Grada). ISBN 978-802-4731-575
48. PLAMÍNEK, J. a kol. *Řízení neziskových organizací.* Praha: Nadace Lotos, 1996
49. PLÁŠKOVÁ, A., a kol. *Společenská odpovědnost firem – aplikace a hodnocení – podnikatelský sektor.* Druhé vydání. Praha: Národní informační středisko podpory kvality, 2009, ISBN 978-80-02-02205-3
50. POKLUDA, Zdeněk. *Baťa v kostce.* 2014. Zlín: Kniha Zlín, 2014. ISBN 978-80-7473-179-2.
51. POKORNÁ, D., 2009. *Společenská odpovědnost firem, jiná cesta k profitu, změna postojů manažerů.* In PRIBULA, M. (ed.) *Podnikanie, Inovácie, Spoločnosť?* Prešov: Vysoká škola mezinárodného podnikania, Prešov. ISBN 978-80-89372-16-4.
52. POKORNÁ, D., 2012. *Koncept společenské odpovědnosti. Obsah. Podstata. Rozsah.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-3348-6.
53. Pomáhejte nám pomáhat. *Centrum Bazalka* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <http://www.centrumbazalka.cz/>
54. Příručka CSR pro veřejnou správu aneb jak se chovat společensky odpovědně, 1. vydání, Národní středisko podpory kvality, prosinec 2016, ISBN 978-80-02-02702-7
55. REKTOŘÍK, Jaroslav, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení.* 3., aktualiz. vyd. Praha: Ekopress, 2010. Meritum (ASPI). ISBN 978-80-86929-54-5
56. Salamon, L.M., Anheier, H.K., Sokolowski, W. and Associates, *The Emerging Sector*, The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies, Baltimore, USA, 1996
57. Síť pro rodinu. *Síť pro rodinu* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: <https://sitprorodinu.cz/>

58. SKOVAJSA, Marek, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2010. Meritum (ASPI). ISBN 978-80-7367-681-0
59. Služby neziskovek se v Česku lepší. Jejich image v očích veřejnosti nikoli. *IDnes.cz* [online]. 2019 [cit. 2021-02-02]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/neziskove-organizace-lepsi-sluzby-horsi-medialni-obraz-zprava-udrzitelny-rozvoj-usaid-avpocr.A191031_123626_domaci_th
60. Směrnice OECD pro nadnárodní podniky: Doporučení pro odpovědné chování podniků v globálním kontextu. Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2013 [cit. 2021-02-12].
61. *Sociologická Encyklopedie: Deskripce* [online]. 11. 12. 2017 [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Deskripce>
62. *Sociologická Encyklopedie: Komparace* [online]. 11. 12. 2017 [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Komparace>
63. Společenská odpovědnost firem: Společenská odpovědnost firem v České republice. *CSR portal: Ústecký kraj* [online]. 2012 [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <http://www.csrportal.cz/cz/spolecenska-odpovednost-firem/spolecenska-odpovednost-v-ceske-republice/spolecenska-odpovednost-firem-v-ceske-republice>
64. Společnost Unilever vévodí odvětví v indexu udržitelnosti. *Unilever* [online]. 13.09.2018 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.unilever.cz/news/news-and-features/2018/spolecnost-unilever-vevodi-odvetvi-v-indexu-udrzitelnosti.html>
65. SPOLU jsme tým. *SPOLU Olomouc* [online]. [cit. 2021-03-30]. Dostupné z: <https://www.spoluolomouc.cz /tym/>
66. STRECKOVA, Yvone. MALÝ, Ivan a kol. *Veřejná ekonomie pro školu a praxi*. Praha: Computer Press, 1998, ISBN 80-7226-112-6.
67. SYROVÁ KAMPAŇ ORGANIZACE DOBRÉ VÍLY DĚTEM UKAZUJE AUTENTICKÉ PŘÍBĚHY DĚTÍ Z DĚTSKÝCH DOMOVŮ. *Asociace společenské odpovědnosti* [online]. 2. 12. 2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz/syrova-kampan-organizace-dobre-vily-detem-ukazuje-autenticke-pribehy-deti-z-detskych-domovu/>
68. ŠAFRÁNEK, P., 2004. Nastal čas pro větší odpovědnost. *Moderní řízení*. Roč. 39, č. 12, ISSN 0026-8720.
69. ŠKARABELOVÁ, Simona, Danuše PROKŮPKOVÁ a Zdeněk MORÁVEK. *Když se řekne nezisková organizace: příručka pro zastupitele krajů, měst a obcí*. 3., aktualiz. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2002. Meritum (ASPI). ISBN 80-210-3031-3

70. ŠVAŘÍČEK, Roman a Klára ŠEĎOVÁ. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-807-3673-130
71. UN Global compact: Who we are. United Nations Global Compact [online]. [cit. 2021-02-06]. Dostupné z: <https://www.unglobalcompact.org/>
72. Univerzita Palackého získala cenu za společenskou zodpovědnost. *Univerzita Palackého v Olomouci* [online]. listopad 2019 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://www.upol.cz/nc/zpravy/zprava/clanek/univerzita-palackeho-ziskala-cenu-za-spolecenskou-zodpovednost/>
73. Úvod. *Apoštolská církev* [online]. [cit. 2021-02-03]. Dostupné z: <https://apostolskacirkev.cz/>
74. Veolia [online]. 25. ZÁŘÍ 2019 [cit. 2021-02-20]. Dostupné z: <https://www.veolia.cz/cs/aktuality/veolia-ziskala-druhe-misto-v-zebricku-indexu-udrizitelnosti-dow-jones-sustainability-index>
75. Vláda České republiky. Státní politika vůči NNO na léta 2015–2020. [cit. 2021-01-01]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/ppov/rmno/dokumenty/statni-politika-vuci-nno-naleta-2015---2020>
76. VOJÍK, V., 2010. Specifika podnikání malých a středních podnikatelů v tuzemsku i v zahraničí. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7357-534-2.
77. Vyhlášení cen Ceny hejtmanky Jihočeského kraje za společenskou odpovědnost. *Českobudejovický deník.cz* [online]. 11.9.2020 [cit. 2021-02-07]. Dostupné z: <https://ceskobudejovicky.denik.cz/ctenar-reporter/vyhlaseni-cen-hejtmanky-jihoceskeho-kraje-za-spolecenskou-odpovednost-20200911.html>
78. World Business Council for Sustainable Development, Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey [online]. 2009. 1 - 6 [cit. 2021-01-21]. Dostupné z: https://www.globalhand.org/system/assets/f65fb8b06bddcf2f2e5fef11ea7171049f223d85/original/Corporate_Social_Responsability_WBCSD_2002.pdf
79. YouKnowHealth, z.ú. *YouKnowHealth* [online]. [cit. 2021-02-04]. Dostupné z: <https://youknowhealth.cz/>
80. ZADRAŤILOVÁ, Dana a kol. Společenská odpovědnost podniků: Transparentnost a etika podnikání. Praha: C.H.Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.
81. Zákon č. 89/2012 Sb.: Zákon občanský zákoník. *ZÁKONY PRO LIDI* [online]. [cit. 2021-01-11]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

Seznam obrázků, tabulek a příloh

Obrázky

Obrázek 1- Rozdělení národního hospodářství.....	26
Obrázek 2- Rozdělení neziskového sektoru.....	26

Tabulky

Tabulka 1 - Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.1	53
Tabulka 2- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.2	53
Tabulka 3- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.3	54
Tabulka 4 - Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.4	54
Tabulka 5- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č. 4b	55
Tabulka 6- Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č. 11	55
Tabulka 7 - Odpovědi neziskových organizací na otázku č. 12	56
Tabulka 8 - Odpovědi neziskových i ziskových organizací na otázku č.7	56
Tabulka 9 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.8	57
Tabulka 10 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.9	57
Tabulka 11 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.9b	58
Tabulka 12 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.9a.....	58
Tabulka 13 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.10	58
Tabulka 14 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.10a.....	59
Tabulka 15 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B2.....	60
Tabulka 16 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B3.....	61
Tabulka 17 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B6.....	61
Tabulka 18 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B7.....	61
Tabulka 19 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B8.....	62
Tabulka 20 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B9.....	62
Tabulka 21 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B10.....	62
Tabulka 22- Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B12.....	63
Tabulka 23 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B13.....	63
Tabulka 24 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B14.....	63
Tabulka 25 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B15.....	64
Tabulka 26 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B16.....	64

Tabulka 27 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B17.....	64
Tabulka 28 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B18.....	64
Tabulka 29 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.B19.....	65
Tabulka 30 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C1.....	65
Tabulka 31 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C3.....	66
Tabulka 32 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C4.....	66
Tabulka 33 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C5.....	67
Tabulka 34 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C6.....	67
Tabulka 35 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C7.....	67
Tabulka 36 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C8.....	68
Tabulka 37 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C10.....	68
Tabulka 38 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C12.....	68
Tabulka 39 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C13.....	69
Tabulka 40 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.C15.....	69
Tabulka 41 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.D1	70
Tabulka 42 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.D2	70
Tabulka 43 - Odpovědi neziskových a ziskových organizací na otázku č.D4	70
Příloha 1 - Dotazník CSR Index	96
Příloha 2 - Přehled zpracovaných dat výzkumného šetření v ziskových a neziskových organizacích.....	103
Příloha 3 - Otázky k polostrukturovanému rozhovoru	128

Přílohy

Příloha 1 - Dotazník CSR Index

CSR Index

Identifikační údaje:

- 1) **Název organizace:**
- 2) **Typ organizace:**
 - Zisková
 - Nezisková
 - Municipalita
- 3) **Oblast činnosti organizace:**
- 4) **Výše obrátu (bez DPH)**
 - Do 50 mil Kč obrat
 - Do 300 mil Kč obrat
 - Do 500 mil Kč obrat
 - Do 1 miliardy Kč obrat
 - Do 1,5 miliardy Kč obrat
 - Nad 1,5 miliardy Kč obrat
- 5) **Počet zaměstnanců**
 - do 10
 - od 10 do 50
 - od 50 do 250
 - nad 250
- 6) **Datum založení společnosti:**
- 7) **Počet založených charitativních organizací, škol, nadací apod.:**
- 8) **Množství peněz vynakládaných na CSR aktivity v Kč:**
- 9) **Množství peněz vynakládaných na charitu a filantropii v Kč:**

V následujícím dotazníku označte vždy pouze jednu odpověď u každé otázky, pokud není uvedeno jinak.

Scoring A) Strategie trvalé udržitelnosti

A1) Hodnoty organizace

1) Máte zpracovanou víceletou strategii (obsahující cíle, partnerství, měřitelné výstupy v oblasti ekonomické, ekologické a sociální, měření dopadů Vašeho působení)? Označte prosím „ano“, pokud Vaše strategie obsahuje všechny uvedené složky.

2) Bere Vaše strategie v úvahu cíle udržitelného rozvoje podle OSN – tzv. SDG (Sustainability Development Goals)?

3) Definovalo vedení organizace jasně své hodnoty a pravidla chování pro své zaměstnance?

3a) Seznámili jste zaměstnance s hodnotami organizace a pravidly chování?

3b) Jak organizace komunikuje své hodnoty a pravidla chování s vnějšími stakeholdery?

Formou elektronickou

- Formou tištěných publikací
- Formou ústní na prezentacích
- Formou neformálních schůzek
- Nesděluje

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

- 4) Znáte principy společenské odpovědnosti v oblasti Vašeho profesionálního působení?
- 5) Provádíte opakované interní měření společenské odpovědnosti organizace (spočívající v monitorování nárůstu porozumění a zlepšování výkonu společenské odpovědnosti)?
- 6) Měříte účinky Vašeho společensky odpovědného chování (tj. nikoli jen výkaz utracených prostředků, ale jejich dopad)?
- 7) Používáte ve Vaší organizaci nějaká formální protikorupční opatření?

A2) Reporting, certifikace

- 8) Zpracováváte každoročně zprávu o společenské odpovědnosti organizace?
 - 8a) v případě, že ano, obsahuje Vaše zpráva výstupy z interního měření společenské odpovědnosti organizace?
 - 8b) Je Vaše zpráva o společenské odpovědnosti organizace veřejně přístupná?
- 9) Jste držiteli nebo poskytovateli oprávnění společenské odpovědnosti organizace (CSR)?

Pozn. Pokud se zaškrtně Ano, automaticky se přejde na bod 9a.

9a) Jste držiteli nebo poskytovateli oprávnění v oblasti společenské odpovědnosti podle:

- SA 8000:2001
- ISO 26000
- OECD
- AA1000
- Global Compact
- SAN
- Ethibel
- GRI
- EFQM
- LBG
- ISO 14001
- UNGPoBaHR
- Jiného

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

A3) CSR politika

- 10) Zajišťujete si odborné vedení společenské odpovědnosti?
- 11) Založili jste v rámci nějakého projektu sociálně prospěšný podnik?
- 12) Získali jste veřejné, nezávislé ocenění v oblasti společenské odpovědnosti?
- 13) Rozvíjíte systematicky vědomosti o společenské odpovědnosti:

- Ano, u zaměstnanců
- Ano, u zákazníků
- Ano, u dodavatelů a velkoodběratelů
- Ano, u jiných stakeholderů
- Ne

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

SCORING B) Ekonomická část

B1) Správa a řízení organizace

- 1) Dbáte na transparentnost ve Vaší finanční politice, (tj. při vyřizování smluv, při jednání s dodavateli, při jednání se sponzory).
- 2) Poskytujete transparentní informace o rozhodovacích postupech v řízení organizace těm stakeholderům, kterých se Vaše rozhodnutí týkají?
- 3) Dbáte o včasné vyřízení partnerských smluv?
- 4) Monitorujete cíleně image své organizace na veřejnosti?
- 5) Dbáte v organizaci na ochranu osobních údajů?
- 6) Podílí se významně majitel/nejvyšší vedení organizace na stanovování vize, která respektuje principy trvalé udržitelnosti a etiky?
- 7) Účastní se majitel firmy nebo členové vedení organizace formálních veřejných iniciativ v oblasti udržitelnosti, sociální etiky nebo společenské odpovědnosti?
- 8) Zajišťujete udržitelnost prostřednictvím rozpočtové odpovědnosti / dlouhodobé ziskovosti organizace?

B2) Vztah k dodavatelům

- 9) Zjišťujete cíleně zpětnou vazbu od svých dodavatelů, sponzorů a dárců?

- Ano, od všech
- Od dodavatelů
- Od sponzorů
- Od dárců
- Ne, od nikoho

V případě, že zaškrtnete „ano od všech“, není nutno zaškrtnout další výčtové otázky.

U této otázky lze označit více možností odpovědi, pokud není označeno „ano“ nebo „ne“.

- 10) Evidujete a řešíte stížnosti svých od svých dodavatelů, sponzorů a dárců?

- Ano, od všech
- Od dodavatelů
- Od sponzorů
- Od dárců
- Ne, od nikoho

V případě, že zaškrtnete „ano od všech“, není nutno zaškrtnout další výčtové otázky.

U této otázky lze označit více možností odpovědi, pokud není označeno „ano“ nebo „ne“.

11) Spolupracujete s jinými partnery (vládní organizace, občanská sdružení, jiné neziskové organizace, podnikatelské subjekty...) při řešení problémů souvisejících se společensky odpovědným řízením Vaší organizace?

12) Je pro vás důležité, jakou reputaci v oblasti společenské odpovědnosti má organizace či osoba (mecenáš), se kterou spolupracujete, nebo která vám poskytuje zdroje?

B3) Vztah k zákazníkům / klientům

13) Zjišťujete cíleně zpětnou vazbu od svých zákazníků na zlepšení Vašich produktů nebo služeb?

Ano, zjišťujeme a zapracováváme do strategie organizace

Ano, pouze zjišťujeme

Ne, nezjišťujeme

14) Zjišťujete cíleně názory svých zákazníků na aktivity Vaší organizace v oblasti společenské odpovědnosti?

Ano, zjišťujeme a zapracováváme do strategie organizace

Ano, pouze zjišťujeme

Ne, nezjišťujeme

15) Poskytujete svým zákazníkům nějaký servis nad rámec zákonných povinností?

16) Zajišťujete proces průběžného zlepšování kvality Vašich výrobků nebo služeb?

Ano, podle dostupných norem

Ano, podle vlastních ověřených nástrojů

Ano, podle srovnání s konkurencí

Ne

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

17) Je vzdělávání zákazníků součástí Vaší politiky komunikace se zákazníky?

B4) Marketing

18) Poskytujete v rámci propagace Vašich produktů nebo služeb pravdivé informace?

19) Využíváte Vaše marketingové aktivity i k propagaci dobročinnosti a jiných etických činností?

20) Dodržujete etická pravidla v propagaci Vašich produktů nebo služeb?

C) Sociální oblast

C1) Jednání se zaměstnanci

1) Motivujete své zaměstnance, aby rozvíjeli své odborné dovednosti (např. pomocí hodnocení výkonu, plánu školení, zkušenosti na jiných pracovištích)?

2) Motivujete své zaměstnance, aby cíleně rozvíjeli dlouhodobou kariéru (kariérní plány) ve Vaší organizaci?

3) Zatrhněte ty protidiskriminační procesy, které aktivně zamezují:

Diskriminaci žen

Diskriminaci etnických skupin

Diskriminaci invalidů

Diskriminaci starších osob

Diskriminaci kvůli sexuální orientaci

- Diskriminaci náboženskou
- Aktivně eliminujeme dětskou práci
- Aktivně eliminujeme nucenou práci
- Aktivně zajišťujeme věkovou rozmanitost zaměstnanců na pracovišti
- Jiné
- Nemáme žádné protidiskriminační procesy

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

- 4) Vedete dialog se zaměstnanci o důležitých záležitostech, které se jich bezprostředně týkají?
- 5) Konzultujete se zaměstnanci změny ve strategii organizace a používáte nástroje zapojující je do rozhodování?
- Ano, obojí
 - Ano, konzultuji strategii
 - Ano, zapojuji zaměstnance do rozhodování
 - Ne
- 6) Monitorujete průběžně vztahy mezi zaměstnanci na pracovišti?
- Ano, monitoruji a používám nástroje na rozvoj
 - Ano, monitoruji
 - Ne
- 7) Zavedli jste nějaká opatření nad rámec zákona v oblasti zdraví a bezpečnosti Vašich zaměstnanců?
- 8) Nabízíte aktivně zaměstnancům vhodnou rovnováhu pracovního a osobního života (např. umožnění pružné pracovní doby, práce z domova, stlačený pracovní týden, zkrácené úvazky, možnost pracovat při rodičovské dovolené nebo sdílená pracovní místa)?
- 9) Máte zavedený transparentní systém finančního odměňování zaměstnanců?
- 10) Poskytujete zaměstnancům benefity?
- Penzijní připojištění
 - Poskytování technického vybavení
 - Služební automobil
 - Podporu podnikání
 - Příspěvky na jazykové kurzy
 - Dovolenu navíc
 - Firemní platební karty
 - Výrobky nebo služby zaměstnavatele za zvýhodněných podmínek
 - Občerstvení na pracovišti
 - Stravenky
 - Příspěvek na společenské akce
 - Příspěvek na sportovní akce
 - Zaparkování soukromého dopravního prostředku v místě pracoviště
 - Příspěvek na nadstandardní zdravotní péči
 - Krátkodobé volno na zotavení

- Příspěvek na dopravu
- Bezúročné půjčky
- Péče o bývalé zaměstnance
- Sociální výpomoc v případě nezaviněné finanční tísně
- Odměnu při odchodu do penze
- Formou kafetérie
- Jiné
- Neposkytujeme

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

C2) Vztah k místní komunitě nad rámec zákonných povinností

11) Máte konkrétní formy spolupráce s organizacemi v obci, ve které sídlíte?

12) Preferujete při své činnosti regionální zdroje?

- Ano, nabízíme uplatnění lidem z okolí
- Ano, nabízíme profesní přípravu mládeže
- Ano, nabízíme pracovní uplatnění pro invalidní občany
- Ano, nabízíme pracovní uplatnění dlouhodobě nezaměstnaným
- Ano, využíváme místních služeb a dodavatelů
- Ano, podporujeme lokální projekty
- Ne

U této otázky lze označit více možností odpovědi.

13) Vedete s obcí (obcemi), ve které sídlíte, otevřený dialog o dopadech Vaší činnosti na region?

14) Pořádáte charitativní a jiné akce ve prospěch života obce?

15) Uzavíráte v rámci Vašeho programu společenské odpovědnosti spolupráci s organizacemi tak, aby výsledkem vaší vzájemné spolupráce bylo zlepšení jejich postavení na trhu?

D) Environmentální oblast

1) Snižujete vliv Vaší organizace na životní prostředí pomocí:

- a) úspory energie?
- b) minimalizace odpadu
- c) využitím recyklace?
- d) kontroly vypouštěných emisí do vzduchu a odpadních vod?
- e) snižováním hluku?
- f) ochrany přírodního prostředí?
- g) udržitelných možností dopravy (např. použitím elektromobilů, kol, dopravy na CNG, dopravy s elektromotory)?
- h) vývoje a inovací současných produktů a technologií či nových podnikatelských aktivit?

2) Vyhodnocujete dopady činnosti Vaší organizace na životní prostředí (např. spotřeba energie, recyklovatelnost nebo míra znečištění)?

- 3) Poskytujete dárčům, sponzorům, obci a dalším stakeholderům jasné a přesné ekologické informace o svém provozu a aktivitách?
- 4) Využíváte zdroje ekologické energie?
- 5) Máte nějaký ekologicky udržitelný produkt, službu technologii, která vás odlišuje od konkurence?

Příloha 2 - Přehled zpracovaných dat výzkumného šetření v ziskových a neziskových organizacích

Co si představujete pod pojmem principy CSR? 1.

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 60%

FORMÁLních odpovědí 40%

Průměrná délka odpovědi: 2 minuty

realizace veřejně prospěšných aktivit 15%
angažovanost vůči okolí 20%
vyvážení mezi naší ziskovostí a spoluzodpovědností za blaho 5%
aktivity nad rámec zákona nebo norem 5%
aktivity očekávané od okolí 40%
součást firemní kultury 10%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 90%

FORMÁLních odpovědí 10%

Průměrná délka odpovědi: 2 minuty

realizace veřejně prospěšných aktivit 20%
angažovanost vůči okolí 15%
vyvážení mezi naší ziskovostí a spoluzodpovědností za blaho 10%
aktivity nad rámec zákona nebo norem 15%
aktivity očekávané od okolí 20%
součást firemní kultury 15%
nezařazené 5%

Máte zpracovávánu víceletou strategii obsahující principy CSR? 2.

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 70%

FORMÁLních odpovědí 30%

Průměrná délka odpovědi: 2 minuty

neformálně 15%
jako součást strategií orientace na zákazníka 10%
jako součást interních firemních procesů 15%
jako součást plánovaných perspektiv potenciálu 15%
jako součást plánovaných finančních perspektiv 5%
jako součást dlouhodobých firemních vizí 35%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi: 4 minuty

neformálně 10%
jako součást strategií orientace na zákazníka 15%
jako součást interních firemních procesů 15%
jako součást plánovaných perspektiv potenciálu 10%
jako součást plánovaných finančních perspektiv 20%
jako součást dlouhodobých firemních vizí 25%
nezařazené 5%

Bere vaše strategie v úvahu alespoň některý z cílů udržitelného rozvoje podle OSN tzv. SDG? 3.

Neziskovky: viz okomentované možnosti odpovědi BD1 rozsah 1-17

SPONTÁnních odpovědi 0%

FORMÁLních odpovědi 100%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

1-20%, 2-10%, 3-10%, 5-10%, 7-10%, 8-10%, 10-15%, 13=5%, 16-5%, 17-5%

Firmy: viz okomentované možnosti odpovědi BD1 rozsah 1-17

SPONTÁnních odpovědi 0%

FORMÁLních odpovědi 100%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

3-10%, 4-10%, 5-10%, 8-20%, 9-20%, 11-10%, 12-10%, 17-10%

Máte u vás jasně definované hodnoty a pravidla chování pro své zaměstnance? 4.

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědi 80%

FORMÁLních odpovědi 20%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

součást kodexu zaměstnanců 30%
součást firemní kultury 25%
kontroling nadřízenými 10%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 10%
součást výběrových řízení nových zaměstnanců 20%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědi 90%

FORMÁLních odpovědi 10%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

součást kodexu zaměstnanců 35%
součást firemní kultury 30%
kontroling nadřízenými 10%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 5%

součást výběrových řízení nových zaměstnanců 10%
nezařazené 10%

Seznámili jste zaměstnance s hodnotami organizace a pravidly chování? Opakujete jim to? 4a

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 90%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 10%

Průměrná délka odpovědi 1,5 minuty

součást výběrového řízení 20%
součást zaškolování nových zaměstnanců 20%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 20%
součást interních motivačních tiskovin 10%
součást pracovní smlouvy 25%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 90%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 10%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

součást výběrového řízení 10%
součást zaškolování nových zaměstnanců 25%
pravidelné průzkumy mezi zaměstnanci 20%
součást interních motivačních tiskovin 15%
součást pracovní smlouvy 25%
nezařazené 5%

Jak seznamujete své zaměstnance s hodnotami organizace a pravidly chování? 4b

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 90%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 10%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

součást výběrového řízení 15%
součást zaškolování nových zaměstnanců 35%
součást interních motivačních tiskovin 15%
součást pracovní smlouvy 30%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 90%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 10%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

součást výběrového řízení 10%

součást zaškolování nových zaměstnanců 45%
součást interních motivačních tiskovin 15%
součást pracovní smlouvy 20%
nezařazené 10%

Jak informujete o svých hodnotách a pravidlech chování vnější stakeholdery? 5

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 40%

FORMÁLních odpovědí 60%

Průměrná délka odpovědi 1,5 minuty

reportování zákazníkům 20%
reportování dodavatelům 20%
reportování médiím 20%
reportování mezinárodním partnerům 20%
reportování zřizovatelům 20%
nezařazené 0%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 70%

FORMÁLních odpovědí 30%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

reportování zákazníkům 30%
reportování dodavatelům 10%
reportování médiím 30%
reportování mezinárodním partnerům 20%
reportování majitelům 10%
nezařazené 0%

Provádíte pravidelná interní měření společenské odpovědnosti organizace? 6

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 60%

FORMÁLních odpovědí 40%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

analýzy výročních zpráv 25%
indexy hodnotící pověst organizace 35%
analýzy na základě poznatků získaných z dotazníků 20%
informace získané z ratingových agentur 15%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

analýzy výročních zpráv 15%
indexy hodnotící pověst organizace 25%
analýzy na základě poznatků získaných z dotazníků 15%
informace získané z ratingových agentur 40%
nezařazené 5%

Měříte účinky vašeho společenský odpovědného chování? 7

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 0%

FORMÁLních odpovědí 100%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

metoda KORP 15%
ČSN ISO 26000:2011 Pokyny pro CSR 10%
OECD Guidelines for Multinational Enetrprises 25%
SA 8000 0%
Global Reporting Iniciative GRI 25%
SAN Social Audit Network 25%
Nezařazené 0%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 0%

FORMÁLních odpovědí 100%

Průměrná délka odpovědi 4 minuty

metoda KORP 20%
ČSN ISO 26000:2011 Pokyny pro CSR 30%
OECD Guidelines for Multinational Enetrprises 0%
SA 8000 30%
Global Reporting Iniciative GRI 15%
SAN Social Audit Network 0%
Nezařazené 5%

Používáte nějaká protikorupční opatření? 8

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 50%

FORMÁLních odpovědí 50%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

informace o všech zakázkách přístupné na intranetu 10%
informace o všech spolupracujících organizacích na intranetu 15%
nákladovost s výdaji na jednotlivé zakázky jsou interně dostupné 10%
vyprecizovaný etický kodex organizace 30%

obeznámění o trestné odpovědnosti právnických i fyzických osob v souvislosti úplatků 30%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 60%

FORMÁlních odpovědí 40%

Průměrná délka odpovědi 4 minuty

informace o všech zakázkách přístupné na intranetu 10%
informace o všech spolupracujících firmách na intranetu 10%
nákladovost s výdaji na jednotlivé zakázky jsou interně dostupné 10%
vyprecizovaný etický kodex organizace 25%
obeznámění o trestné odpovědnosti právnických i fyzických osob v souvislosti úplatků 40%
nezařazené 5%

Zpracováváte každoročně zprávu o CSR, případně je tato zpráva součástí jiné zprávy či dokumentu? 9

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁlních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

výroční zprávy 65%
www stránky 15%
intranet 5%
firemní tiskovina 5%
nezařazené 10%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁlních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

výroční zprávy 55%
www stránky 20%
intranet 5%
firemní tiskovina 20%
nezařazené 0%

Obsahuje vaše zpráva výstupy z interního měření CSR? 9a

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 40%

FORMÁlních odpovědí 60%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

částečně ano 30%
ano 40%

není důvod 25%
nezařazené 5%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 70%

FORMÁLních odpovědí 30%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

částečně ano 25%
ano 55%
není důvod 15%
nezařazené 5%

Je vaše zpráva o CSR veřejně přístupná? 9b

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

www stránky 65%
výroční zpráva na vyžádání 30%
ne 5%
nezařazené 0%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1,5 minuta

www stránky 50%
výroční zpráva na vyžádání 35%
ne 10%
nezařazené 5%

Využíváte v souvislosti s CSR aktivitami vědomě nějaký postup či doporučení formulované obecně uznávanou iniciativou, metodikou, normou či standartem? 10.

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 0%

FORMÁLních odpovědí 100%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

AA1000 0%
GRI 25%
LBG 0%
SA 8000 0%
ISO 26000 10%

ISO 14001 10%

EMAS 0%

OSHAS 0%

ISO 9001 5%

EFQM Model 0%

UN 0%

OECD GME 25%

Social Audit Network 25%

GlobalCompact 0%

ETHIBEL 0%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 0%

FORMÁLních odpovědí 1000%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

AA1000 0%

GRI 15%

LBG 0%

SA 8000 30%

ISO 26000 20%

ISO 14001 10%

EMAS 0%

OSHAS 0%

ISO 9001 5%

EFQM Model 0%

UN 0%

OECD GME 5%

Social Audit Network 15%

GlobalCompact 0%

ETHIBEL 0%

Jste držiteli nějakého certifikátu či ocenění udělovaného uznávanou iniciativou, metodikou, normou či standardem? 10a

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 50%

FORMÁLních odpovědí 50%

Průměrná délka odpovědi 4 minuty

Národní cena za společenskou odpovědnost 0%

Sociálně prospěšná společnost – firma – podnikatel roku 20%

Cena hejtmana kraje za společenskou odpovědnost 30%

Cena v Anketě společenské odpovědnosti 10%

Top filantrop 0%
Cena zdraví a bezpečného životního prostředí 0%
Soutěž firma roku: Rovné příležitosti 30%
CSR Award 0%
Nezařazeno 10%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 60%
FORMÁLních odpovědí 40%
Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Národní cena za společenskou odpovědnost 0%
Sociálně prospěšná společnost – firma – podnikatel roku 15%
Cena hejtmána kraje za společenskou odpovědnost 25%
Cena v Anketě společenské odpovědnosti 5%
Top filantrop 35%
Cena zdraví a bezpečného životního prostředí 5%
Soutěž firma roku: Rovné příležitosti 5%
CSR Award 0%
Nezařazeno 10%

Zajišťujete si odborné vedení společenské odpovědnosti ve vaší organizaci specialistou na oblast CSR? 11

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%
FORMÁLních odpovědí 0%
Průměrná délka odpovědi 1 minuta

CSR manažer 0%
Vrcholové vedení organizace 30%
Marketingové oddělení 0%
Personální oddělení 25%
Externí konzultant 45%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%
FORMÁLních odpovědí 0%
Průměrná délka odpovědi 1,5 minuty

CSR manažer 20%
Vrcholové vedení organizace 45%
Marketingové oddělení 15%
Personální oddělení 10%
Externí konzultant 10%

Založili jste spolek či organizaci, jejichž posláním jsou CSR aktivity? 12

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 75%

Částečně ano – spoluzakládali 20%

Ne 5%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 50%

Částečně ano – spoluzakládali 40%

Ne 10%

Získali jste ocenění, udělované nezávislou organizací? 13

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano – viz otázka 10a 85%

Částečně ano společně se sdruženou podobnou organizací 15%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano – viz otázka 10a 90%

Částečně ano společně se sdruženou podobnou firmou 10%

Rozvíjíte systematicky vědomosti a znalosti o CSR mimo vlastní působišť? 14

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 85%

Dle doporučení vedení organizace 15%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 60%
Dle doporučení vedení firmy 40%

Dbáte na transparentnost ve vašich obchodních záležitostech? B1

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Poskytujete transparentní informace o rozhodovacích procesech v řízení organizace těm stakeholderům, kterých se vaše rozhodnutí týkají? B2

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano vždy: 100%

Ano v případě schválení CSR manažerem: 0%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano vždy: 80%

Ano v případě schválení CSR manažerem:20%

Dbáte o včasné vyřízení smluvních vztahů? B3

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Dbáte v organizaci na ochranu osobních údajů nad rámec uložený legislativou? B4

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 75%

Částečně ano (vyvinutý vlastní SW) 25%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 80%

Částečně ano (vyvinutý vlastní SW) 20%

Podílí se významně nejvyšší vedení organizace na stanovování vize, která respektuje principy SDG? B5

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 90%

Částečně ano 10%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 75%

Částečně ano 25%

Účastníte se veřejných iniciativ v oblasti CSR? B6

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano pravidelně 75%

Ano jen výjimečně 25%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano pravidelně 60%

Ano výjimečně 40%

Zajišťujete udržitelnost prostřednictvím rozpočtové odpovědnosti – dlouhodobé ziskovosti organizace? B7

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 50%

Ne 50%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 60%

Ne 40%

Zjišťujete cíleně zpětnou vazbu od externích stran? B8

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 90%

FORMÁLních odpovědí 10%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano vždy 75%

Ano dle ochoty externí strany 25%

Ano dle parametru efektu 0%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano vždy 60%

Ano dle ochoty externí strany 10%

Ano dle parametru efektu 30%

Evidujete a řešíte stížnosti od externích stran? B9

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano vždy 90%
Ano dle posouzení závažnosti stížnosti 10%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1,5 minuta

Ano vždy 75%
Ano dle posouzení závažnosti stížnosti 25%

Spolupracujete s jinými partnery při řešení problémů souvisejících s CSR řízením vaší organizace? B10

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano pravidelně 80%
Ano ve vyspecifikovaných případech 20%
Ne pouze platíme externí poradenství 0%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 90%

FORMÁLních odpovědí 10%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Ano pravidelně 40%
Ano ve vyspecifikovaných případech 30%
Ne pouze platíme externí poradenství 30%

Je pro vás důležité, jakou reputaci v oblasti CSR má partner poskytující řešení nebo partner poskytující zdroje?

B11

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Určitě ano 80%
Částečně ano 20%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Určitě ano 70%

Částečně ano 30%

Zjišťujete cíleně zpětnou vazbu od občanů obce nebo institucí na zlepšení vašich služeb? B12

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 60%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 40%

Průměrná délka odpovědi 1,5 minuta

Ano vždy 50%

Ano dle zacílení konkrétní akce 30%

Ano pokud si to žádá další partnerská organizace 20%

Firmy:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 100%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 0%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Ano vždy 40%

Ano dle zacílení konkrétní akce 30%

Ano pokud si to žádá další partnerská organizace 30%

Zjišťujete cíleně názory občanů obce nebo institucí na aktivity vaší obce v oblasti CSR? B13

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 70%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 30%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano v delších pravidelných časových intervalech 50%

Ano v reakci na společenské změny 20%

Ano dle interních potřeb 30%

Firmy:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 100%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano v delších pravidelných časových intervalech 40%

Ano v reakci na společenské změny 5%

Ano dle interních potřeb 55%

Poskytujete svým občanům, institucím, spolkům nebo podnikatelům servis nad rámec zákonných povinností? B14

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH ODPOVĚDÍ 80%

FORMÁLNÍCH ODPOVĚDÍ 20%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano dle interních pravidel o CSR 80%

Ano dle typu externího subjektu 20%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano dle interních pravidel o CSR 50%

Ano dle typu externího subjektu 50%

Zjišťujete průběžně kvalitu vašich služeb? B15

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Nezařazeno 0%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 85%

Nezařazeno 15%

Poskytujete v rámci propagace vašich služeb vždy pouze pravdivé a kompletní informace? B16

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Ano s výjimkou kompletnosti z hlediska obchodního tajemství 0%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 65%

Ano s výjimkou kompletnosti z hlediska obchodního tajemství 35%

Je vzdělávání občanů součástí vaší politiky? B17

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 85%

Ne 15%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 45%

Ne 55%

Monitorujete cíleně svoji image na veřejnosti? B18

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁlních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano pravidelně 65%

Ano jen příležitostně 25%

Ano dle předpokládaného ohlasu na cílenou kampaň 10%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano pravidelně 50%

Ano jen příležitostně 15%

Ano dle předpokládaného ohlasu na cílenou kampaň 35%

Využíváte vaše marketingové aktivity i k propagaci konceptu CSR? B19

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 50%

FORMÁlních odpovědí 50%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano pokud to dává smysl 40%

Ano dle dohody s přátelskými organizacemi 25%

Ano pravidelně 35%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 90%

FORMÁlních odpovědí 10%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano pokud to dává smysl 65%
Ano dle dohody s přátelskými organizacemi 30%
Ano pravidelně 5%

Dodržíte etická pravidla ve způsobu propagace vašich služeb? B20

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH odpovědí 100%

FORMÁLNÍCH odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Firmy:

SPONTÁNNÍCH odpovědí 100%

FORMÁLNÍCH odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Motivujete své zaměstnance, aby rozvíjeli své odborné znalosti a dovednosti? C1

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH odpovědí 60%

FORMÁLNÍCH odpovědí 40%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano flexibilní složkou mzdy 75%

Ano finančními příspěvky na vzdělávací aktivity 25%

Ano otevřenými výběrovými řízení uvnitř organizace na vyšší pozice 0%

Ano hodnotícími systémy výkonu práce napříč strukturou 0%

Firmy:

SPONTÁNNÍCH odpovědí 100%

FORMÁLNÍCH odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 3,5 minuty

Ano flexibilní složkou mzdy 60%

Ano finančními příspěvky na vzdělávací aktivity 20%

Ano otevřenými výběrovými řízení uvnitř organizace na vyšší pozice 10%

Ano hodnotícími systémy výkonu práce napříč strukturou 10%

Motivujete své zaměstnance, aby cíleně rozvíjeli dlouhodobou kariéru u vás? C2

Neziskovky:

SPONTÁNNÍCH odpovědí 50%

FORMÁLNÍCH odpovědí 50%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano sociálními benefity 15%
Ano flexibilní složkou mzdy 75%
Ano účasti na pracovních poradách vedení 0%
Ostatní 10%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 80%
FORMÁLních odpovědí 20%
Průměrná délka odpovědi 3,5 minuty

Ano sociálními benefity 25%
Ano flexibilní složkou mzdy 60%
Ano účasti na pracovních poradách vedení 10%
Ostatní 5%

Vyberte oblasti prevence, kterým vaše organizace zamezuje: C3

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 0%
FORMÁLních odpovědí 100%
Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Diskriminace žen 65%
Diskriminace etnik 15%
Diskriminace invalidů 15%
Diskriminace náboženskou 5%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 0%
FORMÁLních odpovědí 100%
Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Diskriminace žen 25%
Diskriminace invalidů 40%
Diskriminace starších osob 20%
Dětská + nucená práce 15%

Dbáte záměrně na vašich pracovištích na vyváženost zaměstnanců? C4

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 90%
FORMÁLních odpovědí 10%
Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Pozitivní diskriminace je v rozporu s vnitřním etickým kodexem 85%
Bez komentáře 15%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 60%

FORMÁlních odpovědí 40%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Pozitivní diskriminace je v rozporu s firemním etickým kodexem 90%

Bez komentáře 10%

Vedete dialog se zaměstnanci o důležitých záležitostech, které se jich týkají? C5

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Pravidelné interní brífinky 75%

Kvartální interní hodnocení zaměstnance a opačně hodnocení zaměstnavatele 25%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 3,5 minuty

Součást firemní personalistické HR agendy 65%

Pravidelné brífinky jednotlivých oddělení firmy 35%

Konzultujete se zaměstnanci změny ve strategii organizace a používáte nástroje zapojující je do rozhodování? C6

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Pravidelné interní brífinky 75%

Kvartální interní hodnocení zaměstnance a opačně hodnocení zaměstnavatele 25%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Součást firemní personalistické HR agendy 100%

Monitorujete průběžně vztahy mezi zaměstnanci na pracovišti? C7

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ne 100%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ne nad rámec pracovně/právní legislativy 65%

Absolutně ne 35%

Zavedli jste nějaká opatření nad rámec zákona v oblasti zdraví a bezpečnosti vašich zaměstnanců? C8

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 60%

FORMÁLních odpovědí 40%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Připojištění hrazené zaměstnavatelem 75%

Ne pokud nebyl požadavek zaměstnance/ů 25%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 90%

FORMÁLních odpovědí 10%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Připojištění hrazené zaměstnavatelem 60%

Ne pokud nebyl požadavek zaměstnance/ů 40%

Nabízíte aktivně zaměstnancům vhodnou rovnováhu pracovního a osobního života? C9

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano s garancí v pracovní smlouvě s příslušnými dodatky 70%

Ano s garancí zaměstnaneckého svazu 30%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Ano s garancí v pracovní smlouvě s příslušnými dodatky 55%

Ano s garancí zaměstnaneckého/odborového svazu 45%

Máte nad rámec zákona zavedený transparentní systém finančního odměňování zaměstnanců? C10

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Penzijní připojištění 10%
Služební automobil pro soukromé účely 45%
Stravenky 30%
Příspěvky na další vzdělávání za účelem zvýšení své kvalifikace 15%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 60%
FORMÁLních odpovědí 40%
Průměrná délka odpovědi 3,5 minuty

Penzijní připojištění 10%
Poskytování technického vybavení 25%
Služební automobil pro soukromé účely 20%
Výrobky firmy za zvýhodněnou cenu 10%
Stravenky 20%
Příspěvky na další vzdělávání za účelem zvýšení své kvalifikace 10%
Odměnu při odchodu do penze 5%

Máte konkrétní formy spolupráce s organizacemi v oblasti, ve které sídlíte? C12

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100% "
FORMÁLních odpovědí 0%
Průměrná délka odpovědi 1 minuty

Benefice 70%
Sponzoring 30%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%
FORMÁLních odpovědí 0%
Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Benefice 25%
Sponzoring 25%
Nadační fond 50%

Preferujete při své činnosti regionální zdroje? C13

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%
FORMÁLních odpovědí 0%
Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano zásadně 40%
Ano dle typu zdrojování 60%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 50%

FORMÁlních odpovědí 50%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano zásadně 30%

Ano dle typu zdrojování 70%

Pořádáte charitativní a jiné akce ve prospěch života oblasti? C14

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁlních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Uzavíráte nad rámec zákona v CSR spolupráce s organizacemi tak, aby výsledkem vaší vzájemné spolupráce bylo zlepšení jejich postavení na trhu? C15

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 30%

FORMÁlních odpovědí 70%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano bez podmínek 80%

Ano s podmínkou synergického efektu vůči naší organizaci 20%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 40%

FORMÁlních odpovědí 60%

Průměrná délka odpovědi 3,5 minuty

Ano bez podmínek 55%

Ano s podmínkou synergického efektu vůči naší firmě 45%

Snižujete nad rámec zákona vliv vaší organizace/firmy na životní prostředí pomocí: D1

NEZISKOVKY

SPONTánních odpovědí 0%

FORMÁlních odpovědí 100%

FIRMY

SPONTánních odpovědí 0%

FORMÁlních odpovědí 100%

Průměrná délka odpovědi neziskovky: 2 minuty + průměrná délka odpovědi firmy: 4 minuty

Úspory energie: neziskovky ano 100% / firmy ano 100%
Minimalizace odpadu: neziskovky ano 100% / firmy ano 100%
Využitím recyklace: neziskovky ano 100% / firmy ano 100%
Kontroly vypouštěných emisí do vzduchu a odpadních vod: neziskovky ano 100% / firmy ano 100%
Udržitelných možností dopravy: neziskovky ne 0% / firmy ano 100%
Vývoje a inovací současných produktů a technologií a podnikatelských aktivit: neziskovky ne 0% / firmy ano 100%
Ochrany přírodních zdrojů: neziskovky ano 100% / firmy ano 100%

Vyhodnocujete dopady činnosti na životní prostředí v oblasti, ve které sídlíte? D2

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 80%

FORMÁLních odpovědí 20%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano pravidelně 45%

Ano dle pokynů vedení 55%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano pravidelně 30%

Ano dle pokynů vedení s CSR manažerem 70%

Poskytujete dárcům, sponzorům, obci a dalším stakeholderům pouze pravdivé a kompletní ekologické informace o svém provozu a aktivitách? D3

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Firmy:

SPONTÁnních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ano 100%

Využíváte ve vaší organizaci zdroje ekologických energií? D4

Neziskovky:

SPONTÁnních odpovědí 70%

FORMÁLních odpovědí 30%

Průměrná délka odpovědi 2 minuty

Ano 65%
Částečně 30%
Ne 5%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 90%

FORMÁLních odpovědí 10%

Průměrná délka odpovědi 3 minuty

Ano 55%
Částečně 40%
Ne 5%

Máte nějaký ekologicky udržitelný produkt, službu, technologii, která vás odlišuje od konkurence? D5

Neziskovky:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ne 100%

Firmy:

SPONTánních odpovědí 100%

FORMÁLních odpovědí 0%

Průměrná délka odpovědi 1 minuta

Ne 100%

Příloha 3 - Otázky k polostrukturovanému rozhovoru

1. Čím se organizace zabývá?
2. Kolik čítá organizace zaměstnanců?
3. Víte, co to je koncept CSR, mohl byste to popsat svými slovy, jak to vnímáte vy? Odkud to víte?
4. Máte koncept CSR implementován v organizaci? Pokud ano, od kdy jej máte implementován a máte ho zaveden jako samostatnou část nebo jako součást strategie?
 - a. Prostřednictvím jaké metodiky jste implementovali koncept CSR?
5. Jak vnímáte koncept CSR z pohledu neziskové organizace? Vnímáte nějaké plusy nebo mínusy?
6. Jak si myslíte, že to ve světě neziskových organizací je s konceptem CSR (z pohledu zavádění, realizace, měření nebo udržování)? Nebo myslíte, že je to pro každou neziskovou organizaci individuální?
7. Je ve vaší organizaci pověřená osoba, která se stará o koncept CSR tedy i CSR aktivity? Jakým způsobem udržujete koncept CSR?
8. Zaznamenáváte, kolik peněz vkládáte do aktivit CSR? Kdo zaznamenává tyto informace?
9. Měříte výkonnost konceptu CSR dle nějakého indexu?
10. Máte připravenou nebo právě probíhá nějaká CSR aktivita? Pokud ano, jaká?
11. Jak často provádíte CSR aktivity v rámci jednoho roku?
12. Máte v organizaci pravidelně opakovanou CSR aktivitu?
13. Která kompetentní osoba si myslíte, že by měla mít organizaci koncept CSR na starost?
14. Vzhledem k tomu, že koncept CSR se neustále vyvíjí, víte, kde se dozvědět nové informace o konceptu CSR?

Anotace

Bibliografický údaj: HOFFMANNOVÁ, Vanda. Koncept společenské odpovědnosti v neziskových organizacích. Olomouc 2021. Diplomová práce. Moravská vysoká škola Olomouc. Vedoucí práce: PhDr. Dana Bernardová, Ph.D.

Název práce: Koncept společenské odpovědnosti v neziskových organizacích

Autor: Bc. Vanda Hoffmannová

Ústav: Ústav společenských věd a práva

Vedoucí práce: PhDr. Dana Bernardová, Ph.D.

Abstrakt:

Diplomová práce se zabývá konceptem CSR v neziskových organizacích. Cílem práce bylo zjistit, v čem je koncept CSR specifický v neziskových organizacích a sesbírat fakta pro navržení vah dotazníku CSR Eta Index 2019 pro neziskové organizace. V teoretické části bylo definováno, co to neziskové organizace jsou a jaká jsou specifika konceptu CSR v neziskovém sektoru. Metodika práce popisuje metody, které byly použity v praktické části. Pro zpracování dat byl využit kvalitativní i kvantitativní výzkum. Praktická část předkládá výsledky všech výzkumů, které jsou závěrem zhodnoceny. Pracovala jsem s kvantitativními daty získanými od 45 neziskových organizací a dále s kvalitativními daty, které jsem získala od 5 jiných neziskových organizací. Výstupem jsou sesbíraná a zhodnocená data. Důležitým zjištěním bylo, jaký je stav konceptu CSR v neziskových organizacích, kdo je nositelem informací a jaké rozdíly jsou v ziskových a neziskových organizacích.

Klíčová slova: koncept CSR, společenská odpovědnost, metodiky, neziskové organizace, ziskové organizace.

Title: CSR concept in non-profit organizations

Author: Bc. Vanda Hoffmannová

Department: Department of Social Sciences and Law

Supervisor: PhDr. Dana Bernardová, Ph.D.

Abstract:

The diploma thesis deals with the concept of CSR in non-profit organizations. The aim of the work was to find out what is the concept of CSR in non-profit organizations and to collect facts for designing the weights of the CSR Eta Index 2019 questionnaire for non-profit organizations. The theoretical part defined what non-profit organizations are and what are the specifics of the concept of CSR in the non-profit sector. The methodology describes the methods that were used in the practical part. Qualitative and quantitative research was used for data processing. The practical part presents the results of all research, which are evaluated in the end. I worked with quantitative data obtained from 45 non-profit organizations and with qualitative data obtained from 5 other non-profit organizations. The output is collected and evaluated data. An important finding was what is the state of the CSR concept in non-profit organizations, who is the bearer of information and what are the differences in for-profit and non-profit organizations.

Keywords: CSR concept, Social Responsibility, methods, nonprofit organizations, profitable organizations.