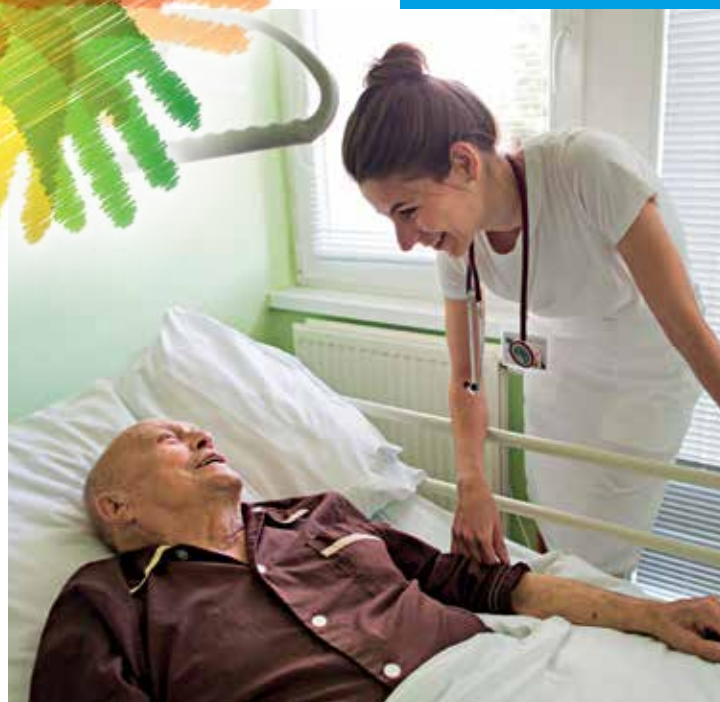


Společenská zodpovědnost firem



Daří-li se ekonomice, daří se i dárcovství

I když ekonomové slyší první známky zadýchávání tuzemského hospodářství, šlapou zatím české firmy jako dobře namazaný stroj. Je to vidět nejen na pokračujícím, i když pomalejším růstu, ale také na dárcovských aktivitách podniků i veřejnosti.

Poměrně dlouhá ekonomická konjunktura se projevila například na listopadovém světovém dni dárcovství. V rámci Giving Tuesday, který letos připadl na 27. listopadu, darovaly firmy i jednotlivci rekordních více než 31 milionů korun. To je výrazně více než loni, kdy se vybralo "jen" 7,5 milionu korun. Na druhou stranu, pokud porovnáme toto číslo s tím, že Češi v roce 2017 prosázeli 224 miliard korun, není peněženka tuzemských dárců otevřená tak dokořán, jak by se mohlo na první pohled zdát.

Přání a realita

Podobně rozporuplný dojem přináší také pohled na tuzemské dobrovolnictví. O tom, že by se do něj zapojilo, uvažuje celých 67 procent Čechů. Což je skvělé číslo. Jenže realita je poněkud jiná. Skutečně se do dobrovolnických akcí zapojuje pouze 15 procent veřejnosti. Je to vůbec nejnižší číslo ze 34 zemí, které v rámci svého průzkumu porovnávala personálně poradenské společnost Randstad. K většímu zapojení by se tuzemští zaměstnanci odhodlali pouze v případě, kdyby jim zaměstnavatel na tyto aktivity poskytl placené volno. Tím by však pomáhala spíše firma než její pracovníci a dobrovolnictví by bylo spíše formální než skutečné.

Nová generace

Změnu k lepšímu v tomto přístupu může přinést generační výměna. Mladí lidé ve školách s osvědčeným vedením se pravidelně zapojují do dobrovolnických činností. A to nejen v rámci výuky, ale i po jejím skončení. I díky tomu téma společenské odpovědnosti výrazně rezonuje mezi generací takzvaných mileniálů. Podle amerického průzkumu Millennial Employee Engagement Study si 83 procent lidí z této generace přeje, aby jim zaměstnavatel umožnil věnovat se dobrovolnictví i na úkor platu a až 75 procent mileniálů by si zvolilo práci pro společensky odpovědnou firmu, také i za cenu nižšího platu. V době, kdy firmy obtížně obsazují i dobře placené pozice, tak může být společenská angažovanost podniku jedním z důležitých faktorů pro přilákání zaměstnanců.



Sbírka je jeden z nejstarších a stále nejčastějších způsobů, jak pomoci druhým v tísní. Na snímku lidé přispívají v rámci každoroční celonárodní takzvané dušičkové sbírky. V roce 1949 ji vedle Katolické charity pořádal Československý červený kříž.

Vliv CSR

Chování firem v oblasti společenské odpovědnosti si však nevšímají jen mileniálové. Z průzkumu agentury Ipsos vyplývá, že 78 procent zaměstnanců považuje za důležité, zda je jejich zaměstnavatel společensky odpovědný.

O CSR aktivity společností se rovněž v rostoucí míře zajímají také zákazníci. Podle výzkumu by si 58 procent Čechů bylo ochotno připlatit za produkt, který je šetrný k životnímu prostředí. U mladší generace a ve vyspělých zemích jsou tato čísla ještě lepší. Například studie Nielsen Global Corporate Sustainability Report z roku 2015 uvádí, že připlatit si za produkty udržitelné hospodařících firem je ochotno 66 procent lidí, v kategorii mileniálů je to dokonce 73 procent. Ve srovnání s rokem 2014 přítom tato čísla vzrostla o 11, respektive 23 procentních bodů.

Nezbývá než věřit, že stejně překotně poroste společenská odpovědnost také v Česku a v mezinárodních srovnáních za několik let již země nebude obsazovat poslední příčky. Kdy jindy než v dobách, kdy je ekonomika na vrcholu. ■ **Dalibor Dostál**

Sociální výdaje v meziválečném období byly proti dnešku zanedbatelné

Sté výročí vzniku Československé republiky je příležitostí ohlédnout se i v oblasti sociální solidarity.

Podle historika Jakuba Rákosníka byla první republika z tohoto pohledu spíše nadprůměrná.

Jak dalece sahají kořeny organizované či řízené pomoci chudším lidem?

Ochrana sociálně potřebných patří k jakékoli lidské civilizaci. V evropském okruhu například římská republika ve druhém století př. n. l. podělovala chudé obilím. Číňané již v 11. století znali princip progresivního zdanění či státní sýpky pro vyrovnávání cen na obilním trhu.

Kdo se postupně v této oblasti nejvíce angažoval?

Když se podíváme na evropský civilizační okruh - nejprve ve středověku je výhradním subjektem církev. Ta provozuje různé špitály

nebo podporuje chudinu almužnictvím. To trvá do šestnáctého století, kdy se s nástupem reformace rozpadne monopol katolické církve. V důsledku inflace, tedy cenové revoluce, a rychlého populačního růstu vzrůstal počet sociálně potřebných. V protestantských zemích navíc církve neměly tolik prostředků. Proto postupně břemeno sociální péče začalo v celé Evropě přecházet stále více na obce. Teprve od konce 19. století začne více povinnosti přebírat na svá bedra stát. Církev již ustupuje zcela do pozadí.

Předpokládám, že se lišily i způsoby ochrany?

V sociální politice můžeme rozlišit jednak rovinu dobrovolné solidarity, ze které vychází tradiční charita a almužnictví, jednak rovinu povinné solidarity, na kterou navazují moderní systémy sociálního pojištění a daňové redistribuce v rámci dávek financovaných z daní.

Zásadní změna tedy přichází s reformací?

Zaprve s reformací, zadruhé s průmyslovou revolucí v devatenáctém století. V jejím důsledku se mění struktura společnosti, »

298391/11

INZERCE



Podpora sociálního a neziskového sektoru není jenom o penězích. My v MikroFinu o tom víme své.

• Jak MikroFin funguje?

MikroFin je služba, která kromě mikroúvěrů zprostředkovává smysluplné propojení mezi filantropií či filantropickými firmami s neziskovým sektorem, zejména sociálními podniky.

Chce-li firma podpořit sociální aktivity ve svém regionu, je nejjednodušší možností poskytnutí daru či dotace. V MikroFinu jsou místo poskytnutí daru, nebo zafinancování jednoho konkrétního projektu, tyto finanční prostředky návratné. Neziskové organizaci jsou pouze zapůjčeny. Po splacení mohou být uvolněny pro další projekt či organizaci.

V rámci Etického kodexu Mikrofinancování (MF) je pro jejich návratnost vytvořen mechanismus individuálního přístupu a individuálních podmínek MF úvěru. Těž je vytvořena neagresivní citlivá podpora formou mentoringu a doplňkových služeb.

Další velmi funkční variantou je zprostředkování dlouhodobějšího obchodního vztahu mezi filantropem a konkrétní neziskovou organizací, kdy smluvní zakázky mezi

Učíme sociální podniky chytat ryby

nimi vytvoří záruku pro obě strany přijatelnou. Vytváří se tak síť vzájemně spolupracujících organizací podnikajících se sociálním přesahem a nové obchodní vztahy.

• Zapojit se může každý

Spolupráce se sociálními podniky je pro firmy nejen důležitá co se týká naplnění pilířů CSR, ale v nemalé míře také proto, že lidé z firem poznají svět, kde jsou věci složitější a nejsou samozřejmostí. Lidé v neziskovém sektoru musí svou práci dělat jako poslání a s vědomím, že pomáhají tam, kde je to třeba, protože jejich výdělky jsou mnohdy na hranici minimální mzdy a výkon práce na maximum fyzických i psychických sil.

Jednou z možností, jak pomoci neziskovému sektoru, je využití služeb mikrofinancování a to nejen v oblasti mikroúvěrů, ale také v mentoringu marketingových a obchodních dovedností, finančního plánování a HR. Tyto služby zajišťuje MF přímo na míru. S individuálním přístupem pracuje na konkrétních věcech ke zlepšení nebo pochopení. Problémem mnoha neziskových a sociálních organizací je, že si nemohou dovolit kvalitní, pro ně drahý marketing včetně PR pro rozvoj svých služeb a výrobních činností. Také se mnohdy špatně orientují na poli obchodním.

Podstatou MF je nejen poskytnutí návratného mikroúvěru, ale přivádět neziskový sektor k tomu, aby byl zodpovědným partnerem. Aby „chytal ryby sám“ a nečekal na dary a dotace. Trendem dnešní doby je směřovat rozvoj sociálních a neziskových organizací k úspěchu a flexibilitě dle potřeb trhu. To vše v rámci jejich vize rozvoje tak, aby nebyly závislé na dotacích a mohly svobodně růst a naplnit svou službu. K tomuto naplnění potřebují i partnerské vazby.

• Jak se rozhodovat ke spolupráci, která má smysl

Určitě podle svých možností, zájmů a chuti vedení i zaměstnanců pomáhat. Například je dobré udělat mezi zaměstnanci anketu, komu pomůžeme, nebo kterou organizaci si „adoptujeme“ dlouhodobě. Tato pomoc nemusí být jen finanční, ale třeba taková, že jim ukážete, jak dělat PR, marketing, jak hledat zákazníky, nebo že si sami u nich objednáte zboží či služby (pokud je to možné). Prostě jim dáte šanci růst. Finance jsou vždy až na druhém místě. Když se nenaučí oceňovat hodnotu své práce, služby a získávat zakázky, které jim pokryjí náklady na provoz, pak jim dary nikdy nebudou stačit. Jestliže se bavíme o financích, pak je to zejména na rozšíření, vybavení nebo na rekonstrukci provozu tak, aby mohly lépe a snadněji fungovat. MikroFin proto preferuje investice do jejich pracovních nástrojů, vybavení a nových technologií.

V MikroFinu máme mnoho příkladů dobré praxe, kde to takto funguje. Víme také, že je těžké najít zrovna tu pravou organizaci, která by splňovala to, co firmy potřebují a očekávají, ale věřte, jde to.

• Dlouhodobá spolupráce je základ oboustranného úspěchu.

V dlouhodobém vztahu se časem stírají rozdíly mezi tím, kdo je velký a silný a tím, kdo se učí. Neziskový sektor je víc než často invenční a dodává mnohdy „vyšší“ smysl zaměstnancům na obou stranách.

Dle našich zkušeností se obě strany mají možnost učít se od sebe navzájem.

S námi porostete.
www.mikrofin.cz

» vznikají nová sociální rizika, která dříve neexistovala. Musíme si uvědomit, že do té doby byla jednou z nejdůležitějších sociálně zachytných jednotek širší rodina v rámci venkovské agrární komunity. Průmysl s sebou přináší přesun obyvatel do měst, vyvázání nukleární rodiny z širších rodových vazeb a její závislost na námezdním poměru. A co nyní s lidmi, kteří z důvodu stáří, nemoci či invalidity nemohli pracovat za mzdu? Najednou dosavadní filantropie a obecní péče nestačí. Začnou vznikat počátky toho, čemu dnes říkáme sociální stát, založený na rostoucí povinné solidaritě, spočívající v nuceném sociálním pojištění a rostoucí daňové redistribuci.

Jaký vliv na tuto oblast mělo osvícenství osmnáctého století?

Do osvícenské filozofie patří i filantropické myšlení. Ale přišly i opačné postoje. Například pozdní anglický osvícenec, jeden ze zakladatelů moderní ekonomie a demografie Thomas Robert Malthus před sociální politikou varuje a říká, že jakákoli redistribuce ve prospěch chudých je neefektivní a společnosti škodí, protože čím více dáte chudým peněz, tím užíví více dětí a tím rychleji dojde k přelidnění a nedostatku. To je poměrně nové v evropském myšlení a prosazuje se s moderní ekonomikou.

Který stát a kdy přišel poprvé s povinnou solidaritou?

První povinné sociální pojištění vzniká v osmdesátých letech devatenáctého století v Německu. Ale odtud se to šíří velmi rychle do ostatních zemí. Habsburská monarchie jej zavádí ve stejné době. Do druhé světové války již nějakou formu pojištění měly všechny evropské země. Jako poslední z rozvinutých zemí uzákonily povinné pojištění USA v roce 1935.

Kdy do filantropie vstupují velké podniky?

V poslední třetině devatenáctého století si již začínají podniky postupně v rámci svého personálního managementu vytvářet benefity pro své zaměstnance. Nejvíce jsou v tomto ohledu v pozdním devatenáctém století známé asi Kruppovy závody v Essenu. Ale u většiny firem to přichází až v meziválečném období pod vlivem nových forem managementu v podobě taylorismu a fordismu. V 19. století to má spíše jen nahodilý rys.

Říkáte, že církev je od 19. století zcela v pozadí. Ale co například YMCA a Armáda spásy?

Církevním organizacím včetně YMCA a Armády spásy trochu křivdím, provádějí důležitou činnost, která vyplňuje řekněme díry v povinné solidaritě. Například v sociální péči o bezdomovce nebo o lidi v akutní krizi je církev nezastupitelná. Ale z kvantitativního hlediska, kolik prostředků na tuto oblast vynakládají církve a kolik jde ze státních prostředků, to je nesrovnatelné.

Jak na tom z mezinárodního pohledu v oblasti sociální politiky byla první republika?

Podíváme-li se na statistiku, například kolik šlo prostředků v meziválečném Československu na sociální transfery, tak byla nadprůměrná. Avšak z dnešního pohledu se to zdá být jako zanedbatelná čísla. Jestliže dnes v EU se na sociální výdaje, tedy sociální transfery, vzdělání, zdravotnictví, vynakládá průměrně kolem 30 procent HDP, tak nejrozvinutější státy mezi válkami dávaly z veřejných zdrojů kolem šesti procent.

Jaké kroky vymykající se z normálu učinila v tomto směru nová republika?

Ve dvacátých letech měla několik legislativních experimentů.



JAKUB RÁKOSNÍK

Vystudoval historii a politologii na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy, kde získal i doktorát z hospodářských a sociálních dějin. Dnes je docentem v oboru moderních hospodářských a sociálních dějin a přednáší na Filozofické fakultě UK a na Univerzitě Jana Amose Komenského v Praze.

Foto Michael Tomáš E15

Asi takovým vrcholem bylo zavedení sociálního pojištění v roce 1924, v této době to bylo až unikátní. Vládní strany chtěly vytvořit pojistný systém zahrnující všechny občany, což tehdy bylo výjimečné. Prvním krokem byl zákon pro zaměstnance a v roce 1925 i pro samostatně výdělečně činné občany. Jenomže to nikdy nenabýlo na účinnosti, protože pravicové strany, které vytvořily koalici v roce 1926, již odmítly zatěžovat výrobce dalšími náklady na pojištění. Pro dnešek může být inspirativní také to, že nebylo založeno na průběžném financování, nýbrž na kapitalizaci pojistného.

Měla krize v třicátých letech vliv na přístup státu a organizací k vzrůstající chudobě?

Důsledek se odrazil okamžitě ve výdajích státu na podporu nezaměstnaných, od roku 1931 byly největší sociální položkou. Do té doby byla největší položkou podpora válečných poškozených z první světové války. Hlavně ale v důsledku krize se začal prosazovat názor, že dosavadní systémy sociální ochrany jsou nedostatečné. A tato zkušenost vedla po druhé světové válce k budování „evropského sociálního modelu“ na Západě a jistotám socialistické diktatury na Východě.

Takže podpora v nezaměstnanosti už existovala?

Podpory v nezaměstnanosti existovaly. Z těch evropských zemí, které podpory měly, půlka měla povinné pojištění, půlka dobrovolné, takzvaný gentský systém. Ten měla i ČSR. Pojištění si platili odboráři, takže podporu získal jen ten, kdo v odborech byl. Stát k podporám jen přispíval. I díky němu patřila ČSR k zemím s nejvyšší odborovou organizovaností na světě. Chyběla však pomoc samostatně výdělečně činným. Zrušili to až nacisté za okupace.

Jak fungoval v té době vzhledem k dárcovství soukromý sektor?

Zintenzivněla dobrovolná charita, která však mnohdy měla politický podtext. Organizovaly ji často politické strany, které tím sledovaly zisk hlasů. Zvláště tím prosluli henleinovci. Organizovali různé sbírky pro své sociálně potřebné, zabezpečovali jim pracovní uplatnění, a tím posilovali svůj vliv. Dopad krize v německých oblastech republiky byl podstatně horší, protože tam byl lehký průmysl, odkázaný na export. Takže Henleinovi a spol. nedalo moc práce přesvědčit německé obyvatelstvo, že za bídu mohou Česloslováci, protože v českém vnitrozemí byl dopad krize mírnější.

A české strany?

Socialistické strany a křesťanští sociálové, lidovci, byli po celou dobu krize ve vládní koalici, tak se spíše orientovali na prosazování sociální legislativy, a ne na pouliční charitu. Proti pravicovým stranám, které v krizi hájily úspornou rozpočtovou politiku a sociální škrtky, však byly v silně defenzivní pozici.

Přejděme k fenoménu Baťa.

Baťa byl sice solitér, ale nebyl zdaleka sám, kdo realizoval podnikové benefity pro zaměstnance. Jedinečný je svou promyšlenou snahou ovládat život zaměstnanců komplexně včetně jejich volného času, aby jej využili pro maximalizaci svého pracovního výkonu. V tom některé lidi dodnes jeho projekt láká a fascinuje, jiné svým racionalizačním diktátem děsí. Sociální politika, ať již státem organizovaná, nebo podniková, má vždycky dvě tváře. Není to jen pomoc potřebným členům společnosti, je to i nástroj jejich ovládnutí a kontroly. Na to bychom neměli nikdy zapomenout. ■

Vlastimil Poliačik

V ING děláme dobro všichni a po celý rok

Pomáhat se má nejen o Vánocích. Příkladem toho, jak to dělat hlavou i srdcem a ještě do toho zapojit celou firmu, je ING Bank, lídr v oblasti společenské odpovědnosti mezi českými finančními institucemi. O tom, komu všemu letos pomohli či udělali radost, jsme si povídali s Veronikou Němcovou, předsedkyní ING Bank Fondu Nadace Terezy Maxové.

Blíží se Vánoce, čas dělat radost. Čím přispíváte v ING?

Veronika Němcová: V čase blížících se Vánoc stejně jako loni pořádáme akci pro děti z dětských domovů. Loni jsme byli v Divadle Spejbla a Hurvínka, letos jsme vzali děti na kouzelnické představení Pavla Kozíška. Tradičně zveme na představení i děti zaměstnanců. Ale předvánoční čas v ING vlastně začíná tradičně již v listopadu charitativní snídaní. Zaměstnanci upečou nejrůznější sladké a slané dobroty a ráno se sejdem na společné snídání, jejíž výtěžek pošleme na vzdělávání či rozvoj dětí z dětských domovů nebo v pěstounské péči. O volbě konkrétního projektu hlasují naši zaměstnanci na intranetu. Vybranou částku od zaměstnanců navíc banka vždy zdvojnásobí.

Jaký projekt vybrali?

Veronika Němcová: Projekty jsme vybrali dokonce dva. Přispěli jsme prarodičům, kteří mají v pěstounské péči dva školáky, na jejich doučování, a pomohli jsme dětskému domovu financovat nájem „tréninkového bytu“. V něm mohou mladí lidé před opuštěním dětského domova bezpečně získat zkušenosti s provozem domácnosti, hospodařením s penězi, mezilidskými vztahy a novým sociálním prostředím.

To ale pravděpodobně nejsou jediné aktivity, které během roku děláte?

Veronika Němcová: Máte pravdu, dobro se snažíme dělat po celý rok. Z pohledu veřejnosti je asi nejnámější akce, do které se již



Zleva Veronika Němcová, předsedkyně ING Bank Fondu Nadace Terezy Maxové, na startu letošního ročníku Teribear hýbe Prahou. Vedle ní Tereza Maxová, Radek Sedlář, ředitel retailové sekce ING Bank ČR a Isold Heemstra, generální ředitel ING Bank ČR.

tradičně zapojujeme, Teribear hýbe Prahou. Tu podpořili naši zaměstnanci v půlce září svými výkony na pražském Vítkově. Na konto Nadace Terezy Maxové dětem naběhali či nachodili rekordních 3769 km, což v přepočtu na peníze činí téměř 113 tisíc Kč. Pro dobrou věc se zapojilo 140 zaměstnanců, tedy přibližně polovina banky, včetně našeho generálního ředitele Isolda Heemstry.

Zapojit polovinu firmy do takové akce je dobrý výkon. Je to u vás běžné?

Veronika Němcová: Osobně mě těší, že velká část mých kolegů je skutečně zapálená do dobročinných aktivit. Proto i když Teribear byl velmi úspěšný, nebyl naší největší akcí v letošním roce. Tou byl náš celofiremní team building. A nebyli bychom to my v ING, aby také nebyl spojený s konáním dobra. Společně jsme se pustili do revitalizace prostoru pražských Kasáren Karlín. Celkem se zapojilo téměř 200 zaměstnanců včetně nejvyššího vedení, tedy prakticky všichni, kdo nemuseli zajišťovat chod banky. Mimo chodem, historicky šlo o nejuspěšnější teambuilding z pohledu hodnocení spokojenosti zaměstnanců. Potvrdilo se nám,

že dobrovolnictví nás těší a dává našim lidem smysl.

Obnova historické budovy, podpora rozvoje dětí... to jsou hodně různorodé projekty. Kam vlastně směřuje ING svoji společenskou odpovědnost?

Veronika Němcová: Revitalizace karlínských kasáren byl především team building, tam jsme vybírali aktivitu i s ohledem na to, aby-chom mohli zapojit všechny naše kolegy a zároveň byli užiteční. Naši společenskou odpovědnost zaměřujeme primárně na podporu rozvoje talentu dětí v náhradní rodinné péči nebo dětských domovech, jejich vzdělávání či náplň volnočasových aktivit. Druhou významnou oblastí, na kterou se soustředíme, je podpora finanční gramotnosti.

Předpokládám, že i do šíření finanční gramotnosti se zapojují přímo i vaši zaměstnanci.

Veronika Němcová: Ano, je tomu tak. Například již řadu let podporujeme projekt České bankovní asociace Bankéři do škol. Letos v říjnu přednášeli naši bankéři ve dvou pražských základních školách a jednom gymnáziu o tom, jaká kybernetická rizika nejen v souvislosti s bankovníctvím na internetu hrozí.

Věnuje se vaše banka kromě firemního dobrovolnictví také dárcovským aktivitám?

Veronika Němcová: Dárcovské aktivity uskutečňujeme prostřednictvím našeho ING Bank fondu Nadace Terezy Maxové. Jeho grantovou komisí tvoří jak zástupci jednotlivých oddělení banky, tak lidé z Nadace Terezy Maxové. Komise má za úkol vybrat takové žádosti, které odpovídají cílům a zaměření Fondu, tedy vzdělávání a rozvoj talentu znevýhodněných dětí. Ve prospěch těchto žádostí jsou každoročně uvolněny finanční prostředky ve výši 1,5 milionu Kč. Letos jsme podpořili více než sto žádostí.

S letošním rokem tedy můžete být spokojeni?

Veronika Němcová: Rozhodně, podařilo se nám šířit nejvíce dobrých věcí v historii. Nejvíce našich zaměstnanců přišlo na společný teambuilding i běžet pro Teribear, historicky největší účast byla i v rámci akce Do práce na kole a rovněž nejvíce jsme vybrali na charitativní snídání. A už vymýšlíme, jak budeme ještě prospěšnější v příštím roce.



Pomáháme dětem. Ruku na to!

Už **13 let** pomáháme v rámci společenské odpovědnosti znevýhodněným dětem z dětských domovů a pěstounských rodin rozvíjet jejich potenciál a vzdělání, včetně finanční gramotnosti.

Podpořili jsme přes **1191 konkrétních odpovědných projektů**. ING Bank a její zaměstnanci věnovali na ohrožené děti prostřednictvím ING Bank Fondu **28,9 milionu korun**.

V rámci firemního dobrovolnictví jsme zrealizovali **34 akcí**.

Protože dobré věci stojí za podporu.

www.ingnadace.cz



ING BANK FOND NADACE TEREZY MAXOVÉ DĚTEM

