

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

**Analýza vztahu společenské odpovědnosti firem a
mikrofinancování**

**The Analysis of Relation between Corporate Social
Responsibility and Microfinance**

Bc. Jana Vítková

Plzeň 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Analýza vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne 23. 4. 2014

.....

podpis autorky

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Jitce Zborkové, Ph. D. za cenné rady a podnětné připomínky, kterými přispěla k vypracování této diplomové práce.

Dále děkuji pracovníkům společnosti Microfinance a. s., zejména pak Ing. Robinu Maialehovi za ochotu a poskytnuté informace.

V neposlední řadě bych chtěla poděkovat externí konzultantce práce Ing. Lucii Mádlové, Ph. D. za poskytnutí kontaktů a konzultace, které byly důležitým zdrojem při tvorbě této práce.

Obsah

Úvod	8
Metodika	10
1 Společenská odpovědnost firem	11
1.1 Vývoj společenské odpovědnosti firem.....	12
1.2 Oblasti společenské odpovědnosti.....	13
1.2.1 Ekonomická oblast	14
1.2.2 Sociální oblast	14
1.2.3 Environmentální oblast	15
1.3 Teorie zainteresovaných stran	16
1.4 Argumenty pro CSR	17
1.4.1 Přínosy CSR	18
1.5 Kritika CSR	20
1.6 Související pojmy	22
1.6.1 Trvale udržitelný rozvoj.....	22
1.6.2 Společensky odpovědné investování.....	22
1.7 Společenská odpovědnost firem v ČR.....	22
2 Mikrofinancování.....	25
2.1 Příčiny vzniku mikrofinancování	25
2.2 Vývoj mikrofinancí.....	27
2.3 Principy mikrofinancování	28
2.4 Klienti mikrofinančních institucí.....	29
2.4.1 Role žen v mikrofinancování	30
2.5 Mikrofinanční instituce.....	31
2.5.1 Neformální poskytovatelé finančních služeb	31
2.5.2 Semiformální finanční instituce	32

2.5.3	Formální finanční instituce.....	33
2.6	Principy mikrofinančních investic.....	34
2.6.1	Proces poskytování mikrofinančního úvěru.....	35
2.7	Finanční služby poskytované mikrofinančními institucemi.....	36
2.7.1	Úvěry.....	36
2.7.2	Spoření.....	37
2.7.3	Pojištění.....	38
2.7.4	Platební styk.....	39
2.8	Dopady mikrofinancování.....	39
2.9	Mikrofinancování v České republice.....	41
3	Výzkum vztahu CSR a mikrofinancování.....	43
3.1	Výzkumný problém, cíle výzkumu.....	43
3.2	Metodika výzkumu.....	43
3.3	Stanovení hypotéz.....	44
3.4	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	44
3.5	Vyhodnocení hypotéz.....	58
4	Microfinance a. s.	63
4.1	Základní údaje o společnosti.....	64
4.2	Organizační struktura.....	64
4.3	myELEN.....	64
4.4	Projekty.....	65
4.4.1	Půjčky mikrofinančním institucím.....	65
4.4.2	Přímé půjčky farmářům.....	66
4.4.3	Členství v kooperativách.....	67
4.4.4	Rozvojové projekty.....	68
4.4.5	Garantování filantropických investic.....	69

4.5 Partnerské instituce.....	69
4.5.1 Credicece.....	69
4.5.2 Ámbito Productivo	69
4.5.3 Equidad y Justicia.....	70
4.5.4 Incansables Hacia Progreso.....	70
4.5.5 Jarhoperakua.....	70
4.6 Investoři	70
4.7 Aplikace poznatků výzkumu a návrh zlepšení	71
4.7.1 Zlepšení marketingové komunikace.....	71
4.7.2 Přizpůsobení produktů.....	73
4.7.3 Závěrečná doporučení	74
Závěr	75
Seznam tabulek	76
Seznam obrázků	77
Seznam použitých zkratk	78
Seznam použité literatury	79
Seznam použitých elektronických zdrojů.....	81
Seznam dalších informačních zdrojů.....	82
Seznam příloh.....	83

Úvod

Tématem této diplomové práce je analýza vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování. Autorka se společenskou odpovědností firem zabývá již několik let, což se přirozeně odrazilo také ve výběru tématu diplomové práce. Propojení této problematiky s mikrofinancováním zvolila na podnět společnosti Microfinance a. s. zprostředkovávající mikrofinancování v České republice, která výstupy práce využije pro projekt Inovace v CSR.

Oblasti, kterými se práce zabývá, jsou v ekonomickém prostředí České republiky poměrně nové a zejména mikrofinancování prozatím nepříliš využívané. Společenská odpovědnost firem v současné době nabývá na významu, stává se předmětem diskuse odborníků z různých oborů podnikání i akademiků a právě v době ekonomické krize ukazuje svůj strategický význam. Koncept mikrofinancování má pak sice bohatou historii sahající až do 15. století, jeho moderní podoba však ve světě funguje teprve od poloviny 70. let minulého století a u nás je spíše velkou neznámou.

Jedním ze základních cílů práce je tedy přehledné zpracování teoretického základu dané problematiky. Zejména pak mikrofinancování, jelikož k tomuto tématu v podstatě neexistuje česká literatura. Hlavním cílem práce je objasnění vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování na základě empirického výzkumu. Tedy zjištění, zda a jaký je vztah mezi těmito oblastmi, jaké povědomí mají společnosti o mikrofinancování a zda by byly ochotny zahrnout ho do svých aktivit. Dalším cílem práce je pak aplikace zjištěných poznatků přímo na společnost Microfinance a. s. a navrnutí zlepšujících opatření.

Diplomová práce ve své teoretické části nejprve vymezuje pojem společenská odpovědnost firem, poté se podrobněji zabývá jejími oblastmi a příbuznými koncepty. Dále je zde uvedena kritika i argumenty na podporu společenské odpovědnosti. Největší prostor je však věnován mikrofinancování. Nejprve jsou v práci nastíněny samotné příčiny vzniku, vývoj a principy mikrofinancování. Dále jsou představeny cílové skupiny mikrofinancí, mikrofinanční instituce a služby, které poskytují. Teoretická část je zakončena uvedením dopadů mikrofinancování a charakterizací situace v České republice.

Na základě poznatků získaných při zpracování teoretického rámce dané problematiky je zpracován vlastní empirický výzkum vztahu společenské odpovědnosti firem

a mikrofinancování. Autorka zvolila kvantitativní výzkum realizovaný prostřednictvím dotazníkového šetření mezi podnikatelskými subjekty v České republice. V jeho úvodu je definován výzkumný problém a cíle výzkumu. Následně jsou stanoveny hypotézy a provedeno vyhodnocení dotazníkového šetření. Výsledky každé otázky jsou graficky prezentovány. Na jejich základě poté dojde k potvrzení či vyvrácení hypotéz. Samotný dotazník je uveden v příloze A této práce.

V závěrečné části práce je představena společnost Microfinance a. s. a její mikrofinanční portál myELEN. Pro lepší pochopení její činnosti jsou zde podrobněji popsány jednotlivé projekty, partnerské instituce a investoři. Velmi důležitou součástí této kapitoly je aplikace poznatků výzkumu na společnost. V návaznosti na výsledky výzkumu jsou pak navržena zlepšující opatření, která se týkají především marketingové komunikace společnosti a jejích projektů. Práce je završena závěrečnými doporučeními pro Microfinance a. s.

Metodika

Tato diplomová práce je zpracována na základě metodických postupů uvedených v Metodice k vypracování bakalářské a diplomové práce vydané Fakultou ekonomickou Západočeské univerzity.

Práce je strukturována do čtyř hlavních kapitol, které se dále člení do logicky uspořádaných podkapitol. První kapitola shrnuje teoretické poznatky o problematice společenské odpovědnosti firem a některých příbuzných tématech. Ve druhé kapitole je pak představeno mikrofinancování, jeho příčiny, vývoj, fungování i dopady. Tyto kapitoly jsou zpracovány na základě odborné literatury uvedené v seznamu použité literatury na konci této práce.

Teoretické poznatky se uplatňují v dalších dvou kapitolách, z nichž první se věnuje vlastnímu empirickému výzkumu vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování. Poslední kapitola pak blíže představuje společnost Microfinance a. s. a poznatky tohoto výzkumu na ni aplikuje. Závěrečným výstupem práce jsou návrhy zlepšení. Podklady pro zpracování těchto kapitol čerpají také z interních dokumentů společnosti Microfinance a. s. a osobních konzultací s jejími představiteli.

Diplomová práce je vypracována prostřednictvím textového editoru MS WORD, některé části jako tabulky a grafy jsou zpracovány pomocí tabulkového procesu MS EXCEL.

1 Společenská odpovědnost firem

Pojem společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility – dále jen CSR) je v poslední době velmi často skloňovaný nejen odbornou veřejností. Dosud však neexistuje jednotná definice, která by byla všeobecně uznávaná a přesně vystihovala tento koncept. Příčinu lze nalézt zejména v tom, že CSR je dobrovolná a nemá přesně určené meze, čímž umožňuje široké chápání i interpretaci tohoto pojmu různými zájmovými skupinami. Většina definic však vykazuje společné rysy, především chápání podniku jakou součástí společnosti, ke které má určité závazky a univerzálnost. Definice jsou aplikovatelné na jakýkoli druh podniku (bez rozdílu oboru podnikání), či subjektu veřejné správy. (Kunz, 2012)

Podle takzvané Zelené knihy vydané Evropskou komisí v roce 2001 je CSR „dobrovolné integrování sociálních a ekologických aspektů do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.“ (Evropská komise, 2001, s. 8) Společensky odpovědné firmy tedy uznávají vysoké etické hodnoty, minimalizují svůj dopad na životní prostředí, věnují se péči o zaměstnance, vytváří dobrá partnerství a podporují komunitu, ve které podnikají. (Kuldová, 2010) V roce 2011 pak Komise přišla s moderním pojetím CSR a návrhem zjednodušené definice: „odpovědnost podniků za dopad jejich činnosti na společnost.“ (Evropská komise, 2011, s. 6)

Platforma společensky odpovědných podnikatelů Business Leaders Forum vymezuje CSR následovně: „Společenskou odpovědnost firem můžeme definovat jako dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají.“ (Steinerová, 2008, s. 4)

Další autoři o CSR uvádí: „Jedná se o koncept, kdy firma dobrovolně přebírá spoluodpovědnost za blaho a udržitelný rozvoj moderní společnosti a současně očekává zachování konkurenceschopnosti a ziskovosti, přičemž se nejedná o dva protichůdné cíle.“ (Čaník, 2006, s. 37) Základní myšlenkou společenské odpovědnosti je fakt, že podniky jsou neoddiskutovatelnou součástí společnosti, ve které působí. Společnost jim umožňuje realizaci zisku, podniky by se tedy vůči ní měly chovat odpovědně. Firma není izolovaným organismem, je součástí systému, se kterým roste nebo padá. (Fórum dárců, 2005)

Společenská odpovědnost však není pouze záležitostí firem, ale i neziskového sektoru, akademické půdy a veřejné správy. CSR je podporována kromě Evropské unie řadou

mezinárodních institucí jako Organizace spojených národů, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj či Světová banka. (Kuldová, 2012)

Společenská odpovědnost tedy představuje takové chování firem a dalších subjektů, které nebere v úvahu pouze vlastní potřeby, ale i potřeby všech zainteresovaných skupin a společnosti jako celku. Společensky odpovědná organizace neusiluje pouze o maximalizaci zisku, ale snaží se být svému okolí prospěšná, zohledňuje negativní dopady své činnosti na společnost a snaží se je minimalizovat.

1.1 Vývoj společenské odpovědnosti firem

Prvky společenské odpovědnosti lze v chování ekonomických subjektů v určité míře sledovat již od středověku, významný rozvoj tato koncepce zaznamenala však až od druhé poloviny 20. století. Přelomovým se stal rok 1953, kdy Howard Bowen, jeden z prvních významných teoretiků v oblasti CSR, vydal knihu *Social Responsibilities of the Businessman*, ve které uvedl první definici společenské odpovědnosti. Ta se sice zaměřovala jen na společensky žádoucí chování osoby podnikatele, ale pro další vývoj CSR byla zcela zásadní. (Franz, 2006; Kunz, 2012)

Od 70. let zejména v USA a na půdě Organizace spojených národů (OSN) vznikají debaty o CSR a dochází k vymezení základů tohoto konceptu. Stěžejním z hlediska vývoje CSR se pak stal rok 1979, kdy Archie B. Carroll publikoval definici CSR zahrnující čtyři základní oblasti odpovědnosti: ekonomickou, zákonnou, etickou a filantropickou. (Carroll, 1999; Franz, 2006; Kunz 2012)

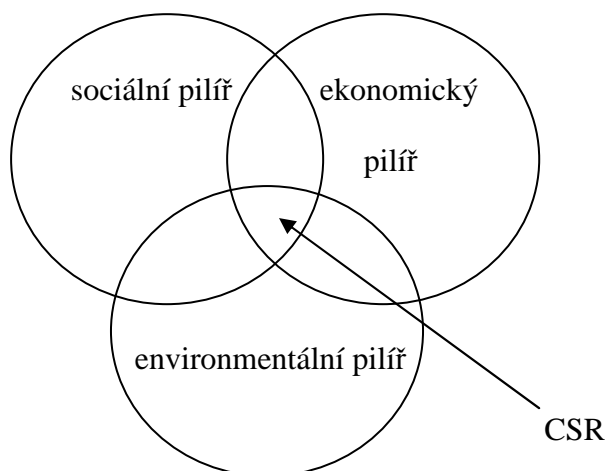
Popularita a dynamika konceptu významně rostla v 80. a 90. letech. Řada společností začala vytvářet etické kodexy a programy společenské odpovědnosti. Příčinu tohoto vývoje lze nalézt v rostoucí pozornosti veřejnosti k negativním dopadům globální světové ekonomiky. Významnou roli zde sehrála média a občanské iniciativy. Od poloviny 90. let se pak CSR dostává i do popředí zájmu Evropské unie (EU). Ta vytvořila na podporu konceptu několik významných iniciativ. V roce 1992 vyzvala podniky k přijetí Evropské deklarace proti sociálnímu vyloučení, která vedla k vytvoření Evropské podnikatelské sítě pro sociální kohezi, později CSR Europe. Cílem CSR Europe je zvyšování znalostí o CSR mezi širokou veřejností a nalézání nových přístupů k šíření odpovědného podnikání v Evropě. (Kunz, 2012; Zdražilová, 2010)

Významným krokem EU bylo také začlenění CSR do Lisabonské strategie, která vznikla na Lisabonském summitu v roce 2000. Na tyto kroky navázalo v roce 2001 vydání Zelené knihy o CSR, ze které vychází výše uvedená definice CSR. Cílem tohoto dokumentu bylo shrnutí základních principů a přístupů k CSR a především otevření diskuse o CSR. Následně vznikaly další iniciativy jako European Multistakeholder Forum a Evropská aliance pro CSR. V roce 2011 Evropská komise svým Sdělením o CSR otevřela veřejnou konzultaci k CSR a uvedla, že tento koncept je významným nástrojem v dosažení konkurenční výhody a pozice EU jako nejvýkonnější znalostní ekonomiky na světě. EU se snaží nalézt způsoby nejefektivnějšího řízení firem, čímž reaguje na současnou ekonomickou krizi a snaží se o minimalizování jejích dopadů. (Kuldová, 2012; Zadražilová, 2010)

V současné době veřejnost od organizací odpovědnost často očekává. Nejen z tohoto důvodu odpovědné chování samozřejmě ovlivňuje tržní postavení organizace, její konkurenceschopnost i zisk. O fungování podniků se zajímají nejen zákazníci, ale i obchodní partneři, zaměstnanci či subjekty veřejné správy. Koncept společenské odpovědnosti je tedy v současné době velmi aktuálním tématem a neustále nabývá na významu. (Pavlík, 2010)

1.2 Oblasti společenské odpovědnosti

CSR představuje moderní koncept podnikání, který vyžaduje změnu orientace z maximalizace zisku na tzv. 3P, tedy People, Planet a Profit. Tyto tři pilíře, na kterých je CSR postaveno, poskytují celistvější pohled na fungování podniku v ekonomické, sociální a environmentální oblasti. Jak je patrné z následujícího obrázku, společensky odpovědná firma musí aktivně prosazovat odpovědnou strategii ve všech třech pilířích. Jedině tak lze dosáhnout trvalé udržitelnosti. (Franz, 2006)

Obrázek č. 1: Oblasti CSR

Zdroj: vlastní zpracování dle Prskavcové, 2008

1.2.1 Ekonomická oblast

Ekonomický pilíř představuje zejména korektní a transparentní chování k zákazníkům, investorům a dodavatelům. Z toho vyplývá nezneužívání dominantního postavení na trhu a odmítání kartelových dohod, platební morálka, plnění závazků na ochranu spotřebitele a ochrana duševního vlastnictví. Velmi významné je také uplatňování principů správného řízení organizace, vytvoření a dodržování etického kodexu, transparentní předkládání informací o firmě, jednání společnosti v souladu s veřejnými sděleními a odmítání korupce. (Kuldová, 2010; Petříková, 2008)

Právě zásady této oblasti však bývají v praxi nejméně využívány. Je to způsobeno pravděpodobně faktem, že významně zasahují do chodu celé společnosti a jejich faktické plnění by znamenalo vyšší náklady a krátkodobé snížení zisku. V dlouhém období, by však takovéto chování mělo přinést organizaci zvýšení zisku a zajištění jeho udržitelnosti. V současnosti se však většina podniků orientuje zejména na krátkodobý zisk. Dokud se tedy vedení společností nezačne zaměřovat na dlouhodobou udržitelnost jejich podnikání, bude naplňování tohoto pilíře velmi problematické.

1.2.2 Sociální oblast

CSR v sociální rovině zahrnuje především péči o zaměstnance a tvorbu příznivých pracovních podmínek. Škála aktivit v této oblasti může být velmi široká a závisí na řadě faktorů, jako je předmět podnikání, lokalita či situace na trhu práce. Jedná se zejména

o zaměstnaneckou politiku, rovné příležitosti, bezpečnost a ochranu zdraví při práci, dodržování lidských práv, zákaz dětské práce, zaměstnávání ohrožených a minoritních skupin obyvatelstva, zodpovědné propouštění, rozvoj lidského kapitálu a vyvažování osobního a pracovního života zaměstnanců. (Kunz, 2012)

Dále je významnou součástí sociálního pilíře firemní filantropie a dobrovolnictví. Pojem filantropie představuje souhrn aktivit a chování, prostřednictvím kterých dochází k podpoře druhých osob (jednotlivců, skupin či organizací). (Prskavcová, 2008) Firemní filantropie je „aktivní dárcovství, v ideálním případě strategicky podložené a zakládající se na dlouhodobých partnerských vztazích, především s neziskovými subjekty.“ (Trnková, 2004, s. 16)

Aktivity této oblasti jsou podniky velmi hojně využívány. Firmy se zabývají nejvíce péčí o zaměstnance a firemní filantropií. Problematické je však, zejména v ČR, zaměstnávání minoritních a ohrožených skupin a rovné příležitosti mužů a žen. Tento problém ovšem nevychází pouze z vedení podniků, ale je celospolečenský. Zásadním pochybením je však nedodržování lidských práv a zákazu dětské práce u nadnárodních koncernů. Společnosti, jejichž výroba je soustředěná v rozvojových zemích, často deklarují svoji společenskou odpovědnost, avšak v těchto zemích ji aplikují velmi zřídka. U společensky odpovědných firem by jednoznačně mělo docházet i ke kontrole dodržování těchto principů v dodavatelském řetězci a striktnímu odmítnutí spolupráce s podniky, které je nedodržují.

1.2.3 Environmentální oblast

Environmentální odpovědnost by podniky měly uplatňovat jak uvnitř firmy samotné, tak i ve svém vnějším prostředí, které rovněž vždy ovlivňují, může se jednat například o vzhled krajiny, emise či dopravní zátěž aj. Podnik se tedy snaží eliminovat negativní dopady své činnosti na okolí systematickou proaktivní politikou ochrany životního prostředí. Neoddělitelnou součástí odpovědného chování je také otevřenost a upřímnost k veřejnosti v případě jakýchkoliv nepříznivých událostí. Environmentální oblast se tedy zaměřuje zejména na ekologicky šetrnou výrobu a produkty, environmentální management, ekologické technologie, vyhodnocování environmentální výkonnosti firmy, ochranu přírodních zdrojů, odpadové hospodářství a zahrnutí environmentálních principů do výběru dodavatelů. (Kunz, 2012)

Environmentální pilíř dosahuje samozřejmě největšího významu u výrobních společností, avšak i nevýrobní podniky mohou v této oblasti aktivně projevit svoji odpovědnost. Jedná se zejména o snižování spotřeby energií, vody a třídění odpadu. (Kunz, 2012)

Nejvíce se na tento pilíř zaměřují podniky, jejichž výroba má na prostředí značně negativní dopad. Jejich aktivity však většinou sestávají pouze z malého množství opatření snižujících znečištění. Vzhledem k rozsahu škod, které tyto společnosti působí, jsou většinou tyto aktivity zanedbatelné. Každé opatření na ochranu životního prostředí je užitečné, avšak právě tyto podniky by se na ně měly zaměřovat daleko více a v dlouhodobém horizontu přecházet k inovativním technologiím a postupům, které umožní snížení ekologických škod.

V současné době zejména nadnárodní korporace přicházejí s vlastním členěním CSR na jednotlivé klíčové oblasti. Například společnost Nestlé (2012) se soustřeďuje na oblasti výživy, hospodaření s vodou a rozvoje venkova. Autorka se však k tomuto trendu příliš nepřiklání, jelikož pro skutečně odpovědné podnikání je nutné zajímat se o všechny výše uvedené základní pilíře CSR. Firmy, které vytvářejí vlastní členění, však někdy opomíjejí některou z oblastí a soustřeďují se pouze na sféry související s jejich core businessem.

1.3 Teorie zainteresovaných stran

Teorie stakeholders, volně přeloženo zainteresovaných stran, měla v rozvoji společenské odpovědnosti poměrně velký význam. Jejím hlavním propagátorem byl v 80. letech 20. století R. Edward Freeman. Podle této teorie společnosti nemohou fungovat bez ohledu na zainteresované strany. S pojmem stakeholders se rovněž můžeme setkat téměř ve všech definicích CSR. Jsou to všechny skupiny, jednotlivci či subjekty, které přímo nebo nepřímo ovlivňují chod organizace, nebo jsou naopak její činností ovlivněny, ať již pozitivně či negativně. (Kuldová, 2010; Kunz, 2012)

Zainteresované strany lze podle Werthera a Chandlera (2006) rozdělit do následujících oblastí:

- Firma (interní dimenze). Tuto skupinu tvoří především zaměstnanci, kteří však mohou být i součástí externí dimenze jako zákazníci či členové místní komunity. Dále jsou to manažeři, akcionáři a odbory.

- **Ekonomika (externí dimenze).** Tyto zainteresované strany představují hranici mezi firemními a společenskými stakeholders. Nejdůležitější skupinou jsou zákazníci, jejichž prostřednictvím probíhá komunikace podniku se společností. Dalšími ekonomickými stakeholders jsou věřitelé, distributoři a odbory.
- **Společnost (externí dimenze)** je tvořena místní komunitou, vládou, státní správou, neziskovými organizacemi a životním prostředím.

Toto rozdělení je platné nejen pro firmy, ale i pro neziskové organizace či veřejnou správu. Výše uvedené skupiny jsou důsledkem rozmachu technologií součástí širšího kontextu globalizace, který neustále zvyšuje význam CSR. (Kuldová, 2010)

Pro podnik je zásadní určení klíčových stakeholders, kteří mají největší vliv a na které by měl zaměřit své aktivity. Poté je důležité s nimi zahájit a udržovat diskusi, ta společnosti zajistí cennou zpětnou vazbu. Dále je možné zainteresované strany systematicky zapojovat do činností společnosti, což přináší řadu výhod jako např. předcházení rizikům, transparentnost, získávání informací a budování dlouhodobého partnerství. (Kuldová, 2010; Kunz, 2012)

1.4 Argumenty pro CSR

O problematice CSR jsou neustále vedeny diskuse a objevují se argumenty pro i proti tomuto konceptu. V následujícím textu bude uvedeno několik nejvýznamnějších argumentů podporujících společenskou odpovědnost firem. Werther a Chandler (2006) je rozdělují podle různých pohledů: morálního, ekonomického a racionálního. Morální hledisko vychází zejména z vlastního uvědomění organizací, že zisk, který vytvářejí, je do jisté míry vytvářen na úkor prostředí, ve kterém působí. CSR tedy vzniká na základě individuálních a obecně platných morálních zásad, etiky a hodnot. Uplatňuje se zde myšlenka, že společnost umožňuje organizacím dosahování zisku, a proto mají tyto povinnost přínosy společnosti vracet a podnikat způsobem, který je společnosti užitečný.

Racionální hledisko staví na důležitosti etiky v podnikání, která se stále více prosazuje v dnešním globalizovaném světě. Ochranné organizace i jednotlivci mají v současnosti moc požadovat změny v podnikání, přičemž CSR představuje efektivní prostředek v boji proti odpůrcům podnikání na globální úrovni. (Kuldová, 2010)

Ekonomické hledisko je založeno zejména na zlepšení konkurenčního postavení organizace, která do svého podnikání CSR implementuje. CSR umožňuje společností tvorbu tzv. přidané hodnoty při sledování svých primárních cílů. Pomáhá k lepšímu pochopení a včasné reakci na přání a potřeby zainteresovaných subjektů. (Kuldová, 2010; Zadražilová, 2010)

Dalším zajímavým argumentem na podporu CSR je fakt, že v současné době globálně slábne role církví i státu, tradičních nositelů společenské odpovědnosti. Je tedy zapotřebí dobrovolně odpovědnost přenášet zpět na podniky, jednotlivce i skupiny obyvatel, komunity a občanskou společnost. Jedině tak lze dosáhnout dlouhodobé udržitelnosti současné civilizace. (Pavlík, 2010)

K nejvýznamnějším argumentům dále patří akcelerující globalizace společně se zvyšujícím se počtem nadnárodních korporací, která zapříčinila nutnost tvorby a dodržování základních mezinárodních standardů. Větší informovanost a sofistikovanost zákazníků, kteří od podniků očekávají více než základní produkt. Rostoucí tlak všech zainteresovaných stran na společensky odpovědné chování firem, i v celém hodnotovém řetězci. V neposlední řadě v poslední době roste potřeba stabilního prostředí bez korupce, ve kterém budou dodržovány etické principy a plněny závazky. (Kunz, 2012)

Veškeré argumenty podporující CSR velmi jednoduše shrnul Klaus Schwab, prezident Světového ekonomického fóra: „Podniky jsou závislé na globálním vývoji, a proto je v jejich vlastním zájmu pomoci zlepšit stav tohoto světa.“

1.4.1 Přínosy CSR

S argumenty podporujícími CSR neodmyslitelně souvisí také přínosy tohoto konceptu. Jedná se zejména o (Pavlík, 2010):

- Zvyšování hodnoty nehmotných aktiv a podniku jako celku. Jde především o firemní reputaci, hodnotu značky, lidský kapitál, důvěru a partnerství.
- Pokles nákladů. Firmy samozřejmě na společensky odpovědné aktivity vynakládají nemalé prostředky, tyto aktivity však na druhou stranu vedou k následnému snižování nákladů, jak explicitních, tak implicitních. Explicitní náklady jsou jednoznačně prokazatelné, v praxi se tedy nejčastěji jedná o snížení nákladů (resp. zvýšení efektivity) vlivem inovací a úspor přírodních zdrojů. Implicitní náklady představují náklady související s chodem podniku, které však mohou nastat teprve

v budoucnu. Jsou to např. náklady na odstraňování ekologických škod, budoucí právní spory či náklady související s fluktuací zaměstnanců.

- Růst zisku. Právě tento přínos CSR patří k nejvíce diskutovaným, je to způsobeno zejména tím, že společensky odpovědné aktivity se mnohdy podílejí na zvyšování zisku nepřímou. Většina výzkumů však uvádí, že CSR se podílí na dlouhodobém zvyšování ekonomické výkonnosti podniku.
- Kvalita, spokojenost a loajalita zaměstnanců. Společensky odpovědné firmy jsou vyhledávanými zaměstnavateli s velmi dobrým postavením na trhu práce, to jim umožňuje získávat, rozvíjet i udržet kvalitní pracovníky. CSR podporuje příznivé, kreativní a inovativní pracovní prostředí. Zaměstnanecká loajalita pak snižuje fluktuaci pracovních sil a tedy i náklady.
- Konkurenční výhoda a loajalita zákazníků. Společensky odpovědné firmy mají možnost oslovit zákazníky, jejichž nákupní chování není cenově, ale ideově orientované. Tito lidé jsou často ochotni za produkt odpovědné společnosti zaplatit více a vykazují daleko větší loajalitu. V současné době počet těchto zákazníků neustále roste, právě CSR tedy podnikům umožňuje odlišit se od konkurence.
- Nové obchodní příležitosti. Dialog se všemi zainteresovanými skupinami přináší podnikům množství nových nápadů a příležitostí.
- Atraktivita pro investory. Při hodnocení projektů se stále častěji využívají také environmentální a společenská kritéria. Společensky odpovědné chování je pokládáno za indikátor dobrého managementu podniku. Některé výzkumy dokonce uvádějí, že investice do odpovědných podniků jsou méně rizikové a dosahují nadprůměrného zhodnocení. Zvýšenou oblibu společensky odpovědných firem investory dokazují rovněž snahy zohlednit CSR v nejrespektovanějších burzovních indexech (např. Dow Jones Sustainability Index, FTSE4Good)
- Získání statutu preferovaný dodavatel. Díky aktivnímu prosazování CSR se společnosti mohou stát žádanými obchodními partnery. Environmentální kritéria výběru využívají zejména některé nadnárodní koncerny a veřejný sektor. Odpovědné chování rovněž vede ke zvyšování efektivity dodavatelsko-odběratelských vztahů.
- Zlepšení managementu rizik. Aktivní uplatňování principů CSR umožňuje firmám předvídat možná rizika a včas reagovat na potenciální změny.

Všechny tyto přínosy jsou uvedeny z pohledu organizace uplatňující CSR. Tento koncept však samozřejmě přináší užitek i dalším subjektům. Jsou to (Pavlík, 2010):

- Zaměstnanci těchto organizací. Hlavními přínosy je zlepšení podnikového klimatu, růst kvalifikace a péče o zaměstnance.
- Dodavatelé. Výhodou je zvýšení výkonnosti dodavatelsko-odběratelských vztahů a pozitivní tlak na zvyšování jakosti.
- Občané státu, ve kterém je CSR uplatňována. Dochází ke zlepšování životního prostředí a sociálních vztahů v komunitě.
- Veřejný sektor. Zde je přínosem především úspora veřejných zdrojů a zvýšení dostupnosti veřejných služeb za podpory odpovědných organizací.

1.5 Kritika CSR

Jedním z nejvýznamnějších kritiků konceptu CSR byl Milton Friedman. Dle jeho přesvědčení by mělo být jediným cílem podniku dosahování zisku. Argumentuje zejména tím, že jakékoli zásahy společnosti do přirozeného chodu trhu zabraňují, aby zdroje plynuly do oblasti největšího užitku. Nejlépe podle něj trhy fungují, když do jejich chodu nezasahuje vláda, nebo jiné subjekty. Podniky se tedy chovají v souladu se Smithovou neviditelnou rukou trhu, čímž nejlépe dosahují i společenských prospěchů. Přesvědčení, že by manažeři společností měli jinou odpovědnost, než maximalizaci zisku pro vlastníky podle něj narušuje základy svobodné společnosti. (Friedman, 1993)

Významným současným kritikem CSR je profesor Robert Reich. Ten říká, že by se podniky neměly věnovat CSR v takové míře, jako dosud nebo od tohoto konceptu zcela upustit. Řešení sociálních problémů je totiž podle něj úkolem vlády. Ta by měla nastavit taková pravidla, která zachovají volný trh pro firmy maximalizující svůj zisk. Toho však nesmí být dosahováno na úkor společnosti. Zejména velké korporace pak podle něj přijímají koncept CSR právě proto, aby se vyhnuly vládním regulacím. CSR je tak primárně nástrojem public relations využívaným k manipulaci s veřejností. (Reich, 2007)

CSR kritizují i další významní ekonomové jako Peter Drucker, Wartick a Cochran nebo Blowfield a Murray. Shodují se zejména v bodě, že společenská odpovědnost potlačuje primární cíl podnikání a v konečném důsledku není pro společnost prospěšná, neboť deformuje fungování trhů. Dalším často kritizovaným aspektem CSR je nejednotnost přístupů a samotného vymezení CSR. Společenská odpovědnost není jasně definována

a tak můžeme nalézt množství příbuzných či dokonce zaměnitelných konceptů. (Kuldová, 2010)

Kritika nejednotnosti přístupů k CSR poukazuje na jednoznačně prokazatelné nedostatky, avšak tyto jsou spíše formálního charakteru. Pojetí CSR se sice různí, přesto však koncepty vykazují podobné či dokonce stejné prvky a směřují k totožnému cíli – odpovědnému a udržitelnému podnikání. Odvrhnout tedy celou myšlenku společenské odpovědnosti na základě této kritiky je velmi krátkozraké.

Další argumenty proti CSR poukazují na fakt, že podniky na své společensky odpovědné aktivity vynakládají převážně prostředky, které jsou daňově odečitatelné. Výzkum prováděný v rámci projektu „Corporate social responsibility jako nástroj konkurenceschopnosti malých a středních podnikatelských subjektů v Praze“ prokázal, že většina firem považuje za největší přínos CSR finanční aspekt, tedy daňovou odčitelnost. Dále respondenti uvedli zlepšení image, důvěryhodnosti a také zviditelnění. Morální aspekt skončil na posledním místě. (Zadražilová, 2010)

Trendem dnešní doby je zavádění CSR pouze z ekonomických důvodů. Implementace tohoto konceptu pak probíhá v co nejkratším čase s primárním zaměřením na prvky, které jsou společností nejžádanější a nejviditelnější. CSR aktivity nevycházejí z odpovědné firemní kultury a strategie, ale snahy marketingového oddělení o zvýšení prodeje. Celý koncept opouštění prosté maximalizace zisku či tržní hodnoty ve prospěch odpovědného podnikání je pak pokřiven. Tento přístup managementu podniků ke společenské odpovědnosti posléze negativně ovlivňuje i chápání CSR samotnými stakeholders. Ti jej nepovažují za závazek společnosti udržitelně a eticky podnikat, ale pouze líbivou reklamní kampaň. Stakeholders pak ztrácejí důvěru v deklarované odpovědné fungování uvnitř podniku a koncept společenské odpovědnosti vůbec.

Z jiného úhlu pohledu lze ovšem implementaci CSR z čistě ekonomických důvodů chápat i pozitivně. Ačkoliv organizace sledují pouze svůj vlastní zisk, konají společensky prospěšné aktivity. Optimálním důvodem pro zavedení CSR je však samozřejmě hledisko morální. Každý jedinec by si měl uvědomit, že je na planetě i společnosti závislý, a proto by se měl ke svému okolí chovat odpovědně a eticky. U firem a dalších organizací jsou morální důvody ještě znásobeny, neboť jejich dopady na životní prostředí i společnost jsou nespočetněkrát větší. Stejně tak i jejich možnosti tyto dopady minimalizovat.

1.6 Související pojmy

Se společenskou odpovědností firem souvisí mnoho dalších pojmů. V následujícím textu jsou tedy podrobněji popsány alespoň ty pojmy, které se v této práci objevují.

1.6.1 Trvale udržitelný rozvoj

Koncept trvale udržitelného rozvoje byl poprvé uceleně vymezen v roce 1987 ve zprávě Světové komise pro životní prostředí a rozvoj s názvem „Naše společná budoucnost.“ Tato zpráva ilustruje vazbu mezi ekonomickým růstem a nejvýznamnějšími environmentálními problémy lidstva. K jejich řešení je zapotřebí učinit politické i ekonomické změny na globální i regionální úrovni. Trvale udržitelný rozvoj je definován jako způsob rozvoje, který umožňuje naplnění potřeb současných generací, aniž by omezoval možnosti uspokojení potřeb generací budoucích. (Musil, 2009)

Udržitelný rozvoj představuje změnu v chování celé společnosti spočívající v integraci a vyvážení tří sfér: ekonomické, sociální a environmentální. Podstatou udržitelnosti je harmonický stav životního a sociálního prostředí i ekonomického rozvoje s důrazem na rozvoj lidské osobnosti v demokratických podmínkách. (Kunz, 2006)

1.6.2 Společensky odpovědné investování

Společensky odpovědné investování (socially responsible investment – SRI) představuje takové investiční rozhodování, které zohledňuje jak finanční kritéria, tak kritéria sociální, environmentální a etická. Investor tedy hodnotí nejen finanční výkonnost a garanci bezpečnosti, ale i schopnost podniku zaujmout stanovisko k environmentálním a sociálním výzvám a problémům. (Franc, 2006; Trnková, 2004)

Investoři předpokládají, že investice do společensky odpovědných firem představují menší riziko díky jejich dlouhodobé udržitelnosti, etickému a transparentnímu chování. Přijetí koncepce CSR je rovněž indikátorem vyspělosti a kvality managementu podniku. SRI dále nabízí nadprůměrné zhodnocení investice. Ke společensky odpovědným investorům nepatří jen jednotlivci, ale především nadace a nadační fondy, pojišťovny, neziskové organizace, univerzity nebo církve. (Franc, 2006; Trnková, 2004)

1.7 Společenská odpovědnost firem v ČR

CSR má v České republice poměrně hluboké kořeny, v novodobé historii lze najít mnoho osobností, které uplatňovaly principy společenské odpovědnosti a filantropie. Již

na počátku 19. století byl významným mecenášem umění a vědy hrabě a podnikatel Hugo František Salm, začátkem 20. století pak Jindřich Waldes. Jedním z nejvýznamnějších českých filantropů se stal význačný architekt a stavitel Josef Hlávka, který podporoval vědu, vzdělanost a kulturu. Za nejvýznamnější osobnost na tomto poli je však považován zakladatel známé obuvnické společnosti Tomáš Baťa. Principy společenské odpovědnosti byly neoddělitelnou součástí vize společnosti, utvářely její hodnoty a rovněž byly integrovány do jádra podnikových procesů. Baťa měl zásadní význam pro rozvoj Zlína i celého regionu. (Kunz, 2012)

Koncept CSR jako takový, se však v ČR začal prosazovat až v 90. letech minulého století. V této době vznikaly první instituce zabývající se touto problematikou. Nejvýznamnějšími jsou Fórum dárců, podporující rozvoj filantropie v ČR a Business Leaders Forum sdružující podniky prosazující koncept CSR. Širší diskusi o CSR vyvolal však až vstup ČR do EU, kde je CSR již delší dobu důležitým tématem v oblasti ekonomické a sociální politiky. V posledních letech vznikla řada iniciativ oceňujících odpovědné podniky. Například Rada kvality ČR uděluje Národní cenu ČR za společenskou odpovědnost a Fórum dárců vyhláší Top odpovědnou firmu. (Fórum dárců, 2005; Kunz, 2012)

Ačkoliv se v ČR CSR zabývají stále především neziskové a komerční organizace, začínají být patrné i snahy vlády a veřejného sektoru vůbec o obsáhnutí tohoto pojmu. Problematicou společenské odpovědnosti se zabývá Národní politika kvality, nově také například Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014–2020. Dalším očekávaným krokem je vytvoření národní strategie CSR a národního akčního plánu. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2013)

V současné době je v ČR stále velmi nízké povědomí o CSR, což je způsobeno zejména nedostatečnou podporou a uplatňováním CSR veřejným sektorem společně s nízkou medializací. Firmy k tomuto konceptu většinou přistupují nesystémově, CSR aktivity jsou zaměřeny zejména interně např. na vzdělávání a benefity pro zaměstnance. Dalším problémem je záměna společensky odpovědných aktivit za aktivity marketingové. Podniky se nejčastěji zaměřují na tvorbu etických kodexů, aktivity v oblasti životního prostředí a dárcovství. (Pavlík, 2010)

Zásadním bodem dalšího šíření konceptu CSR v ČR je vytvoření systémových podmínek přispívajících k rychlé a rozsáhlé implementaci principů CSR do všech

firemních procesů a běžné praxe podnikatelského sektoru ČR. K jeho dosažení je nutné přijetí národní strategie CSR, propagace konceptu CSR, vzdělávání v oblasti CSR, podpora výzkumu a vývoje v této oblasti, prohlubování dialogu všech stakeholders a v neposlední řadě podpora přijetí CSR také malými a středními podniky. (Kunz, 2012)

2 Mikrofinancování

Koncept mikrofinancování vznikl jako ekonomický rozvojový přístup zaměřený na muže i ženy s nízkými příjmy. Jde o poskytování finančních služeb, především úvěrů, spoření, pojištění a platebního styku chudým klientům. Mnoho mikrofinančních institucí navíc poskytuje také služby sociální, jako finanční vzdělávání, formování úvěrových skupin a rozvoj manažerských dovedností. Mikrofinance tedy nepředstavují pouhé bankovníctví, jsou rozvojovým nástrojem. (Ledgerwood, 1999)

Mikrofinancování tvoří finanční služby malého rozsahu, primárně půjčky a spoření, poskytované drobným podnikatelům, dalším osobám a jejich skupinám v rozvojových zemích. Mikrofinanční služby umožňují lidem s nízkými příjmy snižovat rizika, zvyšovat příjmy, produktivitu, návratnost investic a zlepšovat management. V neposlední řadě zlepšují životní úroveň klientů i osob, které jsou na nich závislé. (Robinson, 2001)

Podle Svitákové (2011) je pak pojem mikrofinance označením pro hnutí, které si klade za cíl vytvořit svět, kde mají domácnosti s nízkými příjmy permanentní přístup k finančním službám. Jedná se zejména o krátkodobé úvěry umožňující financování podnikání, spoření a pojištění zajišťující ochranu před riziky.

2.1 Příčiny vzniku mikrofinancování

Z čistě ekonomického pohledu je potřeba mikrofinancování poněkud překvapivá. Jedním ze základních ekonomických principů je klesající mezní produkt kapitálu, který říká, že podniky s relativně menším množstvím kapitálu by měly být schopny generovat vyšší zisk z každé dodatečné investice než společnosti s vyšším podílem kapitálu. Z tohoto důvodu by chudší podniky měly být schopny platit bankám vyšší úrokové sazby než podniky bohatší. Kapitál by tedy měl přirozeně plynout od bohatých investorů k chudým podnikatelům. (Armendáriz, 2005)

Tato teorie je však značně zjednodušená a v praxi velmi málo použitelná. Držitel Nobelovy ceny Robert Lucas se zabýval důvody její nefunkčnosti a stanovil dvě základní příčiny: riziko a asymetrické informace. Obě tyto příčiny jsou vzájemně velmi úzce propojené. Investování v rozvojových zemích s sebou samozřejmě nese daleko větší riziko než na rozvinutých finančních trzích. Žadatelé o úvěry ve většině případů nedisponují majetkem, který by mohli použít jako zástavu a to ve spojení s nedostatkem

informací znamená pro tradiční finanční instituce riziko, které nejsou ochotny podstoupit. (Armendáriz, 2005)

Asymetrie informací představuje situaci, kdy jedna strana trhu má více informací než strana druhá. Žadatel o úvěr zná svoji reálnou finanční situaci, zatímco banka má pouze omezené informace – je tedy znevýhodněna. Z asymetrie informací vyplývají dílčí problémy: nepříznivý výběr a morální hazard. (Armendáriz, 2005; Soukupová, 2006)

Nepříznivý výběr nastává v situaci, kdy banky nemohou jednoduše rozlišit vysoce rizikové a nepříliš rizikové klienty. Z důvodu kompenzování rizika tedy dochází ke zvyšování běžné úrokové sazby, což však málo rizikové žadatele od půjčky odradí. Vyšší úroky sice zvyšují zisky banky, ale zároveň také průměrnou rizikovost klientů. (Armendáriz, 2005; Robinson, 2001)

Morální hazard představuje impotenci banky ověřit si, zda klient vynaložil veškerou snahu k zajištění úspěšnosti investičního projektu. Dále nastává v situaci, kdy se dlužník pokusí úvěr zpronevěřit. (Armendáriz, 2005)

Mikrofinanční instituce (MFI) však byly ochotny tato rizika podstoupit a vyvinuly metody, díky kterým dosahují vysoké míry splácení úvěrů a zisku. Základním prvkem je budování informačních sítí prostřednictvím pracovníků působících přímo v daných lokalitách. Jde o osoby, které velmi dobře znají místní prostředí, lokální řeč a mají v oblasti autoritu. Zaměstnanci MFI se žadatelům věnují individuálně, díky tomu jsou schopni získat kvalitní informace a snížit rizikovost. Tito pracovníci dále zajišťují dohled nad dlužníky, kteří musí dodržovat přísnou disciplínu, jako například pravidelné schůzky úvěrové skupiny. Dalším nástrojem je poskytování úvěrů v cyklech. Noví žadatelé o úvěr získají nejprve pouze malé částky, pokud je řádně splatí, získají možnost vzít si další, větší úvěr. V neposlední řadě MFI využívají skupinové půjčky, u kterých za splacení ručí všichni členové skupiny. (Svitáková, 2011)

Mikrofinancování by samozřejmě nevzniklo, pokud by neexistovala poptávka po finančních službách mezi chudým obyvatelstvem. Ekonomicky aktivní chudí lidé tvoří ohromnou poptávku po úvěrových i spořicíh službách, kterou však formální finanční instituce, jako jsou banky, neuspokojují. Tato poptávka zůstává z jejich strany často nepovšimnuta nebo je považována za příliš rizikovou a málo ziskovou. (Robinson, 2001)

2.2 Vývoj mikrofinancí

Počátky malých, neformálních mikrofinančních institucí se v Evropě datují až do začátku 15. století, kdy katolická církev založila zastavárny jako alternativní způsob půjčování peněz oproti lichvářům. V 17. století pak Jonathan Swift založil Irský úvěrový systém (Irish Loan Fund System), který poskytoval drobné půjčky chudým farmářům bez záruk. Tento systém byl natolik úspěšný, že poskytoval úvěry až 20 % všech irských domácností. (Helms, 2006)

V Evropě rostla potřeba větších a formálnějších spořicíh i úvěrových institucí zaměřených na venkovské a chudé klienty, což v 18. století vedlo ke vzniku úvěrových družstev a družstevních záložen. Tento koncept byl rozvinut zejména v Německu Friedrichem Wilhelmem Raiffesienem, odkud se rozšířil dále do Evropy, Severní Ameriky a později i rozvojových zemí. Na počátku 19. století se tento model začal objevovat i ve venkovských oblastech Jižní Ameriky. V letech 1950 – 1970 vznikaly státní rozvojové finanční instituce, které měly zpřístupnit kapitál zemědělcům při nízkých úrokových sazbách. Tyto zemědělské úvěry subvencované státem, však nebyly příliš úspěšné. Rozvojové banky ztratily většinu kapitálu, jelikož zvýhodněné úrokové sazby nemohly pokrýt jejich náklady. Úvěry také mnohdy neputovaly k potřebným, ale k již zavedeným zemědělcům. (Helms, 2006)

V 70. letech se zrodila moderní podoba mikrofinancování. Instituce v Bangladéši, Brazílii a dalších zemích začaly poskytovat drobné půjčky i chudým ženám. Ty byly založeny na solidaritě skupin, za půjčku tedy ručili všichni její členové. (Helms, 2006) Ústřední postavou byl Muhammad Yunus, zakladatel Grameen Bank. Ten začal v roce 1976 se sérií experimentů, kdy půjčoval malé částky chudým domácnostem v okolí. Zjistil, že i malý obnos umožní venkovanům začít s drobným podnikáním a že i přes neexistenci záruk splácejí velmi spolehlivě. Grameen Bank se postupně rozrůstala nejen v Bangladéši, ale i okolních státech. V současné době působí ve 30 zemích světa. (Armendáriz, 2005)

Během 80. let docházelo k rozšiřování a zlepšování mikrofinančních metod po celém světě. Výše splátek a úroky nastavené tak, aby pokryly náklady, umožnily mikrofinančním institucím dlouhodobou udržitelnost a získání daleko většího množství klientů. V 90. letech pak začal být vlivem dalšího rozvoje pojem mikrokredit nahrazován mikrofinancováním. Mikrokredit představuje drobné půjčky pro osoby

s nízkým příjmem. Mikrofinancování je širším pojmem označujícím úvěrové, spořitelní, platební i pojišťovací a další finanční služby pro chudé klienty. Aby mohly mikrofinanční instituce dosáhnout většího počtu chudých klientů, začaly prosazovat strategii komercializace. Transformovaly se tedy na ziskové společnosti, které jsou schopné získat větší množství kapitálu a stát se trvalou součástí finančního systému. (Helms, 2006)

V současnosti dochází ke stírání hranic mezi mikrofinancemi a tradičním finančním systémem. Banky a další komerční finanční instituce v některých státech vstupují do tohoto odvětví a rozšiřují svoji klientelu o chudší a vzdálenější klienty. Hlavními cíli neustále se rozrůstajícího mikrofinančního sektoru je rozšíření kvalitních finančních služeb mezi větší počet chudých lidí, dosahování stále chudších a vzdálenějších klientů a snižování nákladů. (Helms, 2006)

2.3 Principy mikrofinancování

Základní principy mikrofinancování formulovala v roce 2004 organizace CGAP (Consultative Group to Assist the Poor):

1. Chudí lidé potřebují řadu finančních služeb, nejen půjčky. Jde zejména o spoření, pojištění a služby platebního styku.
2. Mikrofinance jsou silným nástrojem pro boj s chudobou. Pomáhají zvýšit příjmy domácností, chrání je před riziky a umožňují jim akumulovat prostředky.
3. Mikrofinancování buduje finanční systém sloužící chudým.
4. Udržitelnost mikrofinancí. MFI musí pokrývat své náklady, aby nebyly závislé na dotacích a darech a mohly tak pomoci co největšímu počtu lidí.
5. Cílem mikrofinancí je budování spolehlivých lokálních finančních institucí, které jsou schopny získávat domácí kapitál, transformovat ho na půjčky a poskytovat další finanční služby.
6. Mikrokredit není vždy řešením chudoby. Pro osoby, které nemají žádný příjem nebo prostředky potřebné ke splácení, jsou lepším řešením jiné formy rozvojové podpory.
7. Stropy úrokových sazeb omezují kapacitu mikrofinančních institucí a schopnost pokrýt své náklady.
8. Vlády by měly umožňovat finanční služby chudým, ne je přímo poskytovat.
9. Dárcovské fondy by měly doplňovat soukromý kapitál, ne mu konkurovat.

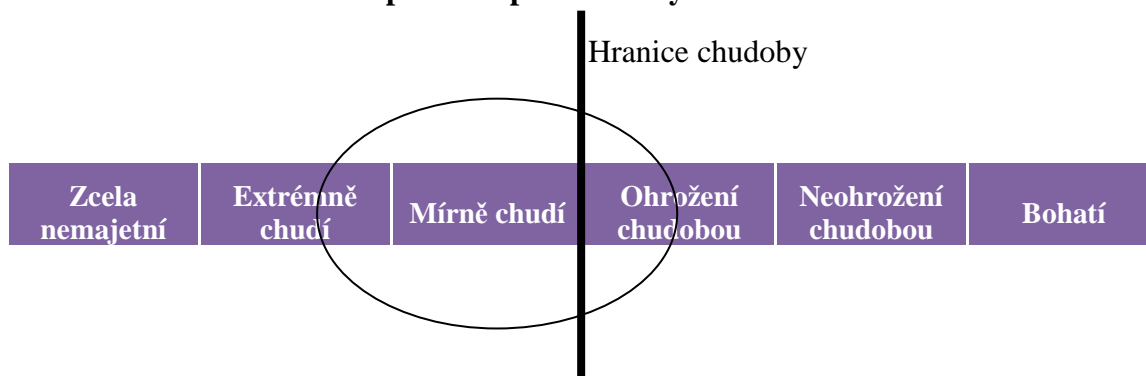
10. Klíčovým úzkým místem mikrofinancí je nedostatek silných institucí a schopných manažerů.
11. Mikrofinanční instituce by měly měřit, monitorovat a reportovat svoji činnost, zejména pak finanční a sociální dopad. (Helms, 2006)

2.4 Klienti mikrofinančních institucí

Potenciálními klienty mikrofinančních institucí jsou všechny osoby vyloučené z formálního finančního systému. Pohybují se v rozmezí od velmi chudých až těsně nad hranici chudoby. Hranice chudoby je v současné době 1,25 dolaru na den. I chudí lidé, nejen v rozvojových zemích, potřebují široké spektrum finančních služeb, které jsou praktické, flexibilní a cenově přijatelné. (Helms, 2006)

Typickými klienty MFI jsou pak osoby s nízkými příjmy a chudí žijící ve městech i na venkově, kteří nemají přístup k formálním finančním institucím. Jedná se zejména o drobné podnikatele a zemědělce, jejichž činnost převážně generuje stabilní příjem. Většinou vedou maloobchod, vyrábějí rukodělné výrobky, poskytují různé služby, provozují pouliční stánky nebo vyrábějí potraviny. (Helms, 2006; Ledgerwood, 1999)

Obrázek č. 2: Klienti MFI podle stupně chudoby



Zdroj: vlastní zpracování dle Cohenové, 2013

Jak ukazuje obrázek výše, většina mikrofinančních klientů se pohybuje okolo hranice chudoby. Zcela nemajetní, tedy 10 % nejchudších domácností, nejsou obecně klienty MFI, neboť nedisponují stabilním příjmem, který by jim umožnil splacení úvěru. Většina klientů patří do kategorie mírně chudých, tu tvoří 50 % domácností pod hranicí chudoby. Někteří klienti také spadají do skupiny extrémně chudých. Tito zákazníci MFI jsou považováni za zranitelné, neboť nejsou schopni poskytnout žádné ručení. Většinou

se jedná o rolníky, maloobchodníky, pouliční prodavače a dělníky. Tito klienti převážně nevyužívají termínované půjčky z důvodu nedostatku prostředků, naléhavějších problémů a obavy z rizik. Úvěry využívají převážně na pokrytí základních potřeb a mikropodnikatelskou činnost, jako je například pěstování sezónní sklizně. Dále pak klienti spadají do kategorie ohrožených chudobou, ti se pohybují těsně nad hranicí chudoby a reálně jim hrozí, že pod ni spadnou. Tyto klienty lze považovat za méně zranitelné, neboť mohou vlastnit nemovitosti použitelné jako ručení. (Helms, 2006; Svitáková, 2011)

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že ač je jedním ze základních principů mikrofinancování potírání chudoby, extrémně chudí lidé v naprosté většině případů vůbec nejsou mikrofinančními klienty. Mikrofinancování je tedy řešením pouze pro osoby pohybující se těsně kolem hranice chudoby, za což bývá často kritizováno. Dle autorky je však tato kritika neopodstatněná, jelikož mikrofinancování ze své podstaty není schopno těmto lidem pomoci. Mikrokredit nemůže ve většině případů zlepšit situaci extrémně chudých lidí, jelikož úvěr zcela logicky využijí na okamžitou spotřebu a nebudou schopni jej splatit. K boji s extrémní chudobou je tedy třeba využívat primárně jiných nástrojů rozvojové pomoci, vládních dotací a grantů.

V současné době tvoří naprostou většinu (některé zdroje uvádí až 90 %) mikrofinančních klientů ženy. Hlavním důvodem tohoto trendu je podstatně větší spolehlivost oproti mužům. Ženy jsou tedy pro MFI perspektivnějšími klienty. Význam žen pro mikrofinancování je podrobněji rozebrán v následující podkapitole. (Svitáková, 2011)

2.4.1 Role žen v mikrofinancování

Ženy se v rozvojových zemích řadí mezi nejchudší, tvoří až 70 % světové populace chudých. Příčinou je zejména jejich nerovné postavení ve společnosti dané sociálním a kulturním prostředím. Ženy zde nevlastní dostatečný majetek nebo nedisponují majetkovými právy a přístupem ke vzdělání, které by jim umožnilo přístup k finančním službám a vedly k ekonomické nezávislosti. První mikrofinanční instituce začaly se ženami spolupracovat v 70. letech 20. století. Od té doby zaznamenaly programy zaměřené na ženy obrovský rozmach. (Svitáková, 2011)

MFI se právě na ženy zaměřují hned z několika důvodů. První z nich je čistě finanční, ženy jsou při investování mnohem zodpovědnější a konzervativnější. Věnují se

vzdělávání, poctivě spoří, mají výbornou splátkovou disciplínu a jsou aktivními členkami úvěrových skupin. Ženy jsou daleko více spjaty se svou komunitou, proto jsou snáze ovlivňovány tlakem skupiny nebo pracovníků mikrofinančních institucí. Jsou tedy spolehlivějšími klienty, a jak se v praxi ukázalo, míra návratnosti půjček u žen je daleko vyšší. Zodpovědnost žen tedy přispívá k udržitelnosti a prosperitě MFI. Další důvody jsou především sociální, poskytování zdrojů ženám má silnější rozvojové dopady. Pokud ženy disponují finančními příjmy, investují je především do rozvoje své rodiny. Podporují vzdělání svých dětí, včetně dívek, zdravotní péči a celkový rozvoj rodiny, čímž přispívají ke snižování chudoby, zvyšování vzdělanosti a ekonomickému růstu. Mikrofinancování také umožňuje ženám rozvoj jejich schopností a kompetencí prosadit svůj názor a zlepšit své postavení ve společnosti. Při spolupráci ve skupině ženy sdílejí své znalosti a zkušenosti, jedna zplnomocněná žena může jít příkladem ostatním a posilovat tak jejich postavení. Mikrofinance tedy podporují práva žen a jejich rovné postavení. (Armendáriz, 2005; Svitáková, 2011)

2.5 Mikrofinanční instituce

Rozmanité potřeby chudých lidí vyžadují existenci množství různých poskytovatelů finančních služeb. Žádná finanční instituce není schopna uspokojit všechny tyto potřeby. Instituce poskytující mikrofinanční služby lze rozdělit na neformální, semiformální a formální. Stupeň formality závisí na propracovanosti organizační struktury a vedení, stupni dohledu a kontroly ze strany vlády. Některé instituce však v závislosti na konkrétní situaci mohou spadat do více skupin. (Helms, 2006; Ledgerwood, 1999)

2.5.1 Neformální poskytovatelé finančních služeb

Neformální poskytovatelé finančních služeb nejsou obecně označováni jako instituce, protože mají mnoho forem a často nenesou znaky finančních institucí. Jejich činnost je natolik neformální, že nepodléhá bankovní regulaci a často ani obchodnímu právu. Řešení sporů s těmito poskytovateli je pak právní cestou takřka nemožné. Nejvýznamnějšími neformálními poskytovateli prostředků jsou přátelé, rodinní příslušníci a sousedé. Dále se pak rozlišují individuální poskytovatelé a svépomocné skupiny. (Helms, 2006; Ledgerwood, 1999)

Mezi individuální poskytovatele patří zejména půjčovatelé peněz, uschovatelé peněz, zastavárny, obchodníci, výrobci a dodavatelé. Tito lidé poskytují finanční služby ve své

komunitě a většinou se pro ně jedná o vedlejší činnost. Informace o klientech získávají prostřednictvím budování osobních vztahů, většinou tedy půjčují jen domácnostem, které znají. Úrokové sazby jsou vysoké, tak aby poskytovatelům přinesly co největší zisk. Půjčky jsou obvykle poskytovány na dobu tří měsíců. Jejich hlavní výhodou je jednoduchost a dostupnost. (Helms, 2006; Svitáková, 2011)

Svépomocné skupiny se dělí na rotační úvěrové a spořicí asociace a akumulární úvěrové a spořicí asociace. Tito poskytovatelé mají mnoho předností, jsou efektivní, transparentní, mají nízké provozní náklady, nezapojují žádné osoby zvenčí, jsou pro své členy snadno srozumitelní a riziko zpronevěry je nízké. Hlavním cílem rotačních asociací je akumulace úspor a jejich následné poskytnutí příspěvkatelům v předem daném pořadí nebo náhodným výběrem prostřednictvím loterie. Proces je opakován, dokud všichni členové neobdrží naspořenou částku. Asociace jsou však spojeny s poměrně vysokým rizikem, že příspěvkatelé, kteří již prostředky obdrželi, přestanou dále spořit. Akumulační asociace jsou flexibilnější, neboť nabízí více možností pro žadatele o půjčky i další služby jako například pojištění. Fungují také na bázi akumulace společných úspor, ty jsou však po dosažení stanovené výše nabídnuty jednotlivým členům jako půjčka za úrok. Jejich řízení je náročnější a objevuje se zde riziko podvodů. (Helms, 2006; Svitáková, 2011)

2.5.2 Semiformální finanční instituce

Jedná se o instituce, které jsou registrovány a podléhají právním normám včetně obchodního práva. Nevztahuje se na ně však bankovní regulace ani dohled. Jsou to zejména členské a nevládní organizace. (Ledgerwood, 1999)

Členské organizace ve většině případů závisí na vkladech svých členů, jde především o úvěrová a spořicí družstva a kampeličky. Spousta těchto institucí (zejména pak formálnější družstva) se seskupuje do federací na regionální nebo národní úrovni. Ty pak mohou svým členům nabídnout dohled, likviditu a technickou podporu. Úvěrová družstva vlastní a kontrolují jejich členové, většinou jsou nezisková. Řízení probíhá podle demokratických pravidel. Družstva nejčastěji poskytují spoření, úvěry, běžné účty, pojištění a služby platebního styku. Případné zisky se reinvestují nebo rozdělují mezi členy. Podmínkou úspěšnosti družstev je takový počet členů, který je dostatečně malý, aby bylo možné je efektivně monitorovat a dostatečně velký, aby zajistil, že jedna skupina věřitelů nebude družstvo ovládat. (Ledgerwood, 1999)

Nevládní organizace jsou charakterizovány jako neziskové organizace nespřízněné s vládami. Byly průkopníky mikrofinancí a dodnes jsou nejběžnější formou mikrofinančních institucí. Některé nevládní organizace jsou plně mikrofinanční, jiné nabízejí mikrofinance jako doplněk k jiným službám. Nevládní organizace mohou být domácí nebo součástí mezinárodní sítě. Nehledě na to jsou nevládní organizace bližší cílové skupině, jak z hlediska vzdálenosti tak porozumění jejich potřebám, než vládní organizace a tradiční banky. Slabými stránkami nevládních organizací je limitovaný rozsah poskytovaných služeb a operací, což neumožňuje využívání úspor z rozsahu a častá závislost na dárcích. Neziskové organizace většinou nemohou legálně přijímat vklady, tato funkce je svěřena pouze bankám a dalším institucím pod bankovním dohledem. Další častou slabinou nevládních organizací je nedostatek dlouhodobé perspektivy a strategického plánování. Současným trendem je tak jako u ostatních MFI komercializace, její hlavní příčinou je snaha o udržitelnost a nezávislost na dárcích. Některé neziskové organizace se však naopak specializují na extrémně chudé a vzdálené klienty, vysoce rizikové skupiny jako HIV pozitivní, osoby postižené válečnými konflikty nebo přírodními katastrofami. Mnoho neziskových organizací zaměřujících se na chudé pracuje prostřednictvím neformálních nebo členských organizací. Typickým příkladem jsou vesnické banky, lokální organizace, které mají obvykle 30 – 50 členů. Ti sami rozhodují o výši úroků, kdo dostane úvěr a v jaké výši. Velikost půjčky se obvykle pohybuje mezi 50 a 500 dolary. Hlavním cílem vesnických bank je potírání chudoby. (Ledgerwood, 1999; Svitáková, 2011)

2.5.3 Formální finanční instituce

Formální finanční instituce podléhají jak obecnému právu, tak bankovnímu dohledu a regulaci. Samotný vznik mikrofinancí je připisován neschopnosti a neochotě bank a dalších formálních finančních institucí sloužit chudým. V dnešní době však mají tyto organizace, zejména pak banky se sociální vizí ohromný potenciál na mikrofinančních trzích. Disponují širokou sítí poboček, nabízejí velké množství služeb a mají dostatečné zdroje, které by mohly investovat. Tyto silné stránky by mohly využít k dosažení obrovského množství chudých, ať již samostatně nebo ve spolupráci s nevládními organizacemi. (Helms, 2006; Ledgerwood, 1999)

Formální finanční instituce lze obecně rozdělit na soukromé a státní. Státní rozvojové, zemědělské, spořitelní a poštovní banky mají obvykle velké množství klientů a rozsáhlou síť poboček. V mnoha případech, zejména ve venkovských oblastech, jsou

jedinými dostupnými formálními institucemi. Státní banky jsou často zakládány ze sociálních a rozvojových důvodů a jsou pověřeny sloužit chudým. V minulosti si však nevytvořily příliš dobrou pověst z důvodu špatné alokace subvencovaných půjček, které neputovaly k chudým, nízké návratnosti investic, závislosti na dotacích a politické moci. (Helms, 2006)

Soukromé komerční banky a nebankovní finanční instituce se dělí na čtyři základní skupiny, které se mohou podílet na mikrofinancování: malé komunitní a venkovské banky, nebankovní finanční instituce (NBFI), specializované mikrofinanční banky a komerční banky. Venkovské a komunitní banky vlastní a řídí ve většině případů členové lokální komunity prostřednictvím podílů, nebo místní družstva a asociace. NBFI zahrnují poskytovatele hypoték, leasingové společnosti, poskytovatele spotřebních úvěrů, pojišťovny a další mikrofinanční organizace. V současné době se na mikrofinančních trzích prosazují nejvíce pojišťovny. Ze zákonného a regulačního hlediska je často jednodušší získat licenci a podnikat jako NBFI, avšak množství služeb, které mohou poskytovat je omezeno. Mikrofinanční banky jsou vlastněny právníckými osobami, nikoliv členy. K jejich hlavním cílům patří dosažení finanční udržitelnosti, proto se zaměřují zejména na drobné podnikatele a poskytují relativně vysoké úvěry. Jejich dopad na snižování chudoby je tedy nepřímý. Komerční banky zatím pouze velmi pomalu objevují potenciál chudých klientů, ostatní uvedené instituce často vidí chudé jako svůj cílový trh. Náročnost mikrofinancí pro komerční banky spočívá zejména ve finanční metodice bank, složité organizační struktuře, neefektivitě velmi malých transakcí a množství lidských zdrojů potřebných k dosažení chudých klientů. (Helms, 2006; Svitáková, 2011)

2.6 Principy mikrofinančních investic

Podle Svitákové (2011) se mikrofinanční investice řídí následujícími principy:

- Mikrokredit představuje podnikatelské úvěry, nikoliv spotřební.
- Často je využíváno kolektivní ručení. Za splacení úvěru ručí úvěrová skupina s voleným vedením včele. Jednání s bankou, výběr splátek a udržování platební disciplíny má na starosti vedoucí skupiny (Credit Officer). Ten je obvykle zaměstnancem MFI, důkladně zná místní prostředí i řeč a má ve skupině autoritu.

- Dlužníci dodržují přísnou disciplínu. Jde zejména o docházení na pravidelné schůzky úvěrové skupiny (pozdní příchody jsou sankcionovány), dohled ze strany Credit Officerů a dobrou platební morálku.
- Úroky mají vždy při nejmenším takovou výši, aby pokryly náklady mikrofinančních institucí. I u subvencovaných úvěrů není výše úroků jen symbolická.
- Poskytování úvěrů v cyklech. Žadatelům jsou nejprve poskytovány malé částky, pokud prokážou svoji spolehlivost, získají další, vyšší úvěry.
- Mikrofinance budují společensko-ekonomické struktury. Klienti mezi sebou šíří informace, navzájem se učí, sdílejí znalosti a pomáhají si.
- MFI nevyužívají reklamu. Hlavním marketingovým nástrojem je přítomnost zaměstnanců v cílových lokalitách.
- Vytváření dlouhodobých vztahů s klienty. MFI přistupují ke svým klientům individuálně a budují jejich loajalitu.

2.6.1 Proces poskytování mikrofinančního úvěru

Značná část úvěrů je poskytována úvěrovým skupinám, s těmi se sepisuje smlouva, která obsahuje seznam všech členů úvěrové skupiny, půjčenou částku a splátkový kalendář. Členové skupiny většinou podnikají v různých oborech, začínajícím podnikatelům se však úvěry neposkytují. Ve většině případů je požadována minimálně roční existence obchodu. (Svitáková, 2011)

Poskytnutí úvěru předchází tři povinné schůzky se žadatelem, během kterých dojde k vytvoření seznamu členů, detailnímu vysvětlení fungování mechanismu, zvolení vedení a založení právnické osoby. Jejím jménem je požádáno o úvěr a na konto MFI složeno požadované množství úspor. Půjčky jsou poskytovány v cyklech, první cyklus má především výchovný charakter, obnáší zvýšený dohled, a proto nebývá ziskový. Dochází při něm k tříbení kvality členů, tvorbě dokumentace, utužování vztahů se skupinou a volbě lokálních Credit Officerů. (Svitáková, 2011)

Během druhého cyklu již vše probíhá plynule, frekvence návštěv klesá, pracovník MFI dohlíží na skupiny pouze při týdenních schůzkách a skupiny začínají fungovat svépomocí. V třetím cyklu již mechanismus pracuje na místní bázi, externí zásahy nejsou nutné. (Svitáková, 2011)

Délka úvěrového cyklu je většinou poměrně krátká, delší cykly jsou poskytovány až prověřeným klientům. Splátkový kalendář je většinou týdenní, což je administrativně

náročné a nákladné, avšak důležité pro vytvoření disciplíny. Pokročilejším klientům bývá perioda splácení prodloužena. (Svitáková, 2011)

Úrokové sazby se vzhledem k vysokým nákladům MFI pohybují v řádech desítek procent, v závislosti na konkrétním trhu a charakteru půjčky. Výše úroku u dotovaných neziskových půjček se průměrně pohybuje v řádu 15 – 30 % ročně. Úroková míra u ziskových půjček má daleko větší rozptyl, dosahuje 30 – 70 %. Například v Indii a Bangladéši jsou úrokové sazby obecně nižší, jelikož jsou půjčky často subvencované a trh je zde poměrně nasycen. Pohybují se v rozmezí 12 – 15 % p. a. V Jižní Americe mikrofinanční trh prozatím není natolik rozvinutý, úrokové sazby tedy dosahují 40 – 70 %. V některých zemích, jako například Bolívii, se však již vlivem rostoucí konkurence úroky snižují na hodnoty okolo 21 %. Ačkoliv jsou úrokové míry mikrofinančních úvěrů značně vysoké, jsou pro chudé obyvatele daleko výhodnější a bezpečnější než půjčky od místních lichvářů. (Helms, 2006; Svitáková, 2011)

2.7 Finanční služby poskytované mikrofinančními institucemi

Jak již bylo výše zmíněno, chudí lidé nepotřebují jen úvěry, ale celou řadu finančních služeb. Mikrofinanční instituce tedy poskytují následující služby:

2.7.1 Úvěry

Úvěr představuje zapůjčení finančních prostředků se specifickými podmínkami splácení. Metody poskytování úvěrů je možno rozdělit na individuální a skupinové. Individuální půjčky jsou poskytovány jednotlivcům na základě jejich schopnosti poskytnout MFI zajištění splátek nebo určitou formu zástavy. Tradičním jádrem úspěchu mikrokreditu je příslib stálého přístupu k prostředkům, který motivuje klienty spolehlivě splácet. Dále se často využívají alternativní formy zástavy, jako jsou například hospodářská zvířata nebo jsou používány skupinové metody. Skupinové úvěry mohou získat skupiny, jejichž členové si navzájem poskytují ručení. (Helms, 2006; Ledgerwood, 1999)

Kritickým faktorem úspěšnosti mikroúvěrů je zajistit, aby cash-flow dlužníků bylo dostatečné k pokrytí splátek i úroků. MFI proto většinou pracují s velmi častými, drobnými splátkami. Ty však značně zvyšují náklady mikrofinančních institucí a pro některé klienty, jako zemědělce vázané na sezónní sklizeň, nejsou příliš vhodné. Mikrofinanční praxe však ukázala, že chudí klienti jsou často spolehlivější než

zákazníci běžného bankovního sektoru. Jsou také ochotni zaplatit podstatně vyšší úrok, který je vzhledem k nákladnosti mikrofinančních půjček nutný. (Helms, 2006)

V poslední době MFI přicházejí s novými úvěrovými produkty, jako jsou půjčky na zlepšení bydlení, mimořádné události a spotřební úvěry. Tyto půjčky jsou vytvořeny k vylepšení stávajících domovů dlužníků, oproti klasickým hypotékám, které slouží k nákupu nových domů. (Helms, 2006)

2.7.2 Spoření

Ačkoliv to nemusí být na první pohled patrné, i chudí lidé mají potřebu spořit a vzhledem k nedostatečné finanční infrastruktuře spoří většinou neformálními způsoby. Nejčastěji tak činí nákupem potravin, které lze snadno skladovat (rýže, kukuřice, domácí zvířata) ve větším množství. Dále nakupují zboží, které lze snadno směnit jako šperky, zlato a jiné cennosti či ukládají peníze ke svým sousedům a známým. V zemích s tradiční kulturou se také setkáváme s takzvaným spořením darem. Lidé si vyměňují dary v rodině, s nejbližšími sousedy a přáteli. V případě potřeby se pak osoba obrátí na tento okruh blízkých a každý mu podle svých možností přispěje. S takto uloženým kapitálem se však hůře nakládá, potraviny mohou být znehodnoceny přírodními vlivy, cennosti a peníze zcizeny. (Helms, 2006; Svitáková, 2011)

Chudí lidé tedy potřebují bezpečné, praktické spořicí služby, které jim umožní provádět drobné transakce a snadný přístup k jejich zdrojům. Podle Ledgerwoodové lze spořicí produkty MFI rozdělit na dvě základní skupiny: povinné a dobrovolné spoření. Povinné úspory představují prostředky, které musí být složeny na účet MFI žadateli o půjčku, jde převážně o procento z půjčky nebo pevnou částku. Většinou jsou tedy považovány za součást úvěrových produktů. Tyto úspory nemohou být vybrány, dokud dlužník nesplatí úvěr. Bývají tedy považovány za formu záruky. (Helms, 2006; Ledgerwood, 1999)

Dobrovolné spoření je poskytováno jak dlužníkům, tak ostatním klientům, kteří chtějí ukládat nebo vybírat prostředky podle svých potřeb. Úrokové sazby se pohybují od relativně nízkých k lehce vyšším, než poskytují formální finanční instituce. Spoření představuje pro mikrofinanční instituce stabilní zdroj příjmů. Někteří klienti však neradi ukládají prostředky do MFI, od kterých si brali půjčky. Je to způsobeno právě zkušeností s povinnými úsporami, kde k vloženým prostředkům neměli přístup. Tito klienti se obávají, že se svými vklady opět nebudou moci disponovat. Proto je velmi

důležité, aby mikrofinanční instituce striktně oddělily povinné a dobrovolné spoření a správně jejich rozdíly klientům komunikovaly. (Ledgerwood, 1999)

2.7.3 Pojištění

Pouze velmi málo chudých domácností má přístup k formálnímu zdravotnímu a životnímu pojištění či pojištění domácnosti a majetku. Mikropojištění tedy poskytuje ochranu osobám s nízkými příjmy proti specifickým rizikům výměnou za pravidelné platby přiměřené pravděpodobnosti výskytu rizik a jejich dopadům. Toto pojištění musí být srozumitelné a samozřejmě cenově dostupné. Pojištění je relativně novým produktem MFI a v současném stádiu je velmi obtížné zajistit jeho udržitelnost. MFI proto projevují velký zájem o spolupráci s komerčními pojišťovny. (Helms, 2006)

Pro nízko příjmové skupiny jsou relevantní zejména následující typy pojištění: Pojištění schopnosti splácet je v současnosti nejběžnější, zejména proto, že je nabízeno MFI rovnou k půjčce. Toto pojištění je však určeno především k ochraně věřitele. Rizikové životní pojištění je také často nabízeno spolu s pojištěním schopnosti splácet. Je určeno k ochraně rodiny dlužníka v případě jeho smrti. Smíšené životní pojištění je často poskytováno kampeličkami a napomáhá stimulaci spoření. Pojištění pro případ dožití kombinuje dlouhodobé spoření s půjčkami v případě mimořádných událostí. U tohoto produktu pojistné zvyšuje jeho hodnotu. (Helms, 2006)

MFI poskytují také pojištění majetku, které se ve většině případů váže k půjčkám a má dlužníkovi pomoci se splácením v případě nahodilých nepříznivých událostí. V některých případech dokonce zahrnuje náhradu poškozeného majetku. Pojištění zemědělských rizik je velmi komplikovaným nástrojem. Problémy nastávají v případech, kdy pojištění farmáři používají méně spolehlivé metody a tak zvyšují pravděpodobnost ztráty úrody. Rovněž pojistné, které si mohou dovolit, často nepokrývá náklady MFI a případné pojistné plnění. (Helms, 2006)

Největší poptávka mezi chudými lidmi je samozřejmě po zdravotním pojištění. Pro MFI je velmi náročné vytvořit životaschopný produkt, který by pokryl potřeby klientů při dostupném pojistném a zároveň byl udržitelný. Mnoho odborníků se proto shoduje, že zdravotní pojištění by neměly poskytovat komerční instituce, ale mělo by být součástí vládních sociálních programů financovaných z veřejných rozpočtů. S tímto názorem se rovněž ztotožňuje autorka, bezplatný přístup ke zdravotní péči by měl patřit

k neoddiskutovatelným právům každého člověka. Bohužel ani v dnešní době tomu tak nejen v rozvojových zemích není. (Helms, 2006)

2.7.4 Platební styk

I chudí lidé potřebují přemísťovat peněžní prostředky z jednoho místa na druhé, proto v současné době roste počet MFI, které poskytují také služby platebního styku. Objem prostředků, které tito lidé převádějí je většinou příliš malý na to, aby mohli využít formální finanční instituce. Převážně tedy musí využívat nákladnějších a mnohdy i nebezpečných metod transferu peněz. Peníze se v některých případech nakonec ani nedostanou k určenému příjemci. V některých zemích dokonce neexistuje žádný domácí systém platebního styku. (Helms, 2006)

Služby platebního styku mohou být vázány ke spořicímu účtu nebo poskytovány samostatně za poplatek. Pokud je platební styk součástí spořicí služeb, je obvyklé nízké úročení vkladů, jelikož jsou zde zahrnuty právě náklady transakcí. Pokud se nejedná o klienty, kteří disponují účtem u MFI, každá transakce je zpoplatněna. Poplatky jsou stanoveny jako procento z převáděné částky nebo pevnou sumou, u první transakce je často účtován příplatek. (Ledgerwood, 1999)

2.8 Dopady mikrofinancování

Mikrofinance ovlivňují chudé jak přímo, tedy získáním přístupu k potřebným mikrofinančními službám, tak nepřímo prostřednictvím ekonomického růstu. Efektivní MFI mobilizují úspory k investicím, usnadňují a podporují příliv zahraničního kapitálu a zajišťují, aby byl využit co nejefektivněji. Ekonomický růst pak vesměs vede ke snižování chudoby. (Helms, 2006)

Mikrofinance obvykle přispívají k postupnému zvyšování kvality života ekonomicky aktivních chudých vlivem pozvolného nárůstu příjmů. Dopady mikrofinancování jsou však daleko větší než „pouhé“ zvýšení příjmů domácností. Hlavním přínosem spoření a pojištění je snížení zranitelnosti klientů vůči nečekaným nepříznivým událostem, kterým jsou chudí lidé neustále vystaveni a možnost investovat do vzdělání a zdravotní péče. (Helms, 2006; Robinson, 2001)

Jedním z nejčastěji uváděných přínosů mikrofinancování je zvyšování aktivity a produktivity příjemců mikroúvěrů, kteří se pak stávají nezávislími na vnější pomoci. Lidé jsou oproti bezplatné rozvojové pomoci nuceni mobilizovat vlastní kapacity

a prostřednictvím své produktivní činnosti jako např. pěstování zemědělských plodin, poskytování drobných služeb nebo práce pro malá pracovní družstva získat prostředky na splacení půjčky. Ty jsou většinou poskytovány výhradně na podporu malého podnikání a zahrnují také kurzy finanční gramotnosti a dalších potřebných znalostí jako jsou základy malopodnikání, marketingu, místní legislativy apod. Některé MFI dokonce v rámci vzdělávání provádějí osvětovou činnost o HIV a dalších onemocněních, lidských právech a právech žen. (Svitáková, 2011)

Mikrofinancování má tedy významné sociální dopady, zejména v oblasti ženských práv. Ve většině rozvojových zemí funguje patriarchální společnost, která neumožňuje ženám podílet se na rozhodování, ani vlastnit majetek. MFI poskytováním úvěrů ženám zvyšují jejich důležitost v rodině, sebevědomí i schopnost sebeprosazení a umožňují jim stát se finančně nezávislými. Podle mnoha výzkumů dokonce mikrofinancování výrazně přispívá ke snižování domácího násilí. Mikrofinancování tedy dlouhodobě napomáhá zlepšení postavení žen ve společnosti. Kritici však poukazují na fakt, že emancipační potenciál mikrokreditu je značně omezený, jelikož v množství případů se zapůjčenými prostředky fakticky disponují muži. Problémy mohou nastat i v případě skupinových půjček. Pokud člen skupiny není schopen splácet, může dojít ke ztrátě důvěry ostatních a narušení sociálních vztahů. Zejména pro ženy, jejichž skupiny jsou soudržnější, je ztráta sociálního kapitálu v tradiční společnosti fatální. (Robinson, 2001; Svitáková, 2011)

Dopady mikrofinancí na osoby postižené absolutní chudobou jsou bohužel většinou pouze nepřímé. Množství sociálně vyloučených skupin obyvatel rozvojových zemí nemůže z mikrofinancí přímo profitovat, neboť nemají spolehlivý a pravidelný příjem, který by zajistil jejich schopnost splácet. Mikrofinance tedy cílí především na osoby pohybující se okolo hranice chudoby, i to je však značně problematické. Výzkumy ukazují, že domácnosti, které se stávají klienty MFI, bývají často již před poskytnutím půjčky významně bohatší než ostatní v komunitě. Navíc většinou získávají větší půjčky. Souvisejícím nedostatkem je podle autorky také poskytování návazných půjček až v řádu stovek tisíc dolarů. Ty jsou poskytovány úspěšným klientům, kteří již prošli mnoha úvěrovými cykly a úspěšně vybudovali své podnikání. Tito lidé už většinou nebyvají bezprostředně ohroženi chudobou a ve spoustě případů mají možnost získat prostředky u běžných finančních institucí. MFI by tedy měly vynakládat své zdroje

spíše na poskytování drobných půjček malým podnikatelům, kterým absolutní chudoba skutečně reálně hrozí. (Armendáriz, 2005; Svitáková, 2011)

Za určitých okolností mohou být dopady mikrofinancování dokonce paradoxní, vedou totiž ke stejným problémům, které měly prvotně řešit. Pokud jsou úvěry používány ke spotřebním účelům namísto investování, půjčky jsou nezodpovědně poskytovány všem žadatelům a ti nejsou schopni vzhledem ke své nejen finanční negramotnosti vyhodnotit rizika, dochází k neschopnosti splácení a následnému prohlubování chudoby. Dalším paradoxem může být pokles vzdělanosti. S rostoucí zaměstnaností žen ubývá času, který mohou věnovat výchově dětí a dochází ke snižování porodnosti. V rozvojových zemích je zvykem, že se žena i děti podílí na obdělávání půdy, péči o dobytek a přípravě jídla. Pokud má však žena další zaměstnání, rostou v této oblasti nároky na děti a může tak dojít k situaci, kdy nejsou do školy posílány. (Armendáriz, 2005; Svitáková, 2011)

2.9 Mikrofinancování v České republice

Mikrofinancování není záležitostí pouze rozvojového světa, ale v současné době se především díky Evropské unii prosazuje i v Evropě. V evropských podmínkách samozřejmě úvěry dosahují jiných výšek a mají rozdílnou implementační strukturu, jelikož se zde nevyužívá skupinových schémat, ale prostředky jsou obvykle vkládány do velkých fondů. Cíl je však obdobný, tedy podpora začínajících, drobných podnikatelů bez přístupu k běžnému finančnímu sektoru. (Svitáková, 2011)

V ČR je mikrofinancování známé především z 2. poloviny 19. století prostřednictvím kampeliček. Tyto instituce umožňovaly akumulaci kapitálu skupin obyvatel v daném regionu, zejména na venkově. V 90. letech minulého století vznikalo velké množství kampeliček, které byly nehospodárně řízeny a ve většině případů nakonec zkrachovaly. Tyto události významně poškodily důvěru v družstevní záložny. (Holman, 2011; Svitáková, 2011)

I v současné době je získání bankovní půjčky na zahájení či rozvoj podnikání problematické. Existuje spousta žadatelů, kteří jsou pro banky příliš riziková a bez dostatečného ručení půjčku v tradiční finanční instituci nezískají. Tato situace tedy i u nás vytváří prostor pro mikrofinancování. V roce 2002 byl spuštěn pilotní mikrofinanční program pro začínající podnikatele START. Ten pracoval s 5 000 klienty a byl podporován Agenturou pro rozvoj podnikání a Ministerstvem průmyslu a obchodu. Zahrnoval měsíční vzdělávací programy a výše půjček činila maximálně

500 000 Kč pro jednu osobu nebo 1 500 000 Kč pro více osob. Půjčky byly poskytovány na čtyři roky, velmi nízko úročené, nebo dokonce bezúročné. Tento program byl však v roce 2005 zrušen. Hlavním důvodem byla nízká kvalita vzdělávání a podnikatelských plánů doplněná nevhodným výběrem žadatelů. To vyústilo v pokles platební morálky klientů. (Svitáková, 2011)

V současné době je mikrofinancování jako investiční koncept rozvíjeno společností Microfinance a. s., která bude podrobně popsána v kapitole 4. Drobným mikrofinančním projektům se věnují také některé neziskové organizace jako Člověk v tísni nebo ShineBean o. s. Osvětou v oblasti mikrofinancí se zabývá Nadační fond Microfinance, který pořádá semináře pro širokou i odbornou veřejnost. Česká republika se momentálně na mikrofinancování nepodílí přímo finančními prostředky, ale osvětovou činností. Koncepce rozvojové spolupráce ČR však mikrofinancování zmiňuje jako možnou další formu rozvojové spolupráce. (Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2010; Svitáková, 2011)

3 Výzkum vztahu CSR a mikrofinancování

Tato část práce se věnuje výzkumu a následné analýze vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování v ČR. Výzkum je tedy prováděn mezi podnikatelskými subjekty.

3.1 Výzkumný problém, cíle výzkumu

Ke zjištění existence vztahu mezi CSR a mikrofinancováním byl proveden vlastní empirický výzkum mezi společnostmi v ČR. Na téma společenské odpovědnosti bylo již realizováno mnoho výzkumů, snahou tohoto výzkumu je však zjistit, zda existují vazby mezi tímto konceptem a dalšími koncepty zaměřenými na sociální či ekologické otázky, konkrétně mikrofinancováním.

Hlavními cíli tohoto výzkumu bylo zjištění, zda:

- existuje relace mezi CSR a mikrofinancováním,
- jaké je povědomí nejen společensky odpovědných firem o mikrofinancování,
- zda a jak se firmy věnují společensky odpovědnému investování,
- zda by byly do svých aktivit ochotné mikrofinancování zahrnout.

3.2 Metodika výzkumu

Pro tuto práci byly zvoleny metody kvantitativního výzkumu, zejména z důvodu dosažitelnosti velkého počtu respondentů. Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníkového šetření v září a říjnu 2013. Dotazníky byly mezi respondenty šířeny elektronickou formou. Šetření bylo provedeno anonymně, respondenti mohli zvolit vyplnění dotazníku na serveru vyplnto.cz, či prostřednictvím přiloženého formuláře v aplikaci MS Word. Dotazník byl rozeslán společnostem, které veřejně deklarují svoji společenskou odpovědnost či prezentují své filantropické aktivity. Struktura dotazníků byla následující (Kozel, 2006):

- uzavřené otázky, které respondentovi předkládají možné odpovědi,
- polouzavřené poskytující výběr z variant či odpověď vlastními slovy,
- otevřené, umožňující respondentovi uvést vlastní odpověď,
- identifikační zaměřené na charakterizování respondenta.

Dotazník je uveden v příloze A této práce. Získaná data byla zpracována pomocí statistických metod.

3.3 Stanovení hypotéz

Autorka na základě uvedených cílů výzkumu stanovila následující hypotézy:

H1: Povědomí o mikrofinancování u společensky odpovědných firem v ČR je nízké.

H2: Společensky odpovědné podniky mají větší povědomí o mikrofinancování než neodpovědné.

H3: Pokud jeví společensky odpovědné firmy o mikrofinancování zájem, je to zájem spíše o lokální mikrofinanční projekty.

H4: Podniky, které mají ve svém portfoliu společensky odpovědné investice, jeví o mikrofinancování větší zájem než ostatní.

H5: Mezi CSR a mikrofinancováním neexistuje jasný vztah.

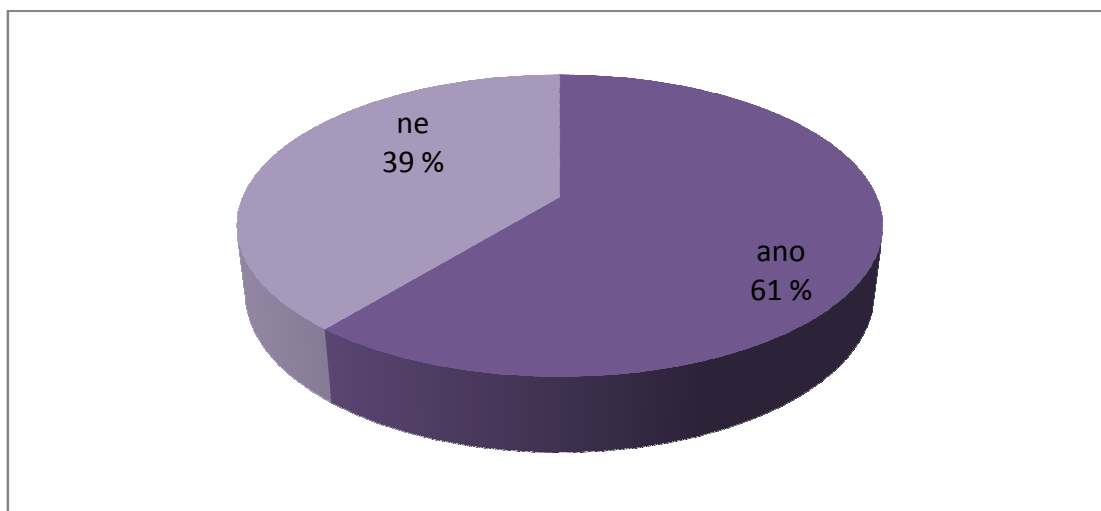
3.4 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Pro potřeby tohoto výzkumu byl plánován vzorek minimálně sto respondentů. Dotazníkové šetření bylo ukončeno po získání 110. dotazníku a výsledky zpracovány prostřednictvím aplikace MS Excel.

V následujícím textu jsou vyhodnoceny jednotlivé otázky:

1. Považujete Vaši firmu za společensky odpovědnou?

Dotazníky byly rozesílány pouze firmám, které se prezentují jako společensky odpovědné či firmám, které na webových stránkách informují o svých filantropických aktivitách, sponzoringu apod. V průběhu šetření se podařilo získat odpovědi od 67 společensky odpovědných firem z celkového počtu 110 respondentů.

Obrázek č. 3: Považujete Vaši firmu za společensky odpovědnou?

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázky 2 až 6 se týkají CSR, zodpovídaly je tedy pouze ty firmy, které se považují za společensky odpovědné.

2. Co Vaši firmu vedlo k implementaci konceptu společenské odpovědnosti firem (CSR)?

Cílem této otázky bylo zjistit, jaké důvody společnosti vedou k samotné implementaci CSR, jelikož od nich se poté odvíjí celá koncepce společenské odpovědnosti, oblasti největší pozornosti, společensky odpovědné aktivity...

Tabulka č. 1: Co Vaši firmu vedlo k implementaci konceptu CSR?

Faktory	Absolutní četnost	Procentní vyjádření
ekonomické důvody	10	15 %
dodavatelé	6	9 %
přesvědčení managementu	54	81 %
zvýšení atraktivity jako zaměstnavatele	24	36 %
zákazníci	18	27 %
mateřská společnost	18	27 %
zlepšení image	33	49 %
konkurence	4	6 %
jiné: CSR je pro nás samozřejmost, CSR je součástí firemních hodnot, koncept CSR jsme formálně neimplementovali, dobrý pocit, zlepšování životního prostředí, tradice, být užiteční, odpovědný přístup k podnikání	8	12 %

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

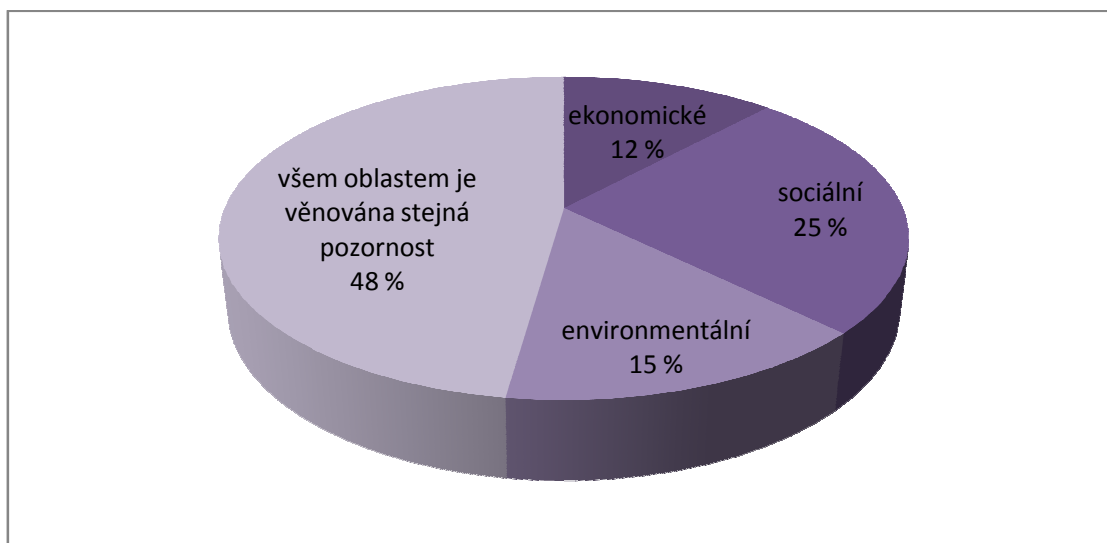
Jednoznačně nejčastějším důvodem zavedení CSR je přesvědčení managementu o nezbytnosti podnikat v dnešní době odpovědně. CSR tedy bývá ve firmách většinou zaváděno shora na základě strategie vypracované vedením. Téměř polovina respondentů uvedla zlepšení image, což jasně poukazuje na fakt, že CSR je do značné míry považováno za marketingový nástroj. 36 % dotázaných uvedlo jako důvod k zavedení CSR zlepšení atraktivity společnosti jako zaměstnavatele, to ukazuje na současný trend, kdy zaměstnancům stále častěji nejde pouze o výši platu a náplň pracovní činnosti, ale také o další benefity, work-life balance, postoj společnosti k zaměstnancům i okolí a jejím dopadu na prostředí, ve kterém působí.

Ve více než čtvrtině případů přicházejí motivy k implementaci CSR z mezoprostředí, ať již jde o mateřskou společnost, která uplatňuje globální strategii společenské odpovědnosti či zákazníky, kteří stále častěji do svého nákupního rozhodování zahrnují i aspekt odpovědné spotřeby, na B2B trzích pak vlastní společenskou odpovědnost v dodavatelském řetězci.

3. Jaké oblasti CSR je ve Vaší společnosti věnována největší pozornost?

Téměř polovina respondentů uvádí, že je všem oblastem společenské odpovědnosti v jejich podniku věnována stejná pozornost. Čtvrtina firem upřednostňuje pilíř sociální, toho si lze povšimnout v prezentaci společensky odpovědných aktivit mnoha firem, které se zaměřují zejména na zaměstnance, podporu znevýhodněných skupin obyvatelstva, kulturní akce apod.

Obrázek č. 4: Jaké oblasti CSR je ve Vaší společnosti věnována největší pozornost?



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Nejméně respondentů uvádí jako hlavní oblast CSR v jejich firmě oblast ekonomickou. To může úzce souviset s výsledky předchozí otázky, kde ekonomické důvody k zavedení CSR uvedlo pouze 15 % respondentů. Téměř polovina dotázaných však označila zlepšení image. Z tohoto pohledu je pro podnik podstatně důležitější pilíř sociální, ale i environmentální, které přímo ovlivňují zákazníky, zaměstnance i veřejnost.

4. Do Vašich aktivit v rámci ekonomického pilíře spadá:

Tato část dotazníku je zaměřena na činnosti, které podniky v rámci svého ekonomického pilíře provádějí.

Tabulka č. 2: Do Vašich aktivit v rámci ekonomického pilíře spadá:

Aktivity	Absolutní četnost	Procentní vyjádření
transparentnost	53	79 %
dodržování smluv	56	84 %
čestný konkurenční boj	51	76 %
ochrana duševního vlastnictví	28	42 %
společensky odpovědné investování	25	37 %
ochrana spotřebitele	30	45 %
dobré vztahy se stakeholders	30	45 %
mikrofinancování	2	3 %
odmítání korupce	50	75 %
etický kodex	47	70 %
ochrana dat	34	51 %
platební morálka	39	58 %
inovace a udržitelnost	36	54 %
principy správného řízení	31	46 %
etická reklama	23	34 %
jiné (spolupráce s municipalitami v oblasti našeho působení, podpora podnikání, vytváření pracovních míst pro OZP)	3	4 %

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Společnosti nejčastěji odpovědné chování prosazují v dodržování smluv, transparentnosti, čestném konkurenčním boji a odmítání korupce. Jedná se tedy o oblasti, které by měly být v podnikání naprosto běžné, bohužel tomu tak v praxi často nebývá.

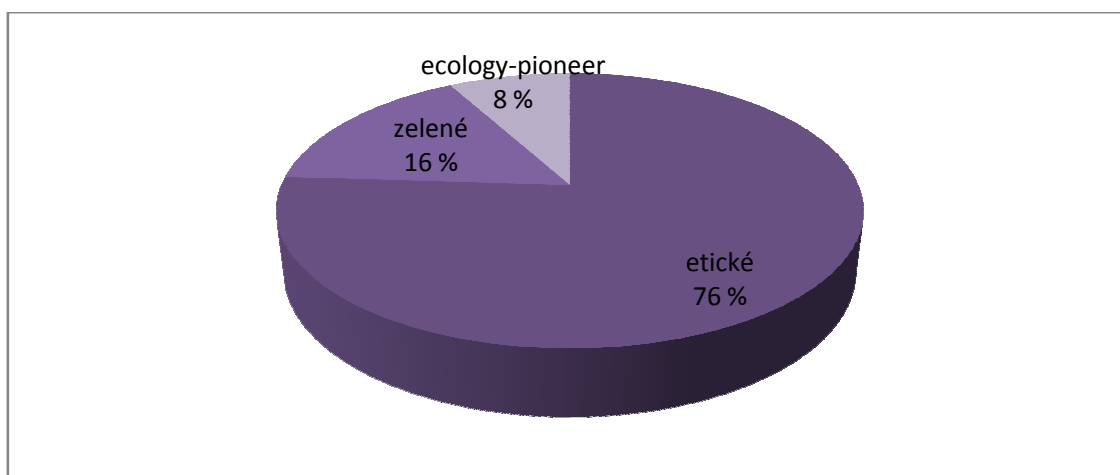
70 % organizací pak sestavuje etický kodex, který je jedním ze základních dokumentů koncepce CSR a vymezuje standardy chování celé organizace. 37 % firem má ve svém

portfoliu společensky odpovědné investice, mikrofinancování se však věnují pouze tři procenta firem.

5. Pokud jste v předchozí otázce uvedli společensky odpovědné investování (SRI), na jaký typ investic se Váš podnik zaměřuje?

Tato otázka zjišťovala, jaké společensky odpovědné investice podniky preferují. Výsledky šetření jednoznačně ukazují na investice etické, tj. do podniků či fondů neporušujících morálku, uznávajících vysoké etické standardy a tedy opět do firem společensky odpovědných.

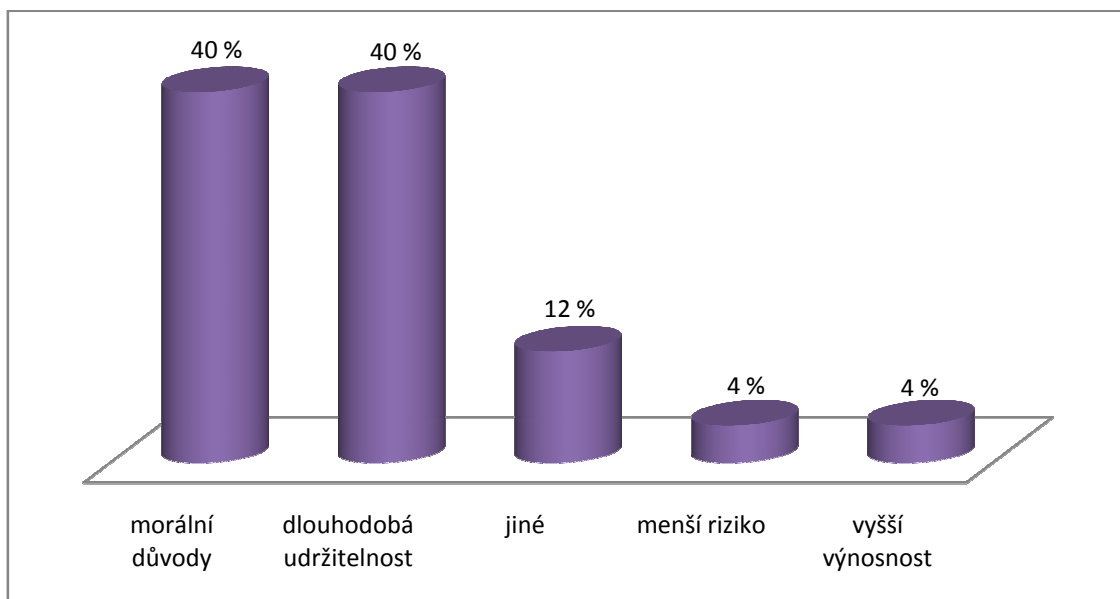
Obrázek č. 5: Na jaký typ SRI se Váš podnik zaměřuje?



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

6. Z jakého důvodu investujete do společensky odpovědných firem (fondů)?

Ke společensky odpovědným investicím vedou 40 % firem morální důvody a snaha o dlouhodobou udržitelnost. Finanční parametry jako je vyšší výnosnost či menší riziko zohledňují pouze 4 % respondentů.

Obrázek č. 6: Z jakého důvodu investujete do společensky odpovědných firem?

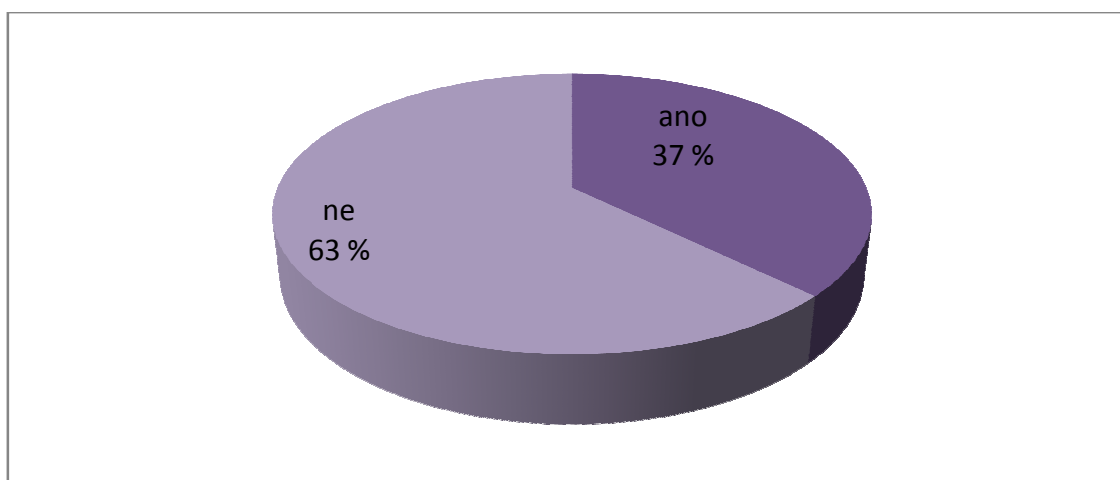
Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Jako jiné důvody uvedli dotázaní odpovědnost ke svému okolí, rozvoj vzdělávání a konkurenceschopnosti na trhu a nevím.

Následuje část dotazníku o mikrofinancování, kterou opět vyplňovali všichni dotázaní.

7. Znáte pojem mikrofinancování?

Pojem mikrofinancování zná pouze 41 respondentů z celkového počtu dotázaných. To poukazuje na poměrně nízké povědomí o problematice mikrofinancování v ČR.

Obrázek č. 7: Znáte pojem mikrofinancování?

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Otázky 8 a 9 byly určeny pouze respondentům, kteří znají mikrofinancování.

8. Popište prosím vlastními slovy, co pojem mikrofinancování vyjadřuje.

Úkolem této části dotazníku bylo zjistit, zda respondenti skutečně vědí, co pojem mikrofinancování znamená. Dvanáct procent ze získaných odpovědí nevykazuje žádné společné znaky s definicemi mikrofinancování. Počet respondentů, kteří skutečně znají pojem mikrofinancování tak můžeme upravit na 36, tedy 33 %.

Uvedené odpovědi shrnuje následující tabulka, nesprávné definice jsou barevně zvýrazněny.

Tabulka č. 3: Popište prosím vlastními slovy, co pojem mikrofinancování vyjadřuje.

Odpovědi
Drobné půjčky a úvěry do začátků podnikání jednotlivých lidí, rodin či malých skupin v rozvojovém světě.
Druh finančních služeb pro chudé. Má jim pomoci na základě např. spoření malých částek akumulovat alespoň nějaké finanční zdroje. V případě úvěru jde mnohdy o jedince, kteří nemají odpovídající ručení a tak se spojí v rámci spolku, kde zpravidla bývá ručení "jeden za všechny všichni za jednoho" - splacení je často vymáháno společenským tlakem.
Financování malých podniků/živnostníků, aby mohly/i rozjet své podnikání. Udržitelné půjčky.
Finanční služby poskytované chudobným zemím. Mikropojištění, mikroúvěry atp.
Jde o drobné půjčky sociálně slabým, méně majetným.
Jedná se o poskytování podpory buď to rozvíjejícím se podnikům v určité oblasti nebo přímo o financování rozvojových zemí prostřednictvím nějakých "mikro"úvěrů... - např. z evropských fondů sem asi může patřit podpora de minimis.
Jedná se o poskytování podpory rozvojovým zemím, jednotlivým podnikům, oblastem či jednotlivcům. Většinou se jedná o malou částku, která je těmto subjektům poskytována, jelikož v mikrofinancování je skryta zásadní myšlenka - lepší jsou férově půjčené peníze nežli peníze darované.
Malé půjčky drobným podnikatelům, malým společnostem, jednotlivcům s cílem získání počátečního kapitálu (který v důsledku přispívá k rozvoji ekonomiky regionu), obdarování bývají z RZ. Zjednodušuje počátky podnikání v chudých oblastech.
Mikrofinancování zahrnuje problematiku mikroúvěrů či pojištění, podporuje finanční rozvoj jednotlivých zemí i jednotlivců.
Nakumulování finančních prostředků pro lidi se špatnou platební morálkou/chudé lidi.
Poskytování nízkoobjemových úvěrů, poskytování služeb drobným střadatelům apod.
Nebankovní půjčky podnikatelským subjektům (jednotlivcům), převážně v rozvojových zemích.
Peněžní půjčky malého rozsahu pro chudší osoby, aby je nemusel dotovat stát a aby se zvýšila jejich solventnost.
Podpoření komunitních či lokálních projektů se zapojením vlastních sil společnosti. Velmi

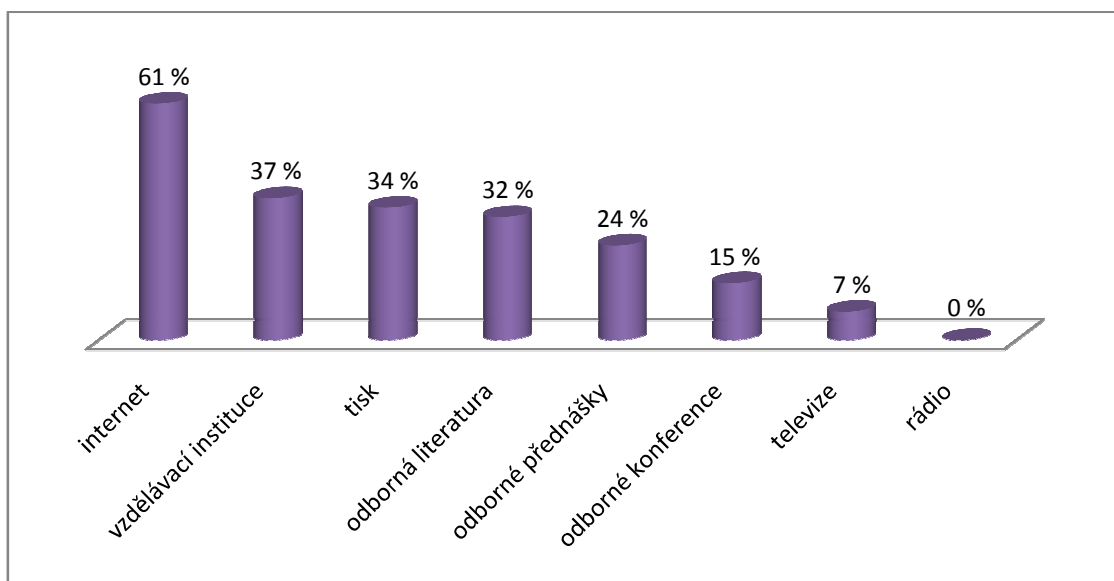
používané v Agendě 21 v oblasti municipalit. V tržním průmyslu příliš nerozšířené.
Poskytování drobných půjček specializovanými finančními ústavy podnikatelům především v rozvojových zemích.
Poskytování finanční podpory jednotlivcům, firmám pomáhající zlepšit budoucnost.
Poskytování finančních služeb chudším oblastem.
Poskytování půjček s malým objemem peněz pro účely rozvoje drobného podnikání lidem, kteří nemají možnost dosáhnout na standardní úvěr v bankách.
Půjčky v nízké hodnotě (např. v řádu tisíců).
Snížení platební neschopnosti lidí různými způsoby.
Termín pro poskytování úvěrových, spořitelních, platebních, ale i pojišťovacích a dalších finančních služeb chudým a lidem s nízkými příjmy.
Malé půjčky s výhodnými podmínkami typické pro málo rozvinuté země.
Akumulace finančních částek.
Malé peněžní zdroje pro prevenci platební neschopnosti.
Mikropůjčky na projekty v chudých zemích.
Půjčky malého rozsahu umožňující rozvoj podnikání zejména v zemích třetího světa.
Mikroúvěry nebo mikropojištění nemajetných lidí.
Drobné půjčky fyzickým osobám nebo začínajícím firmám, cílené většinou na chudé a rozvojové oblasti. Cílem není zisk, ale podpora rozvoje zdravé ekonomiky v dané oblasti.
Drobné půjčky chudým obyvatelům rozvojových zemí.
Poskytnutí malé finanční částky, díky které někdo v méně vyvinuté zemi může zahájit podnikání.
Velmi malý úvěr.
Druh finančního zprostředkování ve formě malých půjček mezi věřiteli a dlužníky, poskytovaných na krátká období. Mikrofinancování patří mezi velmi úspěšné a zejména dlouhodobě udržitelné programy.
Financování projektů/aktivit prostřednictvím drobných částek velkého množství "mikroinvestorů".
Finanční služby, např. úvěry, pojištění apod., které se vyznačují malými objemy co do hodnoty.
Mikrofinancování je specifický druh finančních služeb.
Mikropůjčky malým podnikům a start upům.
Poskytování finančních služeb ekonomicky slabým subjektům.
Poskytování menších objemů prostředků třetím stranám na rozjezd jejich "podnikání".
Poskytování úvěrů a ochrana úspor "chudých" lidí, drobných řemeslníků apod.
Půjčky chudým zpravidla ze zemí třetího světa.
Stálá finanční pomoc v malých dávkách chudým.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

9. Kde jste se s pojmem mikrofinancování setkali?

Nadpoloviční většina respondentů se o mikrofinancování dozvěděla prostřednictvím internetu, který je v současné době zásadním zdrojem informací. 37 % dotázaných se s tímto pojmem setkalo ve vzdělávacích institucích. Problematika mikrofinancování se pomalu zařazuje k tématům, které jsou probírány v rámci různých předmětů zejména na ekonomických fakultách vysokých škol.

Obrázek č. 8: Kde jste se s pojmem mikrofinancování setkali?

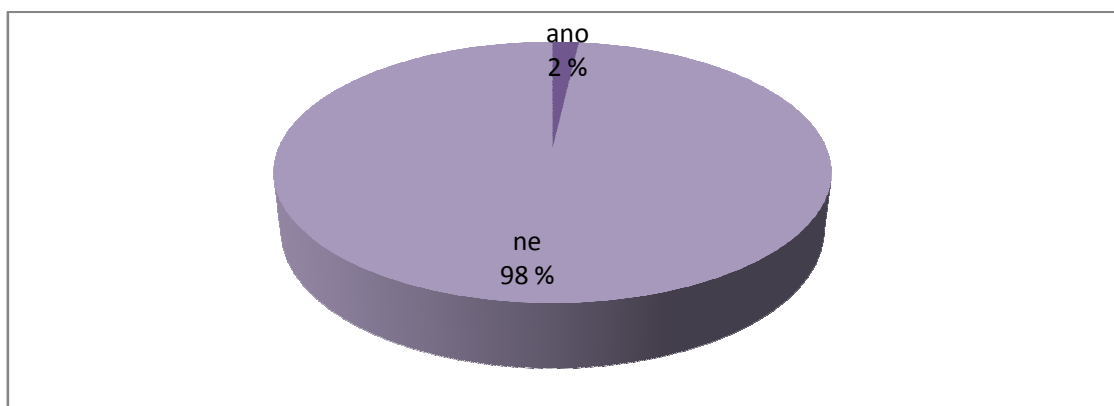


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

10. Investuje Vaše společnost do mikrofinancování?

Z celkového počtu 110 dotázaných investují do mikrofinancování pouze 2 společnosti. To jasně dokládá, že mikrofinancování není jako investiční příležitost v ČR etablované.

Obrázek č. 9: Investuje Vaše společnost do mikrofinancování?

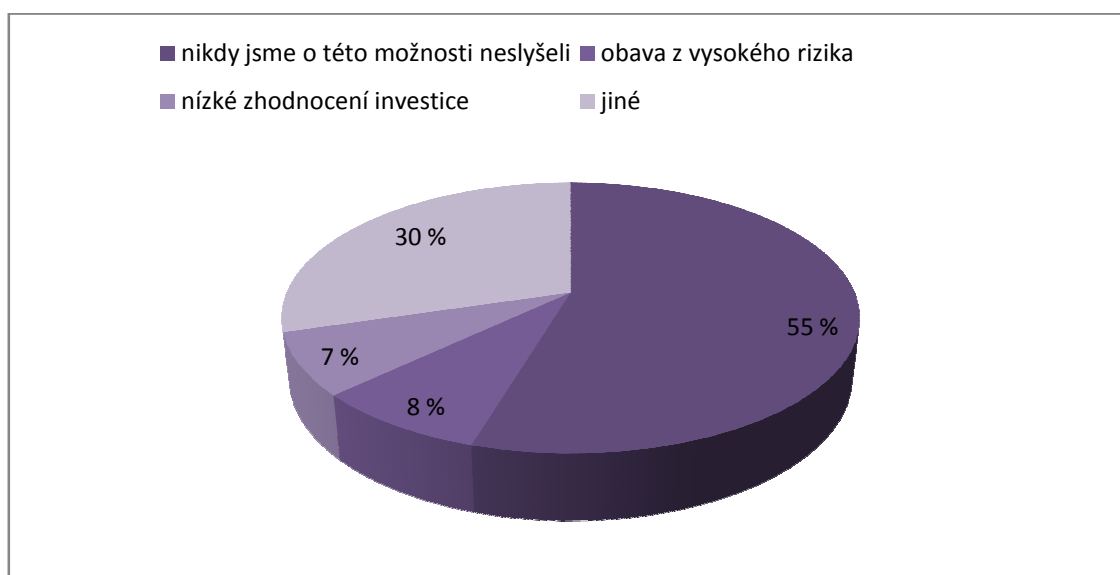


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

11. Z jakého důvodu Vaše společnost neinvestuje do mikrofinancování?

Více než polovina dotázaných neinvestuje do mikrofinancování proto, že o této možnosti nevědí a pojem mikrofinancování vůbec neznají. Pouze malé procento respondentů uvádí jako důvod obavu z vysokého rizika či nízké zhodnocení investice. Tyto obavy však nejsou na místě, jelikož rizikovost mikrofinančních projektů je velmi nízká a výnosnost je minimálně srovnatelná s běžnými investičními příležitostmi.

Obrázek č. 10: Z jakého důvodu Vaše společnost neinvestuje do mikrofinancování?



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Jako jiné respondenti uvedli:

- V rámci CSR se věnujeme jiným činnostem. (2x)
- Nezabýváme se touto problematikou.
- Máme zcela jiné zaměření.
- Nedostatek zdrojů. (4x)
- Není předmětem našeho zájmu.
- Investujeme do obnovitelných zdrojů energie.
- Není to náš obchodní model.
- Nikdy jsme o tom neuvažovali.
- Volíme jiné způsoby CSR, nemáme další kapacity.
- CSR projekty učíme lidi, aby se do tísně nedostali.
- CSR zaměřené pouze na zaměstnance.

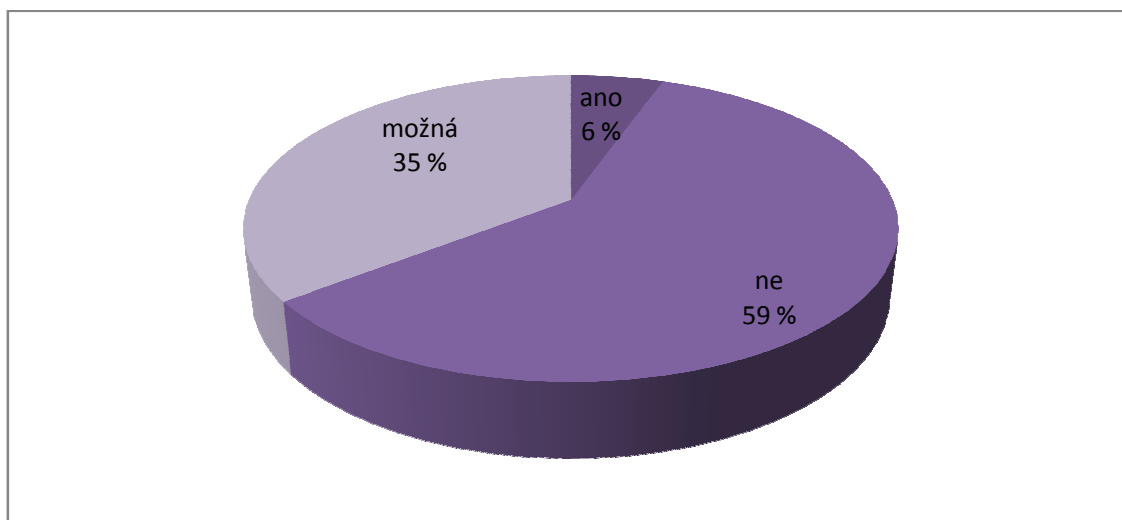
- Společnost investuje především do vlastního rozvoje.
- Nevím. (5x)
- Nevyhledali jsme si příležitost.
- Zaměřujeme se na náš core business.
- Není to naše oblast.
- Máme aktivity v jiných oblastech.
- Jiné důvody.
- Realizace jiných aktivit.
- Nejsme finanční instituce.
- Jsme sociálně orientovaná, ale standardní obchodní firma.
- Proč v ČR?
- Tato forma investování není v ČR obvyklá.
- Podporujeme charitativní organizace.

Z dalších odpovědí vyplývá, že někteří respondenti přesně neví, co pojem mikrofinancování vyjadřuje a jaké investiční příležitosti přináší.

12. Uvažovali byste (i) v budoucnu o investicích do mikrofinancování?

59 % všech dotázaných nebude ani v budoucnu o investici do mikrofinancování uvažovat. Zbylí respondenti jsou ochotni tuto variantu alespoň zvážit, což je oproti dvěma procentům společností, které do mikrofinancování doposud investují, velmi podstatný nárůst.

Obrázek č. 11: Uvažovali byste (i) v budoucnu o investicích do mikrofinancování?



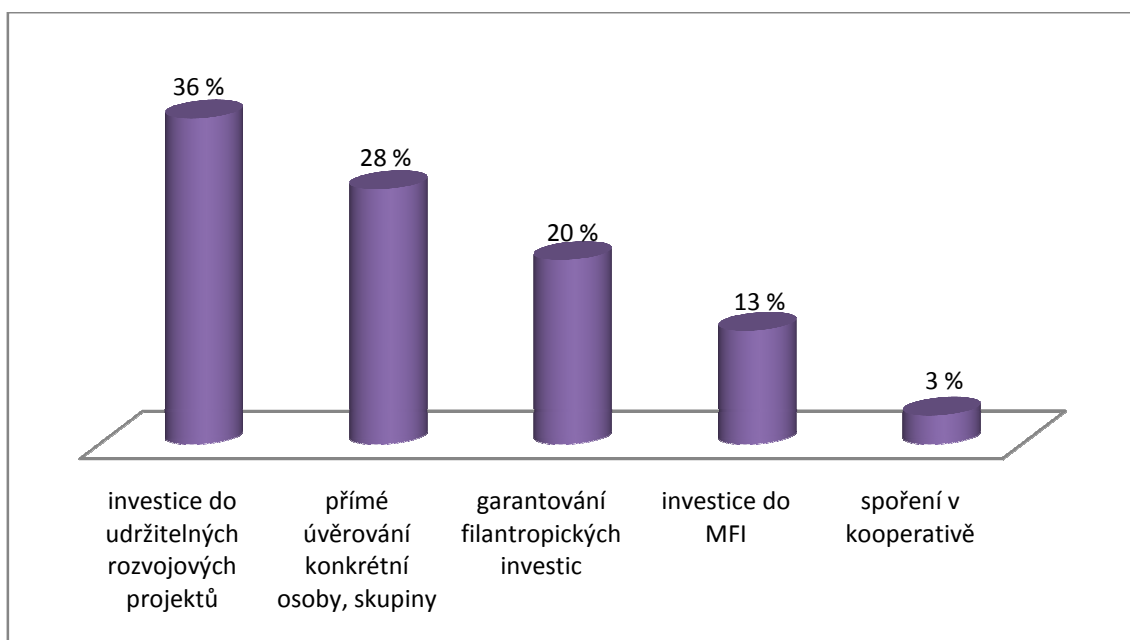
Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Všechny společnosti, které na tuto otázku odpověděly ano, jsou společensky odpovědné. Z firem, které uvedly možná je 80 % odpovědných. Dalším zajímavým zjištěním je, že 26 % z firem, které nikdy dříve o pojmu mikrofinancování neslyšely, projevilo potenciální zájem o investice do mikrofinancování.

13. Jaké mikrofinanční projekty by pro Vás byly zajímavé (do jakých investujete)?

V této otázce se jednalo o zjištění preferencí potenciálních i stávajících investorů. Možnosti vycházejí z nabídky produktů myELEN.

Obrázek č. 12: Jaké mikrofinanční projekty by pro Vás byly zajímavé?

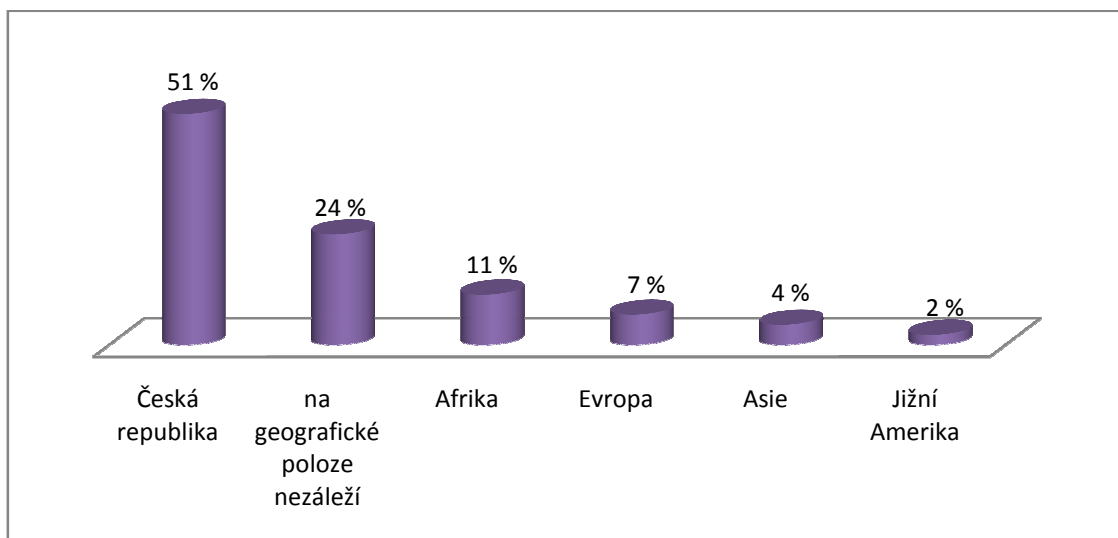


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Respondenty nejvíce zaujaly udržitelné projekty, které podporují rozvoj chudých oblastí a místních komunit. Dále je pro ně zajímavé přímé úvěrování konkrétní osoby či skupiny osob. To je pravděpodobně způsobeno tím, že investor zde může kontrolovat, zda peníze skutečně dorazily na místo určení a jak s nimi bylo naloženo.

14. Kam byste své investice spíše směřovali (směřujete)?

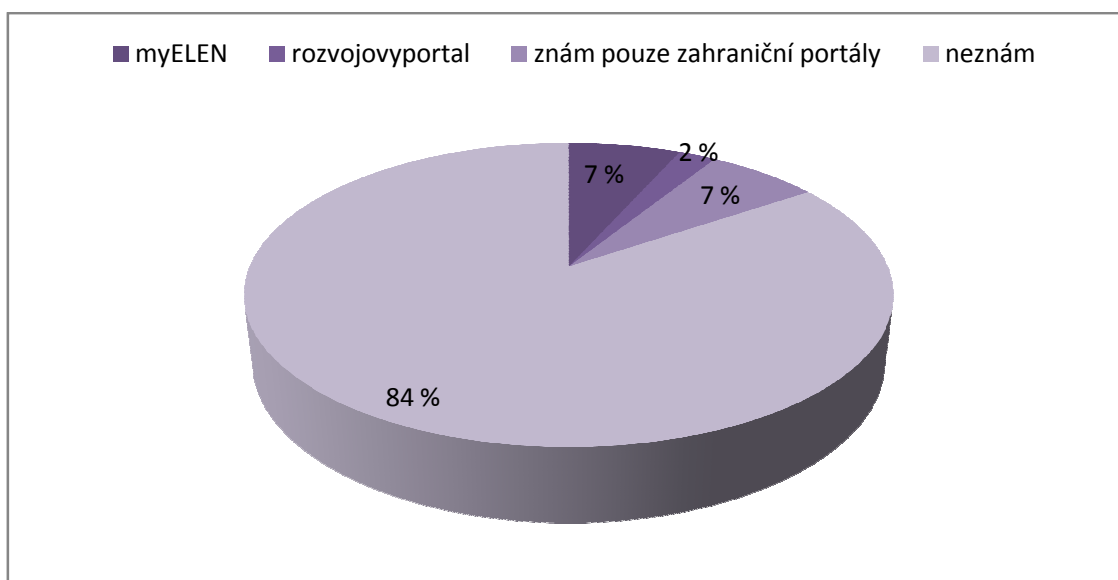
Tato otázka zjišťuje, zda je pro respondenty důležité, kam jejich investice směřují a jaké destinace případně preferují. Takřka čtvrtina dotázaných není z hlediska umístění mikrofinančních investic nijak vyhraněná. Zbylí respondenti mají jasné preference, zaměřují se zejména na ČR.

Obrázek č. 13: Kam byste své investice spíše směřovali (směřujete)?

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

15. Znáte některý z portálů umožňujících mikrofinancování v ČR?

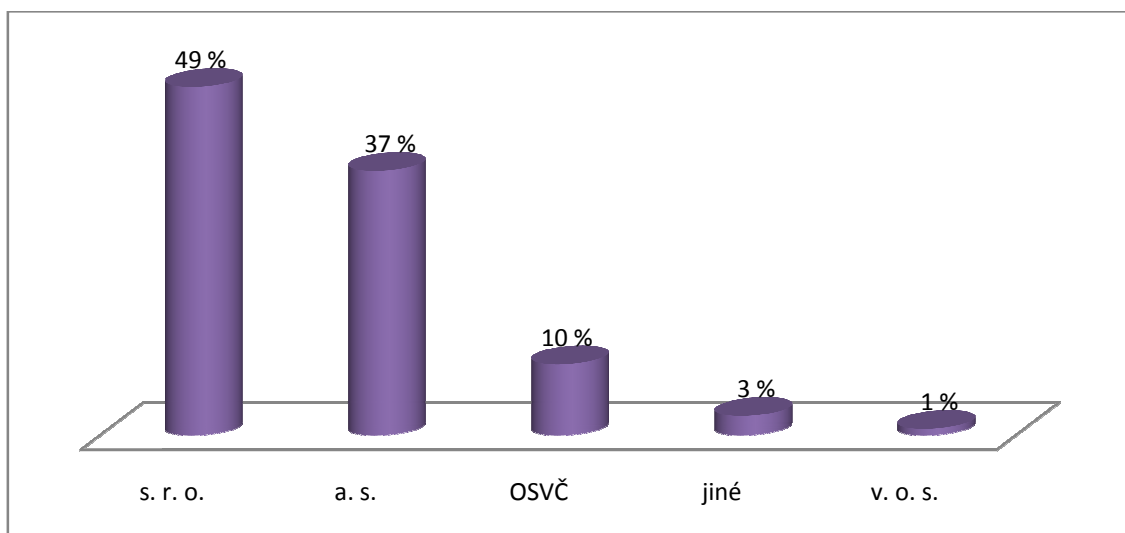
Výsledky této otázky korespondují se zjištěními o obecně malém povědomí o možnostech mikrofinancování v ČR. Celých 84 % respondentů nezná žádné portály umožňující mikrofinancování.

Obrázek č. 14: Znáte některý z portálů umožňujících mikrofinancování v ČR?

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

16. Uved'te prosím právní formu Vašeho podnikání.

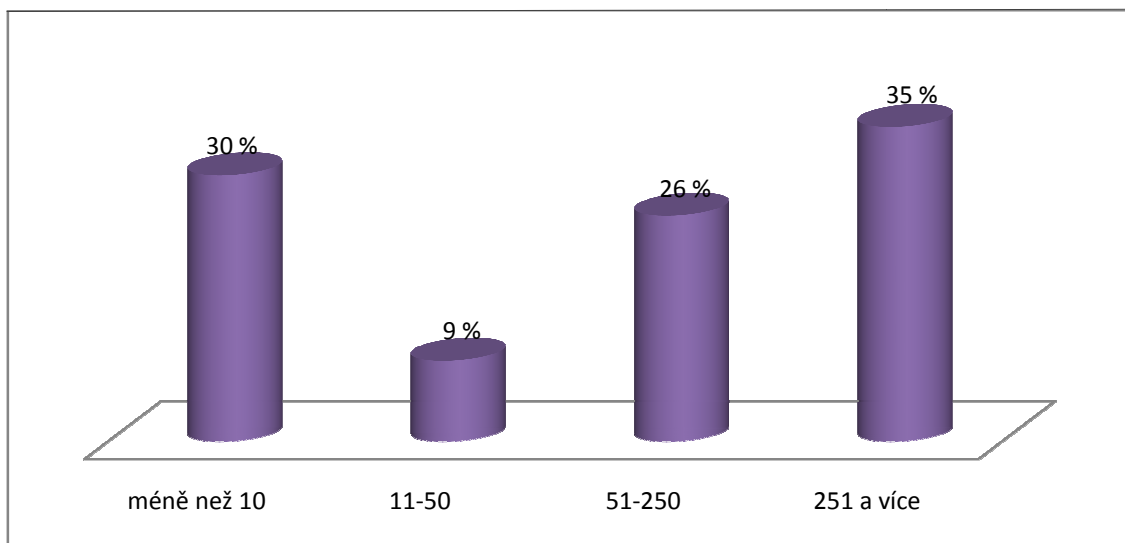
Rozložení respondentů dle právní formy podnikání koresponduje s tím, že nejčastějšími formami podnikání u nás jsou živnosti, společnosti s ručením omezením a akciové společnosti.

Obrázek č. 15: Uved'te prosím právní formu Vašeho podnikání.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

17. Uved'te prosím počet zaměstnanců Vaší firmy.

Tato část slouží k rozdělení společností na mikropodniky, malé, střední a velké podniky. Nejvíce respondentů patří k velkým podnikům.

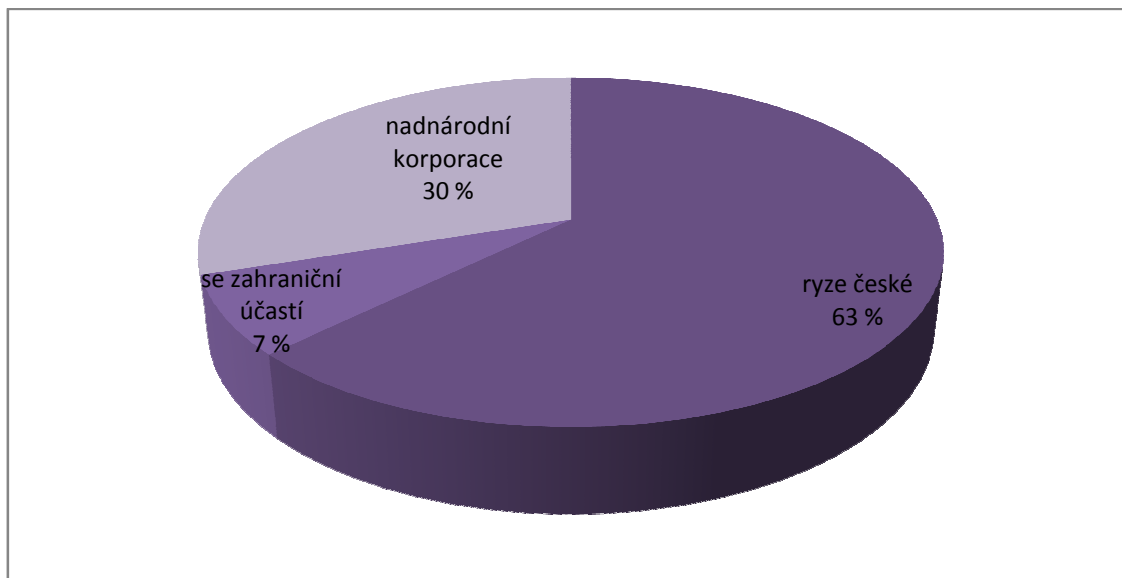
Obrázek č. 16: Uved'te prosím počet zaměstnanců Vaší firmy.

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

18. Vlastnictví Vašeho podniku je:

Poslední otázka zjišťovala typ vlastnictví dotázaných podniků.

Obrázek č. 17: Vlastnictví Vašeho podniku je:



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

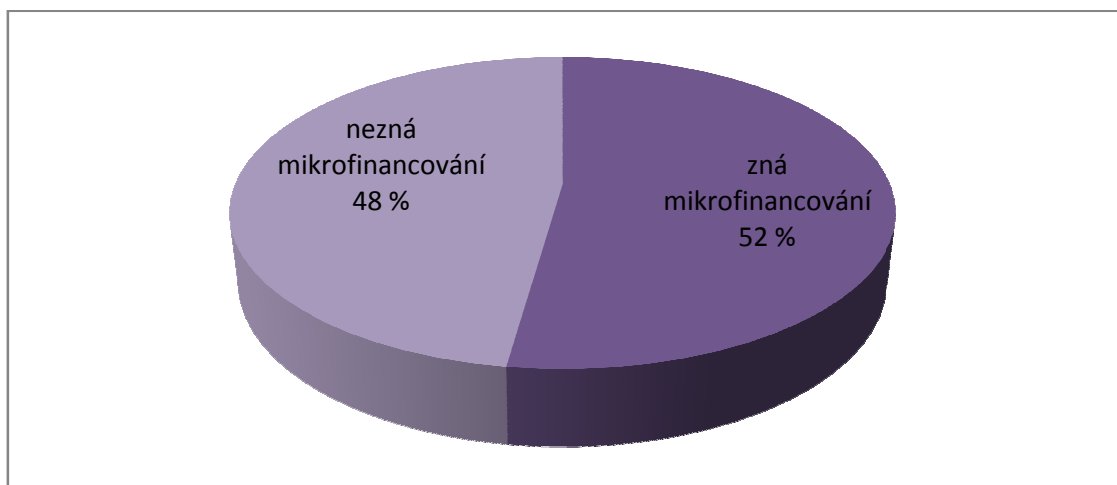
Při porovnání, jaké procento z jednotlivých typů vlastnictví tvoří společensky odpovědné firmy, zjistíme, že se v této oblasti projevuje vliv zahraničních vlastníků. Zejména u nadnárodních podniků je dnes společenská odpovědnost takřka standardem, také 67 % respondentů, jejichž firma je součástí nadnárodní korporace, je společensky odpovědných. U podniků se zahraniční účastí je to 63 %, u společností ryze českých pak nejméně, tj. 58 %.

3.5 Vyhodnocení hypotéz

V následující části práce dojde k vyhodnocení stanovených hypotéz.

Hypotéza 1: Povědomí o mikrofinancování u společensky odpovědných firem v ČR je nízké.

Pro posouzení této hypotézy byly v dotazníkovém šetření vytvořeny otázky 1 a 7. V první otázce bylo zjištěno, zda se jedná o firmu společensky odpovědnou, v 7. pak, zda respondent zná pojem mikrofinancování. Výsledky jsou patrné z následujícího grafu.

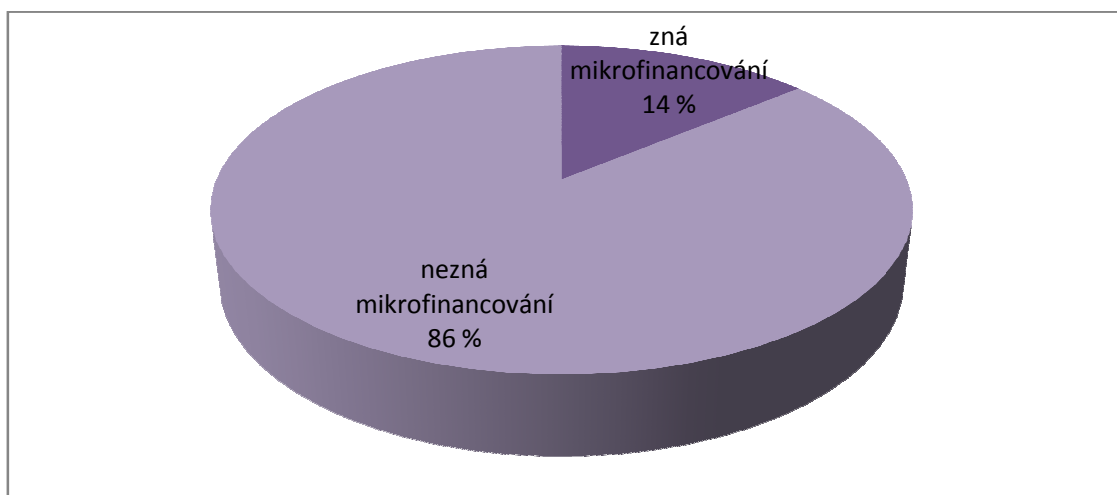
Obrázek č. 18: Znalost mikrofinancování u společensky odpovědných firem

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Z dotazníkového šetření vyplývá, že nadpoloviční většina (52 %) společensky odpovědných respondentů zná pojem mikrofinancování. Na základě tohoto zjištění tedy můžeme hypotézu vyvrátit.

Hypotéza 2: Společensky odpovědné podniky mají větší povědomí o mikrofinancování než neodpovědné.

Tuto hypotézu lze zodpovědět na základě otázky 7 segmentované podle otázky číslo 1. Jak je uvedeno na obrázku výše 52 % společensky odpovědných firem má o mikrofinancování povědomí. Následující graf uvádí, že z neodpovědných podniků zná mikrofinancování pouze 14 % respondentů.

Obrázek č. 19: Znalost mikrofinancování u neodpovědných firem

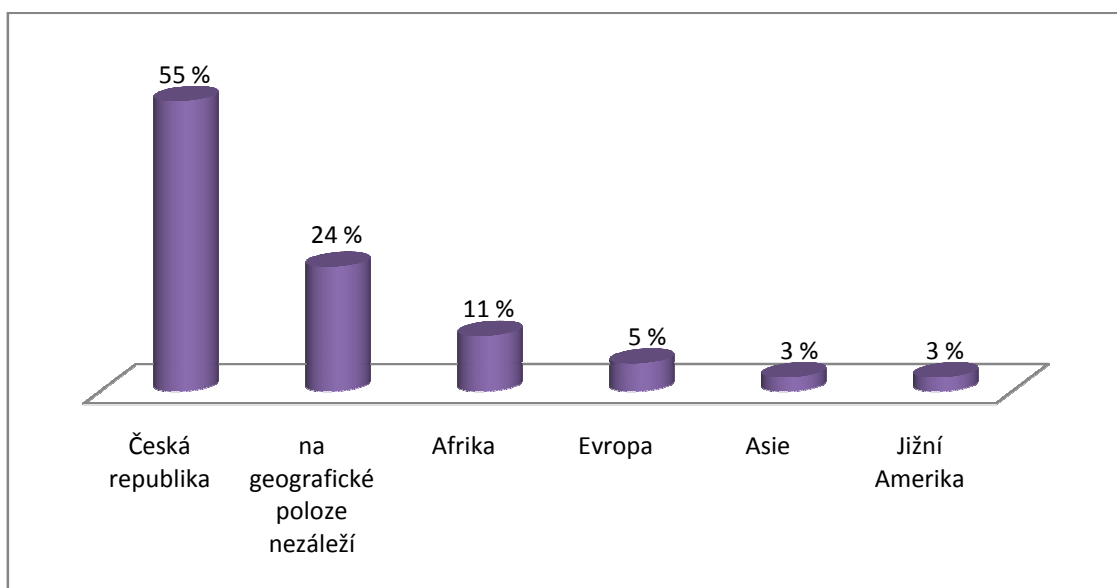
Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Hypotézu na základě výsledků tedy můžeme potvrdit.

Hypotéza 3: Pokud jeví společensky odpovědné firmy o mikrofinancování zájem, je to zájem spíše o lokální mikrofinanční projekty.

Hypotéza vychází z výsledků otázek 12 a 14. O investice do mikrofinancování jeví zájem 38 tedy 57 % odpovědných společností. Geografické preference těchto dotázaných zobrazuje graf.

Obrázek č. 20: Kam by odpovědné firmy své investice spíše směřovali?

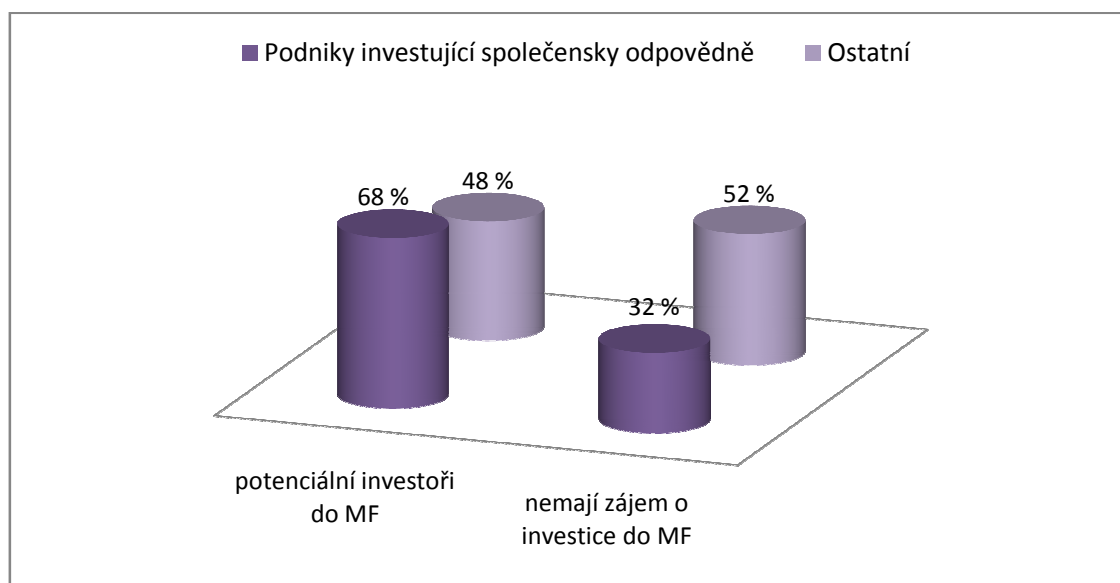


Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Odpovědi respondentů jasně ukazují, že společensky odpovědné firmy preferují v 55 % investice v rámci České republiky. Hypotézu lze potvrdit.

Hypotéza 4: Podniky, které mají ve svém portfoliu společensky odpovědné investice, jeví o mikrofinancování větší zájem než ostatní.

Uvedená hypotéza vychází z předpokladu, že firmy, které mají ve svém portfoliu SRI, budou otevřenější i dalším netradičním možnostem investování. Hypotéza je ověřována na základě otázek 4 a 12.

Obrázek č. 21: Zájem o investice do mikrofinancování

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Z grafu uvedeného výše je patrné, že zájem o mikrofinancování projevilo o 20 % více respondentů, kteří mají v současnosti ve svých aktivitách společensky odpovědné investování. Na základě tohoto zjištění lze tedy hypotézu potvrdit.

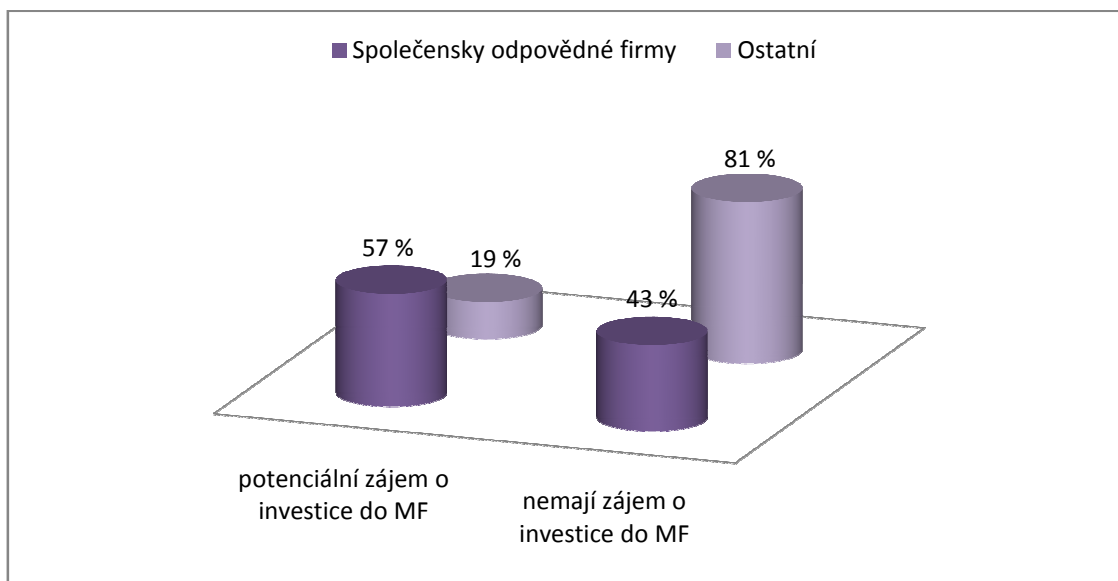
Hypotéza 5: Mezi CSR a mikrofinancováním neexistuje jasný vztah.

Povahu vztahu mezi společenskou odpovědností firem a mikrofinancováním naznačují otázky průřezově celým dotazníkem. Jedná se zejména o 1., 7., 10. a 12. otázku.

Jak již bylo uvedeno u 2. hypotézy, společensky odpovědné firmy mají výrazně větší povědomí o mikrofinancování než společnosti neodpovědné.

Z výsledků 10. otázky vyplývá, že do mikrofinancování v současné době investují pouze 2 ze 110 respondentů. Oba tyto respondenti patří ke společensky odpovědným firmám, lze tedy říci, že do mikrofinancování investuje o 100 % více společensky odpovědných firem než neodpovědných. Absolutně je však jejich počet tak nízký, že tento údaj má velmi malou vypovídací hodnotu.

Potenciální zájem o investice do mikrofinancování projevilo 57 % společensky odpovědných firem oproti pouze 19 % neodpovědných. Mikrofinancování má tedy jednoznačně větší potenciál pro společensky odpovědné podniky.

Obrázek č. 22: Zájem o investice do mikrofinancování segmentovaný podle CSR

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Při srovnání výsledků u odpovědných a neodpovědných firem, jsou zde poměrně značné rozdíly hovořící ve prospěch existence vztahu mezi CSR a mikrofinancováním. Pokud jsou však hodnoceny výsledky společensky odpovědných firem samostatně, nelze jednoznačně tento vztah potvrdit. Ukazuje se, že mikrofinancování do svých aktivit zahrnuje naprosté minimum společensky odpovědných firem, ačkoliv zde existuje poměrně velký potenciál. Hypotéza je tedy na základě výsledků šetření potvrzena.

4 Microfinance a. s.

Společnost Microfinance a. s. byla založena v roce 2007 jako jediný zprostředkovatel mikrofinancování v ČR. Microfinance získaly v tomto roce svoji konkrétní podobu, vytvořily interní struktury, navázaly spolupráci v oblastech účetnictví, daňového poradenství, mezinárodního a finančního práva. Zásadním krokem však bylo vytvoření portálu my Electronic Loan Exchange Network (myELEN). Společnost se specializovala na mexický trh, kde navázala spolupráci s mikrofinanční institucí FIPS (Fundación para la integración productiva sustentable). (Microfinance a. s., 2007)

Rok 2008 pak pro společnost znamenal zejména rozvoj prodejní struktury, vlastního know-how a portálu myELEN. Microfinance navázaly spolupráci s MFI Ambito Productivo a CrediComún. V roce 2009 společnost negativně ovlivnila pokračující globální finanční krize, která se promítla i do zvýšené opatrnosti českých investorů a odchod dosavadní výkonné ředitelky Lindy Hanykové. V průběhu roku pak byla také ukončena spolupráce s MFI CrediComún. Tyto události zapříčinily nedostatečnou ziskovost společnosti, a proto došlo k přijetí restrukturalizačních opatření snižujících provozní náklady. (Microfinance a. s., 2008, 2009)

V roce 2010 nedošlo k tvorbě nových produktů či rizik, obchodní činnost podniku stagnovala a i přes udržení relativně vysokého obrátu došlo k mírné ztrátě. Naopak rok 2011 přinesl nové obchodní modely a pilotování nových produktů. Microfinance se již nespécializují pouze na Mexiko, ale otevírají se i jiným zemím a dalším tématům trvale udržitelného rozvoje. Novým produktem se staly kooperativy jako ideální platformy rozvojové pomoci, projekty trvale udržitelného lesního hospodářství a další. Byla navázána partnerství s dalšími mikrofinančními institucemi v Mexiku, konkrétně Credicrece a Vínculo Comunitario A. C. Společnost dále obnovila tlak na mediální prezentaci v ČR, i přesto však opět dosáhla mírné ztráty. (Microfinance a. s., 2010, 2011)

Během roku 2012 společnost vyvíjela nové produkty, které se zaměřují i na Českou republiku a navazovala kontakty s mikrofinančními institucemi v Bolívii, Brazílii i východní Evropě. I přes neustálou snahu o minimalizaci nákladů Microfinance opět dosáhly ztráty. V roce 2013 společnost ukončila dlouholetou spolupráci s MFI Ambito Productivo. Významnou událostí se stalo také uvedení nových webových stránek, které proběhlo v závěru roku. (Microfinance a. s., 2013)

4.1 Základní údaje o společnosti

Název:	Microfinance, a. s.
Právní forma:	akciová společnost
Sídlo:	Seifertova 615/65, Žižkov, 130 00 Praha 3
Základní kapitál:	2 000 000 Kč

Předmět podnikání (Microfinance a. s., 2011):

- vydavatelské a nakladatelské činnosti
- zprostředkování obchodu a služeb
- maloobchod provozovaný mimo řádné provozovny
- poskytování software a poradenství v oblasti hardware a software
- zpracování dat, služby databank, správa sítí
- výzkum a vývoj v oblasti přírodních a technických věd nebo společenských věd
- činnost podnikatelských, finančních, organizačních a ekonomických poradců
- reklamní činnost a marketing
- služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy
- pořádání odborných kurzů, školení a jiných vzdělávacích akcí včetně lektorské činnosti
- činnost informačních zpravodajských kanceláří

4.2 Organizační struktura

Výkonným ředitelem společnosti je od roku 2010 Tomáš Hes. Statutárním orgánem je představenstvo tvořené rovněž Tomášem Hesem, Pavlem Kohoutem a Annou Poledňákovou. Na činnost společnosti dohlíží dozorčí rada ve složení Michal Fišer, Pavel Hronek a Jan Veverka. Již od roku 2007 vede Back Office Pavlína Zámečnicková. (Microfinance a. s., 2011)

Společnost využívá zejména externích spolupracovníků, organizační kultura je tak tvořena sítí individuálních osobností bez smluvní či hierarchické vázanosti.

4.3 myELEN

Portál myELEN vytvořila společnost Microfinance ve spolupráci s GEM Systems International krátce po svém založení v roce 2007. Jedná se o v České republice

jedinečný projekt umožňující široké veřejnosti zapojit se do mikrofinancování a rozvojové pomoci. Jeho hlavním cílem je technologické provázání zemí s přebytkem kapitálu se zeměmi, kde je ho nedostatek. Spuštění portálu provázela marketingová kampaň, jejímž hlavním cílem bylo seznámit s pojmem mikrofinance širokou veřejnost. Vlastnictví tohoto portálu je pro společnost Microfinance a. s. zásadním nehmotným aktivem. (Microfinance a. s., 2007)

MyELEN má kvalitně propracovanou legislativní i daňovou problematiku, rovněž se zabývá ochranou dat. Používání tohoto portálu je velmi jednoduché, nevyžaduje vysoký vstupní kapitál a obdobné restriktce. Díky tomu může oslovit širokou škálu klientů, od jednotlivců až k velkým společnostem. Kdokoli tedy může prostřednictvím portálu financovat vybraného jednotlivce, skupinu nebo mikrofinanční instituci a jistinu získat zpět i se zajímavým úrokem. Hlavními myšlenkami myELEN jsou: online financování mikropůjček, neustálý přístup odkudkoliv prostřednictvím internetu, nabídka vybraných MFI, možnost výběru konkrétní osoby, které budou prostředky poskytnuty. (Microfinance a. s., 2007)

4.4 Projekty

Společnost Microfinance a. s. nabízí prostřednictvím portálu myELEN stále se rozšiřující množství různorodých projektů, ze kterých si podle svých preferencí může každý klient zvolit vhodnou variantu.

4.4.1 Půjčky mikrofinančním institucím

Tento produkt představuje půjčky mikrofinančním institucím, se kterými myELEN spolupracuje. V současné době se jedná pouze o MFI v Mexiku, konkrétně Credicrece a Equidad y Justicia. V příštích letech by však společnost ráda rozšířila nabídku o MFI v Brazílii a Bolívii, kde momentálně probíhají jednání a výběr vhodných kandidátů. (Microfinance a. s., 2013)

Mikrofinanční instituce poskytnuté prostředky dále distribuují ve formě mikroúvěrů mezi chudé malopodnikatele především na venkově. Půjčka je zajištěna úvěrovou smlouvou mezi dlužníkem a věřitelem a směnkou, která bývá většinou vystavena na Microfinance a. s., ale lze vystavit i přímo na věřitele. Rizika představují možnost krachu MFI a přírodní katastrofy, které způsobují problémy se splácením. Pravděpodobnost krachu spolupracujících MFI je však velmi malá, neboť jde

o prověřené instituce, jejichž finanční situace je ze strany společnosti neustále sledována. Pokud by však přeci jen došlo k nesplácení úvěru, Microfinance a. s. doporučí věřitelům prověřené právní zástupce. Vymáhání úvěrové smlouvy prostřednictvím civilního práva je však drahé a může trvat i několik let. Vymáhání směnky většinou trvá 30-50 dní, právní zástupce si však obvykle naučtuje až 30 % z její hodnoty. (Microfinance a. s., 2013)

Tyto investice bývají úročeny až 10 % p. a., dalšími benefity jsou možnost reklamy na portálu myELEN a trvalá udržitelnost investice s dopadem na nejchudší obyvatelstvo. Doba splácení úvěru se pohybuje v rozmezí 12-24 měsíců, jeho minimální hodnota činí 5 000 Kč. Úvěr může být poskytnut v českých korunách, eurech, amerických dolarech a librách, kurzové riziko nese dlužník. (Microfinance a. s., 2013)

Obrázek č. 23: Schéma půjčky mikrofinanční instituci



Zdroj: vlastní zpracování, 2013

4.4.2 Přímé půjčky farmářům

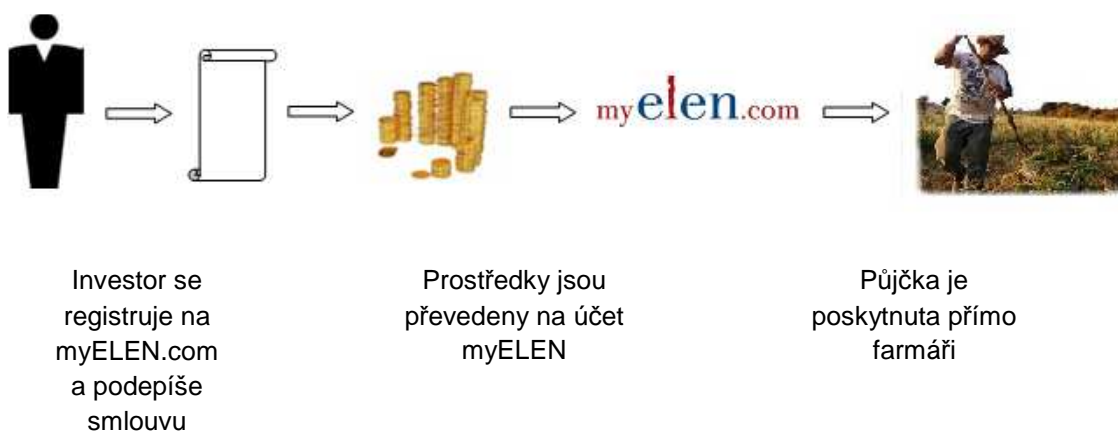
Jedná se o půjčky farmářům, se kterými má společnost dobrou zkušenost. Tyto půjčky jsou poskytovány bez prostředníků, farmáři jsou monitorováni místními partnerskými neziskovými organizacemi. V Mexiku jde o Vinculo Comunitario, ta jako manažer projektu zprostředkovává kontakty s venkovskými farmáři bez finančních prostředků. (Microfinance a. s., 2013)

Půjčka je zajištěna úvěrovou smlouvou mezi dlužníkem a věřitelem a směnkou psanou přímo na věřitele. Rizika představují možnost krachu farmáře, přírodní katastrofy a případné obchodní neúspěchy, které způsobují problémy se splácením. Pokud by k nesplácení došlo, Microfinance a. s. opět doporučí věřitelům prověřené právní

zástupce. Vymáhání probíhá stejným způsobem jako u půjček MFI. (Microfinance a. s., 2013)

Tyto investice bývají úročeny 10 % p. a., dalšími benefity pro investory jsou možnost reklamy na portálu myELEN, trvalá udržitelnost investice se skutečným dopadem na nejchudší obyvatelstvo, zpětná vazba přímo od dlužníka a možnost financování konkrétního zvířete, které pak patří věřiteli, dokud dluh není plně splacen. Doba splácení úvěru je nejčastěji 24 měsíců, jeho minimální hodnota činí 10 000 Kč. Úvěr může být poskytnut v českých korunách, eurech, amerických dolarech i librách, kurzové riziko nese dlužník. (Microfinance a. s., 2013)

Obrázek č. 24: Schéma přímé půjčky farmářům



Zdroj: vlastní zpracování, 2013

4.4.3 Členství v kooperativách

Prostřednictvím tohoto projektu se investor stane akcionářem kooperativy s právem jednoho hlasu. Členství umožňuje spoření společně se členy kooperativy nebo vložení menší částky. Investor získá právo účastnit se valné hromady a mít tak přímý vliv na hospodaření. Kooperativy se skládají z farmářů, malých výrobců a místních obyvatel, rozhodování v nich funguje demokraticky. (Microfinance a. s., 2013)

Vztah mezi investorem a kooperativou vzniká na základě členské smlouvy a vkladového listu, v případě půjčky je sepsána smlouva o půjčce. Příslušný počet akcií je poté zapsán na jméno investora. Rizika představují možnost krachu kooperativy, přírodní katastrofy a případné obchodní neúspěchy, které způsobí platební neschopnost. Pokud by k nesplácení došlo, Microfinance a. s. opět mohou doporučit věřitelům

prověřené právní zástupce. Vymáhání je však značně neekonomické a může trvat i několik let. (Microfinance a. s., 2013)

Roční garantovaný výnos při spoření v kooperativě činí 4 %, kromě toho však lze v úspěšných letech navíc získat i dividendy. Půjčky kooperativám jsou úročeny 10 % p. a. K dalším benefitům pro investory patří možnost reklamy na portálu myELEN a participace akciovou formou na sociálním podniku v rozvojové zemi. Minimální výše počátečního vkladu je 500 Kč, získané akcie je možno kdykoliv prodat. Minimální výše půjčky činí 5 000 Kč a doba splácení činí obvykle 12-24 měsíců. Prostředky jsou poskytovány v místní měně, kurzové riziko nese věřitel. (Microfinance a. s., 2013)

Obrázek č. 25: Schéma členství v kooperativě



Zdroj: vlastní zpracování, 2013

4.4.4 Rozvojové projekty

Jedná se o financování trvale udržitelných projektů, které mají pozitivní dopad na místní komunitu, formou půjčky. Společnost zprostředkovává pouze ty projekty, které podrobila důkladné due dilligence analýze a které potřebují kapitál na expanzi. V současné době jde o projekt zalesňování Mexika, který společnost realizuje společně s neziskovou organizací Reforestamos México A. C. Investor poskytne půjčku vybrané obci, která spravuje své lesy certifikovaným, trvale udržitelným způsobem. Dále pak půjčky sociálním podnikům zaměřeným na komunitární výrobu tvárníc či výrobu ekologického mýdla. (Microfinance a. s., 2013)

Investice je zajištěna úvěrovou smlouvou a směnkou vystavenou na věřitele. Hlavním rizikem je krach rozvojového projektu. Výnos z této investice činí 5,5 % ročně, doba splácení se pohybuje v rozmezí 12-24 měsíců. Minimální částka pro zapojení do těchto projektů činí 50 000 Kč, jedná se tedy o jeden z finančně nejnáročnějších produktů,

které společnost poskytuje. Investice může být poskytnuta v českých korunách, eurech, amerických dolarech i librách, kurzové riziko nese dlužník. (Microfinance a. s., 2013)

4.4.5 Garantování filantropických investic

Garantování se týká všech projektů společnosti a je nepřímým nástrojem podpory. Jedná se o formu bezúročné půjčky, kterou investor přebírá část rizika těchto projektů. Ty mají potom větší pravděpodobnost získání soukromých investorů. (Microfinance a. s., 2013)

Investice je zajištěna smlouvou o půjčce mezi garantem a věřitelem. Je poskytována na dobu 24-48 měsíců. Výše garance je minimálně 50 000 Kč, tato částka je pak po celou dobu uložena na účtu v ČR. (Microfinance a. s., 2013)

4.5 Partnerské instituce

Společnost Microfinance a. s. v současné době spolupracuje s několika prověřenými mikrofinančními institucemi a kooperativami. Partnerství jsou navazována zejména s institucemi, které osobně navštívili pracovníci společnosti a ověřili jejich fungování.

4.5.1 Credicrece

Credicrece S. A. je menší MFI zaměřující se na ženy ve venkovských oblastech kolem města Atlacomulco v Mexiku. Byla založena v roce 2008 zkušeným mikrofinančním expertem. Jedná se o rodinnou instituci s téměř třiceti zaměstnanci, která poskytuje služby až 2 000 žen. Tato MFI je stabilní a kredibilní, poskytuje pouze jeden produkt – čtyřměsíční skupinový úvěr. Credicrece není regulovanou entitou, což jí umožňuje získávat kapitál od soukromých střadatelů a poskytovat relativně vyšší úrok filantropům. (Microfinance a. s., 2013)

4.5.2 Ámbito Productivo

Tato MFI byla založena v roce 2001 a společnost Microfinance s ní spolupracuje již řadu let. Ámbito Productivo sídlí v Mexico City a řadí se k menším rodinným institucím. Svou činnost soustřeďuje na venkovské oblasti středního Mexika a při pobřeží Mexického zálivu. Rovněž se nejedná o regulovanou instituci. Microfinance ukončují spolupráci s touto MFI z důvodu organizačních změn, které snižují její stabilitu. (Microfinance a. s., 2013)

4.5.3 Equidad y Justicia

Equidad y Justicia je novou MFI v nabídce společnosti. MFI sídlí v centrálním Mexiku, kde rovněž poskytuje své služby. Tato MFI nabízí jak skupinové, tak individuální úvěry. (Microfinance a. s., 2013)

4.5.4 Incansables Hacia Progreso

Kooperativa IHP funguje teprve od roku 2010, její členové však mají dlouholeté zkušenosti s mikrofinancemi. IHP nabízí plné členství v kooperativě. (Microfinance a. s., 2013)

4.5.5 Jarhoperakua

Tato kooperativa byla založena v roce 2011 v horském regionu mexického státu Michoacan. Je vedena členy, které vyučoval sám profesor Yunnus. Tato kooperativa umožňuje společné spoření. (Microfinance a. s., 2013)

4.6 Investoři

Mikrofinancování prostřednictvím portálu myELEN je otevřené široké škále investorů. Každý může velmi jednoduše poskytnout půjčku, spořit s kooperativami či garantovat investice. Také potřebný objem prostředků je velmi různorodý, díky čemuž se mohou zapojit jak drobní investoři, tak firmy či osoby s větším množstvím volných peněžních prostředků.

Portfolio společnosti tvoří převážně drobní investoři. Během existence portálu do projektů investovalo téměř 500 jednotlivců částku vyšší než 12 milionů korun. Pololetní vývoj investic provedených prostřednictvím portálu myELEN je uveden v následující tabulce. (Microfinance a. s., 2013)

Tabulka č. 4: Vývoj investic prostřednictvím portálu myELEN (v tisících Kč)

Období	II. 2006	I. 2007	II. 2007	I. 2008	II. 2008	I. 2009	II. 2009
Investice	200	1 100	1 650	2 000	1 200	1 150	1 150
Kumulované investice	200	1 300	2 950	4 950	6 150	7 300	8 450
Období	I. 2010	II. 2010	I. 2011	II. 2011	I. 2012	II. 2012	I. 2013
Investice	1 400	800	350	553	250	200	135
Kumulované investice	9 850	10 650	11 000	11 553	11 803	12 003	12 138

Zdroj: Microfinance a. s., 2013

Microfinance a. s. prozatím nemají žádné korporátní investory. Potenciál shledávají v propojení společensky odpovědného investování a mikrofinancování, tedy získání investorů z řad společensky odpovědných firem. V další části práce autorka formuluje na základě provedeného výzkumu doporučení týkající se navázání spolupráce se společensky odpovědnými firmami.

4.7 Aplikace poznatků výzkumu a návrh zlepšení

Pro potřeby společnosti Microfinance a. s. je zajímavá zejména část dotazníkového šetření zaměřená na mikrofinance. Jedná se tedy především o otázky 7 až 15. V rámci propojení CSR a mikrofinancování jsou však přínosné i výsledky části zaměřené na CSR.

4.7.1 Zlepšení marketingové komunikace

Jak již bylo uvedeno v kapitole 3, povědomí o mikrofinancování v ČR je poměrně malé, situace u společensky odpovědných firem je podstatně lepší, avšak stále jsou zde značné rezervy. Společnost Microfinance by se tedy měla zaměřit na zlepšení svého marketingu. Nejprve je nutné provést důkladnou analýzu vnitřního i vnějšího prostředí a poté sestavit marketingový plán. Jedním z jeho základních cílů by mělo být zlepšení marketingové komunikace. Prvním krokem je rozšíření informovanosti o mikrofinancování obecně. Kampaň na podporu povědomí o této problematice společnost provedla hned na začátku svého fungování v roce 2007, od té doby se však této činnosti věnovala jen okrajově. Jednalo se zejména o pořádání odborných konferencí a přednášek. Microfinance by se tedy měly opět zasadit o otevření veřejné diskuse o tomto tématu a navázat na úspěšnou přednáškovou činnost na vysokých

školách. Zajímavou příležitostí by mohlo být rozšíření přednášek i na střední školy zejména ekonomického zaměření či všeobecná gymnázia. Problematika mikrofinancování se v poslední době stává běžným tématem probíraným na vysokých školách ekonomického zaměření, pro středoškoláky je však většinou problematikou zcela neznámou.

Důležitým pilířem informační kampaně jsou také odborné konference. Microfinance jich již uspořádaly celou řadu a měly by v této činnosti i nadále pokračovat. Stěžejním prvkem pro zvýšení jejich atraktivity a přilákání účastníků je vystoupení zahraničních odborníků či osob, které mají zkušenosti přímo z mikrofinančních institucí v rozvojových zemích. Příprava těchto událostí je však poměrně časově, organizačně i finančně náročná, společnost si tedy nemůže v současné době dovolit takových akcí pořádat větší množství. Proto je třeba navázat potřebné kontakty a účastnit se konferencí pořádaných vysokými školami, odbornými či neziskovými organizacemi. Nejprínosnější je pro Microfinance samozřejmě účast na kongresech pro odbornou veřejnost.

Dalším krokem je pak rozšiřování povědomí o mikrofinancích a jejich možnostech v ČR zejména mezi společensky odpovědnými firmami, které mají, jak ukázal výzkum, pro Microfinance větší potenciál. Značné výhody na tomto poli představuje navázání partnerství s organizací, která by umožnila jejich prezentaci nejen široké veřejnosti, ale přímo společensky odpovědným firmám. Právě takovou organizací je Asociace společenské odpovědnosti o. p. s., která propojuje firmy, veřejnou správu, neziskový sektor, sociální podniky, školy i jednotlivce a snaží se tak aktivně přispět k vytváření odpovědnější společnosti. Členství v Asociaci je zdarma, což je pro společnost vzhledem k neustálému tlaku na minimalizaci nákladů optimální, podmínkou je pouze přijetí Etického kodexu. Hlavními výhodami pro Microfinance je možnost prezentace na nejvyhledávanějším portálu o CSR, účasti na konferencích a kulatých stolech a především možnost navázání kontaktu s ostatními členy z řad společensky odpovědných firem. (Asociace společenské odpovědnosti o. p. s., 2014)

Společnost by se dále měla zaměřit na zlepšení propagace svého portálu myELEN. Podle provedeného výzkumu zná tento portál pouze 7 % respondentů, kteří se o mikrofinancování zajímají. Celých 84 % respondentů pak nezná žádný mikrofinanční portál. Webové stránky myELEN byly v loňském roce inovovány, to však samo o sobě nestačí a je nutné zaměřit se také na online marketing. Jeho základním prvkem je

analýza pozice ve vyhledávačích a následná optimalizace. Na nejpoužívanějším vyhledávači v ČR seznam.cz má myELEN velmi dobrou pozici pro klíčová slova mikrofinance a anglický výraz microfinance. Pro další klíčová slova jako mikrofinancování či mikroúvěr se neobjevuje ani na prvních deseti stranách. Na Googlu má myELEN v současné době výhodnou pozici pouze pro klíčové slovo microfinance. Zvýšení povědomí o portálu myELEN podmiňuje jeho snadná dostupnost z nejpoužívanějších vyhledávačů. V současné době nabývá na důležitosti také prezentace na sociálních sítích, myELEN má své profily na Facebooku, Twitteru i LinkedIn. Je však potřeba pravidelně zde zveřejňovat novinky a zvážit i možnost reklamy alespoň pro připravované konference či přednášky. Internetová prezentace je pro společnost naprosto zásadní, jak vyplývá z výzkumu, 61 % respondentů se o mikrofinancování dozvědělo právě prostřednictvím internetu.

4.7.2 Přizpůsobení produktů

Dále by se společnost měla pokusit o přizpůsobení produktů poptávce potenciálních investorů z řad firem. Výzkum ukazuje, že pro respondenty jsou nejzajímavější investice do udržitelných rozvojových projektů a přímé úvěrování konkrétní osoby nebo skupiny. Investice do udržitelných rozvojových projektů jsou poměrně novým produktem společnosti a v současné době jim není věnována dostatečná pozornost. Microfinance nabízejí pouze tři projekty, jejichž hlavní nevýhodou je minimální výše poskytnutých prostředků, která činí 50 000 Kč. Společnost by měla aktivně vyhledávat další příležitosti a pokusit se upravit model rozvojových projektů tak, aby se výše investice pohybovala maximálně okolo 10 000 Kč. Zejména investory, kteří nemají s mikrofinancemi zkušenosti, vyšší částky mohou odradit. Přímé úvěrování myELEN poskytuje již řadu let a jedná se o poměrně úspěšný projekt. Více investorů by však zajisté přilákala širší nabídka konkrétních subjektů.

Z výzkumu dále vyplynulo, že více než polovina potenciálních investorů preferuje investice zaměřené na Českou republiku. Společnost se mikrofinancování v ČR věnuje pouze krátce a nabízí tedy jen omezené množství projektů. Ty nejsou v současné době v popředí zájmu, avšak vzhledem k preferencím potenciálních investorů by bylo dobré se jim začít více věnovat. Podpora drobného podnikání a start-upů je u nás v současné době velmi populární, společnost by tedy díky těmto projektům mohla získat řadu nových investorů.

Microfinance se vždy zaměřovaly spíše na Mexiko či Jižní Ameriku a klasické mikrofinanční projekty, jejichž hlavním cílem je zmírňování chudoby. Vzhledem k tomu, že se Microfinance již několik let nacházejí ve ztrátě je potřeba tento přístup přehodnotit a zahrnout do portfolia spíše projekty, o které potenciální investoři jeví zájem. V příštích letech by se tedy společnost měla zaměřovat více na udržitelné rozvojové projekty, úvěrování konkrétních osob a Českou republiku. Po zajištění udržitelného chodu organizace je samozřejmě žádoucí, aby se společnost opět více věnovala oblastem, kde mikrofinance mají významný vliv na zmírňování chudoby.

4.7.3 Závěrečná doporučení

Výše uvedené návrhy zlepšení však nelze v praxi provést při současném počtu zaměstnanců. Společnost minimalizovala náklady na zaměstnance tím, že využívá převážně externistů, ti však logicky nemají kapacity se přiděleným projektům plně věnovat. Přínosy zaměstnání alespoň jednoho z externistů na plný úvazek by tedy podle autorky přinesly společnosti užitek větší než mzdové náklady. Tento pracovník by se aktivně věnoval zlepšení marketingové komunikace, přípravě nových a optimalizaci stávajících projektů. Díky tomu by společnost měla získat větší počet investorů.

Microfinance by v neposlední řadě měly pokračovat ve spolupráci se studenty, kterým poskytují náměty a odborné konzultace ke klasifikačním pracím. Mohou tak využít jejich potenciál například pro zpracování analýz prostředí, trendů v zahraničí, průzkumů trhu či dalších témat, která budou moci dále prakticky využít.

Závěr

V úvodních dvou kapitolách této práce byl zpracován teoretický rámec společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování. Zejména pojem mikrofinancování není v České republice příliš etablovaný, a proto bylo jedním z cílů práce přehledné zpracování teoretického základu této problematiky. Došlo tedy k vysvětlení příčin vzniku mikrofinancování, popsání jeho vývoje i základních principů. Dále byli představeni klienti mikrofinancí, mikrofinanční instituce a jejich služby, v neposlední řadě pak dopady mikrofinancování.

Hlavním cílem této práce bylo objasnění vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování prostřednictvím výzkumu. Byl tedy zpracován vlastní empirický výzkum formou dotazníkového šetření mezi podnikatelskými subjekty v ČR. Na základě výsledků šetření byly posuzovány stanovené hypotézy. Výzkum podle očekávání prokázal, že povědomí o mikrofinancování je mezi podnikatelskými subjekty v ČR poměrně malé, avšak u společensky odpovědných firem je situace lepší. Dále se ukázalo, že společensky odpovědné firmy skutečně představují pro mikrofinance zajímavý potenciál a preferují především projekty zaměřené na Českou republiku. Existenci jasného vztahu mezi CSR a mikrofinancováním se však nepodařilo prokázat.

Poslední kapitola práce se věnovala přímo společnosti Microfinance a. s. a využití poznatků výzkumu pro její potřeby. Na jejich základě zde byla navržena zlepšující opatření a doporučení pro společnost.

Přínosem této práce je především zpracovaný výzkum, jehož poznatky lze využít nejen v teoretické rovině, ale rovněž pro potřeby společnosti Microfinance a. s. Cennou zkušeností je její zpracování také pro autorku, která pronikla hlouběji do poměrně neznámé problematiky mikrofinancí a osvojila si metody kvantitativního výzkumu v praxi. Díky provedenému dotazníkovému šetření měla možnost získat zajímavé reakce a diskutovat nad danými tématy se zástupci širokého spektra podnikatelských subjektů.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Co Vaši firmu vedlo k implementaci konceptu CSR?	45
Tabulka č. 2: Do Vašich aktivit v rámci ekonomického pilíře spadá:	47
Tabulka č. 3: Popište prosím vlastními slovy, co pojem mikrofinancování vyjadřuje... 50	
Tabulka č. 4: Vývoj investic prostřednictvím portálu myELEN (v tisících Kč)	71

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Oblasti CSR.....	14
Obrázek č. 2: Klienti MFI podle stupně chudoby.....	29
Obrázek č. 3: Považujete Vaši firmu za společensky odpovědnou?.....	45
Obrázek č. 4: Jaké oblasti CSR je ve Vaší společnosti věnována největší pozornost? ..	46
Obrázek č. 5: Na jaký typ SRI se Váš podnik zaměřuje?	48
Obrázek č. 6: Z jakého důvodu investujete do společensky odpovědných firem?.....	49
Obrázek č. 7: Znáte pojem mikrofinancování?.....	49
Obrázek č. 8: Kde jste se s pojmem mikrofinancování setkali?	52
Obrázek č. 9: Investuje Vaše společnost do mikrofinancování?	52
Obrázek č. 10: Z jakého důvodu Vaše společnost neinvestuje do mikrofinancování?...	53
Obrázek č. 11: Uvažovali byste (i) v budoucnu o investicích do mikrofinancování?	54
Obrázek č. 12: Jaké mikrofinanční projekty by pro Vás byly zajímavé?	55
Obrázek č. 13: Kam byste své investice spíše směřovali (směřujete)?	56
Obrázek č. 14: Znáte některý z portálů umožňujících mikrofinancování v ČR?	56
Obrázek č. 15: Uveďte prosím právní formu Vašeho podnikání.....	57
Obrázek č. 16: Uveďte prosím počet zaměstnanců Vaší firmy.	57
Obrázek č. 17: Vlastnictví Vašeho podniku je:	58
Obrázek č. 18: Znalost mikrofinancování u společensky odpovědných firem.....	59
Obrázek č. 19: Znalost mikrofinancování u neodpovědných firem.....	59
Obrázek č. 20: Kam by odpovědné firmy své investice spíše směřovali?.....	60
Obrázek č. 21: Zájem o investice do mikrofinancování	61
Obrázek č. 22: Zájem o investice do mikrofinancování segmentovaný podle CSR.....	62
Obrázek č. 23: Schéma půjčky mikrofinanční instituci	66
Obrázek č. 24: Schéma přímé půjčky farmářům	67
Obrázek č. 25: Schéma členství v kooperativě	68

Seznam použitých zkratk

B2B	business to business
CGAP	Consultative Group to Assist the Poor
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
MF	mikrofinancování
MFI	mikrofinanční instituce
NBFI	nebankovní finanční instituce
OSN	Organizace spojených národů
SRI	socially responsible investment

Seznam použité literatury

1. ARMENDÁRIZ, Beatriz; MORDUCH, Jonathan. *The Economics of Microfinance*. The MIT Press, 2005. ISBN 0-262-01216-2
2. CAROLL, Archie B. *Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct*. Business and Society. 1999, Vol. 38. ISSN 0163-4437
3. ČANÍK, Petr. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1143-6
4. EVROPSKÁ KOMISE. *Zelená kniha EU*. 2001. ISBN 92-894-1478-2
5. FÓRUM DÁRCŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. Kladno: AISIS, 2005. ISBN 80-239-6111-X
6. FRANC, Pavel. *Když se bere společenská odpovědnost vážně*. Brno: Ekologický právní servis, 2006. ISBN 80-86544-08-7
7. FRIEDMAN, Milton. *Kapitalismus a svoboda*. Praha: Liberální institut, 1993. ISBN 80-85787-33-4
8. HELMS, Brigit. *Access for all: building inclusive financial systems*. Washington: The World Bank, 2006. ISBN 0-8213-6360-3
9. HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. Praha: C. H. Beck, 2011. ISBN 978-80-7400-006-5
10. KOZEL, Roman a kol. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-0966-X
11. KULDOVÁ, Lucie. *Nový pohled na společenskou odpovědnost firem - Strategická CSR*. Plzeň: NAVA, 2012. ISBN 978-80-7211-408-5
12. KULDOVÁ, Lucie. *Společenská odpovědnost firem*. Kanina: OPS 2010. ISBN 978-80-87269-12-1
13. KUNZ, Vilém a kol. *Sociální potenciál regionu*. Praha: EUPRESS, 2006. ISBN 80-86754-69-3
14. KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing a. s., 2012. ISBN 978-80-247-3983-0
15. LEDGERWOOD, Joanna. *Microfinance handbook: an institutional and financial perspective*. Washington: The World Bank, 1999. ISBN 0-8213-4306-8
16. MICROFINANCE, a. s. *Výroční zpráva 2007*.
17. MICROFINANCE, a. s. *Výroční zpráva 2008*.
18. MICROFINANCE, a. s. *Výroční zpráva 2009*.
19. MICROFINANCE, a. s. *Výroční zpráva 2010*.

20. MICROFINANCE, a. s. *Výroční zpráva 2011*.
21. MUSIL, Petr. *Globální energetický problém a hospodářská politika – se zaměřením na obnovitelné zdroje*. Praha: C. H. Beck, 2009. ISBN 978-80-7400-112-3
22. PAVLÍK, Marek a kol. *Společenská odpovědnost organizace. CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada Publishing a. s., 2010. ISBN 978-80-247-3157-5
23. PETŘÍKOVÁ, Růžena. *Společenská odpovědnost organizací*. Ostrava: DTO CZ, 2008. ISBN 978-80-02-02099-8
24. PRSKAVCOVÁ, Martina a kol. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 978-80-7372-436-8
25. REICH, Robert. *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy and Everyday Life*. New York: Alfred A. Knopf, 2007. ISBN 0-307-26561-7
26. ROBINSON, Marguerite S. *The Microfinance Revolution: Sustainable Finance for the Poor*. Washington: The World Bank, 2001. ISBN 0-8213-4524-9
27. SOUKUPOVÁ, Jana a kol. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2010. ISBN 978-80-7261-218-5
28. SVITÁKOVÁ, Jiřina a kol. *MIKROFINANCOVÁNÍ z dobré i stinné stránky: anebo... Jak to funguje a zkušenosti českých organizací*. Praha: Nadační fond Microfinance, 2011. ISBN 978-80-260-0942-9
29. TRNKOVÁ, Jana. *Společenská odpovědnost firem – kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR*. Praha: Business Leaders Forum, 2004.
30. WERTHER, William B; CHANDLER, David. *Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment*. London: SAGE Publications, Inc., 2006. ISBN 978-1-4129-1373-7
31. ZADRAŽILOVÁ, Dana a kol. *Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-192-5

Seznam použitých elektronických zdrojů

32. ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI o. p. s. [online]. Plzeň: Asociace společenské odpovědnosti o. p. s., 2014 [2014-03-23]. Dostupné z: <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz>
33. COHEN, Monique. *The Impact of Microfinance* [online]. CGAP: 2003 [2013-07-20]. Dostupné z: <http://www.cgap.org/publications/impact-microfinance>
34. EVROPSKÁ KOMISE. *Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014* [online]. [2013-07-20]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:CS:PDF>
35. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Shrnutí návrhu Koncepce MSP 2014-2020* [online]. CzechTrade: 2012 [2013-08-02]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/shrnuti-navrhu-koncepce-msp-2014-plus-3331.html>
36. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR. *Koncepce zahraniční rozvojové spolupráce České republiky na období 2010-2017* [online]. [2013-07-20]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/rozvojova_spoluprace/koncepce_publikace/koncepce_zrs_cr_2010_2017.html
37. NESTLÉ. *Zpráva o společenské odpovědnosti Nestlé v České a Slovenské republice*. [online]. Praha: Nestlé, 2014 [2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.nestle.cz/asset-library/documents/csvreport2012-cz.pdf>
38. STEINEROVÁ, Magdaléna; BUSINESS LEADERS FORUM, ČR. *Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním.*, ASPRA a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, [online] [cit. 2013-07-24] Dostupné z: <http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC4QFjAA&url=http%3A%2F%2Ffiles.luciekuldova.webnode.cz%2F200000050-0a09d0a624%2FKoncept%2520CSR%2520v%2520praxi.pdf&ei=T7fvUeiwH4TWtQbv04DoCQ&usg=AFQjCNHZUgOJ3gXfLc0YQY1pncQjYXa-3A&sig2=5wMblIZzdVfG7rq8TzUmvQ&bvm=bv.49641647,d.Yms>

Seznam dalších informačních zdrojů

MICROFINANCE a. s. *Interní materiály společnosti*. 2013

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník



Dotazníkové šetření na téma:

Společenská odpovědnost firem a mikrofinancování

Ráda bych Vás požádala o několik minut Vašeho času k vyplnění tohoto dotazníku, který analyzuje vztah společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování. Získané údaje budou využity pro potřeby zpracování diplomové práce a společnosti Microfinance a. s. Tento dotazník je zcela anonymní.

Předem velice děkuji za jeho vyplnění. Bc. Jana Vítková.

1. Považujete Vaši firmu za společensky odpovědnou?

- ano
 ne

Pokud Vaše společnost NENÍ společensky odpovědná, pokračujte prosím na otázku č. 7.

2. Co Vaši firmu vedlo k implementaci konceptu společenské odpovědnosti firem (CSR)?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ekonomické důvody | <input type="checkbox"/> zákazníci |
| <input type="checkbox"/> dodavatelé | <input type="checkbox"/> mateřská společnost |
| <input type="checkbox"/> přesvědčení managementu | <input type="checkbox"/> zlepšení image |
| <input type="checkbox"/> zvýšení atraktivity jako zaměstnavatele | <input type="checkbox"/> konkurence |
| <input type="checkbox"/> jiné (prosím uveďte) | |

3. Jaké oblasti CSR je ve Vaší společnosti věnována největší pozornost?

- ekonomické
 sociální
 environmentální
 všem oblastem je věnována stejná pozornost

4. Do Vašich aktivit v rámci ekonomického pilíře spadá:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> transparentnost | <input type="checkbox"/> odmítání korupce |
| <input type="checkbox"/> dodržování smluv | <input type="checkbox"/> etický kodex |
| <input type="checkbox"/> čestný konkurenční boj | <input type="checkbox"/> ochrana dat |
| <input type="checkbox"/> ochrana duševního vlastnictví | <input type="checkbox"/> platební morálka |
| <input type="checkbox"/> společensky odpovědné investování | <input type="checkbox"/> inovace a udržitelnost |
| <input type="checkbox"/> ochrana spotřebitele | <input type="checkbox"/> principy správného řízení |
| <input type="checkbox"/> dobré vztahy se stakeholders | <input type="checkbox"/> etická reklama |
| <input type="checkbox"/> mikrofinancování | <input type="checkbox"/> jiné (prosím uveďte) |

5. Pokud jste v předchozí otázce uvedli společensky odpovědné investování (SRI), na jaký typ investic se Váš podnik zaměřuje?

- etické (podniky neporušující morálku, uznávající vysoké etické standardy)
 zelené (ekologicky šetrné podniky)
 ecology-pioneer (podniky vytvářející ekologické technologie, obnovitelné zdroje)

6. Pokud jste v otázce č. 4 uvedli společensky odpovědné investování (SRI), z jakého důvodu investujete do společensky odpovědných firem (fondů)?

- menší riziko
 vyšší výnosnost
 morální důvody
 dlouhodobá udržitelnost
 jiné (prosím uveďte)

7. Znáte pojem mikrofinancování?

- ano
 ne

8. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ano, popište prosím vlastními slovy, co pojem mikrofinancování vyjadřuje.

9. Pokud znáte pojem mikrofinancování, kde jste se s ním setkali?

- tisk
 televize
 internet
 rádio
 odborná literatura
 odborné přednášky
 odborné konference
 vzdělávací instituce

10. Investuje Vaše společnost do mikrofinancování¹?

- ano
 ne

11. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ne, z jakého důvodu Vaše společnost neinvestuje do mikrofinancování?

- nikdy jsme o této možnosti neslyšeli
 obava z vysokého rizika
 nízké zhodnocení investice
 jiné (prosím uveďte)

12. Uvažovali byste v budoucnu o investicích do mikrofinancování?

- ano
 ne
 možná

Pokud jste odpověděli ne, pokračujte prosím na otázku č. 16.

¹ Mikrofinancování tvoří finanční služby malého rozsahu, primárně půjčky a spoření, poskytované drobným podnikatelům, dalším osobám a jejich skupinám převážně v rozvojových zemích. Investor poskytuje prostředky mikrofinančním institucím, nebo si zvolí konkrétní projekt, do kterého prostřednictvím mikrofinanční instituce investuje.

13. Jaké mikrofinanční projekty by pro Vás byly zajímavé (do jakých investujete)?

- investice do mikrofinančních institucí
- spoření v kooperativě
- přímé úvěrování konkrétní osoby, skupiny
- investice do udržitelných rozvojových projektů
- garantování filantropických investic

14. Kam byste své investice spíše směřovali (směřujete)?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Česká republika | <input type="checkbox"/> Evropa |
| <input type="checkbox"/> Jižní Amerika | <input type="checkbox"/> Asie |
| <input type="checkbox"/> Afrika | <input type="checkbox"/> na geografické poloze nezáleží |

15. Znáte některý z portálů umožňujících mikrofinancování v ČR?

- myELEN
- rozvojovyportal
- znám pouze zahraniční portály
- neznám

16. Uveďte prosím právní formu Vašeho podnikání.

- | | |
|--------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> a. s. | <input type="checkbox"/> s. r. o. |
| <input type="checkbox"/> OSVČ | <input type="checkbox"/> v. o. s. |
| <input type="checkbox"/> k. s. | <input type="checkbox"/> jiné (prosím uveďte) |

17. Uveďte prosím počet zaměstnanců Vaší firmy.

- méně než 10
- 11–50
- 51–250
- 251 a více

18. Vlastnictví Vašeho podniku je:

- ryze české
- se zahraniční účastí
- nadnárodní korporace

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Abstrakt

VÍTKOVÁ, Jana. *Analýza vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování.*

Diplomová práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 83 s., 2014

Klíčová slova: společenská odpovědnost firem, CSR, mikrofinancování, mikrofinance, mikrofinanční instituce

V diplomové práci na téma „Analýza vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování“ je nejprve zpracován teoretický rámec problematiky společenské odpovědnosti firem, kde jsou blíže představeny jednotlivé její oblasti a příbuzné koncepty. Dále je naznačen vývoj, kritika a argumenty pro tento koncept. Závěrem je popsána situace v České republice. Teoretická část práce pokračuje představením pojmu mikrofinancování, příčin jeho vzniku, vývojem a základními principy. Následně jsou uvedeny cílové skupiny mikrofinancí, mikrofinanční instituce a služby, které poskytují. Tato část je zakončena objasněním dopadů mikrofinancování a charakterizací situace v ČR. Stěžejní část práce představuje vlastní empirický výzkum vztahu společenské odpovědnosti firem a mikrofinancování. Jedná se o kvantitativní výzkum realizovaný prostřednictvím dotazníkového šetření mezi podnikatelskými subjekty v České republice. Na základě výsledků výzkumu se nepodařilo prokázat existenci jasného vztahu mezi CSR a mikrofinancováním. Následuje krátké představení společnosti Microfinance a. s., zprostředkovatele mikrofinancí v ČR, a jejích projektů. Dalším důležitým prvkem práce je aplikace poznatků výzkumu na tuto společnost a navržení zlepšujících opatření. Práce je zakončena závěrečnými doporučeními pro Microfinance.

Abstract

VÍTKOVÁ, Jana. *The Analysis of Relation between Corporate Social Responsibility and Microfinance*. Master thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 83 p., 2014

Key words: corporate social responsibility, CSR, microfinance, microfinance institution

As the first part of the master thesis on the subject “*The Analysis of Relation between Corporate Social Responsibility and Microfinance*”, there is a theoretic framework of corporate social responsibility, in which its particular fields and related concepts are closely introduced. Next, the development, criticism and arguments for this concept are implicated. Finally, there is a description of the situation in the Czech Republic. The theoretical part continues with introducing the concept of microfinance, causes of its origin, development and its basic principles. After that, target groups of microfinance, microfinance institutions and provided services are mentioned. This part is concluded with clarifying the impacts of microfinance and description of the situation in the Czech Republic. The main part of the thesis is an original empiric research focused on the relation between CSR and microfinance. It is a quantitative research conducted by a survey via questionnaires among companies in the Czech Republic. Any clear relation between CSR and microfinance was proved based on the results of the research. Afterwards, Microfinance plc, a microfinance agent in the Czech Republic and its projects are briefly introduced. Next important element of the thesis is an application of the findings on this company and a set of suggestions of possible improvements. The thesis is concluded with final recommendations to Microfinance.