



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta



BOMcheck jako společenská odpovědnost firmy

Bakalářská práce

Studijní program: B6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R085 – Podniková ekonomika

Autor práce: **Barbora Jeníková**

Vedoucí práce: Ing. Pavla Švermová, Ph.D.





Zadání bakalářské práce

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Barbora Jeníková**
Osobní číslo: E16000060
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: B6208R085 – Podniková ekonomika
Zadávací katedra: katedra podnikové ekonomiky a managementu
Vedoucí práce: Ing. Pavla Švermová, Ph.D.
Konzultant práce: Ondřej Libnar
Laird s.r.o., technik kvality III

Název práce: **BOMcheck jako společenská odpovědnost firmy**

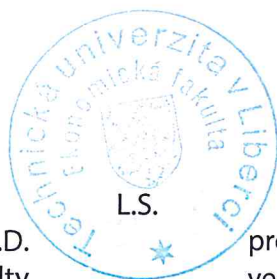
Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů a formulace základních principů CSR.
2. Teoretické přístupy k CSR.
3. Vývoj CSR v ČR.
4. Charakteristika společnosti Laird s.r.o.
5. Význam BOMchecku jako nástroje CSR pro podnikatelský subjekt.

Seznam odborné literatury:

- KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. 2013. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4480-3.
- TETŘEVOVÁ, Liběna, et al. 2017. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0285-3.
- KUNZ, Vilém. 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3983-0.
- KULDOVÁ, Lucie. 2010. *Společenská odpovědnost firem*. Plzeň: OPS. ISBN 978-80-87269-12-1.
- ALUCHNA, Maria and Samuel O. IDOWU. 2017. *The Dynamics of Corporate Social Responsibility. A Critical Approach to Theory and Practice*. Switzerland: Springer International Publishing. ISBN 978-3-319-39089-5.
- AMAESHI, Kenneth, Paul NNODIM and Onyeka OSUJI. 2013. *Corporate social responsibility, entrepreneurship, and innovation*. New York: Routledge. Routledge studies in business ethics. ISBN 978-0-415-88079-4.
- PROQUEST. 2018. Databáze článků ProQuest [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2018-09-30]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Rozsah práce: min. 30 normostran
Forma zpracování: tištěná / elektronická
Datum zadání práce: 1. října 2018
Datum odevzdání práce: 31. srpna 2020



prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan Ekonomické fakulty

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D. (v.z.)
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2018

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že texty tištěné verze práce a elektronické verze práce vložené do IS STAG se shodují.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Pavle Švermové, Ph.D. za doporučení, cenné připomínky a rady, díky nimž jsem dokončila bakalářskou práci. Dále bych ráda poděkovala Ondřejovi Libnarovi, který mi poskytl velké množství informací o společnosti a který mi byl neustálou podporou při psaní práce.

Anotace

V této bakalářské práci s názvem BOMcheck jako společenská odpovědnost firmy je hlavním předmět společenská odpovědnost a její uplatnění ve webovém systému BOMcheck, který se využívá ve společnosti Laird s.r.o. V úvodu práce je čtenáři nastíněna problematika společenské odpovědnosti, dále definuje BOMcheck a jeho využití. V druhé polovině práce je představena společnost Laird s.r.o., její organizační struktura a aktivity, které v oblasti společenské odpovědnosti vyvíjí. Následně je čtenáři vysvětleno spojení BOMchecku a společenské odpovědnosti a je uvedena jeho důležitost. V závěru práce je zhodnocena společenská odpovědnost firmy a navrženy možné varianty, jak by se mohl podnik lépe prosadit v oblasti společenské odpovědnosti.

Klíčová slova

BOMcheck, CSR, Laird, společnost, stakeholders, životní prostředí

Annotation

Bachelor's title: BOMcheck as Corporate Social Responsibility

In this Bachelor Thesis entitled BOMcheck as Corporate Social Responsibility the main subject is corporate social responsibility and its application in the BOMcheck which is used by Laird s.r.o. In the introduction, the reader is outlined the issue of social responsibility then is defined BOMcheck and its use. The second half describes company Laird s.r.o., its organizational structure and activities that develops in the area of social responsibility. Subsequently, here is an explanation for reader about connection between corporate social responsibility and BOMcheck and further is indicated its importance. At the end of the thesis, the social responsibility of the company is evaluated and there are some possibly options how company could better assert itself in the field of social responsibility.

KeyWords

BOMcheck, community, CSR, environment, Laird, stakeholders

Obsah

Seznam zkratk	10
Seznam tabulek	11
Seznam obrázků	12
Úvod	13
1. Společenská odpovědnost firmy	15
1.1 Vymezení pojmu CSR	15
1.2 Hlavní principy CSR	16
1.3 Přínosy vyplývající z přijetí CSR	18
1.4 Základní oblasti CSR	18
1.4.1 Ekonomická oblast.....	20
1.4.2 Sociální oblast.....	21
1.4.3 Environmentální oblast.....	22
1.5 Podobné koncepty a rozdílné přístupy k CSR	22
1.5.1 Teorie stakeholders	23
1.5.2 Firemní filantropie	25
1.5.3 Teorie hodnoty akcionářů	25
1.5.4 Společenská výkonnost firem (CSP)	25
1.5.5 Firemní občanství (CC)	26
2. Vývoj CSR v ČR	27
2.1 Budoucnost CSR v ČR	28
3. BOMcheck a jeho význam	30
3.1 Směrnice RoHS	31
3.2 Směrnice REACH	32
3.2.1 REACH – článek 33	33
3.2.2 REACH – článek 67	34
3.3 Conflict Minerals	34
3.4 Proposition 65	35
4. Charakteristika společnosti	36
4.1 Organizační struktura společnosti	37
4.1.1 Divize PM.....	37
4.1.2 Thermal Systems	38
4.1.3 Cattron, s.r.o.	38
4.2 CSR politika společnosti	38

4.2.1 Vize, poslání a kultura Lairdu s.r.o.....	39
4.2.2 Základní hodnoty Lairdu	40
5. Využití BOMchecku a CSR ve společnosti	42
Závěr	44
Seznam použité literatury.....	45
Seznam příloh	47
Příloha A Vzhled databáze BOMcheck.....	48

Seznam zkratek

3P	Triple bottom line
CC	Corporate Citizenship (Firemní občanství)
CMRT	Conflict Minerals Reporting Templates
CSP	Corporate Social Performance (Společenská výkonnost firem)
CSR	Corporate Social Responsibility (Společenská odpovědnost firem)
ETS	Engineered Thermal Systems
PM	Performace Materials
REACH	Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals (Registrace, hodnocení, povolování a omezování chemických látek)
RoHS	the Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances (Omezení používání nebezpečných látek)
WTS	Wireless Thermal Systems

Seznam tabulek

Tabulka 1 Vnější prostředí CSR.....	19
Tabulka 2 Vnitřní prostředí CSR.....	20
Tabulka 3 Příklady stakeholderů jednotlivých sfér.....	24

Seznam obrázků

Obrázek 1 Společenská odpovědnost firem a její základní oblasti	19
Obrázek 2 Pohled Steinerové na oblasti CSR	23
Obrázek 3 Proces deklarace	31

Úvod

Předmětem této bakalářské práce je společenská odpovědnost firmy a jeden z jejích využívaných nástrojů – BOMcheck. Pojem společenská odpovědnost firmy je přeložen z anglického Corporate Social Responsibility, zkráceně pak CSR. Pro zjednodušení bude v této práci využívána právě tato zkratka.

Koncept CSR není novým pojmem, rozvíjí se již několik desetiletí. Za jednoho z prvních významných lidí, který tento pojem teoreticky popsal v padesátých letech 20. století, se považuje Howard R. Bowen. Ve své knize Social Responsibilities of the Businessman popsal koncept CSR jako závazky, postupy a důležitá rozhodnutí podnikatele, které uskuteční a jejichž výsledky a cíle jsou pro společnost žádoucí. Jak již z názvu knihy a vypsané definice vyplývá, Bowen zdůrazňuje, že by se měl podnikatel angažovat do veškerých věcí a jeho přístup by měl být příkladem pro ostatní, dále však nepopsal, jak by měl tento přístup vypadat. I přes to byla tato kniha stěžejní a dala základ pro rozvoj dalšího konceptu CSR. (Kunz, 2012)

V současné době je koncept CSR pro společnost velmi důležitý a je na něj kladen velký důraz. Stále více se široká veřejnost zajímá o korporace, které se nechovají v souladu s koncepcí CSR, což vede k jejich negativnímu vnímání. Z tohoto důvodu se podniky častěji zaměřují na svoji vlastní odpovědnost vůči společnosti. Koncept dodržují také z několika dalších důvodů, příkladem může být zlepšení jejich image a pohledu na ně či odlišení se od konkurence. Primárním cílem podniku by však mělo stále být společensky odpovědné chování a přispívání ke zlepšení životního prostředí a společnosti.

Většina lidí považuje koncept CSR za součást marketingové komunikace, proto existuje velká řada odpůrců, kteří tuto koncepci neuznávají. I přes tento fakt většina společností využívá koncepci především pro její primární účel. Příkladem může být společnost Laird s.r.o., jenž využívá velké množství nástrojů, které chrání životní prostředí a které jsou v souladu právě s konceptem CSR. Jedním z nich je již výše zmíněný webový systém BOMcheck, který je hlavním námětem praktické části bakalářské práce.

Cílem bakalářské práce je celkové zhodnocení činnosti firmy Laird s.r.o. a jeho odpovědnosti vůči společnosti a dále rozbor a zhodnocení BOMchecku a jeho přínosu pro firmu.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je podrobněji popsán koncept CSR, jeho základní oblasti a vývoj na území ČR. Praktická část, jak již bylo výše zmíněno, se zabývá celkovým zhodnocením a rozбором BOMchecku a jeho významem pro firmu Laird s.r.o.

1. Společenská odpovědnost firmy

Pojem CSR lze považovat za jeden z nejuvíce rozsáhlých témat současné doby. Stále více se koncepce stává pro veřejnost známá a také důležitá. Nejen veřejnost má zájem o tento koncept, nýbrž i firmy se začínají více starat o společnost, ve které působí. V první kapitole je detailněji definován a popsán koncept CSR, jeho hlavní principy a tři pilíře, které ho tvoří. V závěru kapitoly jsou popsány další koncepty, které s pojmem CSR souvisí.

1.1 Vymezení pojmu CSR

Pojem CSR je rozsáhlou koncepcí, ze které vychází mnohé další koncepty. I přes to, že tato koncepce existuje již více jak půl století, neexistuje žádná jednotná definice. Může to být způsobeno tím, že CSR je založena na dobrovolnosti a nemá jednoznačně vyhrazené meze, tím dává prostor k různé interpretaci a chápání tohoto konceptu různými zainteresovanými skupinami. V důsledku toho existuje velká řada přístupů a definic k vymezení CSR, které bývají velmi často neurčité. Navzdory tomu, že je na CSR nahlíženo rozdílně, většina definic se v jedné věci shoduje a to, že podnik nedokáže být úplně izolovaný od společnosti, neboť je její nedílnou součástí. To firmám přináší určitá základní práva, ale i povinnosti a závazky vůči širší veřejnosti, které mají vést ke zlepšování kvality života. (Kašparová, Kunz, 2013; Kunz, 2012)

V současné době se otázkou jednotné interpretace pojmu CSR zabývá velká řada autorů jak v zahraničí, tak i v České republice. K zajímavému závěru, který se týkal právě vymezení CSR, dospěl pan Alexandr Dahlsrud. Ve své práci „How Corporate Social Responsibility is defined: an Analysis of 37 definitions“ z roku 2008 analyzoval několik desítek definic pojmu CSR a dokázal vymezit pět základních oblastí, které byly v definicích nejčastěji uvedeny. Jedná se o oblast ekonomickou, sociální, environmentální, stakeholders a dobrovolnost. Dle jeho zjištění došel k závěru, že čtyři z těchto aspektů se objevují minimálně v 80 % pojmů, v 97 % definic se pak vyskytují minimálně tři z pěti oblastí. Dahlsrud se proto domnívá, že i když existuje velká řada definic CSR, ve své podstatě jsou shodné. (Dahlsrud, 2008)

Nejen velká řada autorů se snaží o vymezení pojmu CSR, ale i řada národních a mezinárodních organizací, které se snaží především rozšiřovat myšlenky CSR. Příkladem mohou být světové organizace Business for Social Responsibility, World Business Council for Sustainable Development, ale i Světová banka či OSN. V Evropě podporuje koncept CSR hlavně Evropská unie. (Kašparová, Kunz, 2013; Kunz, 2012)

V České republice se především v posledních letech snaží řada domácích odborníků definovat pojem CSR. Většina těchto odborníků pracuje na vysokých školách a snaží se studenty v oblasti CSR vzdělávat. Například Lucie Kuldová (2011) vymezila pojem CSR ve své knize Společenská odpovědnost firem: Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi takto: „*Podniky, které přijaly zásady CSR za své, si dobrovolně stanovují vysoké etické standardy, snaží se minimalizovat negativní dopady na životní prostředí, pečují o své zaměstnance, udržují s nimi dobré vztahy a přispívají na podporu regionu, ve kterém podnikají*“ (s. 18)

CSR je zejména v posledních letech velmi důležitým tématem. Pozornost musí být věnována nejen konceptu CSR, ale také jeho hlavním principům, které se do podniku zavádějí. V praxi to znamená, že firma musí tyto principy zavádět do svých hodnot, strategií a veškerých procesů, které se na různých úrovních v podniku uskutečňují. Firma může být úspěšná pouze tehdy, je-li toto zavádění trvalého charakteru a celý systém je logicky uspořádán.

1.2 Hlavní principy CSR

I přes to, že existuje velké množství vymezení konceptu CSR, jeho hlavní principy se dají určit. Důraz je kladen především na tyto základní zásady:

- *Dobrovolnost* - podniky, které se chovají v souladu s CSR, činí aktivity nad rámec, který je dán zákonem. Dobrovolně se snaží přispívat ke zlepšení všeobecných společenských zájmů, které vychází z jejich vlastního přesvědčení.
- *Otevřená a aktivní spolupráce se zainteresovanými skupinami (tzv. stakeholdery)* - tento princip nevyhází pouze z tradičního pochopení, že je firma společensky odpovědná pouze ke svým akcionářům. Podnik se takto chová i k dalším zainteresovaným

skupinám, kterými mohou být zaměstnanci, dodavatelé, zákazníci atd. Podnik by měl dále spolupracovat i s neziskovým sektorem a vládou, neboť dokáže na základě této kooperace řešit důležité společenské problémy a zlepšovat společnost. Tato spolupráce může být nazývána jako „win-win“ situace, neboť jsou při ní spokojeny všechny strany a mají z ní užitek. Aby tato situace mohla nastat, je potřeba nejen aktivní přístup ze strany firmy, ale i všech zainteresovaných skupin.

- *Angažovanost* – firmy, které jsou společensky odpovědné, nečekají na pokyn, aby se takto chovaly. Na základě svého rozhodnutí uplatňují proaktivní politiku v této oblasti, principy CSR již zařadily do svých firemních hodnot, strategií a cílů.
- *Důvěryhodnost* – ve své autentické podobě není koncept CSR brán jako sponzoring, mecenášství ani marketingová kampaň. CSR aktivity by měly být součástí kultury podniku.
- *Dlouhodobý časový horizont a systematicklost* - CSR je dlouhodobého charakteru, tzn. - že by měla být součástí strategického plánování a dlouhodobých cílů v podniku. Firmy se nezaměřují pouze na dosažení zisku a krátkodobých cílů. Úsilí, které podnik vynaloží při zavádění CSR, se zhodnotí až v delším časovém období a to buď v podobě lepší image či v jiných formách.
- *Fungování podniku na základě tzv. troj pilířové struktury* – firmy svojí pozornost nesoustředí pouze na ekonomický růst, ale zabývají se i sociálními a environmentálními otázkami. Tyto tři oblasti jsou z tohoto důvodu brány jako základ konceptu CSR.
- *Závazek ke zlepšování společnosti* – jak již z definic CSR vyplývá, podnik by se měl chovat tak, aby na základě svých aktivit přispíval ke zlepšování společnosti a kvalit jejího života.
- *Transparentnost* – podnik by měl umožnit stakeholderům přístup k informacím, které jsou přehledné a pravdivé, a to nejen z oblasti ekonomických aktivit. (Kunz, 2012; Zadražilová, 2010)

V konceptu CSR je uvedena celá řada dalších charakteristických rysů. Podle Evropské komise je koncept spojen s pojmem udržitelného rozvoje, tzn. - že veškeré jejich dopady, ať už sociální, environmentální nebo ekonomické, jsou začleněny do jejich každodenních

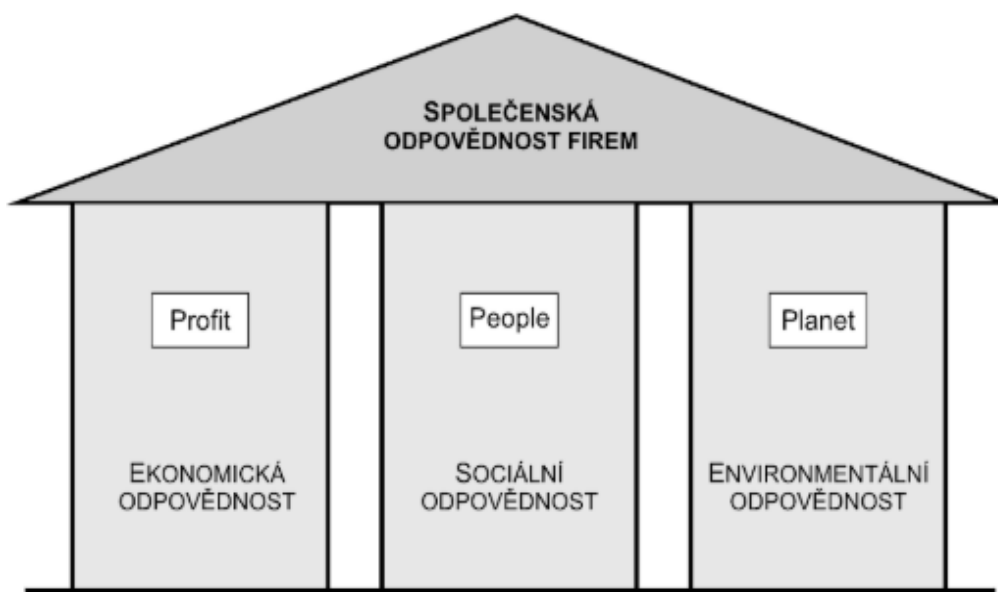
aktivit. Nejen vlády, ale i podniky se musejí chovat odpovědně a přispívat k veřejnému blahobytu a mnoha dalším faktorům. (Kašparová, Kunz, 2013)

1.3 Přínosy vyplývající z přijetí CSR

Koncept CSR je v dnešní době považován za součást moderního podnikání, jež představuje zaměření podniku na dlouhodobé cíle a je neodmyslitelně spjat se všemi oblastmi působení firmy. Pokud podnik zahrnuje principy CSR do podnikání, neměly by být v rozporu s jeho ekonomickým úspěchem, naopak by dlouhodobé zavádění principů do firemních hodnot a jednotlivých úrovní podniku mělo být bráno za určitou konkurenční výhodu či společenský přínos. Mezi hlavní přínosy, kterými se společensky odpovědná firma může zabývat, patří například rostoucí prodej a loajalita zákazníků, vytváření dlouhodobě udržitelného rozvoje, snižování nákladů, zlepšení reputace atd. Pozitiva, které CSR může přinést, záleží i na skupinách, které v podniku působí. I přes to, že podoba CSR není finančně hodnocena a řeší společenskou odpovědnost, neznamená to, že by měl být brán jako méněcenný. Na základě výzkumu, který proběhl v roce 2006, spatřují firmy přínos CSR především v dlouhodobém kladném efektu. (Kašparová, Kunz, 2013; Bělčík, Pavlík, 2010)

1.4 Základní oblasti CSR

Jak je již zmíněno výše, pohled na společensky odpovědné aktivity a oblasti je v odborné literatuře odlišný, nicméně tři hlavní oblasti se vyskytují téměř v každé definici. Základní sféry CSR vychází z pojmu tzv. triple bottom line, viz Obrázek 1 Společenská odpovědnost firem a její základní oblasti. Pojetí CSR je založeno na hlavních třech pilířích, které v anglickém jazyce bývají často označovány jako 3P. První P, neboli pilíř, označuje profit (zisk). Představuje ekonomickou odpovědnost podniku, jehož podstata spočívá v dobrém řízení podniku a udržování dobrých vztahů se stakeholdery. Druhý pilíř označuje people (lidé). Jedná se o odpovědnost sociální, která vymezuje dobré vztahy vůči veřejnosti a zaměstnancům. Poslední pilíř skrývá slovo planet (planeta). Tento pilíř představuje environmentální odpovědnost zaměřenou na minimalizaci negativních důsledků na životní prostředí. (Tetřevová, 2017)



Obrázek 1 Společenská odpovědnost firem a její základní oblasti

Zdroj: (Tetřevová, 2017, s. 22)

Hlavní pilíře jsou podrobněji popsány níže. Kromě tohoto členění někteří autoři rozdělují koncept CSR také na základě vnějšího a vnitřního zaměření podniku. Členění vnějšího a vnitřního prostředí CSR podrobněji popisují Tabulka 1 Vnější prostředí CSR a Tabulka 2 Vnitřní prostředí CSR, kde jsou také uvedeny i přínosy, jež jsou typické pro uvedené skupiny. (Kuldová, 2012)

Tabulka 1 Vnější prostředí CSR

Vnější prostředí firmy a CSR	Přínosy
možné příležitosti, které nabízí CSR	příležitost k řešení či zmenšení problémů společnosti
vztahy v komunitě	snaha k otevřenosti, podpoře lidí v organizaci, pomoci církvím, akcionářským skupinám atd.
vztahy k zákazníkovi	bezpečnost výrobku, informovanost, ochrana práv zákazníků, svobodná volba
vztahy k dodavatelům	účast a podpora informovanosti
vztahy k životnímu prostředí	odpovědnost vůči budoucím generacím a podpora environmentálního rozvoje
vztahy ke stakeholders	upřímnost k sociálním otázkám

Zdroj: (Kuldová, 2012, s. 19)

Tabulka 2 Vnitřní prostředí CSR

Vnitřní prostředí firmy a CSR	Přínosy
fyzické prostředí	péče spojená s bezpečností a zdravím, kultura
pracovní podmínky	etické kodex ve společnosti, v reklamě
menšiny	pozornost věnovaná menšinám a multikulturnímu prostředí
styl managementu a organizační struktura	účast na řízení a využívání různých typů řízení
transparentnost a komunikace	přesné informace, důraz na podporu horizontální i vertikální komunikace ve společnosti
trénink spojený se vzděláním	Péče o zaměstnance, podpora jejich rozvoje

Zdroj: (Kuldová, 2012, s. 19)

1.4.1 Ekonomická oblast

Každý podnik vykonává svoji činnost za účelem dosažení zisku a dlouhodobého zvyšování cen akcií na burze. Na základě toho je firma schopna vykonávat širokou škálu společensky odpovědných aktivit. Činností, které jsou součástí této oblasti CSR, je velká řada. Příkladem může být vyhýbání se korupci, etické chování a s tím související etický kodex, dále způsob řízení firmy, její správa, boj proti úplatkářství, zneužívání důvěrných informací a mnoho dalších. Firmy by měly ochraňovat svoji tvořivost, flexibilitu, svobodu a schopnost vytvářet bohatství, na němž je místní komunita závislá. Organizace dále poskytují stakeholderům informace a to i ty, které mohou být negativní, dbají na zájmy svých hlavních vlastníků a investorů. V neposlední řadě by podnik měl udržovat dobré vztahy jak se zákazníky, tak dodavateli. (Kuldová 2012; Kunz, 2012)

Pro podnik by měla být hlavním cílem především spokojenost zákazníků a nabízení kvalitních výrobků a služeb za cenu, která je pro ně přijatelná. Na základě tohoto přístupu, by se v podniku měl snížit počet reklamací. Jestliže chce podnik skutečně dosáhnout tohoto výsledku, měl by výrobky nebo služby dodávat v daném termínu. V současné době je jedním z největších problémů neschopnost zaplatit své závazky včas, což pro firmu může znamenat velký problém do budoucna. (Kuldová 2012; Kunz, 2012)

1.4.2 Sociální oblast

Sociální pilíř konceptu CSR je možné rozdělit na interní a externí oblast. Firma by měla myslet na dopady svého podnikání, které mohou ovlivnit jak jeho zaměstnance, tak i místní veřejnost. Interní oblast je spojená především s péčí o zaměstnance a podmínkami, které je pro ně podnik schopen vytvořit. Zaměstnanec, který je správně motivovaný a v podniku spokojený, většinou odvádí svoji práci lépe, což vede k lepšímu provozu firmy. Několik průzkumů ukázalo, že pokud je podnik odpovědný vůči svým zaměstnancům, přinese mu to řadu výhod. Příkladem může být zlepšení pozice na trhu v rámci lepšího jména podniku, loajalitu pracovníků, či méně časté výpovědi. Míra aktivit je v oblasti sociální odpovědnosti velmi široká a ovlivňuje ji hned několik dalších faktorů, jako je situace na trhu práce nebo oblast podnikání. Nedílnou součástí sociální oblasti jsou také stakeholderi, kterým je věnována kapitola 1.5.1 a dále i partnerské společnosti, jejichž úloha pro podnik byla popsána v kapitole 1.4.1. (Kunz, 2012; Segerlund, 2010)

Při detailnějším zaměření se na sociální oblast z pohledu zaměstnanců, sem lze zařadit i několik konkrétních příkladů, na základě nichž může být firma brána jako společensky odpovědná. Současným moderním trendem je tzv. work-life balance. Jedná se o rovnováhu mezi osobním životem a životem pracovním. Využívá velkou řadu prostředků, jako je například pružná pracovní doba, práce z domova, udržení kontaktu se zaměstnanci, kteří využívají mateřské dovolené a pomoc při jejich opětovném začlenění do kolektivu atd. Nejúspěšnějším prostředkem v současné době zůstávají firemní školky, ale z důvodu vysoké nákladnosti si je mohou dovolit zpravidla jen větší firmy. Dále se podniky soustředí na rozvoj lidského kapitálu. Společnosti svým zaměstnancům poskytují další vzdělání, rekvalifikaci a možnost kariérního růstu. Většina firem se často zaměřuje i na tzv. zaměstnaneckou politiku, jedná se o zaměstnanecké výhody v podobě příspěvků na stravování, penzijního pojištění a mnohých dalších. Dále do sociální oblasti patří respektování rovnocenných pracovních příležitostí, boj proti sexuálnímu harašení, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, respektování lidských práv, zákaz dětské práce, zaměstnávání lidí s handicapem ad. (Kunz, 2012)

1.4.3 Environmentální oblast

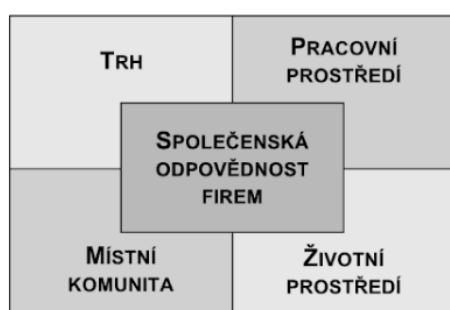
Především v posledních desetiletích je na oblast životního prostředí kladen velký důraz. Firmy, které se chovají v souladu s životním prostředím, dodržují velkou řadu vládních nařízení a zákonů. Mezi lety 1970 až 1990 bylo vydáno celkem 50 000 environmentálních zákonů a to na úrovni místní, státní a celostátní. Podniky by se měly soustředit v této oblasti nejen na možné dopady rozhodnutí uvnitř firmy, ale měly by zvažovat i možné důsledky na své okolí. Díky aktuální situaci se firmy snaží minimalizovat negativní účinky na životní prostředí, které mohou mít podobu hluchosti, emisí, nebezpečného odpadu či dopravní zátěže apod. Současně by podniky měly o svých aktivitách otevřeně a pravdivě informovat širokou veřejnost. Environmentální oblast CSR je zaměřena především na omezení negativních dopadů na životní prostředí, striktní dodržování zásad při manipulaci s nebezpečným odpadem, vyhodnocení environmentálního provozu firmy, environmentální management spojený se souladem s mezinárodními standardy (ISO 14 000, EMAS ad.), využívání alternativních zdrojů energie, ekologicky šetrná výroba apod. (Aydin, Morefield, 2008; Kunz, 2012)

1.5 Podobné koncepty a rozdílné přístupy k CSR

Definování teorií, které souvisejí s konceptem CSR, je velmi složité. Díky rozmanitému přístupu k CSR bývá tento pojem často připodobňován, někdy dokonce i zaměňován s jinými koncepty. Některé přístupy k CSR mají širší vyjádření charakteristik a některé na ně nahlízejí z užšího hlediska. Akademik Archie B. Carroll byl jeden z prvních akademiků, který rozčlenil různé firemní odpovědnosti. Již v roce 1979 definoval čtyři základní oblasti CSR, které prezentoval ve formě pyramidy. Carroll se soustředil na ekonomickou, zákonnou, etickou a filantropickou oblast odpovědnosti. Ekonomická odpovědnost je zaměřena na produkci výrobků a nabízení služeb, které zákazníci požadují a na základě nichž podnik dosáhne zisku. Právní odpovědnost vyjadřuje respekt podniku vůči zákonům a jejich dodržování. Tyto dvě odpovědnosti jsou rozšířeny o etickou odpovědnost, která představuje aktivity nad právní rámec, jež jsou od podniku očekávány. Na nejvyšší úroveň patří tzv. filantropická odpovědnost, která spočívá v proaktivním a strategickém chování společnosti, a to především v podobě dárcovství. Jeho pojetí bylo

v tehdejší době považováno za stěžejní a dalo základ pro další rozvoj konceptu CSR. (Kuldová, 2012; Tetřevová, 2017)

Podobně tyto základní oblasti vymezují i další autoři. Například Steinerová formulovala pojem CSR, ve kterém byly uvedeny čtyři části konceptu, viz Obrázek 2 Pohled Steinerové na oblasti CSR. Jedná se o trh, jenž představuje ekonomickou odpovědnost. Další části jsou pracovní prostředí a místní komunita, které představují sociální odpovědnost, zaměřenou jak na zaměstnance, tak na veřejnost. Poslední část se zabývá životním prostředím, tedy environmentální odpovědností. (Tetřevová, 2017)



Obrázek 2 Pohled Steinerové na oblasti CSR
Zdroj: (Tetřevová, 2017, s. 22)

Existuje velká řada přístupů a konceptů, které bývají v praxi velmi často zaměňovány s koncepcí CSR. Důvodů je velká řada, nejčastější příčinou však zpravidla bývá neinformovanost o teoretickém rozvoji koncepce CSR. V současné době se povědomí o CSR neustále rozšiřuje a je nutné, aby nebyl zaměňován s teoriemi, které jsou pouze jeho součástí. Podkapitoly, které jsou uvedeny níže, charakterizují jednotlivé teorie a přístupy, jež jsou s koncepcí CSR podobné a dále popisuje rozdíly, díky nimž se od konceptu CSR liší.

1.5.1 Teorie stakeholders

Společnost jako taková se dělí na několik skupin, které se svým charakterem a chováním liší. Podnik by měl být k těmto skupinám odpovědný, neboť aktivity, které vyvíjí, tyto skupiny ovlivňují. V moderním pojetí konceptu CSR se tyto skupiny neboli

stakeholdeři považují za hlavní příčinu úspěchu firem. Jeden z prvních autorů, kteří si uvědomovali důležitost stakeholderů, byl Freeman, který tuto teorii také definoval. V českém překladu bývají stakeholdeři označováni jako zainteresované skupiny, jež mohou na základě aktivit firmy, buď získat, nebo ztratit. Typickým příkladem zainteresovaných skupin jsou zákazníci, zaměstnanci a nejčastěji akcionáři. (Carroll, 2014; Tetřevová, 2017)

Zainteresované skupiny lze rozdělit do několika skupin. Podstatným faktorem, který ovlivňuje toto členění, je jejich důležitost. Někteří stakeholdeři mohou přímo ovlivňovat firmu a někteří pro ni představují pouze příležitost či hrozbu. Z tohoto pohledu lze tedy rozdělit stakeholdery na primární a sekundární. Primární skupiny představují tu část, bez které by podnik nemohl vykonávat svoji činnost a nadále existovat. Jedná se především o investory, zaměstnance, zákazníky atd. Sekundární skupiny jsou ty skupiny, které přímo nezasahují do chodu firmy. Toto členění však není jediné, stakeholdery lze dále rozdělit do třech základních sfér a to firmu, ekonomiku a společnost. Podrobné zpracování, které ukazuje, jaké zainteresované skupiny patří do jaké sféry, je uvedeno v Tabulka 3 Příklady stakeholderů jednotlivých sfér. Nejdůležitější část sféry firma představují zaměstnanci. Mají velký vliv na chod podniku, neboť jsou jeho součástí, vykonávají pro něj činnost, mohou být i jeho zákazníci a zároveň jsou členy určité komunity. Sféra ekonomiky je hranice mezi sférou firmy a společností. Nejdůležitějším článkem této skupiny jsou zákazníci, protože pomocí nich firma komunikuje se svým okolím. Poslední sféra, společnost, je součástí externí dimenze, tzn. - že přímo neovlivňuje chod firmy, jedná se pouze o jednu ze zúčastněných stran, která dotváří formální stránku organizace. (Kuldová, 2012; Tetřevová 2017)

Tabulka 3 Příklady stakeholderů jednotlivých sfér

Firma	Ekonomika	Společnost
odbory	dodavatelé	životní prostředí
akcionáři	distributoři	vláda
management	věřitelé	státní správa
zaměstnanci	zákazníci	komunita
		neziskové organizace

Zdroj: (Kuldová, 2012, s. 24)

Přístup podniku k jednotlivým zainteresovaným skupinám by měl být odlišný. Jejich přístupy se odvíjejí od síly, legitimacy a naléhavosti jednotlivých stakeholderů.

Podnik by měl zvyšovat snahu co nejlépe komunikovat se svými stakeholdery a naslouchat jejich potřebám. Jestliže podnik bude úzce s těmito skupinami spolupracovat, může se rozvíjet a předcházet možným rizikům, které by mu mohly hrozit. (Tetřevová, 2017; Kunz, 2012)

1.5.2 Firemní filantropie

V praxi je pojem firemní filantropie často zaměňována s konceptem CSR. Pod pojmem firemní filantropie se skrývají dobrovolné aktivity, které firma uskutečňuje zpravidla s neziskovými organizacemi za účelem zvýšení blahobytu ve společnosti. Je pouze jedním z důležitých nástrojů konceptu CSR. Dále představuje i tzv. win-win situaci, kdy má nejen firma prospěch z dobrovolných aktivit, ale i celá společnost. Existuje celá řada způsobů firemní filantropie. Podniky pořádají různé charitativní akce či uspořádávají sbírky mezi svými zaměstnanci, také mohou podporovat zvýšení blahobytu společnosti pomocí nepeněžních darů a to ve formě různých vzdělávacích programů, odborné pomoci či poskytnutí zázemí a prostoru pro neziskové organizace. V současné době je v České republice nejčastější forma dárcovství v podobě peněžních darů. (Kuldová, 2012; Kunz, 2012)

Zavádění celkového konceptu CSR do podniku a podpora podniku související s ochranou přírodních zdrojů a životního prostředí je komplikovaným procesem, u kterého může nastat problém střetu s pravidly na trhu a ekonomické expanze. Z tohoto důvodu se většina firem nejdříve přiklání pouze k dobrovolným aktivitám, tedy firemní filantropii, a CSR zavádí do všech sfér podnikání postupně. (Aluchna, Samuel, 2017)

1.5.3 Teorie hodnoty akcionářů

Zástupci neoklasické ekonomické teorie vychází z toho, že hlavním záměrem podnikatelů je v první řadě maximalizace zisku. Z tohoto názoru vychází právě teorie hodnoty akcionářů. Akcionáři se považují za nejvýznamnější element firmy, z toho důvodu se většina manažerů v podnicích snaží sladit hospodářské zájmy podniku a zároveň maximalizovat hodnotu pro akcionáře a zvýšit jejich zájem o společnost. (Kuldová, 2012)

1.5.4 Společenská výkonnost firem (CSP)

Koncept CSP slouží především manažerům společností, kteří se na základě získaných informací mohou rozhodnout o řešení společenských problémů. Manažeři nejprve musí určit oblasti, kterých se dané problémy týkají, poté určí rozsah problému pro každou oblast a následně vyberou vhodnou strategii pro řešení daných problémů. Výkonnost firmy nemusí být měřena jen na základě jejího finančního zajištění, ale závisí na mnoha dalších faktorech. O tomto konceptu lze říci, že posuzuje nejen finanční výkonnost, ale měří celkovou výkonnost podniku a přidanou hodnotu vůči společnosti. (Kuldová, 2012)

1.5.5 Firemní občanství (CC)

Stejně tak jako definování CSR, tak i charakterizování firemního občanství není jednoduché. V praxi bývá koncept CSR s koncepcí CC často zaměňován. První zmínky o firemním občanství pochází z Carrollova pojetí čtyřstupňové definice CSR. Pojem spojil s firemní filantropií, kde pod pojmem CC označil jednání související s blahem společnosti, do kterých se podnik aktivně zapojuje. Od konce 20. století přestal být pojem spojován s firemní filantropií a začal být součástí konceptu CSR. (Kuldová, 2012)

Autoři, kteří se zabývají konceptem CSR, dodnes nedokážou přesně definovat vztah konceptu CSR a CC, nicméně se shodují na tom, že tyto dva pojmy spolu úzce souvisí. V současné době firemní občanství představuje přístup, který firmu vede k zvyšování hodnoty pro podnikání a nabízí příležitosti používat majetek firmy k vyřešení aktuálních otázek týkajících se životního prostředí, společnosti a politiky. (Stangis, Valvoda Smith, 2017)

2. Vývoj CSR v ČR

České země se již od začátku minulého století řadily mezi nejvyspělejší státy. Tvořily celkem 70% veškeré průmyslové výroby Rakouska-Uherska. Po první světové válce, kdy vzniklo samostatné Československo, docházelo k rychlému rozvoji země a zařadila se mezi elitní státy celé Evropy. Po druhé světové válce díky komunismu, došlo k úplnému zničení soukromého sektoru, s čímž souvisela kolektivizace a znárodnování. Vše bylo řízeno na základě centrálního plánu a stát se zaměřoval na těžký průmysl. Výsledkem toho všeho bylo devastování životního prostředí a nemožnost rozvoje ekonomiky. Od listopadové revoluce 1989, kdy došlo ke svržení vlády komunistů, se země začala rozvíjet – docházelo k zahraničním obchodům, tedy rozvoji ekonomiky, a rozšiřování soukromého sektoru. V roce 2004 se Česká republika stala součástí Evropské unie a od té doby se země snaží o neustálý rozvoj. (Ortová, 2011)

Za éry komunismu nebyl žádný z tržních mechanismů, které vznikaly v západním světě, přístupný, proto se koncept CSR začal v České republice objevovat až na přelomu tisíciletí, kdy země již přešla z centrálního prostředí na prostředí kapitalistické. I přes veškerou snahu Společnosti pro etiku v ekonomice zařadit koncepci CSR do podnikání již dříve, využívala velká řada lidí zastaralé legislativy a probíhající privatizace a tím často docházelo ke korupci. Velká část společnosti byla přesvědčena, že nově zaváděné tržní hospodářství je pouze dočasného charakteru a bude za určitou dobu nahrazeno. Prostředí, které v té době existovalo na území České republiky, scházely hlavní etické principy, které by mohly dát základ dalším přístupům a koncepcím, jako je koncept CSR. V druhé polovině devadesátých let vznikaly organizace jako je Transparency International Česká republika a Etické fórum, jež měly za cíl nacházet korupci a následně ji potlačovat. Od doby existence těchto organizací, kterým se dostalo velké podpory především díky médiím, se může mluvit o základech etiky podnikání, udržitelným rozvoji a CSR na území ČR. Docházelo stále více k politickým tlakům týkajících se zavádění environmentálních a celkově společenských aktivit do legislativy. (Ortová, 2011)

I přes veškerou snahu těchto organizací, se ukázalo, že většina podniků stále nerespektuje etické principy. Jejich hlavní odůvodnění bylo, že na základě neetického jednání mohou být úspěšné, otázkou CSR se vůbec nezabývaly a odmítaly řešení jakýchkoliv

společenských nesnází. Tento problém nepříliš správného přístupu firem vznikl na základě zanedbaného podnikatelského prostředí v devadesátých letech. Velkou nadějí na nápravu této situace je komunikace. Ukázky pozitivních a negativních dopadů na společnost mohou být krokem k existenci trhu, na němž si všechny zainteresované skupiny budou jisti morálními hodnotami, které budou nejen v legislativě, ale i ve společnosti. (Ortová, 2011)

V současné době je nejvýznamnější organizací zastupující hlavní principy CSR organizace Business Leaders Forum. Tato instituce vznikla v roce 1992 a její součástí jsou dvě desítky předních českých a nadnárodních firem. Její hlavní cíl spočívá v šíření společensky odpovědného chování a to v podobě ukázky tohoto chování v praxi. Zaměřuje se především na rozvoj světové odpovědnosti firem, trvale udržitelného podnikání a kladného dopadu firem na společnost. Business Leaders Forum je také součástí organizace CSR Europe, jejíž hlavní cíl spočívá v propagování hlavních principů CSR po celé Evropě. (Ortová, 2011)

2.1 Budoucnost CSR v ČR

Především v posledních letech je na koncept CSR a jeho hlavní principy kladen velký důraz a to nejen ve světě, ale i v České republice. Hlavním cílem organizací, které koncept CSR podporují, je informovat veškeré zainteresované skupiny o výhodách zavádění konceptu v podniku. Organizace by tyto výhody měly prezentovat na určitých příkladech z praxe a dát důraz především na konkrétní přínosy koncepce CSR, kterých podnik může dosáhnout. (Kašparová, Kunz, 2013)

Nezáleží jen na angažovanosti těchto institucí, důležitou roli hrají také zástupci médií a vláda ČR. Média dokážou o všech aktivitách společensky odpovědných firem informovat širokou veřejnost a tím se pojem CSR dostává do jejího povědomí. Za stěžejní se na území ČR považuje především role vlády. Je stále více vyvíjen tlak na vládu, aby do její strategie byly zahrnuty základní principy CSR, k tomu stále nedochází, i když se dlouhou dobu předpokládalo, že tento fakt se změní díky rostoucímu zájmu o neziskový sektor. Česká republika je jedna z dvanácti států Evropské unie, které stále nezařadily principy CSR do své národní strategie. Jedním z důvodů absence těchto principů je komplexnost CSR, zasahuje do široké škály činností, které s ním souvisí, proto se dlouhou dobu řešilo,

jaké z ministerstev by se mělo problematikou společenské odpovědnosti zabývat. S tím bylo spojené i vytvoření Národního akčního plánu pro CSR, který byly všechny členské státy Evropské unie nuceny předložit. Na konci roku 2012 bylo zvoleno Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, které za koncept CSR od té doby odpovídá. (Kašparová, Kunz, 2013)

Na začátku roku 2012 byla provedena anketa, které se zúčastnilo 100 podniků. Zástupci, kteří odpovídali na předem stanovené otázky, vyslovili nesouhlas s předloženou národní strategií rozvoje CSR v České republice, které Ministerstvo sepsalo. Jako důvod uváděli především to, že by neměl být kladen důraz na regulace, které souvisely s negativními dopady na společnost, ale vláda by měla podporovat firmy, aby se chovaly společensky odpovědně a to především v podobě různých zvýhodnění nebo fiskálních benefitů. Podniky se nemusí obávat určitých regulací, které by byly právně upraveny, neboť v roce 2013 uvedl ředitel Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, že chce principy CSR udržet v rovině dobrovolnosti a nenutit firmy k jejich dodržování pomocí různých směrnic. (Kašparová, Kunz, 2013)

Důležitou roli ve vývoji CSR na území České republiky hrají především podnikatelské subjekty, které by měly koncept CSR dlouhodobě zavádět do své strategie a neupouštět od něj v době, kdy se bude nacházet v krizi. (Kašparová, Kunz, 2013)

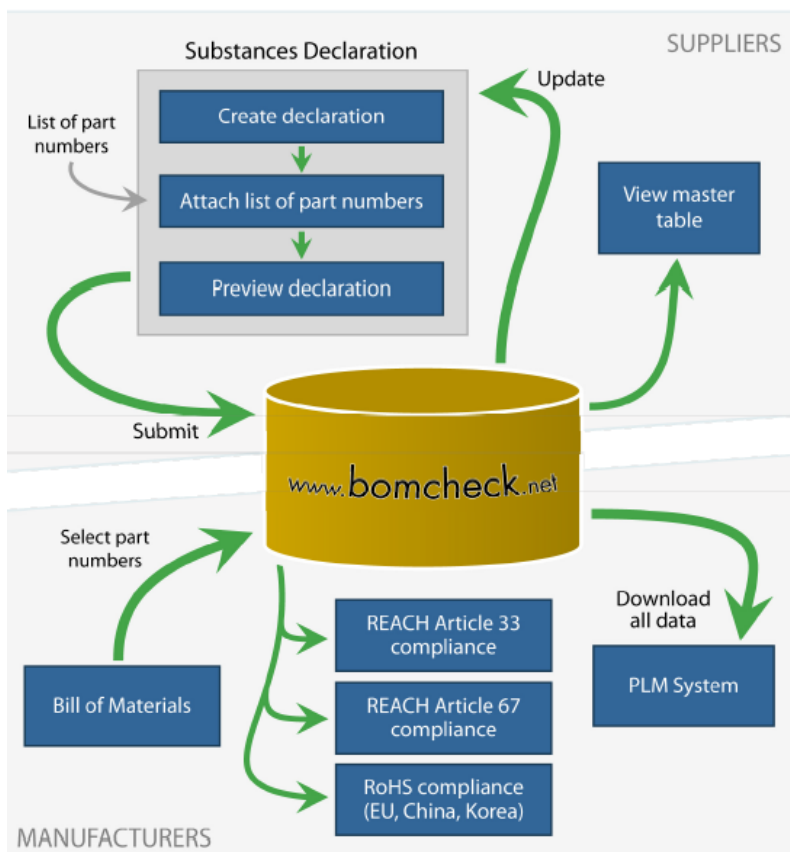
3. BOMcheck a jeho význam

Celá bakalářská práce je kromě CSR zaměřena také na tzv. BOMcheck. Jedná se o centrální webovou databázi, která má za cíl šetřit peníze a zároveň čas všech dodavatelů a zákazníků, jež jsou v databázi uvedeni. Zapisují se do něj veškeré informace, které souvisí s určitými nebezpečnými látkami. Webový systém byl založen v roce 2008 na základě požadavků společnosti Siemens a Philips, pro něž se především tzv. deklaráce vytváří. Ročně jsou do BOMchecku zapisovány deklaráce pro více než miliony dílů. Každá deklaráce se skládá z několika částí a to konkrétně z RoHS, REACH, ConflictMinerals a Proposition 65, jež jsou detailněji popisovány v následujících podkapitolách. Deklarace mohou být také rozdělovány na prohlášení o souladu s předpisy a plné materiálové prohlášení. Hlavní rozdíl spočívá především v tom, že poté, co Agentura pro chemické látky rozšíří seznam látek, je potřeba prohlášení o souladu s předpisy neustále aktualizovat po každé změně. U plné materiálové deklaráce se aktualizace na základě všech vyplněných údajů provede samostatně. Vzhled webové databáze je uveden v Příloha A.

BOMcheck také představuje průmyslovou spolupráci vedenou společnostmi Philips, Siemens a dalšími firmami. Informace o této webové databázi jsou vyzdvihovány ve videích, které natočily právě firmy Siemens a Philips. Tyto dvě společnosti požadují od všech svých dodavatelů produkty v nejvyšší kvalitě, které budou v souladu s ochranou životního prostředí. Zákazníci své dodavatele informují o požadavcích prostřednictvím BOMchecku, kde vytvoří soubor, pomocí něhož může jak zákazník, tak i dodavatel vidět průběh jednotlivých deklarácí. Proces zadávání těchto požadavků přímo přes BOMcheck je však složitější, neboť po nahrání všech požadovaných deklarácí musí zákazník provést tzv. Mapping. Jedná se o proces přiřazování Laird čísel dílů k zákaznickovu značení dílů. Poté, co toto proběhne, jsou veškeré deklaráce již kompletní. Zákazník může své požadavky zasílat dodavateli i prostřednictvím emailu, což je pro něj na jedné straně jednodušší, ale na druhé straně si musí v systému najít své značení dílů a proces nahrávání deklaráce je pak delší kvůli dohledávání informací.

Dodavatelé údaje o produktech nahrávají do systému a následně deklaráci potvrzují, čímž se stává platnou a může ji vidět i zákazník. Poté, co jsou deklaráce nahrané, mohou

být dále upravovány, ale jakmile je jednou deklaráce nahraná s určitými informacemi, lze je pouze měnit, nikoliv úplně smazat. Zákazníci, kteří zpravidla deklaráce vyžadují, pak mohou jednotlivé dokumenty stahovat a slouží jim jako záruka, že díly či jednotky, které od dodavatelů získávají, jsou v souladu s jejich společensko-odpovědným chováním. Celý proces deklaráce je viditelný na Obrázku 3.



Obrázek 3 Proces deklaráce
Zdroj: (BOMcheck, 2019)

3.1 Směrnice RoHS

RoHS představuje společně s nařízením REACH základní směrnici s informacemi, které zákazníci požadují. Jedná se o omezení používaných nebezpečných látek v elektrických částech jako např. v kondenzátoru. Tato směrnice má označení 2011/65/EU a v platnost vstoupila v červenci 2011, v Evropské Unii začala být platná až od ledna 2013. Označování směrnic je velmi důležitou informací, neboť udává rok, kdy došlo k poslední aktualizaci směrnice. V současné době došlo ke druhé aktualizaci, může se tedy mluvit

o tzv. RoHS2. Do nařízení bylo přidáno několik dalších nebezpečných látek, ale jejich seznam se nerozšiřuje tak často, jako je to u směrnice REACH. (BOMcheck.net, 2019)

BOMcheck je nástroj, který slouží jak jednotlivým firmám, tak i členským státům Evropské unie. Zákazníci požadují od dodavatelů vydávání technických dokumentů, které budou obsahovat informaci, že daný produkt je v souladu právě s touto směrnicí. (BOMcheck.net, 2019)

Pokud dodavatel poskytne svým zákazníkům informaci, že určité látky, které jsou v produktech používány, představují výjimku uvedenou ve směrnici, BOMcheck vyžaduje, aby tato výjimka byla v systému zapsána. Jestliže dojde ke změně dané směrnice, je od dodavatelů vyžadováno, aby informace o daných produktech, a tedy i samotnou deklaraci, aktualizovaly a to z důvodu zjištění, zdali jsou produkty stále v souladu s daným nařízením. Velká část firem si tyto výjimky neuvědomuje a poté, co nejsou dostatečně informováni svými dodavateli o složení daného produktu, musejí informace opětovně zjišťovat. Většina výrobků, které jsou do BOMchecku zapisovány se skládá až z několika set dílů, z nichž se u každého musí tato informace zjišťovat samostatně. Lze tedy říci, že nedostatečná informovanost zákazníků je spojena s dlouhotrvající komunikací s několika dodavateli, a tak se proces zapisování do BOMchecku a zjišťování společenské odpovědnosti o dost prodlužuje. (BOMcheck.net, 2019)

Od 22. 7. 2019 přejde v platnost tzv. směrnice RoHS3, ta se od současného nařízení liší přidáním 4 látek do seznamu látek zakázaných. Již nyní zákazníci tyto informace zjišťují a požadují jejich zapsání do BOMchecku před datem platnosti nařízení. Kdyby se v produktech nacházela jedna z těchto nově uvedených látek, zákazník by si musel najít nového dodavatele, který by látky v produktech nepoužíval.

3.2 Směrnice REACH

V tomto nařízení zákazníci od svých dodavatelů požadují, aby jim byly prostřednictvím deklarácí poskytnuty informace o tzv. REACH Candidate list a zároveň aby v nich byla uvedena informace, zdali jsou jejich produkty v souladu s materiálovými omezeními.

Z předchozí věty vyplývá, že směrnice REACH se dělí na dvě části a to na článek 33 a článek 67. (BOMcheck.net, 2019)

Na rozdíl od RoHS jsou všichni výrobci, jež se nacházejí v Evropské unii, povinni poskytnout informace o REACH. Další rozdíl spočívá především v rozšiřování seznamu nebezpečných látek. Od srpna 2009, kdy se směrnice stala součástí BOMchecku, je seznam látek v REACH Candidate List rozšiřován o dalších 25 nebezpečných látek a to dvakrát ročně v měsících únor a srpen. Výrobcům je určena povinnost po změně seznamu látek ihned kontaktovat své zákazníky a poskytnout jim aktualizované informace. U produktů, které výrobci dodávají přímo do domácností, musí být informace o změnách poskytnuty nejpozději do 45 dní po vydání nového seznamu.(BOMcheck.net, 2019)

V současné době se většina firem střetává s velkým problémem, který spočívá v identifikaci materiálové složky produktu. 99% dodavatelů, od nichž Laird produkty získává, díly buď překupují anebo materiál na jejich výrobu získávají od svých vlastních dodavatelů. I když zde existuje povinnost členských států Evropské unie poskytovat informaci o REACH svým zákazníkům, proces získávání informací je zpravidla díky delšímu dodavatelskému řetězci zdlouhavý. Je to dáno i tím, že výrobci, kteří dodávají pouze materiál, zpravidla nejsou informováni o existenci BOMchecku.

3.2.1 REACH – článek 33

Na začátku roku 2019 vzrostl seznam počtu nebezpečných látek na 197. Do databáze BOMchecku jsou veškeré firmy, jejichž výrobky mohou obsahovat v koncentraci více než 0.1 % zvolené váhy v systému, povinni vytvořit deklaráce s touto informací. V ní musí být uvedeno, o jakou látku se jedná a jaký by mohla mít dopad na používání výrobku a zároveň na životní prostředí. (BOMcheck.net, 2019)

Agentura pro chemické látky, jež se nachází v Evropě, vydává několik doporučení, od nichž by se měly odvíjet další kroky firem používající produkty s nebezpečnými látkami. Podle Evropské agentury je nejdůležitější komunikace v rámci celého dodavatelského řetězce. Jednotlivé firmy v daném průmyslu by se měly zaměřit na vytvoření komunikačních kanálů a standardů, díky nimž bude získávání informací

jednodušší. Laird s.r.o. bývá zpravidla posledním dodavatelem, jež zákazníkovi poskytuje produkty v konečné verzi, proto je velmi důležité, aby společnost zákazníkům poskytla informaci o REACH. (BOMcheck.net, 2019)

3.2.2 REACH – článek 67

Druhá část směrnice REACH je platná od 1. června 2009. Jedná se o omezení u výrobků a zároveň o opatření, u kterých mohou informace požadovat veškeré články v jakékoliv části dodavatelského řetězce. Omezení článku 67 se nevztahují pouze na výrobce, ale také na distributory a maloobchodníky, kteří prodávají hotové produkty. (BOMcheck.net, 2019)

V platném znění nařízení REACH je uvedeno celkem 53 omezení na nebezpečné látky a dalších 19 omezení, jež jsou podle nařízení REACH relevantní pro elektronické zařízení a hardware produkty. Získávání informací o REACH je dáno předpisy členských států Evropské unie a jejich dodržování má pod kontrolou Agentura pro chemické látky. Nesplnění podmínek daných směrnicí je v každé zemi trestáno jinými způsoby. Pokud např. ve Francii určitá společnost nesplní podmínky této směrnice, může jí být dána pokuta až ve výši 75 000 EUR. (BOMcheck.net, 2019)

3.3 Conflict Minerals

Směrnice Conflict Minerals je zaměřena na obsah kovů v produktech, konkrétně se jedná o cín, tantal, zlato a wolfram. Nařízení je pro podniky důležité, neboť jim dává jistotu, že výše zmíněné kovy nepocházejí z dolů, jež se nachází v Demokratické republice Kongo. V této zemi dochází k ozbrojeným nepokojům, které jsou dány i povstáními v dolech, kde dochází k nehumánnímu chování.

Všechny společnosti od 31. května 2016 musí svým zákazníkům zasílat tzv. Conflict Minerals Reporting Templates (zkráceně CMRT) dokument, ve kterém uvádějí, že používané materiály jsou bezkonfliktní, tedy nepocházejí z Demokratické republiky Kongo. S výše uvedeným datem souvisí i vývoj databáze BOMcheck. Od tohoto data je možné nahrát dokument CMRT do databáze ve stejný čas, kdy dodavatel vyplňuje

informace o RoHS a REACH. Dále šetří čas a zároveň náklady výrobcům a to tak, že ověřuje datum v nahraném dokumentu a poskytuje okamžitou zpětnou vazbu, která jim umožňuje opravit informace, které zabraňují v nahrání dokumentu na web. Na základě podložených informací o zdrojích minerálních látek, může firma činit zodpovědná rozhodnutí o dalším vývoji. BOMcheck dokument CMRT zpracovává, archivuje ho a pokud dodavatel učiní určité změny, aktualizuje ho. (BOMcheck.net, 2019)

3.4 Proposition 65

V roce 1986 bylo v Kalifornii schváleno nařízení Proposition 65, které představuje zákon o bezpečí pitné vody a toxickém vymáhání. Zákon vznikl především díky rostoucím obavám z používaných chemikálií. Nařízení vyžaduje, aby byl v Kalifornii vydáván seznam nebezpečných látek, který může způsobovat rakovinu či jinou formu toxicity. V podnicích s více jak 10 zaměstnanci, kde jsou těmto chemickým látkám vystavováni, je nutné na toto nebezpečí upozornit. Zákon nezakazuje používání více jak 900 chemikálií na seznamu, jedná se pouze o informace, které mohou mít vliv na rozhodování.(BOMcheck.net, 2019)

Od 30. srpna 2018 byly určeny nové požadavky na označování výrobků. Produkty, které obsahují toxické chemikálie, musí být řádně označeny, aby byl uživatel informován o nebezpečí karcinogenity. (BOMcheck.net, 2019)

Na základě testů společnost, jež vlastní BOMcheck, zjistila, že část látek v tomto nařízení je již regulována ve směrnících REACH a RoHS, proto zákazníci zpravidla vyžadují vyplňování informací pouze těchto dvou směrnic, neboť obsahují velkou část informací o Proposition 65. (BOMcheck.net, 2019)

4. Charakteristika společnosti

Společnost Laird s.r.o. se zabývá výrobou odstínění elektromagnetického záření pro širokou škálu oborů, díky nimž se řadí mezi jednoho z největších světových výrobců. Firma dodává své výrobní prvky především do automobilového průmyslu, dále do leteckého a zbrojního oboru, či pro zdravotnictví a telekomunikaci. Společnost vznikla 23. července 2003 a její základní kapitál činí 145 milionů korun českých. V současné době je podnik zastoupený dvěma jednatelem a to Jiřím Zaoralem a Vladimírou Štaflovou. Informace, které jsou uvedeny v této kapitole, vychází z vnitřních směrnic a podkladů ze společnosti.

Společnost se snaží být jedničkou na trhu v jakosti a dodávání výrobku na čas. Má stanovených 5 základních zásad, jež dodržuje, a to jsou:

- Odpovědnost za kvalitu – každý zaměstnanec sám odpovídá za kvalitu ať už procesu, služby nebo výrobku.
- Strategie „NULA chyb“ – tato strategie spočívá v dodávání výrobku a to za konkurenceschopnou cenu a v kvalitě, aniž by docházelo ke zpětným reklamacím.
- Závazek vedení – podnik považuje za konkurenční výhodu především kvalitu svých výrobků a s tím i spojenou spokojenost zákazníků.
- Neustálé zlepšování se – v podniku je využívána celá řada různých výrobních procesů a řízení, které vedou k neustálému zlepšování se, jako jsou např. Kaizen, 5S nebo řízení podle cílů.
- Pohotová reakce – každý zaměstnanec se snaží odpovědět svým odběratelům v co nejkratším čase, maximálně však do 24 hodin.

Podnik se zaměřuje na spokojenost zákazníků a své strategie k tomu uzpůsobuje. Díky výše uvedeným bodům je podnik schopen dosahovat zisku a vyvíjet se dál. Níže uvedené podkapitoly přibližují rozdělení společnosti a věnují pozornost především její společenské odpovědnosti.

4.1 Organizační struktura společnosti

Do konce roku 2018 se Laird s.r.o. členil do 3 divizí. Konkrétně se jednalo o divizi Performance Materials (zkráceně PM), Engineered Thermal Systems (zkráceně ETS) a Wireless Systems (zkráceně WTS/WACS). Poté, co byla firma 2. července 2018 koupena investiční společností Advent International, dospěli tito investoři k rozhodnutí, že se divize od sebe úplně rozdělí. Od konce roku 2018 došlo k oddělení divize WACS od společnosti Laird s.r.o. a nespadá již pod její právní entitu. Nyní se tedy jedná o novou firmu, která vystupuje pod názvem Cattron, s.r.o. Hlavní cíl společnosti Advent International je rozvoj divize PM poté, co dojde také k prodeji divize Thermal Systems, která představuje v minulosti nazývanou divizi ETS.

4.1.1 Divize PM

Tato divize se skládá z 9 produktových sekcí. Konkrétně se jedná o linky:

- BLS – produktová linka je zaměřena především na lisování dílů.
- BeCu – produktová linka se také zabývá lisováním dílů ale z beryliové mědi.
- Galvanizovna – jedná se o povrchové úpravy materiálů (železa).
- ECE – linka, která vyrábí gumové produkty (gumičky, těsnění,...).
- ABS + carbon linka – linka, která se zabývá výrobou a vysekáváním dílů, jež slouží např. k stínění elektromagnetického záření.
- Knitting – linka, na které se oplétají gumové profily.
- FOF – linka, která se zabývá sekáním gumových profilů.
- VentPanels – linka, na které se řezou hliníkové plastové od vzdušné panely.
- Thermaly – vysekávání termálních materiálů, které mají termoregulační funkci např. v notebooku.

Více než 50% zákazníků divize PM spadá do automobilového průmyslu. Hlavními odběrateli PM jsou společnosti Continental a Valeo.

4.1.2 Thermal Systems

Hlavní činností této divize je montáž jednotek pro zdravotnický průmysl a také servis, který poskytují. Jejich výrobky se využívají např. v rentgenových zařízeních či v přístrojích na míchání krve. Největšími odběrateli této divize jsou společnosti Siemens a Philips. Tito dva přední zákazníci také nejvíce využívají systém BOMcheck, kterým se zabývala kapitola 3. Vzhledem k tomu, že budoucím záměrem Advent International je divizi prodat, začíná podnikat již patřičné kroky. Od 11. března 2019 došlo k oddělení a vytvoření samostatných systémů pro tuto divizi.

4.1.3 Cattron, s.r.o.

Jak již bylo zmíněno na začátku této kapitoly, společnost Cattron, s.r.o. již není součástí Lairdu s.r.o. V první polovině roku 2019 dojde k přestěhování této firmy na jiné místo. Společnost se soustřeďuje především na výrobu ovladačů na dálkové ovládání strojů. Hlavními odběrateli jsou firmy DeutscheBahn, Siemens a Philips.

4.2 CSR politika společnosti

Už od roku 1864, kdy byla založena společnost LairdGroup, jejíž součástí je i Laird s.r.o. v Liberci, se podnik snaží ochraňovat životní prostředí a zajímá se o prosperitu a spokojenost svých vlastních zaměstnanců. Zařazuje strategie koncepce do dlouhodobých plánů a to tak, aby nebyla poškozena její konkurenceschopnost a zároveň aby byla dlouhodobě profitová. Již od roku 2013 má globální společnost vybudovaný rozsáhlý program CSR, na základě něhož se firma vyvíjí dalším směrem.

V posledních letech se společnost snaží pomáhat především místním komunitám. Největší projekt, kterému se firma již od roku 2012 společně se svými dodavateli začala věnovat, je zaměřený na materiálovou pomoc Základní škole ZhiChao. V listopadu 2013 se projekt rozšířil i na další základní školy. Tento fakt poukazuje na to, že vzdělání dětí a celkově rozvoj místních komunit není firmě lhostejný a snaží se o jejich další rozvoj.

Pro globální síť této společnosti je koncept CSR velmi důležitý, ale i Laird s.r.o. v Liberci samostatně podniká dané kroky a dlouhodobě zařazuje strategie CSR do svých vlastních cílů, vize a poslání. Aby firma Laird s.r.o. v Liberci mohla být brána jako společensky odpovědná, využívá různých metod a forem řízení. Podnik si je vědom svých závazků vůči životnímu prostředí, proto se snaží minimalizovat negativní účinky, které by ho mohly poškodit. Pro podnik je jednodušší chovat se odpovědně především díky vytvořenému systému řízení, který vychází z norem ISO 14001 a OHSAS 18001. Díky spolupráci mezi zaměstnanci, odběrateli a dodavateli se důležitost konceptu CSR dostává lidem do podvědomí.

Management společnosti si také stanovuje cíle v oblasti životního prostředí, které spočívají v prevenci znečištění, recyklaci výrobků, informovanosti zaměstnanců v oblasti životního prostředí, snaze o minimalizaci možných úrazů a v minimalizaci používání energií. Aby byl systém řízení dodržován a měl určitou efektivitu, je pravidelně kontrolován prostřednictvím auditů.

Firma se také zavazuje k plnění několika závazků a to především v oblasti vztahů k zaměstnancům, etického chování a ochrany zdraví a životního prostředí. Firma i dle svého etického kodexu zaměstnává lidi na základě jejich schopností bez ohledu na věk, rasu, náboženství, pohlaví či postižení. Všichni zaměstnanci jsou bráni rovnocenně podle jejich stanovených práv a svobod. Vztahy se zaměstnanci jsou nejčastěji propojeni s personální politikou, která dodržuje všechny právní předpisy, jež jsou v zemi dané. Další zásadou etického chování je i závazek společnosti k poctivému hospodářskému boji, aniž by docházelo k poškozování jiných společností prostřednictvím nekalé soutěže.

4.2.1 Vize, poslání a kultura Lairdu s.r.o.

Stejně tak jako každá rozvíjející se společnost, která je společensky odpovědná, tak i Laird má stanovenou svoji vizi a poslání. Vize společnosti je následující: „Tvoříme svět, ve kterém chytré technologie umožní doslova každému vnímat, přemýšlet a komunikovat; měníme náš životní styl a dáváme sílu dokázat více, než si umíme představit.“ Jak z vize vyplývá, podnik se soustřeďuje především na technologie a inovace.

Poslání společnosti pouze vizi doplňuje a zní takto: „Důvěryhodný partner přinášející světu technologie prostřednictvím inovace, rychlosti a spolehlivosti.“

Popisování kultury společnosti Laird s.r.o. je zaměřeno spíše na ideály, pod kterými se firma prezentuje. Společnost vystupuje jako globální tým jednotlivců, kteří jsou talentovaní a kteří mohou být společnosti mnohem více prospěšní. Jedná se také o tým lidí, kteří se chovají čestně, s respektem a úctou. Díky jejich nasazení je ve společnosti vytvořeno příznivé prostředí pro práci. Laird je místem, kde zaměstnanci mohou rozvíjet své schopnosti, dovednosti a to jak ve svém osobním životě, tak i v tom profesním.

4.2.2 Základní hodnoty Lairdu

Jak již začátek kapitoly napovídá, podnik zařazuje koncept CSR do svých dlouhodobých cílů a snaží se vytvářet dlouhodobě udržitelný rozvoj. S tím souvisí i několik základních hodnot, které společnost dodržuje a podle nichž vykonává svoji činnost. Jedná se o:

- *Podnikatelského ducha* – plánování a celková výroba v podniku a její inovace vychází z faktu, že podnik oceňuje veškerou individualitu a možnou tvořivost, kterou zaměstnanci mají a nabízejí na všech úrovních.
- *Zaměření se na činnost* – v podniku jsou využívány různé analýzy a úsudky, zaměstnanci se však zaměřují i na samotnou činnost.
- *Neustálé zlepšování se* – podnik se snaží neustále se zlepšovat ve všech směrech a využívá k tomu různé způsoby a metody.
- *Splnění slibů* – každý ze zaměstnanců plní své závazky jak vůči zákazníkům a dodavatelům, tak i vůči sobě navzájem. Díky tomu má etický kodex, který se zavazuje k čestnému jednání, určitý smysl.
- *Zaměření se na zákazníka* – firma se snaží budovat dobrou pověst a udržet si věrné zákazníky, neboť zákazníci jsou bráni jako součást firemní kultury. Převyšování jejich nároků a očekávání je bráno jako další nepsané poslání společnosti.
- *Celosvětovou týmovou spolupráci* – LairdGroup se skládá z několika poboček, které se nacházejí po celém světě. Každý zaměstnanec Lairdu s.r.o. není brán jako pouhý

zaměstnanec této firmy, ale je součástí globálního týmu, jehož cílem je vzájemná spolupráce.

- *Lidský přístup a péči o zaměstnance* – podnik se zavazuje k férovému jednání s lidmi, jež je založeno na respektu a které slouží k rozvoji místní komunity a celkově společnosti.

Další důležitý dokument, který je pro společnost Laird velmi významným a který rozvíjí její základní hodnoty, se nazývá Potírání harassmentu a diskriminace. Tento dokument je důležitý především z pohledu zaměstnanců, neboť se vztahuje na každého zaměstnance, který ve společnosti pracuje. Zaměstnanci jsou povinni řídit se pravidly, které jsou pevně dány. Jedná se především o zákaz jakékoliv formy nežádoucího chování. Budoucí pracovníci jsou při prvním zaškolování informováni o možných formách harašení a jeho důsledcích, proto firma na své okolní prostředí působí velmi přátelsky, neboť zde nedochází k žádným formám diskriminace, harašení či různých druhů šikany.

V podniku Laird s.r.o. je vydávána a dodržována velká řada dalších zákonů, které jsou pečlivě dodržovány. Podnik se chová společensky odpovědně ke všem zainteresovaným skupinám a to jak ke svým zaměstnancům, tak ke svým zákazníkům, dodavatelům, místní komunitě a hlavně k životnímu prostředí.

5. Využití BOMchecku a CSR ve společnosti

BOMcheck je pro společnost Laird s.r.o. velmi významným nástrojem a představuje jednu z mnoha uplatnění konceptu CSR. V současné době je tato databáze využívána především divizí Thermal Systems. Je to dáno hlavně tím, že jejími hlavními zákazníky jsou společnosti Siemens a Philips. Vzhledem k tomu, že 99 % dílů, které se v této divizi vyrobí, slouží jako produkty do zdravotnických zařízení, musí být zdravotně nezávadné. S tím souvisí i jejich složení, firmě velmi záleží na tom, aby jednotlivé díly nebyly toxické vůči životnímu prostředí, proto je využití BOMchecku pro firmu velmi důležité. Jeho podstata spočívá především ve společenské odpovědnosti vůči společnosti a životnímu prostředí.

Kdyby divize BOMcheck nevyužívala, mělo by to za následek, že by si zákazníci našli nové dodavatele a firma by přišla o jedny z největších odběratelů. I když je pro firmu velmi významným faktorem vytváření zisku a uspokojování potřeb zákazníků, společensky odpovědné chování především vůči životnímu prostředí, které je podloženo informacemi z BOMchecku, je dalším hlavním faktorem, na kterém firmě záleží.

Divize PM a společnost Cattron s.r.o. v současné době BOMcheck nevyužívají. Zákazníci sice informace o RoHS a REACH požadují, nicméně jim stačí pouze podepsané prohlášení zaslané emailem. Veškeré díly, které Laird dodává svým zákazníkům, neobsahují žádné nebezpečné látky. Odběratelé divize PM nepotřebují prohlášení do BOMchecku zapisovat, neboť vyrábí především lisované a vysekávané díly, na které se databáze nevztahuje. Stejně je to u společnosti Cattron s.r.o., neboť se zde vyrábí především ovladače na dálkové ovládání lokomotiv.

Koncept CSR velmi úzce souvisí s BOMcheckem a zaměřuje se především na oblast životního prostředí. Kromě tohoto nástroje firma podniká širokou škálu aktivit, díky nimž může být brána jako společensky odpovědná. Firma se v současné době zaměřuje především na své stakeholdery, nejvíce na své zaměstnance. Podnik propaguje především myšlenku toho, že zaměstnanci jsou nejdůležitější částí firmy, proto jim poskytuje velkou řadu benefitů, jako jsou např. příspěvky na obědy, pořádání různých akcí či podpora kvalifikačních kurzů.

Globální síť Laird Technologies se sama o sobě zaměřuje na všechny oblasti konceptu CSR. Pobočka Laird s.r.o., která se nachází v Liberci, také samostatně vyvíjí společensky odpovědné aktivity. V současné době se podnik zaměřuje především na oblast společenskou. Na konci roku 2018 se firma zapojila do dobrovolnictví v Hospici sv. Zdislavy, kde zaměstnanci společnosti pomáhali s úklidem tohoto zařízení. Firma také pomáhá opuštěným zvířatům, která se nacházejí v útulcích, a pravidelně pořádá sbírky, kam jednotliví zaměstnanci mohou přispívat jak materiálně, tak finančně.

Co se týče ekonomické oblasti konceptu CSR, společnost svoji strategii zaměřuje především na své zákazníky a uspokojování jejich potřeb a přání. Podnik výroby dodává vždy včas, a pokud dojde k tomu, že zákazník zboží vyreklamuje s určitou vadou, dochází k okamžitým nápravním opatřením, aby zákazník nebyl poškozen. Vzhledem k tomu, že se jedná o velkou společnost, často se zde uskutečňují zákaznické audity, prostřednictvím nichž odběratelé hodnotí firmu a celkovou spokojenost. Na základě informací, u nichž byla autorka této bakalářské práce přítomna lze říci, že zákazníci jsou s touto firmou velmi spokojeni. Pokud dojde k tomu, že zákazníci najdou určité neshody, zaměstnanci podniku okamžitě začnou podnikat nápravná opatření. Díky tomuto přístupu ve firmě klesá počet reklamací na minimum. Jedinou věcí, které se firma v této oblasti nevěnuje, je informování stakeholderů o dalších krocích, které se ve firmě uskuteční. Vzhledem k současné situaci, kdy dochází k oddělení všech divizí, by se firma měla více soustředit na informovanost všech zainteresovaných skupin.

Oblast životního prostředí konceptu CSR je úzce propojena právě s BOMcheckem. Firma tedy nevyužívá žádné nebezpečné látky a pravidelně o tom informuje své zákazníky. Pokud by široká veřejnost měla zájem o získání informací, podnik ji na základě pravdivých a doložených dokumentů může informovat o dané situaci. Výhodou je, že se podnik nebrání poskytování informací, na druhé straně lidé nemají ponětí o tom, že jim tyto informace mohou být poskytnuty a zároveň často nevědí ani o existenci firmy. Součástí environmentální oblasti je v Lairdu s.r.o. i to, že rozhodnutí managementu jsou v souladu s mezinárodními standardy a to konkrétně s ISO 14001 a OHSAS 18001.

Závěr

Problematika konceptu CSR je velmi rozmanitá a soustřeďuje se na velkou řadu činností. Podle dané definice se CSR nezaměřuje pouze na oblast environmentální, ale také na oblast ekonomickou a sociální. Pokud se firmy rozhodnou řídit se podle této koncepce, je nutné ji zařadit do svých strategií a věnovat pozornost dlouhodobě udržitelnému rozvoji. Další podstata této koncepce tkví v rozvoji pozitivních vlivů, které s tímto přístupem souvisí, a zároveň potlačování negativních vlivů, které mohou společnost poškodit. Pokud je koncept ve firmě správně implementován, společnost na ní může mít pozitivní náhled, což souvisí i se zlepšením image a zvýšením ekonomického zisku.

Celá bakalářská práce byla rozdělena do pěti kapitol, z nichž první dvě byly teoretického rázu. Následně se práce soustředila na vybraný podnik Laird s.r.o. a s ním spojený webový systém BOMcheck. Tento nástroj, který může být díky svému účelu brán jako společensky odpovědný, je významný a to nejen z hlediska konceptu CSR ale hlavně z pohledu zákazníků, neboť se díky němu rozhodují o svých dodavatelích.

I když podnik vyvíjí velké množství společensky odpovědných aktivit, měl by se orientovat více i na místní komunitu, o kterou se zajímá nejméně. Stejně tak jako Laird Technologies ve Spojených státech amerických, tak i pobočka v Liberci by se měla zaměřit například na financování základních škol nebo financování v současné době velmi navštěvované budovy IQLANDIE, která neustále pro svůj provoz hledá nové sponzory. Firma by měla více komunikovat se svým okolím a budovat vztahy se širokou veřejností, aby se její jméno dostalo do povědomí a to v pozitivním slova smyslu. Pokud firma nezačne se svým okolím více komunikovat, přináší jí to určitou nevýhodu, protože i když se chová společensky odpovědně, místní komunita o tom neví.

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnocení společensky odpovědných aktivit ve společnosti Laird s.r.o. a využívání webové databáze BOMcheck. Pátá kapitola tento cíl naplnila. Autorka této bakalářské práce seznámila čtenáře s daným konceptem CSR a informovala je o existenci BOMchecku, se kterým v minulosti sama pracovala. Na konkrétních příkladech poukázala na to, jak je koncept CSR ve společnosti vnímán a zhodnotila, jaké jsou nedostatky ve společnosti.

Seznam použité literatury

- ALUCHNA, Maria and Samuel O. IDOWU. 2017. *The Dynamics of Corporate Social Responsibility. A Critical Approach to Theory and Practice*. Springer International Publishing Switzerland. ISBN 978-3-319-39089-5 (ebk).
- AYDIN, Recai a Roger MOREFIELD. 2008. *Corporate Environmental Partnerships: A Framework and Economic Analysis for Managerial Choice*. The Business Review. Cambridge: 11 (2)
- BĚLČÍK, Martin a Marek PAVLÍK, et al. 2010. *Společenská odpovědnost organizace CSR v praxi a jak sním dál*. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-3157-5.
- BOMCHECK.NET. 2019. *Conflict Minerals*. [online]. [cit. 2019-02-25]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/conflict>
- BOMCHECK.NET. 2019. *Guide to using the BOMcheck API to automate data download to in-house IT systems*. [online]. [cit. 2019-03-25]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/assets/docs/Guide%20to%20using%20the%20BOMcheck%20API%20to%20automate%20data%20download%20to%20in-house%20IT%20Systems.pdf>
- BOMCHECK.NET. 2019. *Proposition 65*. [online]. [cit. 2019-02-25]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/proposition65>
- BOMCHECK.NET. 2019. *How does BOMcheck manage changes in RoHS exemptions?*. [online]. [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/rohs/how-does-bomcheck-manage-changes-in-rohs-exemptions>
- BOMCHECK.NET. 2019. *REACH*. [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/reach>
- BOMCHECK.NET. 2019. *REACH Article 33 substance declarations*. [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/reach/reach-article-33-substance-declarations>
- BOMCHECK.NET. 2019. *REACH Article 67 substance restrictions*. [online]. [cit. 2019-02-19]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/reach/reach-article-67-substance-restrictions>

- BOMCHECK.NET. 2019. *RoHS2*. [online]. [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <https://www.bomcheck.net/en/rohs>
- CARROLL, Archie B. 2014. *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. 9th ed. Stamford: Cengage Learning, INC. ISBN 978-1-285-73429-3
- DAHLSRUD, Alexander. 2008. *How Corporate Social Responsibility is Defined: A Review of 37 Definitions, Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. [online]. [cit. 2018-10-16]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/csr.132>
- INTERNÍ ZDROJE A SMĚRNICE SPOLEČNOSTI LAIRD S.R.O.
- KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. 2013. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti a CSR reportování*. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-4480-3.
- KULDOVÁ, Lucie. 2010. *Společenská odpovědnost firem*. Plzeň: OPS. ISBN 978-80-87269-12-1.
- KULDOVÁ, Lucie. 2012. *Nový pohled na společenskou odpovědnost firem*. Plzeň: NAVA. ISBN 978-80-7211-408-5.
- KUNZ, Vilém. 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: GRADA. ISBN 978-80-247-3983-0.
- ORTOVÁ, Martina, et al. 2011. *Společenská odpovědnost firem, aplikace ISO 26000 v Evropě*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. ISBN 978-80-7372-807-6
- SEGERLUND, Lisbeth. 2011. *Making Corporate Social Responsibility a Global Concern: Norm Construction in a Globalizing World*. Farnham: Ashgate Publishing Limited. ISBN 978-0-7546-7707-9
- STANGIS, Dave a Katherine VALVODA SMITH. 2017. *21st Century Corporate Citizenship: A Practical Guide to Delivering Value To Society And Your Business*. Emerald Publishing Limited. ISBN 978-1-78635-609-3
- TETŘEVOVÁ, Liběna, et al. 2017. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: GRADA. ISBN 978-80-271-0285-3.
- ZADRAŽILOVÁ, Dana, et al. 2010. *Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika podnikání*. Praha: C. h. Beck. ISBN 978-80-7400-192-5

Seznam příloh

Příloha A	Vzhled databáze BOMcheck.....	48
------------------	--------------------------------------	-----------

Příloha A Vzhled databáze BOMcheck



BOMcheck.net

User Guide for Suppliers and Manufacturers
 Watch pre-recorded webinars

Version 5.1
 Release Date 23 July 2018

Account overview

- ▶ Enter data
- ▶ Enter BOM
- ▶ Retrieve data
- Set up watchlists
- View manufacturers list
- View suppliers list
- Resources


Logged in as:
Laird Technologies (Barbora Jenikova)

[Edit user account](#)

[Logout](#)


Need help?

[Ask Assistant](#)




Material risk database


[Screen a material](#)




Overview of your Super User Account tools



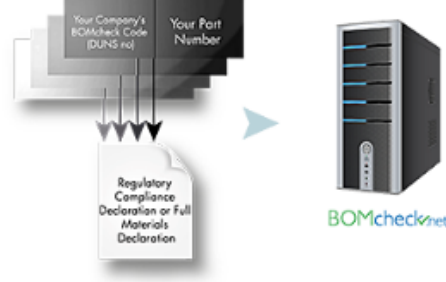
Send requests to suppliers



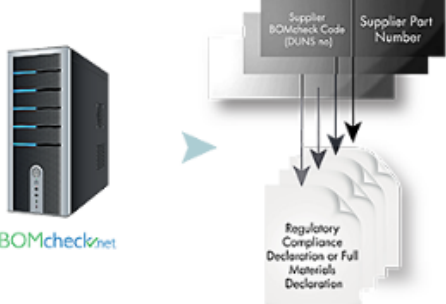
Respond to customer requests




Invite suppliers to join BOMcheck



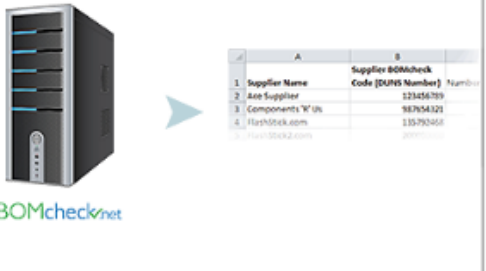
Enter a declaration for a list of your part numbers



Retrieve declarations for a list of supplier part numbers



Map your part number to any supplier part number



View list of supplier BOMcheck codes (DUNS numbers)

	A	B
1.	Supplier Name	Supplier BOMcheck Code (DUNS Number) Number
2.	Ase Supplier	223456789
3.	Components "W" US	987654321
4.	Flashstack.com	135792468
5.	flashstack.com	987654321

