



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
Ekonomická fakulta



# Společenská odpovědnost firem v kontextu požadavků udržitelného rozvoje

## Diplomová práce

*Studijní program:* N6208 – Ekonomika a management

*Studijní obor:* 6208T085 – Podniková ekonomika

*Autor práce:* **Bc. Andrea Gruberová**

*Vedoucí práce:* doc. Ing. Šárka Laboutková, Ph.D.





## Zadání diplomové práce

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

*Jméno a příjmení:* **Bc. Andrea Gruberová**  
*Osobní číslo:* E17000369  
*Studijní program:* N6208 Ekonomika a management  
*Studijní obor:* N6208T085 – Podniková ekonomika  
*Zadávající katedra:* katedra ekonomie  
*Vedoucí práce:* doc. Ing. Šárka Laboutková, Ph.D.  
*Konzultant práce:* Ing. Franciszek Jirout  
ČEZ Korporátní služby, s.r.o., vedoucí oddělení Správa nemovitostí sever

*Název práce:* **Společenská odpovědnost firem v kontextu požadavků udržitelného rozvoje**

### Zásady pro vypracování:

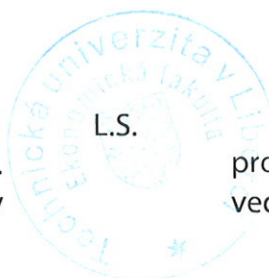
1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Vývoj a trendy společenské odpovědnosti firem (CSR) - teoretické ukotvení problematiky.
3. Aplikace konceptu CSR ve vybraných firmách.
4. Porovnání současných trendů (teorie) CSR s aplikovanou praxí daných firem.
5. Formulace závěrů a vlastních doporučení.

*Seznam odborné literatury:*

- PAVLÍK, Marek, Martin BĚLČÍK a aj. 2010. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha. Grada. ISBN 978-80-247-3157-5.
- KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. 2013. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha. Grada. ISBN 9788024744803.
- KULDOVÁ, Lucie. 2012. *Společenská odpovědnost firem: Strategická CSR*. Plzeň. NAVA. ISBN 978-80-7211-408-5.
- KUNZ, Vilém. 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Praha. Grada. ISBN 978-80-247-3983-0.
- MOON, Jeremy a Jean-Pascal GOND. 2012. *Corporate Social Responsibility: Critical Perspectives on Business and Management*. New York: Routledge. ISBN 0415548063.
- PROQUEST. 2018. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2018-09-30]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>.

Rozsah práce: min. 65 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. Jiří Kraft, CSc.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2018

## Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou 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 diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou 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.

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

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

9. 4. 2019

Bc. Andrea Gruberová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu Ing. Stanislavu Žiačikovi ze společnosti BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o., panu Ing. Franciszkovi Jiroutovi ze společnosti ČEZ Korporátní služby, s.r.o. a pracovníkům ze společnosti Česko - saské přístavy s.r.o. za vstřícnost a poskytnuté informace.

# Anotace

Tato diplomová práce se zabývá problematikou konceptu společenské odpovědnosti firem v kontextu udržitelného rozvoje u tří vybraných podnikatelských subjektů z odlišných oblastí podnikání. Teoretická část popisuje koncept společenské odpovědnosti, jeho historický vývoj a jeho tři základní oblasti - environmentální, sociální a ekonomickou. Tyto jednotlivé oblasti společenské odpovědnosti, na které se firmy při uplatňování tohoto konceptu mohou zaměřit, jsou v práci blíže charakterizovány. Praktická část představuje firmy BIOENERGO-KOMPLEX s.r.o., Česko-saské přístavy s.r.o. a ČEZ Korporátní služby, s.r.o., u nichž je společenská odpovědnost zkoumána. Poslední z firem je součástí Skupiny ČEZ. Tato část práce u těchto firem představuje jednotlivé oblasti konceptu společenské odpovědnosti, jejich přínosy, trendy CSR a porovnává dané oblasti mezi nimi. Cílem této práce je zjistit, zda uplatňování konceptu společenské odpovědnosti přináší firmám a nejen jim nějaké výhody a zhodnotit jednotlivé oblasti CSR aplikované u těchto firem.

**Klíčová slova:** BIOENERGO-KOMPLEX s.r.o., CSR, Česko-saské přístavy s.r.o., ČEZ Korporátní služby s.r.o., ekonomická oblast CSR, environmentální oblast CSR, Skupina ČEZ, sociální oblast CSR, společenská odpovědnost firem

# Annotation

This thesis focuses on the issue of corporate social responsibility concept in the context of sustainable development of three selected business entities from different business areas. The theoretical part describes the concept of social responsibility, its historical development and its three basic areas - environmental, social and economic. These individual areas of corporate social responsibility, which companies can focus on while implementing this concept, are characterized in more detail. The practical part presents BIOENERGO-KOMPLEX s.r.o., Česko-saské přístavy s.r.o. and ČEZ Korporátní služby, s.r.o., for which the social responsibility is being examined. The last company is part of ČEZ Group. This part presents the individual areas of social responsibility concept, their benefits, trends of CSR and compares these areas between them. The aim of this work is to find out whether the application of the concept of social responsibility brings companies and not only them some advantages and to evaluate individual areas of CSR applied to these companies.

**Keywords:** BIOENERGO-KOMPLEX s.r.o., CSR, Česko-saské přístavy s.r.o., ČEZ Korporátní služby s.r.o., economic part of CSR, environmental part of CSR, ČEZ Group, social part of CSR, Corporate Social Responsibility

# Obsah

Seznam ilustrací.....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam zkratk.....	12
Úvod .....	13
1 Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek .....	16
2 Vývoj a trendy společenské odpovědnosti firem (CSR) - teoretické ukotvení problematiky.....	18
2.1 Definice společenské odpovědnosti firem (CSR) .....	18
2.2 Zainteresané strany (Stakeholders) .....	21
2.3 Vývoj CSR ve světě .....	23
2.4 Vývoj CSR v ČR.....	24
2.5 Oblasti CSR.....	26
2.5.1 Environmentální odpovědnost firmy .....	28
2.5.2 Sociální odpovědnost firmy.....	31
2.5.3 Ekonomická odpovědnost firmy.....	33
2.6 Fáze zavedení CSR.....	35
2.7 Přínosy a zápory CSR .....	37
2.7.1 Měření přínosů.....	40
2.8 Současné trendy.....	41
3 Aplikace konceptu CSR ve vybraných firmách .....	44
3.1 Firma BIOENERGO - KOMPLEX, s.r.o.....	44
3.1.1 Environmentální odpovědnost firmy .....	45
3.1.2 Sociální odpovědnost firmy.....	46
3.1.3 Ekonomická odpovědnost firmy.....	47
3.1.4 Stakeholdeři společnosti.....	49
3.1.5 Přínosy a případné zápory CSR.....	50
3.2 Firma Česko - saské přístavy s.r.o.....	50
3.2.1 Environmentální odpovědnost firmy .....	51
3.2.2 Sociální odpovědnost firmy.....	51
3.2.3 Ekonomická odpovědnost firmy.....	54
3.2.4 Stakeholdeři společnosti.....	55
3.2.5 Přínosy a případné zápory CSR.....	57



3.3	Firma ČEZ Korporátní služby, s.r.o.....	57
3.3.1	Environmentální odpovědnost firmy .....	58
3.3.2	Sociální odpovědnost firmy.....	61
3.3.3	Ekonomická odpovědnost firmy.....	63
3.3.4	Stakeholderi společnosti.....	64
3.3.5	Přínosy a případné zápory CSR.....	64
4	Porovnání současných trendů (teorie) CSR s aplikovanou praxí daných firem.....	66
4.1	Porovnání teorie a praxe firmy BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. ....	66
4.2	Porovnání teorie a praxe firmy Česko-saské přístavy s.r.o. ....	67
4.3	Porovnání teorie a praxe firmy ČEZ Korporátní služby, s.r.o.....	69
4.4	Zhodnocení a porovnání praxe v kontextu současných trendů mezi vybranými firmami.	70
4.5	Přínosy a případné zápory CSR ve vybraných firmách .....	74
5	Formulace závěrů a vlastních doporučení .....	76
	Závěr.....	78
	Seznam použité literatury .....	80

## Seznam ilustrací

Obr. 1: Určení klíčových stakeholderů pomocí matice stakeholderů.....	23
Obr. 2: Triple-bottom Line - People, Profit, Planet.....	27
Obr. 3: Modifikované pojetí oblastí CSR.....	28
Obr. 4: PDCA včetně 10 kroků zavádění CSR.....	37
Obr. 5: Struktura oblastí, na něž byly poskytnuty dary.....	62

## Seznam tabulek

Tab. 1: Příklady firemních stakeholders.....	23
Tab. 2: Přínosy CSR jednotlivým skupinám .....	40
Tab. 3: Někteří stakeholdeři firmy BIOENERGO-KOMPLEX s.r.o.....	49
Tab. 4: Někteří stakeholdeři firmy Česko - saské přístavy s.r.o.....	56
Tab. 5: Spotřeba emisí v letech 2016 a 2017.....	59
Tab. 6: Spotřeba vody v letech 2016 a 2017 .....	59
Tab. 7: Někteří stakeholdeři Skupiny ČEZ. ....	64
Tab. 8: Aplikace trendů roku 2018 ve firmě BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o.....	67
Tab. 9: Aplikace trendů roku 2018 ve firmě Česko-saské přístavy s.r.o.....	68
Tab. 10: Aplikace trendů roku 2018 ve Skupině ČEZ .....	70
Tab. 11: Porovnání environmentální oblasti CSR jednotlivých firem .....	71
Tab. 12: Porovnání sociální oblasti CSR jednotlivých firem .....	72
Tab. 13: Porovnání ekonomické oblasti CSR jednotlivých firem.....	74

## Seznam zkratek

Zkratka	Originální název	Český název
BAT	Best Available Technique	Nejlepší dostupná technika
BOZP	-	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CO <sub>2</sub>	-	Oxid uhličitý
CSR	Corporate Social Responsibility	Společenská odpovědnost firem
ČEZ	ČEZ Group	Skupina ČEZ
ČR	-	Česká republika
ČSP	-	Česko - saské přístavy s.r.o.
EFQM	European Foundation for Quality Management	Evropská nadace pro management kvality
EPRI	Electric Power Research Institute, Inc.	-
FÚ	-	Finanční úřad
GMP+	Good Manufacture Practice	Správná/ Osvědčená výrobní praxe
IPPC	Integral Pollution Prevention and Control	Integrovaná prevence a omezování znečištění
PDCA	Plan, Do, Check, Act	Plánování, provádění, kontrolování, zlepšování
ÚP	-	Úřad práce

# Úvod

V současné době je na koncept společenské odpovědnosti a s tím spojené trvalé udržitelnosti celosvětově nahlíženo jako na velmi důležitou součást celofiremní strategie a firemních hodnot. Firmám již nestačí realizovat své činnosti v rámci zákonných povinností, ale pro zajištění konkurenční výhody a nejen jí, je potřebné, aby realizovaly činnosti i nad rámec zákonných povinností. Právě tyto dobrovolné činnosti přináší firmám již zmíněnou konkurenční výhodu. Díky těmto aktivitám se také dostávají do povědomí klientů a jiné široké veřejnosti.

Práce se nejdříve zaměřuje na představení konceptu společenské odpovědnosti firem a pokračuje popisem historického vývoje společensky odpovědného podnikání nejen ve světě, ale také v České republice. V první části práce je také definován pojem tzv. stakeholdeři, neboť tyto aktéři jsou nedílnou součástí při uplatňování konceptu CSR. Stěžejní částí této kapitoly je charakteristika tří dimenzí, se kterými tato problematika úzce souvisí. Jedná se o ekonomickou dimenzi, dimenzi životního prostředí a sociální dimenzi. Závěrečnou část teoretické části uzavírá uvedení přínosů, příp. negativních vlivů, které CSR přináší a v neposlední řadě jsou zde představeny současné trendy v uplatňování konceptu CSR.

Praktická část diplomové práce se zaměřuje na představení tří vybraných firem z různých oblastí podnikání, u nichž je CSR zkoumána. Jednotlivé subkapitoly mají stejnou strukturu a zabývají se oblastmi, jichž se firmy při uplatňování CSR dotýkají, včetně charakteristik tzv. stakeholderů.

Stěžejní kapitola praktické části porovnává koncept a současné trendy CSR, které byly představeny v teoretické části této diplomové práce s aplikovanou praxí vybraných firem. Poslední část přináší zhodnocení CSR a vlastní doporučení na základě výsledků zjištěných porovnáním v předchozí kapitole pro jednotlivé firmy.

K naplnění cíle práce jsou aplikovány obecně teoretické vědní metody. V teoretické části je využívána především metoda deskripce. Pro zhodnocení dané praxe jednotlivých firem je využita metoda komparace s teoretickými poznatky a tato metoda je použita i při

porovnání jednotlivých firem mezi sebou. Na závěr této práce je použita metoda syntézy, která shrnuje poznatky vyplývající z jednotlivých kapitol.

Pro hodnocení CSR budou použity indikátory, které jsou pro jednotlivé oblasti CSR odlišné. Mezi tyto indikátory v rámci environmentální oblasti patří například spotřeba zdrojů (energie a vody), množství vyprodukovaného odpadu, počet stížností na poškozování životního prostředí a mnoho dalších. Sociální oblast lze hodnotit např. podle fluktuace zaměstnanců, jejich struktury (věk, pohlaví,...), objemu darovaných prostředků, počtu stáží pro studenty a jiných aspektů. Jako možné indikátory z oblasti ekonomické lze uvést transparentnost podnikání, dodržování etického chování a další.

Indikátory pro hodnocení CSR v environmentální oblasti:

- dodržování environmentální legislativy
- ochrana přírodních zdrojů
- využívání obnovitelných zdrojů
- prosazování šetrné ekologické firemní kultury
- prosazování odpovědných environmentálních opatřeních vně podnik
- ekologická výroba
- bezodpadová výroba
- ochrana životního prostředí a zdraví občanů
- recyklace
- ekologický druh dopravy
- využívání ekologických a šetrných čisticích prostředků

Indikátory pro hodnocení CSR v sociální oblasti:

- zákaz diskriminace
- rovnost mužů a žen
- dodržování pracovní doby
- pružná pracovní doba
- práce z domova
- firemní filantropie

- rozmanitost na pracovišti
- zdravé firemní klima
- zajištění dostupnosti pracoviště
- péče o zaměstnance
- zajištění BOZP
- školení a rozvoj pracovníků
- zaměstnání ZTP
- vánoční večírky
- firemní oslavy
- volnočasové aktivity (výlety, atd.)
- spolupráce se školami, studijní stáže
- odměny za pracovní jubilea
- vyšší příplatky za přesčasy
- odchodné
- příspěvek na rekreaci
- zaměstnanecké půjčky
- péče o děti předškolního věku
- náhrada za první 3 dny nemoci

Indikátory pro hodnocení CSR v ekonomické oblasti:

- etický kodex
- výroční zprávy
- transparentnost
- odmítání korupce
- upevňování dodavatelsko-odběratelských vztahů
- upevňování vztahů se zákazníky
- zavádění inovací
- zajištění udržitelnosti produktů
- poskytování kvalitních a bezpečných produktů/ služeb
- uplatňování principů dobrého řízení

# 1 Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek

V dnešní době si podniky stále více uvědomují, že nepůsobí izolovaně od okolního prostředí, a že je tedy nezbytné, aby při svých ekonomických činnostech braly ohled nejen na svůj vlastní prospěch, ale dbaly i na zlepšování okolního prostředí, v němž působí a zároveň zohledňovaly vliv svých aktivit na životní prostředí. Právě udržitelnost životního prostředí je jedním ze základních předpokladů každého podnikání, jenž má být označováno za odpovědné. Uplatňování společensky odpovědného podnikání je úzce spjato s udržitelným rozvojem, jehož cílem je zajistit rovnováhu mezi ekonomickými, environmentálními a sociálními aspekty nejen v současnosti, ale také pro budoucí generace.

Zvyšující se konkurence a tlak na odlišení podniku od ostatních nutí firmu hledat nové směry, jenž by jí umožňovaly odlišit se od konkurence a získat určitou konkurenční výhodu. V souvislosti s tím jsou podniky motivovány orientovat se i na jiné cíle než je pouze generování zisku. Ve svých činnostech se zaměřují i na dílčí cíle, případně na cíle, které jsou nad rámec maximalizace zisku. Firmy usilují např. o získání dobrého jména společnosti, o zvyšování tržního podílu, o zlepšení pověsti společnosti, o nižší fluktuaci zaměstnanců, o vyšší loajalitu zákazníků a další. Ke všem těmto cílům firmě pomáhá implementace konceptu společenské odpovědnosti - CSR do firemní strategie a do jejích každodenních aktivit. Tím, že podniky realizují činnosti nad rámec svých zákonných povinností se dostávají i do povědomí široké veřejnosti a upevňují svoji pozici na trhu.

Společenská odpovědnost je moderním konceptem, který není pouze otázkou velkých firem, ale jeho přínosy si uvědomují i malé a střední podniky. Tyto podniky mohou také svým odpovědným podnikáním přispívat ke zlepšení životního prostředí, minimalizovat dopady vlastní ekonomické činnosti na okolí - přírodu i komunitu, mohou tedy plně využívat všech přínosů CSR. Právě skutečnost, že i menší firmy si uvědomují důležitost zodpovědného podnikání, je velkým přínosem pro celou společnost a nástrojem trvale udržitelného rozvoje.



Hlavním cílem diplomové práce je zjistit, jaká je aplikovaná praxe konceptu společenské odpovědnosti (dále jen CSR) ve vybraných firmách a identifikovat pozitiva, případně negativa spojená s aplikací konceptu CSR na jejich chod. Dílčím cílem je zhodnotit, zda aktuální praxe odpovídá současným trendům. Na základě hlavního cíle lze stanovit výzkumné otázky: Jaký dopad má uplatňování CSR na fungování daných společností? Je CSR přínosem nejen pro firmu, ale i pro zainteresované strany, např. pro zaměstnance a občany v jejím okolí? CSR může totiž mít pozitivní či negativní vliv na jejich existenci a na formování dobrého jména společnosti a s tím související např. nižší fluktuaci zaměstnanců, lepší postavení firmy na trhu oproti konkurenčním firmám.

## **2 Vývoj a trendy společenské odpovědnosti firem (CSR) - teoretické ukotvení problematiky**

Společenská odpovědnost firem je celosvětově moderním konceptem a v současnosti se stává i významným prvkem strategického řízení společností. (Kuldová, 2012, s. 11)

Začlenění konceptu CSR do podnikatelské strategie má nejen pozitivní dopad na životní prostředí, místní komunitu atd., ale může mít pozitivní vliv i na výkonnost firmy, její konkurenceschopnost na trhu, na zvýšení její image, na budování její budoucí pozice a prosperity. I přes všechny tyto přínosy je CSR záležitostí převážně velkých a silných podniků, většinou se zahraničním vlivem. (Petříková et al., 2008, s. 33)

### **2.1 Definice společenské odpovědnosti firem (CSR)**

Český název konceptu "společenská odpovědnost firem" pochází z anglického překladu pojmu Corporate Social Responsibility, zkráceně CSR. Tento koncept usiluje o to, aby byly společnosti vedeny etickým způsobem a zohledňovaly při svých činnostech sociální, environmentální a ekonomický dopad. I přes rozšířenost pojmu CSR zatím neexistuje jednotná celosvětově uznávaná definice, jelikož pojem je definován nejen na úrovni celosvětových organizací, Evropské unie, ale také CSR definují samotné firmy. Pro příklad lze uvést následující definice, a to:

*„CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními ‚stakeholders‘.“*

*Evropská unie (Zelená kniha) (Bělčík, Pavlík, 2010, s.19)*

*„CSR je záležitostí, kdy organizace nejsou odpovědny jen za maximalizaci svých zisků, ale také za uznání jednotlivých potřeb všech zúčastněných stran: zaměstnanců, zákazníků, různých demografických skupin, a to především v regionech, ve kterých realizují své podnikatelské aktivity.“*

*PricewaterhouseCoopers (Kuldová, 2010, s. 19)*

*Kašparová a Kunz (2013, s. 14) dále uvádějí, že CSR je „Taková činnost podniku, v rámci které se podnik chová odpovědně nad rámec právních norem, přičemž toto chování není ojedinělé, ale trvalé, je přirozenou součástí jeho strategického řízení. Strategicky odpovědné podnikání je podnikatelská strategie, která je v souladu s hlavním podnikatelským záměrem a klíčovými kompetencemi podniku.“*

Dříve se na CSR nahlíželo jinak, a bylo i chápáno odlišným způsobem, např. Carroll definoval CSR jako závazek podnikatele (Tetřevová et al., 2017, s. 18). V současnosti, i když je CSR definována mnoha způsoby, se definice v podstatě společenské odpovědnosti shodují. Pro definice CSR jsou typické následující oblasti a pojmy (Dalhsrud, 2008, s. 6-11):

- ekonomická oblast
- environmentální oblast
- sociální oblast
- dobrovolnost
- zainteresované strany

I přes obsáhlost konceptu CSR a množství jeho definic lze vymezit základní společné charakteristiky a principy CSR (Kašparová, Kunz, 2013, s.16):

- dobrovolnost - aby bylo možné pokládat aktivity firmy za CSR aktivity, musí se jednat o činnosti realizované nad rámec zákonných povinností
- aktivní spolupráce a otevřený dialog s tzv. stakeholders

- systematicčnost a dlouhodobý časový horizont - předpokladem CSR aktivit je právě jejich dlouhodobá realizace, nejedná se tedy o jednorázové činnosti např. kvůli snížení daňové povinnosti
- transparentnost a důvěryhodnost
- odpovědnost vůči společnosti a závazek firem přispívat k rozvoji kvality života
- fungování společnosti s ohledem na ekonomické, environmentální a sociální dopady podnikatelské činnosti („tzv. *triple bottom line business*“).

Petříková et al. (2008, s. 32) k vymezení CSR dodává, že „*Kdybychom chtěli co nejvíce zjednodušit a syntetizovat definiční vymezení CSR, které máme k dispozici, pak bychom mohli konstatovat, že CSR popisuje základní principy, které stanovují jak dobře a jak úspěšně podnikat, tzn. jak přinášet hodnoty celé společnosti, současně nezatěžovat životní prostředí a konečně chovat se při všech svých podnikatelských aktivitách slušně a korektně.*“

Společenská odpovědnost se týká nejen velkých firem, ale také malých a středních podniků, neziskových organizací, státního sektoru, škol a občanů. Dle Kuldové (2012, s. 17) by všichni zmínění měli provádět své činnosti transparentně.

Jelikož CSR není jasně a jednotně definována, je někdy mylně chápána a zaměňována s charitou a firemní filantropií. Dle Kuldové (2012, s. 11) ale společenská odpovědnost nesouvisí jen s těmito činnostmi, CSR je mnohem obsáhlejší konceptem a firemní filantropie a sponzorství jsou pouze součástí sociálního pilíře, nepostihují tedy celý koncept CSR. Firemní filantropie také představuje činnosti nad rámec zákona, ale pouze v sociální rovině, ačkoliv je jedním z klíčových nástrojů CSR. Nejčastějším projevem firemní filantropie je situace, kdy daná společnost daruje finanční prostředky k podpoře veřejně prospěšného projektu, případně uspořádá sbírku mezi zaměstnanci. Firemní filantropie nemusí být nutně spojena s darováním finančních prostředků, ale existuje i nepeněžní dárcovství, kdy firma poskytne např. neziskovým organizacím své prostory, techniku, případně jim poskytne možnosti vzdělávání prostřednictvím svých zaměstnanců a jiné. (Kuldová, 2012, s. 25)

V souvislosti s konceptem společenské odpovědnosti je často uváděn v dnešní době rozšířený termín trvale udržitelného rozvoje či jen udržitelný rozvoj. Na CSR je totiž nahlíženo jako na určitou záruku udržitelného rozvoje současných generací i budoucích. Trvale udržitelný rozvoj představuje rovnováhu mezi třemi aspekty - hospodářskými, environmentálními a sociálními. Kunz (2012, s. 46) uvádí, že podstatou trvale udržitelného rozvoje je komplexní trojdimenzionální pohled na všechny tři výše zmíněné aspekty. Existuje několik definic trvale udržitelného rozvoje, např. Ministerstvo životního prostředí na svých webových stránkách uvádí stěžejní definici převzatou z Komise OSN pro životní prostředí a rozvoj ze zprávy Brundtland z roku 1987 (dostupné online z [https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny\\_rozvoj](https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj)): *„Udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který zajistí potřeby současných generací, aniž by bylo ohroženo splnění potřeb generací příštích, a aniž by se to dělo na úkor jiných národů.“* a dále uvádí, že: *„Udržitelný rozvoj se tedy původně vztahoval jen na ochranu životního prostředí, dnes však již přesahuje i do oblastí sociologie a ekonomiky.“*

V České republice je udržitelný rozvoj zastřešován Radou vlády pro udržitelný rozvoj. Strategie udržitelného rozvoje byla v naší zemi schválena a přijata již v roce 2004. V současnosti je stěžejním dokumentem pro udržitelný rozvoj u nás Strategický rámec Česká republika 2030, jenž byl schválen v roce 2017. Tento dokument je kromě tří standardních pilířů (ekonomický, sociální a environmentální) rozšířen o problematiku života v regionech a obcích a o český příspěvek k rozvoji na globální úrovni. ([https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny\\_rozvoj](https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj))

Řada firem si v dnešní době uvědomuje, že nedílnou součástí uplatňování konceptu CSR a moderního podnikání, je i již zmíněná problematika trvale udržitelného rozvoje, avšak stále existují společnosti, které se o současnou ani budoucí udržitelnost nezajímají. (Petříková, et al., 2008, s. 105)

## **2.2 Zainteresované strany (Stakeholders)**

Stakeholderi neboli zainteresované strany, někdy též skupiny, jsou nedílnou součástí konceptu CSR, jelikož podnik není od společnosti a životního prostředí izolován. Mezi

tzv. stakeholders patří každý, kdo je fungováním firmy přímo či nepřímo ovlivňován nebo ji ovlivňuje, ať pozitivně nebo negativně. Dříve se tímto anglickým pojmem označovali ti, jenž dočasně disponovali penězi či majetkem. Zajímavostí je, že se tento termín dříve využíval mimo jiné v hazardu, až v pozdější době se pojem tzv. stakeholders začal uplatňovat v managementu. (Petříková et al., 2008, s. 89)

Dle Kunze (2012, s. 28) „*Skupina stakeholderů v nejširším pojetí zahrnuje zákazníky, akcionáře, zaměstnance, obchodní partnery, dodavatele, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory a mezinárodní organizace.*“ a Kunz dále ve své publikaci uvádí, že „*Velmi významným impulsem pro rozvoj společenské odpovědnosti byla tzv. teorie stakeholderů, o jejíž rozvoj se zasloužil v 80. letech 20. století americký profesor R. Edward Freeman formulováním své stakeholderské koncepce.*“ (Kunz, 2012, s. 28)

Struktura zainteresovaných stran se liší dle typu či zaměření firmy, odlišuje se např. vlivem a přínosem jednotlivých subjektů. Samotné stakeholdery je možné členit dle významnosti na primární a sekundární, případně na interní a externí. Primární stakeholderi, mezi které se řadí vlastníci firmy, případní investoři, zaměstnanci a dodavatelé, mají významný vliv na chod podniku. (Kunz, 2012, s. 28)

Další možnost členění zainteresovaných stran nabízí Kuldová (2012, s. 24), která je rozděluje do tří základních oblastí, jenž patří do dvou dimenzí, a to:

- firma (interní dimenze)
- ekonomika (externí dimenze)
- společnost (externí dimenze)

Rozdělení jednotlivých stakeholderů do výše zmíněných oblastí zobrazuje tabulka č. 1. Někteří stakeholderi mohou být uvedeni ve více dimenzích, jako příklad lze uvést zaměstnance, neboť ti mohou být zároveň zákazníky i členy společnosti. Kuldová (2012, s. 24-25)

Tab. 1: Příklady firemních stakeholders

Firma	Ekonomika	Společnost
Zaměstnanci	Zákazníci	komunita
Management	Věřitelé	vláda
Akcionáři	Distributoři	státní správa
Odbory	Dodavatelé	neziskové organizace
		životní prostředí

Zdroj: Kuldová, 2012, s. 24

Pro vykazování dlouhodobé úspěšnosti na trhu by firmy měly identifikovat své klíčové stakeholdery pomocí tzv. matice stakeholderů představené na obrázku č. 1, analyzovat je, zajímat se o ně a také s nimi rozvíjet vzájemné vztahy v zájmu budování důvěry a dlouhodobých partnerství. (Kunz, 2012, s. 28 - 29)

Úroveň očekávání	Vysoká	Průměrně informovat	Vést dialog
	Nízká	Odpovídat na otázky	Zajistit spokojenost
		Nízká	Vysoká
<b>Úroveň vlivu na podnik</b>			

Obr. 1: Určení klíčových stakeholderů pomocí matice stakeholderů

Zdroj: ORTOVÁ, Martina et al. Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností. 2008. s.21.

## 2.3 Vývoj CSR ve světě

Vývoj CSR ve světě se zaměřuje na vývoj odpovědného podnikání v Evropské unii. V 90. letech 20. století se začal koncept společenské odpovědnosti objevovat v Evropě. V této době došlo k postupným změnám v očekávání společností od podnikání. Na firmy začalo být nahlíženo i z jiného pohledu než pouze jako na subjekty, jež mají svým vlastníkům a akcionářům generovat zisk. Podle Pavlíka a Bělčíka (2010, s. 21) začaly firmy postupně přebírat určité aktivity, které byly tradičně doménou jiných institucí. V 90. letech 20. století začala slábnout role institucí, hlavně církve a státu, jež dosud společenskou odpovědnost zaštiťovaly.

Na vývoji CSR se v Evropě dále podílel předseda Evropské Komise Jacques Delors. Ten přednesl návrhy týkající se možného rozšíření CSR na území Evropy. Jeho návrh byl podnětem k tomu, jakým směrem a na jaké oblasti CSR by se firmy měly zaměřit. V návaznosti na jeho návrhy byla v roce 1995 přijata Evropská deklarace proti sociálnímu vyloučení a o rok později došlo k zavedení Evropské podnikatelské sítě pro sociální kohezi. Mezi její úkoly patřilo především zvyšování povědomí o konceptu společenské odpovědnosti. V roce 2000 došlo k přejmenování této deklarace na CSR Europe. CSR Europe měla plnit několik cílů, mezi něž patří např. propagace odpovědného podnikání nejen v rámci Evropské unie, poskytovat poradenství, školení a jiné podpůrné činnosti v rámci CSR. Mezi členy CSR Europe patří nejen mnoho firem, ale také sedmdesát nadnárodních organizací. V České republice CSR Europe spolupracuje s Business Leaders Forum Česká Republika.

V roce 2000 se konal tzv. Lisabonský summit Evropské unie. Výsledkem summitu bylo stanovení strategického cíle, v rámci něhož se měla Evropská unie stát do roku 2010 nejkonkurenceschopnější a nejdynamičtější ekonomikou v souladu s dodržováním zásad trvalé udržitelnosti. Avšak Lisabonská strategie byla neúspěšná. (Kunz, 2012, s. 60-61)

V souvislosti s vývojem CSR lze dále představit tzv. Zelenou knihu o CSR. Tato kniha zahrnuje první definice CSR od Evropské unie, shrnuje základní principy, nástroje a přístupy k problematice společenské odpovědnosti atd. V roce 2010 vznikl Projekt Enterprise 2020, jenž se snaží podporovat CSR a rozšiřovat ji do každodenní podnikové praxe. Enterprise 2020 se vyznačuje několika cíli, z nichž lze jako příklad uvést např. podporu kooperace mezi firmami a jinými subjekty za účelem trvale udržitelného rozvoje. (Kunz, 2012, s. 61-64)

## **2.4 Vývoj CSR v ČR**

Historie společensky odpovědného podnikání není v České republice spjata jen s přejímáním celosvětových standardů a trendů, ale datuje se již k 19. století, v němž se někteří „čeští“ podnikatelé snažili zlepšovat mimo jiné okolní prostředí. Jako příklad lze uvést Josefa Jana Friče, průmyslníka a výrobce optických přístrojů, který žil v letech 1861



až 1945 a věnoval státu v zájmu rozvoje vědy hvězdárnu, jenž měla sloužit k výuce astronomie na Karlově univerzitě. (Kunz, 2012, s. 66)

Vývoj společenské odpovědnosti lze v České republice rozdělit na dvě části - na vývoj před rokem 1989 a po roce 1989, kdy se začalo CSR na našem území znovu rozvíjet. Jako významného představitele CSR před rokem 1989 lze uvést známého podnikatele v obuvnickém průmyslu Tomáše Baťa a jeho firmu Baťa. Tomáš Baťa poukazoval na společenskou odpovědnost a její přínosy i ve svých dílech a základy CSR lze pozorovat již v jeho firemních hodnotách. (Kašparová, Kunz, 2013, s. 26-27)

Kašparová a Kunz (2013, s. 27) uvádí, že „Mezi **hlavní firemní hodnoty** firmy *Baťa* patřily:

- *úcta k zaměstnancům,*
- *respektování obchodního partnera,*
- *dodržování právních a etických norem,*
- *ochrana životního prostředí,*
- *vážnost k úřadům,*
- *podnikání jako veřejná služba."*

Avšak Tomáš Baťa nebyl jediným průmyslníkem, který ve svém přístupu k podnikání prosazoval koncept společenské odpovědnosti. Mezi další významné průmyslníky, kteří jsou spojováni s uplatňováním konceptu CSR se řadí Josef Hlávka (1831 - 1908), Jindřich Waldes (1876 - 1941) a Hugo František Salm (1776 - 1836), jenž byl průkopníkem moderního průmyslu. Josef Hlávka byl nejen významným filantropem, ale také architektem a stavitelem. Hlávka se sám inspiroval péčí o zaměstnance již v době, kdy byl zaměstnán u stavitele Šebka, ten totiž o své zaměstnance pečoval. Hlávka během svého života finančně podporoval vědu, vzdělanost a kulturu a z toho důvodu založil v roce 1902 nadaci, která se řadí mezi nejstarší nadace u nás. Jindřich Waldes byl úspěšným podnikatelem, jenž byl přezdíván králem knoflíků, a který brzy se svou firmou expandoval do zahraničí. Jindřich Waldes založil vlastní muzeum, mimo to podporoval vzdělávání a volnočasové aktivity svých zaměstnanců a také vytvořil fondu, ze kterého byly vypláceny příspěvky v mateřství, za věrnosti firmě a jiné. (Kunz, 2012, s. 66-70)

Původně slibný vývoj společenské odpovědnosti na našem území byl v důsledku druhé světové války narušen. Po válce totiž došlo ke změně režimu a v souvislosti s ním i k centralizovanému hospodářství a znárodnění, kdy bylo důležité plnit plány a na životní prostředí, ani na život občanů nebyl brán zřetel. Jak již bylo uvedeno výše, vývoj CSR u nás se dělí na dvě období, přičemž přelomovým rokem je rok 1989. Byl to rok, kdy proběhla sametová revoluce a byla nastolena demokracie. Po útlumu, který s sebou přinesla druhá světová válka a komunistická vláda, došlo právě po roce 1989 k opětovnému rozvoji filantropie a uvolnění bariér. Nejdříve se společenská odpovědnost začala uplatňovat především u firem patřícím zahraničním společnostem. V současné době je CSR rozšířena i u ryze českých podniků. Jak dále uvádí Kašparová a Kunz (2013, s. 28) „*Významný posun z hlediska dalšího rozšiřování myšlenek CSR představoval pro Českou republiku jak její vstup do Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), tak zejména i její začlenění do Evropské unie, pro niž představuje CSR jedno ze zásadních témat, které se snaží dlouhodobě podporovat.*“. Přesto z provedených výzkumů vyplývá, že koncept CSR je vlastní především firmám se zahraniční účastí. (Kašparová, Kunz, 2013, s. 27-29)

## **2.5 Oblasti CSR**

CSR je založena na třech základních pilířích, jenž firma při své ekonomické činnosti zohledňuje. Jedná se o ekonomickou oblast, sociální a environmentální. Tyto oblasti tvoří dle základního pojetí tzv. princip Triple-bottom Line. V závislosti na tzv. Triple-bottom Line jsou reprezentovány následující oblasti - oblast sociální - lidé, „people“, ekonomická oblast, představující zisk, neboli „profit“ a environmentální oblast země jako planeta, „planet“, tyto tři oblasti reprezentují 3P, jenž jsou znázorněny na obrázku č. 2. (Kuldová, 2012, s. 18)



Obr. 2: Triple-bottom Line - People, Profit, Planet

Zdroj: <https://medium.com/@michelleholliday/is-sustainability-serving-the-wrong-master-92fdd833ecea>

První oblast 3P představuje sociální odpovědnost podniku, která pojednává o odpovědném chování vůči zaměstnancům. Druhou oblastí je oblast ekonomické odpovědnosti, jenž souvisí např. s transparentním podnikáním a poslední oblast se zaměřuje na snížení negativních dopadů na životní prostředí. (Tetřevová et al., 2017, s. 21)

Další pojetí oblastí CSR přináší Tetřevová et al. (2017, s. 21), která rozšiřuje základní tři oblasti CSR na čtyři, a to rozdělením sociální oblasti na sociální odpovědnost vůči zaměstnancům a sociální odpovědnost vůči veřejnosti.

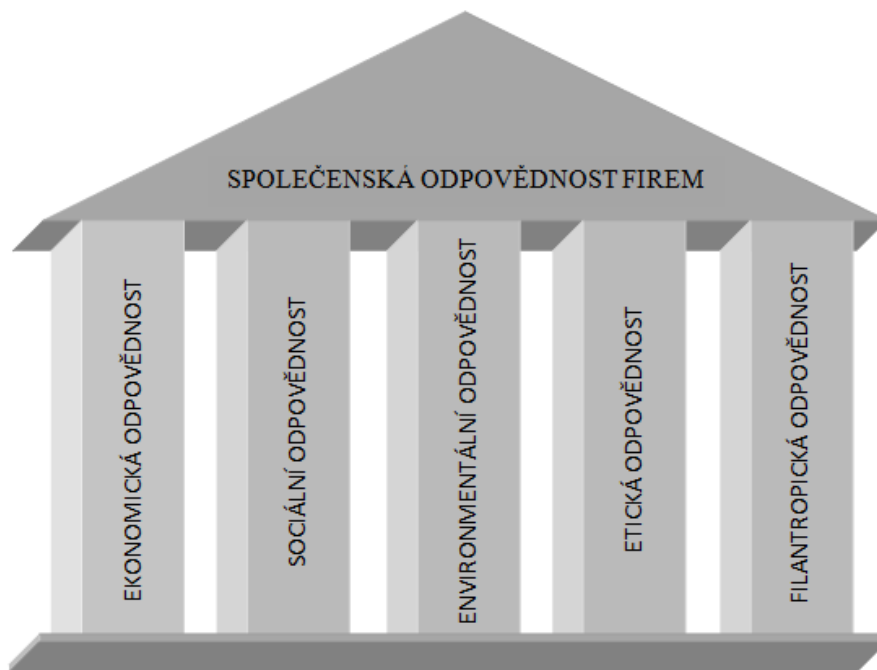
Alternativní přístup k oblastem CSR zvolil Carroll, jenž rozlišuje oblast - ekonomickou, právní, etickou a filantropickou, ale nahlíží na ně jako na pyramidu. Avšak Carrollovo pojetí oblastí CSR je kritizováno. CSR je totiž definována jako činnost nad rámec zákona a jeho právní oblast této definici CSR neodpovídá. Carrollovo pojetí je mimo také diskutabilní, jelikož nezahrnuje environmentální odpovědnost jako samotnou oblast, přičemž tato oblast je v souvislosti CSR velmi významná, rovněž tak oblast sociální, kterou také ve svém pojetí neuvádí. (Tetřevová et al., 2017, s. 22 -23)

Současně známé přístupy ke společenské odpovědnosti umožnily modifikovat pojetí komponent CSR a členit je do pěti následujících odpovědností, neboli oblastí (Tetřevová, 2017, s. 23):

- ekonomická odpovědnost
- sociální odpovědnost - souvisí s respektováním lidských potřeb

- environmentální odpovědnost - zabývá se především minimalizováním negativním dopadů na životní prostředí
- etická odpovědnost
- filantropická odpovědnost - související s firemním dobrovolnictvím a dárcovstvím.

Výše zmíněné komponenty CSR zobrazuje obrázek č. 3., přičemž v každé z těchto oblastí může podnik realizovat široké spektrum aktivit. (Tetřevová, 2017, s. 24)



Obr. 3: Modifikované pojetí oblastí CSR  
Zdroj: Upraveno podle Tetřevová et al., 2017, s. 24)

### 2.5.1 Environmentální odpovědnost firmy

Nejdůležitější oblastí CSR je oblast environmentální odpovědnosti, neboli odpovědnosti podniku vůči životnímu prostředí a přírodě. Právě na tuto oblast společenské odpovědnosti bývá nahlíženo jako na neodmyslitelnou součást a základ při uplatňování každé CSR. Zajímavostí u této oblasti je, že oproti ostatním oblastem CSR nepůsobí na stakeholdery jako jsou firmy, veřejnost a další, ale působí na životní prostředí. Tetřevová et al. (2017, s. 76) uvádí, že „Zatímco ostatní oblasti společenské odpovědnosti nacházejí v zásadě velmi jednoznačně své stakeholdery, vůči nimž by měl podnik svoji odpovědnost

*prokazovat, odpovědnost vůči životnímu prostředí, nepředstavujícímu skupinu osob či subjekt, může být vnímána poněkud abstraktně.*". Firma svou ekonomickou činností působí na atmosféru, vodní zdroje, faunu a flóru a na mnohé další přírodní oblasti.

V současné době je nezbytné, aby podniky zohledňovaly při svých ekonomických činnostech jejich dopad na životní prostředí. V důsledku jejich rozsáhlé produkce dochází k nadměrné spotřebě výrobních vstupů a zvyšuje se i množství odpadů. Právě tyto skutečnosti mají nepříznivý vliv na životní prostředí.

Na rozdíl od ostatních oblastí CSR nelze u environmentální oblasti nalézt samostatné základní motivy odpovědného chování, ale pouze motivy přenesené. Mezi přenesené motivy se řadí motivy ekonomické, politické a sociální. V rámci ekonomického motivu se firma snaží prostřednictvím ohledu na životní prostředí posilovat svou image, případně se odlišit od konkurence a získat konkurenční výhodu. Naopak politický motiv se vyznačuje např. dodržováním environmentálních právních norem a v jeho konečném důsledku firma usiluje o zlepšení vztahů s vládou, místními úřady a jinými subjekty. (Tetřevová et al., 2017, s. 76-77)

Podnik, který zohledňuje životní prostředí a přírodu by se měl v rámci této oblasti zaměřit na následující body (Tetřevová et al., 2017, s. 77-78), (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 26):

- dodržování environmentální legislativy
- prosazování šetrné ekologické firemní kultury
- prosazování odpovědných environmentálních opatření směřovaných vně podnik
- ekologickou výrobu, produkty a jiné včetně čistší produkce
- investování do čistých technologií
- ochranu přírodních zdrojů.

Základem pro uplatňování environmentální CSR je dodržování zákonů a předpisů daných příslušnou legislativou v dané zemi. Ačkoliv je dodržování platné legislativy prvotním krokem v této oblasti CSR, podnik by se měl při svých ekonomických činnostech především orientovat na činnosti nad rámec zákonných ustanovení. V České republice se na tvorbě legislativy týkající se životního prostředí a jeho ochrany podílí velké množství subjektů, např. Ministerstvo životního prostředí ČR, Parlament ČR, Česká inspekce

životního prostředí a další. Ekonomické činnosti firem by měly být v souladu s legislativou upravující např. znečišťování ovzduší, zatěžování odpadních vod, skladování a nakládání s nebezpečnými a rizikovými látkami a další. (Tetřevová et al., 2017, s. 78-79)

Pro dodržování druhého bodu z výčtu, kterým je prosazování šetrné ekologické firemní kultury, by měla firma mít stanovené své vnitropodnikové procesy a aktivity. Prosazování šetrné ekologické firemní kultury je především zaměřeno na recyklaci, nakládání s odpady, úsporu energií a vody. Přesto, že je nakládání s odpady ustanoveno v platné legislativě, podnik by se měl při svých činnostech snažit předcházet jejich vzniku, případně je připravit k možnému opětovnému využití, či recyklaci. Dle Tetřevové et al. (2017, s. 80-81) *„Recyklace, neboli znovuvyužití surovin obsažených v produktech, představuje významný nástroj společenské odpovědnosti. Zákazníci s ohledem na skutečnost, že sami třídí průmyslový či komunální odpad, například očekávají, že jejich snahy využijí podniky při tvorbě produktů z recyklovaných materiálů. Zákazníci se také stále častěji zabývají otázkou uvědomělého nakupování a vyhledávají na výrobcích recyklační symboly, ale i další ekoznačení (ecolabelling), neboť výrobky s ekoznačkou jsou prokazatelně šetrnější k životnímu prostředí a ke zdraví spotřebitele.“* (Tetřevová et al., 2017, s. 81)

S bodem týkajícím se investování do čistší produkce souvisí soubor opatření Best Available Technique a vžilo se pro něj celosvětově rozpoznatelné označení BAT. Jedná se o soubor opatření, jenž má za cíl snižovat negativní dopady na životní prostředí v důsledku investování do nejlepší dostupné techniky. (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 26), (Tetřevová et al., 2017, s. 82) Na národní úrovni lze jmenovat IPPC. Ministerstvo životního prostředí na svých webových stránkách popisuje IPPC následovně: *„Integrovaná prevence a omezování znečištění (z angl. Integrated Pollution Prevention and Control - IPPC) je pokročilým způsobem regulace vybraných průmyslových a zemědělských činností při dosažení vysoké úrovně ochrany životního prostředí jako celku. Cílem IPPC je předcházet vzniku znečištění, případně omezování jeho vzniku, pomocí volby vhodných výrobních postupů a technologií. Zároveň by mělo docházet k úspoře nákladů ze spotřebované suroviny, energie a koncové technologie.“* (dostupné z: <https://www.mzp.cz/ippc>)

V neposlední řadě lze podrobněji uvést bod zaměřený na prosazování odpovědných environmentálních opatření směřovaných vně podnik. Jelikož podnik je součástí okolního prostředí a není od něj izolován, má jeho činnost vliv nejen na životní prostředí, ale také na stakeholdery. Podnik by měl své činnosti vykonávat tak, aby neohrožoval své okolí a naopak mu byl svou činností prospěšný. V rámci své ekonomické činnosti by podnik měl chránit životní prostředí a zdraví občanů. Dále by měl předcházet negativním dopadům a případných problémům za pomoci využití preventivních nástrojů, ať již stanovených zákonem či nad rámec zákona. (Tetřevová et al., 2017, s. 83-85) Dle Tetřevové et al. (2017, s. 85) „*Samotná případná **náprava negativních dopadů** na životní prostředí představuje pro odpovědný podnik komplexní aktivity **spočívající v redukci současných vypouštěných emisí (do vod, vzduchu i půdy), jakož i odstraňování starých ekologických zátěží z předchozí průmyslové činnosti.***“

## 2.5.2 Sociální odpovědnost firmy

Sociální oblast společenské odpovědnosti směřuje především na vztah firmy k jejím zaměstnancům. Zahrnuje především interní sociální politiku firmy. Právě spokojení a motivovaní zaměstnanci jsou v současnosti skutečně důležití a pro firmu představují klíčový faktor možné úspěšnosti. Aby firma mohla dosáhnout svých stanovených cílů, musí mít spokojené a motivované zaměstnance, jelikož takoví zaměstnanci jsou produktivnější. Firma se tedy o své zaměstnance musí starat nejen v rámci zákonných norem, ale také uskutečňovat i činnosti v sociální oblasti nad rámec zákona. Zaměstnanci mohou být motivováni prostřednictvím finanční odměny, nebo nefinančními odměnami, jako je např. možnost kariérního růstu a jiné. (Prskavcová et al., 2008, s. 12-13), (Tetřevová et al., 2017, s. 62)

V rovině sociální by se měl podnik věnovat následujícím oblastem (Prskavcová et al., 2008, s. 12-18), (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 26):

- zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, neboli BOZP
- péči o vzdělávání zaměstnanců a jejich rozvoj
- zákazu diskriminace

- odstranění dětské práce
- rovnosti žen a mužů
- firemní filantropii a s tím spojenému dobrovolnictví
- rozmanitosti na pracovišti
- dodržování pracovní doby
- zajištění dostupnosti pracoviště
- zajištění zdravé firemní kultury
- a mnoho dalších.

V současné době BOZP nepokrývá jen zákonem stanovení povinnosti, ale také dbá na vytváření optimálních pracovních podmínek. Právě poskytování optimálních pracovních podmínek vede k vyššímu uspokojení zaměstnanců a v konečném důsledku také k vyšší výkonnosti zaměstnanců. Mimo jiné vede i k prodloužení pracovní schopnosti zaměstnanců. Firma, jenž dbá na dodržování BOZP nad zákonný rámec, poskytuje svým zaměstnancům nadstandardní zdravotní péči a dle Tetřevové et al. (2017, s. 63): „*Dbá, aby pracoviště byla prostorově a konstrukčně uspořádána a vybavena tak, aby pracovní podmínky zaměstnanců odpovídaly bezpečnostním a hygienickým požadavkům, a to i nad rámec požadavků daných zákonem.*“. Firma, která využívá koncept CSR dbá také na to, aby měli zaměstnanci dostatečné množství mycích prostředků, ochranných oděvů, pomůcek, nápojů atd. (Tetřevová et al., 2017, s. 63-64)

V souvislosti se zajištěním zdravé firemní kultury je spojována přátelská atmosféra na pracovišti a otevřené firemní klima. Toho může být docíleno např. komunikací se zaměstnanci, prováděním pravidelných průzkumů názorů zaměstnanců a také v případě zjištění nedostatků zajištěním nápravných opatření (Tetřevová et al., 2017, s. 71). Dle Tetřevové et al. (2017, s. 71) „*Interní komunikace se tak stává prostředkem, s jehož pomocí se ve firmě vytváří prostředí, které všestranně podporuje dosahování kvalitních pracovních výkonů. Pokud mají zaměstnanci možnost bez obav vyjádřit svůj názor, pak to silně podporuje týmového ducha a demokracii ve firmě.*“.



### 2.5.3 Ekonomická odpovědnost firmy

Společnosti nesledují pouze ekonomické a finanční cíle, i když právě ty jsou považovány za zásadní, ale v důsledku uplatňování CSR sledují také nefinanční cíle. Např. Friedman r. 1970 tvrdil, že firma by měla sledovat v první řadě své ekonomické cíle a CSR realizovat až z případného zisku. Friedman také uvedl, že CSR činnosti snižují ekonomickou výkonnost podniku a vyvolávají dodatečné náklady. Z uvedeného vyplývá, že podnik dle Friedmana byl společensky odpovědným vůči vlastníkům a to prostřednictvím maximalizace zisku. S názorem Friedmana nesouhlasil např. Lodge, jenž tvrdil, že i když je podnik soukromou institucí, mělo by na něj být nahlíženo jako na instituci sociální a jím vytvořené přínosy by měly být kolektivně sdíleny. S tímto názorem souhlasil i Freeman, který ve své Teorii Stakeholders poukazuje na to, že podnik je odpovědný nejen vůči vlastníkům, ale rovněž i vůči zainteresovaným stranám. (Tetřevová, 2017, s. 46)

Tetřevová et al. (2017, s. 46) k Friedmanovu názoru dodává: *„Na druhé straně odpůrci argumentují, že společensky odpovědný podnik nemá problémy s pracovní silou, přitahuje zákazníky, zlepšuje svoji pozici při vyjednávání s investory či vládou, což v konečném důsledku posiluje ekonomickou výkonnost podniku. Ta je důležitá z hlediska úspěšnosti organizace a její schopnosti přežít v budoucnosti.“* Dle Tetřevové (2017, s. 46) je nutným předpokladem pro možnost realizovat CSR aktivity již zmíněná tvorba zisku, jelikož bez ziskovosti by podnik nemohl své dobrovolné aktivity uskutečňovat.

V této oblasti by se firma měla zaměřit na následující body (Tetřevová et al., 2017, s. 47-55), (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 25-26):

- uplatňování principů dobrého řízení, neboli corporate governance
- poskytování kvalitních a bezpečných výrobků svým zákazníkům
- tvorbu a zavádění inovací a zajištění udržitelnosti svých produktů
- upevňování vztahů se zákazníky
- upevňování vztahů s vlastníky a investory
- upevňování dodavatelsko-odběratelských vztahů

- etiku marketingu a reklamy
- odmítání korupce
- etický kodex
- transparentnost.

Např. druhý bod ve výše uvedeném výčtu toho, co by podnik měl dodržovat, předpokládá, že podnik, který uplatňuje CSR vždy dbá na zdraví svých zákazníků a jejich bezpečnost. Ačkoliv se stává, že mnohdy podniky ve snaze rychlého obsloužení zákazníka využijí nedostatečně ověřeného dodavatele, a již nedojde k provedení klinických studií a vlivu dlouhodobého užívání produktu na zdraví zákazníka. V souvislosti s poskytováním kvalitních a bezpečných výrobků svým zákazníkům by měl podnik využívat zdravotně nezávadné a řádně testované materiály, dále by se měl zaměřit na testování produktu při jeho využívání, zákazníkům by měl poskytnout dostatečné množství informací týkajících se užívání, ale také řádné likvidace. Produkty by měly být důsledně označeny a odpovědný podnik by měl monitorovat reklamace a nehody související s užíváním, likvidací či nebezpečností produktu. (Tetřevová, 2017, s. 50-51)

Dále lze uvést několik informací k posilování vztahů s vlastníky a investory. Jelikož podnik je majetkem vlastníků, mohou právě vlastníci významně ovlivnit jeho činnost. Např. v případě, že jsou majitelé nespokojeni s ekonomickými výsledky mohou odvolat management, nebo v některých případech dokonce ukončit podnikatelskou činnost. Proto je důležité upevňovat vzájemné vztahy mezi management a vlastníky podniku, příp. i s jeho investory. I když investoři nemají takový vliv na podnik, mohou v případě nespokojenosti odebrat své investované finanční prostředky a tím ohrozit stabilitu podniku. K základním nástrojům, jenž slouží managementu k upevňování vztahů s vlastníky a investory, patří poskytování pravidelných informací, krizová komunikace a posilování důvěry. Vlastníkům a investorům jsou tedy poskytovány pravidelně informace např. ve formě výročních zpráv, pravidelných reportů, vnitropodnikových časopisů, novin a dalších PR aktivit či zpráv. V dnešní době jsou mnohdy k poskytování informací využívány i moderní komunikační technologie - např. v podobě sociálních sítí. Co se týče posilování důvěry, ta je budována prostřednictvím osobních setkání či různých společenských akcí. (Tetřevová et al., 2017, s. 54-55)

## 2.6 Fáze zavedení CSR

Zavedení CSR do podnikových činností představuje dlouhodobou a systematickou záležitost. Pokud má být CSR uplatňovaná podnikem skutečně funkční, musí být zavedena do všech jeho činností napříč vnitropodnikovou strukturou. Implementace společenské odpovědnosti se člení do čtyř fází, jimiž jsou fáze plánování, fáze zavádění CSR, fáze hodnocení implementace a fáze zlepšování (hledání nových lepších postupů). (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 65)

Fáze zavedení CSR lze rozdělit do 10 dílčích kroků. Při zavádění společenské odpovědnosti je důležité postupovat v souladu s posláním podniku, jeho firemní kulturou, obchodní strategií, předmětem jeho činnosti a oborem podnikání, provozními podmínkami a jinými aspekty podnikání. Jednotlivé kroky zavádění CSR lze aplikovat v rámci metody PDCA, jejíž jednotlivá písmena reprezentují následující činnosti: P - plánování, D - provádění, C - kontrolování a A - zlepšování. (dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>)

Implementace CSR začíná fází plánování. Do této fáze se řadí šest na sebe navazujících kroků. Prvním krokem implementace CSR je závazek managementu, jelikož k zavedení společenské odpovědnosti je nezbytná podpora nejvyššího vedení podniku. Právě vrcholový management firmy může rozšířit hodnoty odpovědného podnikání mezi zaměstnance a zároveň je důležité, aby vedení firmy bylo příkladem pro ostatní zaměstnance a chovalo se odpovědně a v rámci CSR, kterou chtějí aplikovat. Zároveň je vhodné, aby firma jmenovala tzv. CSR manažera, který bude za odpovědný za implementaci CSR strategie. (Kuldová, 2010, s. 61-62) (dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>) Kuldová (2010, s. 62) uvádí, že „*Manažer CSR komunikuje CSR napříč společností, je v úzkém kontaktu se všemi odděleními, vede efektivní dialog s jednotlivými stakeholders.*“. Mezi úkoly manažera CSR patří mimo zavedení CSR do firemní strategie např. motivace ostatních zaměstnanců k prosazování CSR, sestavuje každoroční zprávu o CSR a jiné. (Kuldová, 2010, s. 62)

Druhým krokem je určení klíčových stakeholderů. V rámci tohoto kroku by měl podnik identifikovat své stakeholdery a snažit se je zapojovat do ostatních fází implementace CSR. Následuje krok stanovení hodnot a principů, tento krok vychází z poslání podniku, jeho vizí a obecných preferencí a firemních hodnot. Čtvrtým krokem je provedení *analýzy* současného stavu. Podnik provádí interní analýzu současného stavu, v níž hodnotí mimo jiné svou současnou pozici z hlediska společenské odpovědnosti a externí analýzu, ve které se zaměřuje např. na CSR nástroje a aktivity uplatňované konkurenčními firmami, na průzkum nových technologií atd. (dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>)

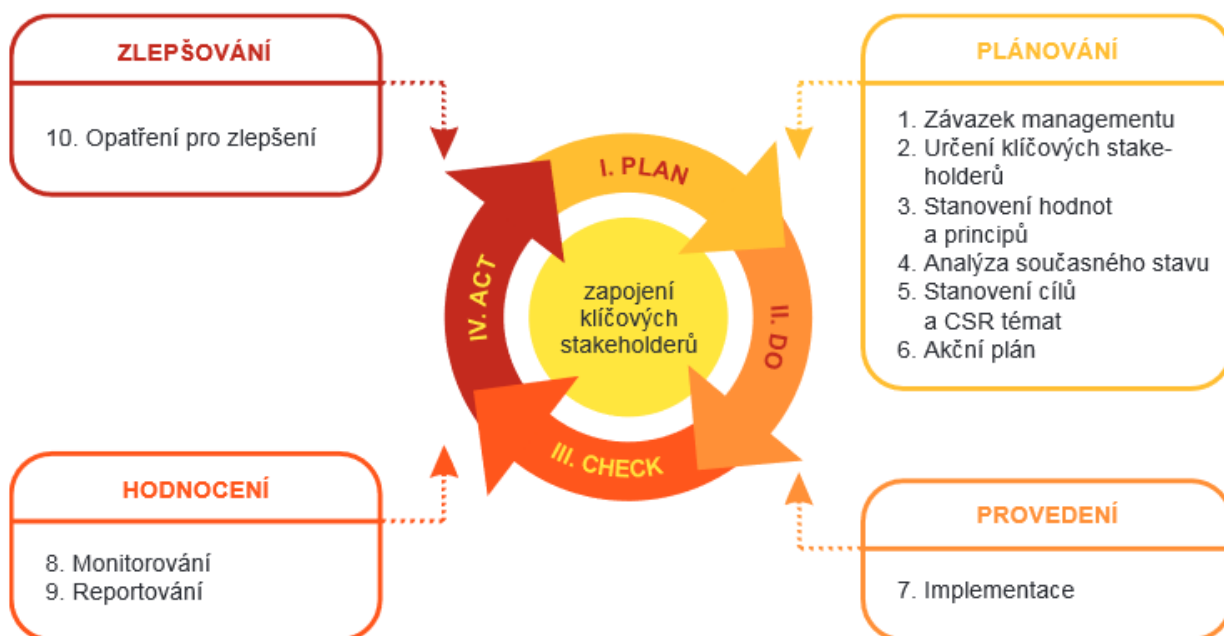
V dalším kroku následuje stanovení cílů, nichž chce firma při uplatňování CSR dosáhnout a v jejichž rámci se chce firma ubírat. Pro cíle firmy platí, že by měly být v souladu s firemními hodnotami a Kuldová (2010, s. 68) k cílům dodává, že „*Pro stanovené cíle platí u CSR strategie jako u jiných strategií pravidlo, že cíle musí být SMART, tedy Specific, Measurable, Action-oriented, Realistic (resp. Responsible) a Timed. Jedno z pravidel Realistic je v teorii CSR záměrně nahrazeno slovem Responsible.*”. Cíle firmy by tedy měly být realistické a zároveň odpovídat konceptu CSR. Dle pravidla SMART mají být stanovené cíle měřitelné, avšak některé přínosy společenské odpovědnosti měřitelné nejsou a tudíž jejich výsledky nelze stanovit, proto by se u některých přínosů CSR měli zohledňovat aplikované metody a vliv CSR na společnost. Posledním krokem této fáze je vytvoření akčního plánu, v němž budou stanoveny jednotlivé dílčí činnosti, které budou pro dosažení cílů použity. (dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>), (Kuldová, 2010, s. 69)

Následuje fáze provedení, do níž spadá krok implementace společenské odpovědnosti do celofiremní strategie a jednotlivých činností. Poté přichází fáze hodnocení, podnik hodnotí své výkony pomocí kvantitativních a kvalitativních indikátorů, jejichž prostřednictvím získává management údaje k dalšímu rozhodování. V této fázi provádí podnik také reportování, jehož prostřednictvím získá ucelený obraz o výkonu CSR. Reportování je uskutečňováno prostřednictvím různých CSR reportů, CSR zpráv a prezentací např. na webových stránkách podniku. V rámci reportování podnik informuje o dosažení svých cílů stanovených v předchozím roce a představuje nové cíle pro období

nadcházející. (dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>)

Poslední fází zavádění CSR je fáze zlepšování. Firma určuje možné návrhy vedoucí ke zlepšení CSR, hledá možnosti dalšího rozšíření svých společensky odpovědných aktivit a v případě neúspěšné CSR mění svou strategii. (dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>)

Výše představené kroky a fáze společenské odpovědnosti lze vidět na obrázku č. 4, který zachycuje všech deset kroků pro zavádění CSR aktivit v podniku v návaznosti na metodu PDCA.



Obr. 4: PDCA včetně 10 kroků zavádění CSR

Zdroj: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>

## 2.7 Přínosy a zápory CSR

V České republice se v posledních letech stále více rozšiřuje uplatňování konceptu CSR mezi firmami. Koncept CSR představuje tedy moderní přístup k podnikání. Firmy se více zaměřují na realizaci veřejně prospěšných projektů, vytváří volnočasové aktivity pro místní

komunitu a jiné aktivity. CSR představuje dlouhodobou záležitost, jenž je uplatňována v celém podniku napříč jeho organizační strukturou, v jeho každodenních činnostech a přináší podniku celou řadu výhod. Jelikož se nejedná o krátkodobou záležitost, je nezbytné, aby podnik ve své CSR neustával ani v případě jakékoli krize. Firma, která má do své firemní strategie implementovanou CSR, se neorientuje při svých činnostech pouze na maximalizaci zisku, ale její snahou je generovat takový zisk, jenž bude zohledňovat její CSR aktivity s ohledem na všechny oblasti společenské odpovědnosti. Avšak jak již bylo nastíněno v kapitole 5.1 zisk, příp. přínosy plynoucí z uplatňování CSR nejsou vždy měřitelné. (Kuldová, 2010, s. 32)

V souvislosti s CSR lze vymezit argumenty pro, jenž se dále člení na argumenty morální, racionální a ekonomické, a argumenty proti CSR. Morální argumenty souvisí s tím, že firmy si jsou vědomi toho, že ačkoliv je jejich primárním cílem generování zisku, bez existence společnosti a okolí, v nichž působí, by takového zisku nemohly dosáhnout. Podniky totiž nejsou od svého okolí izolovány, ale vzájemně na sebe působí. Podniky se tedy snaží vytvářet zisk s přidanou hodnotou a ne pouze maximalizovat zisk, jsou vedeny morálním argumentem. Kuldová (2012, s. 26) k tomuto dodává: „*Protože společnost umožňuje podnikům realizovat své zisky, mají tyto firmy povinnost přínosy vracet a podnikat takovým způsobem, který bude společnosti prospěšný. A protože podniky fungují v širším společenském kontextu, má společnost právo a pravomoc stanovovat jisté předpoklady, a zasahovat tak podstatnou měrou do podnikání.*“. Racionální argumenty představují CSR aktivity jako důležitý nástroj proti odpůrcům globálního podnikání. Ekonomické argumenty vychází z dvou předchozích. Jak již bylo zmíněno výše, podnik usiluje v rámci svých činností nejen o generování zisku, ale cílí na tvorbu zisku s přidanou hodnotou. Přidaná hodnota umožňuje podniku pružně reagovat na potřeby zainteresovaných stran, zvyšuje jeho životaschopnost a přináší mu konkurenční výhody. V souladu s ekonomickými argumenty se v posledních letech rozšiřuje tzv. společensky odpovědné investování (SRI), do jehož procesů se prolínají tři základní oblasti společenské odpovědnosti. (Kuldová, 2012, s. 26-27)

Druhou skupinou argumentů jsou argumenty proti CSR. Mezi zastánce těchto argumentů se řadí např. Milton Friedman, který kritizoval společenskou odpovědnost ve svém díle *Capitalism and Freedom* z roku 1982. Friedman zastával názor, že jedinou společenskou

odpovědností podniku je maximalizace zisku a CSR je pouze „zásadně podvrtné učení“. Zaměřoval se především na kritizování stakeholderů podniku, dle jeho názoru uplatňování společenské odpovědnosti snižuje výnosy akcionářů, utrácí peníze zákazníků atd. Dalším kritikem CSR byl Peter Drucker, jenž tvrdil, že pokud se podniky zaměřují na společenské problémy, které nesouvisí s jejich oblastí podnikání, chovají se neodpovědně vůči společnosti. (Kuldová, 2012, s. 27-28)

Kuldová (2012, s. 28) k argumentům proti CSR uvádí, že: „*Blowfield a Murray (2008) rozdělují kritiku CSR do čtyř následujících „obvinění“:*

- *CSR potlačuje primární účel podnikání, a v konečném důsledku tak omezuje volné fungování trhu,*
- *CSR upřednostňuje podnikatelské zájmy nad zájmy vyplývající ze zákona a očekávání širší společnosti,*
- *CSR je příliš specializovaná na určitý okruh a nezabývá se otázkami klíčových aspektů podnikání v dnešní společnosti,*
- *konceptu společenské odpovědnosti se nedaří dosáhnout svých cílů, a chce-li uspět, musí akceptovat nové postupy.“*

Z uplatňování CSR neplynou výhody jen samotné firmě, ale v konečném důsledku stranám, které svou činností ovlivňuje, tedy jejím stakeholderům. Díky tomu, že firma aplikuje CSR ve své podnikové praxi, získávají výhody její klienti, zaměstnanci, dodavatelé, s nimiž spolupracuje, místní komunita a veřejný sektor. Klientům a zákazníkům jsou nabízeny lepší služby či kvalitnější produkty a jiné. Výhody směřují nejen skupinám vně podnik, ale i zaměstnancům podniku přináší určité výhody, jedná se např. o zlepšení pracovního prostředí a je kladen i větší důraz na komunikaci se zaměstnanci, motivaci zaměstnanců, jejich rozvoj a další. Zároveň firma klade důraz i na zlepšování dodavatelských vztahů, např. odebírá suroviny pouze od prověřených dodavatelů, odebírá kvalitní suroviny, příp. spolupracuje pouze s dodavateli, jenž se chovají také odpovědně. Díky tomu je vytvářen tlak na dodavatele, aby implementovali odpovědné podnikání i do svých aktivit. Samotná firma získává díky CSR také spoustu výhod. Jako příklad lze uvést zvyšování konkurenční výhody, zlepšování image, ale také získávání loajálnějších zákazníků. Zákazníci oceňují odpovědné chování firmy např. vůči

životnímu prostředí a v konečném důsledku jsou i ochotni za daný produkt či službu zaplatit vyšší cenu, jelikož chování firmy koresponduje s jejich vnitřním přesvědčením, postojí atd. Díky tomu, že firma při svém podnikání zohledňuje i okolní prostředí a nesoustředí se jen sama na sebe a svůj výdělek, je schopná pružněji reagovat na změny či předvídat možná rizika. V souvislosti se zaváděním nových technologií, zvyšováním efektivnosti produkce, se snahou o úsporu energií atd. může firma snížit své náklady. Některé výše popsané výhody, jež přináší implementace společenské odpovědnosti do všech podnikových činností shrnuje tabulka č. 2. (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 29-33)

Tab. 2: Přínosy CSR jednotlivým skupinám

Skupina	Hlavní výhody
Klienti	Vyšší kvalita produktů a služeb Širší nabídka produktů a služeb díky inovaci
Zaměstnanci	Lepší pracovní prostředí Lepší péče o zaměstnance a jejich rozvoj
Dodavatelé	Tlak na kvalitnější dodávky surovin Tlak na zodpovědné chování
Místní komunita	Zlepšování života v dané oblasti - životní prostředí, volnočasové aktivity
Veřejný sektor	Úspora finančních prostředků Zvyšující se kvalita veřejných služeb
Samotný podnik	Zvýšení dlouhodobého zisku Zvýšení hodnoty podniku Zlepšení image podniku Úspora nákladů Loajálnější klientela Motivování a spokojení zaměstnanci Větší důvěryhodnost a přitažlivost pro investory Řízení rizik

Zdroj: Vlastní úprava dle Pavlík, Bělčík, 2010, s. 29

### 2.7.1 Měření přínosů

Spousta přínosů CSR není měřitelná, ale jejich přínos lze hodnotit prostřednictvím různých indikátorů, které v budoucnosti přináší firmě měřitelný finanční prospěch. Společenská odpovědnost představuje investici do nehmotných aktiv, kterými jsou např. image podniku, spokojenost a loajalita zákazníků a zaměstnanců, ekologie a jiné. Spokojenost a rozvoj zaměstnanců lze měřit prostřednictvím různých indikátorů, jimiž jsou průzkumy, dialogy se zaměstnanci, lze také vycházet z absence, příp. z počtu proškolených pracovníků. Investování do zaměstnanců se dlouhodobě projeví ve snížené fluktuaci, získání větší



možnosti výběru při náborových akcích atd. Přínosy investování do ekologie lze zjistit prostřednictvím indikátorů, mezi než patří spotřeba energií, podíl zrecyklovaného odpadu, množství vyprodukovaných emisí a další. V konečném důsledku by firma měla díky investování do ekologické firemní kultury snížit své negativní dopady na životní prostředí (lze měřit na jeden produkt), dalším přínosem může být možnost ucházet se o tendry velkých korporací, příp. získání ekologicky citlivých spotřebitelů. Pokud se firma zaměřuje na zlepšení své image, jejíž dlouhodobý přínos se má projevit v posílení pozice na trhu, zefektivnění risk managementu atd., může efektivnost této investice měřit prostřednictvím dotazníkového šetření, ohlasy v médiích a jinými způsoby. (dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/14-otazek-a-odpovedi-o-csr/>)

Přínosy společenské odpovědnosti lze měřit i z jiných hledisek např. ve vztahu k výkonnosti firmy. Měření může být uskutečňováno pomocí metod komplexního hodnocení výkonnosti firmy - benchmarkingu, rapidmarkingu, nástrojů finanční analýzy, SWOT analýzy, nástroje zvyšování konkurenceschopnosti a zlepšování EFQM a jiné. (Kuldová, 2012, s. 32-33)

## **2.8 Současné trendy**

Pavlík a Bělčík (2010, s. 110) ve své publikaci uvádějí, že současný stav konceptu CSR v České republice není zatím na takové úrovni jako v zahraničí. Podniky mají nízké povědomí o rozsahu oblastí, jež spadají do CSR. Často si představují odpovědné podnikání pouze jako firemní filantropii a etické chování. Nízké povědomí o CSR není spjata jen s rozsahem oblastí, ale souvisí i s nesprávnou implementací CSR napříč organizační strukturou firmy. Z důvodu neznalosti konceptu CSR firmy nezahrnují CSR do své celofiremní strategie a mnohdy jim chybí i pracovník, jenž má za CSR odpovídat. Firmy uplatňují odpovědné podnikání především interně, přičemž se zaměřují hlavně na zaměstnance, na jejich vzdělávání a rozvoj. Pracovníkům nabízí řadu výhod, ale již se nezaměřují na životní prostředí, sociální oblast a okolní prostředí. Často také dochází k tomu, že firmy zaměňují marketingové aktivity a společenskou odpovědnost. Zaměřují se hlavně na prezentaci firmy a jejích produktů a někdy také prezentují své činnosti za CSR aktivity, i přesto, že se jedná o činnosti vyplývající ze zákona. Dalším nesprávným

přístupem k CSR je také to, že firmy implementují do svých vnitřních předpisů etický kodex, jímž zavazují pracovníky k odpovědnému chování na pracovišti, avšak nikdo již nedohlíží, zda jsou body uvedené v etickém kodexu dodržovány.

Pavlík a Bělčík (2010, s. 111-114) se dále domnívají, že je potřebné rozšířit CSR nejen v rámci podnikatelského sektoru, ale i sektoru veřejného. Pro rozšíření CSR je dle nich nezbytné, aby byla přijata jednotná strategie veřejného sektoru, prostřednictvím které by byly motivovány veřejné a soukromé firmy k větší spolupráci. Dále je nutné zvýšit povědomí o efektech CSR pro současné a budoucí generace, spolupracovat s ostatními státy v oblasti CSR, posilovat transparentnost a důvěryhodnost, reportovat o firemních výsledcích, zvýšit podporu výzkumu a vzdělávání v oblasti CSR a v neposlední řadě klást důraz na zvýšení přístupu k CSR ve středních a malých firmách z hlediska implementace. Malé i střední firmy si často kvůli své velikosti neuvědomují svou důležitost pro trvale udržitelný rozvoj a mnohdy se zaměřují jen na maximalizaci zisku a při svých činnostech odpovědné podnikání nezohledňují. Moderní přístup k CSR by měl usilovat o zvýšení podílu soukromých firem, veřejného sektoru, neziskových organizací, jenž dobrovolně nad rámec zákona usiluje o zvýšení kvality a efektivity poskytování služeb. Pro uspokojování rostoucích potřeb společnosti je tedy nutné rozšiřovat oblasti spolupráce soukromého a veřejného sektoru.

Mezi trendy CSR se řadí např. zvyšující se význam kooperace soukromého a veřejného sektoru na různých projektech, rostoucí význam poskytovaných CSR aktivit, postavení celofiremní strategie na konceptu CSR, zvyšující se podpora v oblasti vzdělávání CSR a další. (Pavlík, Bělčík, 2010, s. 115-117)

Další trendy konceptu CSR zohledňující trvale udržitelné podnikání pro rok 2018 jsou představeny v následujících bodech (dostupné z: <http://www.csrwire.com/blog/posts/1866-cse-projects-top-10-sustainability-trends-for-2018>)

- **rostoucí spolupráce mezi firmami**

V zájmu trvalé udržitelnosti je nutné, aby se zvyšovala kooperace mezi firmami, jelikož trvalá udržitelnost je velmi komplexní otázkou, proto je pro firmy vhodné spolupracovat. Jako příklad lze uvést spolupráci firem v oblasti výzkumu a jiné.

- **prosazování ohledu na odpovědné spotřebitele**

Firmy se v rámci svých aktivit snaží informovat zákazníka nejen o parametrech daného produktu, ale nově i o skutečnostech souvisejících s jejich produkcí. Firmy informují např. o původu použitých surovin, způsobu dopravy, a také o tom, zda byla během produkce respektována lidská práva atd.

- **vliv generace Z na odpovědný přístup firem**

Spoustě mladých lidí záleží na tom, zda se firma, ve které pracují, příp. od které nakupují produkty, chová odpovědně a svým chováním a rozhodováním vyvíjí tlak na firmy.

- **zvýšená integrace udržitelného přístupu do firemních hodnot a procesů**

- **tlak na vlastní reporting založený na měřitelných výsledcích**

V důsledku snížené důvěry klasických médií budou firmy nuceny prokazovat výsledky týkající se udržitelnosti samy, nejlépe podložené externími zdroji.

- **vznik nových pracovních míst**

Podniky v souladu s trvale udržitelným podnikáním budou vytvářet nová pracovní místa.

- **rozdvojení společnosti dle postoje k udržitelnosti**

V rámci firmy dojde k rozdělení na ty, co šetří energiemi, recyklují atd. a na ty, co odpovědné chování nerespektují

- **využívání nových technologií a umělé inteligence**

- **místní samosprávy se začnou připravovat na důsledky klimatických změn**

## 3 Aplikace konceptu CSR ve vybraných firmách

Tato kapitola se zaměřuje na představení společensky odpovědného podnikání na příkladech vybraných firem z různých oblastí podnikání. Představuje poznatky z teoretických východisek CSR, které se promítají do podnikové praxe v rámci jednotlivých oblastí.

### 3.1 Firma BIOENERGO - KOMPLEX, s.r.o.

Firma BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. byla založena 10. května 2007 a její sídlo se nachází v Kolíně, v Polabí. Umístění firmy v této oblasti je velmi vhodné, neboť oblast Polabí je zemědělsky hojně využívaná pro svou kvalitu půdy a příznivým klimatickým podmínkám. Nejdůležitější surovinou pro firmu je řepka olejka a biomasa z ní.

V čele stojí dva jednatelé a firma má 3 společníky. V současné době zaměstnává okolo 50 pracovníků. Struktura pracovníků je složena z vedení společnosti, vedoucích pracovníků v elektrárně a lisovně, pracovníků v administrativě (obchodní a finanční oddělení), laborantů, technologů a operátorů ve výrobě.

Firma disponuje dvěma výrobními celky, lisovnou olejin a elektrárnou. Mezi hlavní předměty činnosti firmy patří výroba řepkového oleje, řepkových výlisků a výroba elektrické energie spalováním biomasy. Dalšími produkty jsou např. hnojivo, řepkový olej pro krmné účely, technické účely, pelety.

Firma má stanovené poslání „zelená energie pro Váš život“ a toto poslání se promítá do všech jejích činností. Snahou je neustále zlepšovat produkty, technologie a v daném oboru jít vpřed. Poslání firmy je tedy vhodně stanovené, jelikož zdůrazňuje hodnoty, které firma během svého krátkého působení na trhu dodržuje.

BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. je certifikována v rámci ISCC EU (International Sustainable and Carbon Certification), jež představuje mezinárodně uznávanou certifikaci udržitelnosti biopaliv. Dalším certifikátem, kterým firma disponuje je GMP+, tzn. Good Manufacture Practice, správná výrobní praxe. Tento závazek, jenž certifikát představuje,

přijala firma také dobrovolně a je v souladu s jejím přesvědčením. Firma, která tento certifikát má, se zavazuje vyrábět takové produkt, které jsou bezpečné nejen pro lidi, ale také pro zvířata a environmentální prostředí.

Ačkoli nemá firma zaveden koncept CSR do svých vnitropodnikových směrnic, její počínání téměř ve všech oblastech odpovědnému podnikání odpovídá a je tedy na nejlepší cestě CSR koncept zavést.

### **3.1.1 Environmentální odpovědnost firmy**

Environmentální odpovědnost u této firmy může být považována za jednu z nejdůležitějších oblastí CSR. Ačkoliv BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. zatím v této oblasti nezískala žádný certifikát, na ochranu životního prostředí bylo pomýšeno již při vzniku samotné myšlenky vytvořit takovouto investici - elektrárnu a lisovnu. Z povahy této investice totiž vyplývá bezodpadová výroba a splňování přísných kritérií ochrany ovzduší a úspory vypouštění skleníkových plynů.

Konkrétně elektrárna významně plní všechny hladiny emisí. Na svých webových stránkách firma uvádí, že spalováním biomasy není navyšováno množství CO<sub>2</sub> v atmosféře. Uvolněné množství CO<sub>2</sub>, které vzniká při spalování biomasy, je vyrovnáno množstvím, které na sebe rostliny navážou v rámci fotosyntézy.

Vyrobená elektrická energie z biomasy je dodávána ve formě páry do el. sítě. Biomasa se řadí mezi obnovitelné zdroje energií, tzn., že jejím spalováním nedochází k vyčerpání neobnovitelných zdrojů energií jako jsou ropa, uhlí nebo zemní plyn. (dostupné z: <http://www.bioenergo-komplex.cz/>)

Velkou předností elektrárny je také to, že při výrobě el. energie nevzniká škodlivý a v podstatě ani žádný jiný odpad. Výsledkem spalování biomasy je totiž popel, jenž je dál využíván jako hnojivo. Jelikož je při výrobě v lisovně dbáno na vysokou kvalitu řepky olejné bez chemických příměsí, splňuje i vzniklý popel vysoké požadavky a může být označován jako biologické hnojivo.

Na jednotlivých pracovištích mají pracovníci možnost třídit běžné druhy odpadů. Minimalizovat odpady se firma snaží i při prodeji svého za studena lisovaného řepkového oleje. Zákazníkům nabízí možnost nakoupit olej v bezobalových obchodech a po celé ČR má již několik stáček míst. Hlavní myšlenkou tohoto způsobu prodeje je právě minimalizování množství odpadu, zákazníci si mohou přijít s vlastní nádobou, do které je jim požadované množství oleje čerstvě stočeno.

### **3.1.2 Sociální odpovědnost firmy**

V rámci sociální oblasti se firma zaměřuje na péči o své zaměstnance. BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. poskytuje svým pracovníkům standardní zdravotní péči a dbá na dodržování zákonných limitů hodnot zátěže teplem, hlukem a dalších faktorů. Všechna pracoviště jsou posuzována podle aktuálních bezpečnostních a hygienických zákonných norem. Dle příslušné legislativy pracovníkům poskytuje ochranné nápoje, pracovní pomůcky a oděvy podle bezpečnostních požadavků a aktuálních norem. Poskytované pracovní pomůcky se liší dle specifikace konkrétního pracoviště. Zaměstnancům jsou dodávány např. rukavice, vesty, oblečení a obuv podle ročního období a druhu vykonávané práce. Dále jsou poskytovány čisticí prostředky dle aktuální potřeby.

Společnost dbá na rovné postavení zaměstnaných mužů a žen. Vzhledem ke specifčnosti vykonávané práce v lisovně a elektrárně je nižší zastoupení žen na těchto pozicích, jelikož je tento druh práce fyzicky náročnější, více žen je zaměstnáno v administrativě. Osoby se zdravotním postižením nezaměstnává, jelikož charakter práce v provozech lisovny a elektrárny neumožňuje zaměstnávat pracovníky se sníženou pracovní schopností. Také při výběru uchazečů na volné pracovní pozice se firma snaží nediskriminovat zájemce. Budoucí pracovníci jsou vybíráni bez ohledu na pohlaví, věk, politickou příslušnost, náboženské vyznání. Při výběru vždy rozhoduje kvalita pracovníka, jeho zkušenosti, pracovní dovednosti a ochota aktivně se podílet na práci ve prospěch dosažení cílů společnosti BIONERGO-KOMPEX, s.r.o.. Rovného postavení pracovníků je dbáno i v mzdovém ohodnocení. Pracovníci jsou odměňováni dle charakteru vykonávané práce, dle zkušeností a praxe. Hodnocení pracovníků se také odvíjí od přístupu k práci, plnění úkolů a stanovených cílů, dojednaných podmínkách ohodnocení a na finančních

možnostech společnosti. Všichni pracovníci mají stejný nárok na odměny a možnost jich dosáhnout bez jakékoliv diskriminace. Firma pracovníkům poskytuje příspěvek na stravování a individuálně je schopna pracovníkům nabídnout menší půjčky.

Také pracovní doba zaměstnanců je dodržována. Do mimopracovní doby např. formou přesčasů a pracovních pohotovostí se firma snaží nezasahovat, pokud to není nezbytné. Některým zaměstnancům, převážně administrativním, umožňuje jako benefit pružnou pracovní dobu, případně práci z domova. Vždy záleží na druhu vykonávané práce.

Za účelem upevnování vzájemných vztahů na pracovišti je každoročně pořádán vánoční večírek a standardně pro upevnění vztahů např. mezi nadřízenými a podřízenými pracovníky je dbáno na vzájemnou komunikaci.

V rámci podpory vzdělávání v České republice jsou studentům umožňovány organizované stáže. Zatím byla uskutečněna jedna stáž, ale v rámci podpory vzdělávacího systému firma spolupracuje s Vysokou školou báňskou v Ostravě a Vysokou školou chemicko-technologickou v Praze. Také samotným pracovníkům firmy je umožněno další vzdělávání, těmto pracovníkům poskytuje v případě individuální potřeby pracovní volno atd.

Prostřednictvím výše uvedeného firma usiluje o to, aby její zaměstnanci byli spokojeni. Hledání nových pracovníků a s tím spojená výběrová řízení totiž přináší firmě vždy určité vícenáklady. Náklady na přijetí pracovníka v administrativě činí v průměru Kč 1.000,- na jednoho pracovníka a náklady na přijetí pracovníka do výroby jsou v průměru Kč 7.400,-. I přesto, že jsou zaměstnancům nabízeny různé benefity, byla fluktuace pracovníků k 31. 12. 2018 ve výši 20,69%. Tato míra fluktuace je poměrně vysoká a byla způsobena zejména ekonomickým růstem v České republice a nedostatkem pracovních sil.

### **3.1.3 Ekonomická odpovědnost firmy**

V oblasti ekonomické se společnost zaměřuje na to, aby její podnikání bylo transparentní. Firma odmítá ovlivňování přijímání svých rozhodnutí, včetně korupčního jednání, a nepřijímá korupční dary, ani úplatky. V rámci transparentnosti a zákona o veřejných

zakázkách vypisuje své zakázky veřejně na speciálních portálech, které jsou k těmto aktivitám určeny. Na transparentnost se zaměřuje nejen v rámci podniku, ale i vně podniku. I přesto, že firma nemá zatím vytvořený žádný etický kodex, určité etické principy dodržuje. Například přistupuje odpovědně k životnímu prostředí, dbá na vhodné vystupování svých zaměstnanců, zabývá se tím, s kým spolupracuje atd.. Firma zároveň vyžaduje takovéto chování i od svých stakeholderů. V rámci určité transparentnosti vydává firma výroční zprávy, které jsou určené především pro její stakeholdery. Přestože firma BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. považuje transparentnost za důležitý aspekt a s veřejností komunikuje minimálně, je ochotná v případě dotazů otázky zodpovědět či odkázat na zdroj informací. O svých činnostech a produktech firma poskytuje informace na svých webových stránkách.

Hlavní surovinou pro činnost lisovny i elektrárny je řepka olejná a biomasa z ní. Jelikož firma není zatím v dodávkách řepky soběstačná, má na své dodavatele určité kvalitativní a jakostní požadavky, aby mohla zajistit dostatečně kvalitní výsledný produkt. Všechny své požadavky uvádí přehledně na svých webových stránkách. Požadavky na kvalitu jsou odlišné v závislosti na tom, za jakým účelem je řepka nakupována. Řepka určená pro potravinářské účely musí být zdravotně nezávadná, bez škůdců, nežádoucích zápachů, dále nesmí být např. chemicky konzervována atd.. Při nákupu řepky je také dbáno na to, aby semena řepky byla certifikována ISCC certifikátem. Tento certifikát je vydáván jako důkazní prostředek o tom, že při pěstování, zpracování a distribuci byla splněna kritéria udržitelnosti.

Snahou firmy v rámci ekonomické odpovědnosti je poskytovat svým odběratelům kvalitní a bezpečné produkty. Produkty jsou pravidelně testovány z hlediska bezpečnosti a zdravotní nezávadnosti. Rovněž je dbáno na jejich dostatečné a kvalitní označení.

Případné stížnosti nebo reklamace firma řádně eviduje a monitoruje a snaží se veškeré negativní podněty řešit a sjednat nápravná opatření. Zaměřuje se na vědu, výzkum a inovaci svých produktů, s cílem poskytovat kvalitní produkty i v budoucnu.

Firma podporuje aktivity ve svém okolí, především ve městě Kolín, v němž má své sídlo. Pravidelně přispívá na kulturní akce, např. na výstavy o životním prostředí, a dále v rámci



sociální podpory pořídila vozidlo pro obecně prospěšnou společnost MELA, o.p.s., která poskytuje sociální služby osobám s mentálním a kombinovaným postižením a s dlouhodobě chronickým psychiatrickým onemocněním. Obecně prospěšnou společnost MELA, o.p.s. podpořila firma i v období Vánoc. Při zakoupení za studena lisovaného řepkového oleje, jenž byl ozdoben keramickým produktem klientů MELA, o.p.s., byla podpořena činnost této společnosti.

### 3.1.4 Stakeholderi společnosti

Mezi stakeholdery společnosti BIOENERGO-KOPLEX, s.r.o. patří její zaměstnanci včetně managementu. Pracovníci jsou činností firmy každodenně ovlivňováni, zároveň tato skupina stakeholderů může patřit i mezi zákazníky. Pracovníci mohou jako zákazníci nakupovat např. řepkový olej určený pro potravinářské účely a jiné produkty určené široké veřejnosti. Zákazníkem jsou nejen fyzické osoby, ale také právnické osoby, např. společnost E.ON Energie, která od BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. vykupuje elektrickou energii. Jako další stakeholdery lze uvést dodavatele, od nichž firma nakupuje řepku olejků. Další skupinou jsou distributoři, jelikož část produkce je prodávána přes zprostředkovatele, nově si firma obstarává prodej oleje pro potravinářské účely i sama. Mezi distributory patří např. různé internetové e-shopy a obchody se zdravou výživou a nově také obchod Billa s regionální produkcí. Převážná většina produkce např. krmiv atd. je vyvážena do zahraničí, proto mezi stakeholdery patří i dopravci. Činnost firmy je také významně ovlivňována orgány státní správy, např. finančním úřadem. Naopak vně podnik ovlivňuje svou činností místní komunitu a životní prostředí. Na tyto skupiny stakeholderů působí v rámci své každodenní činnosti. Stakeholderi firmy jsou uvedeni níže v tabulce č.3.

*Tab. 3: Někteří stakeholderi firmy BIOENERGO-KOMPLEX s.r.o.*

<b>Firma</b>	<b>Ekonomika</b>	<b>Společnost</b>
Zaměstnanci	Zákazníci	Místní komunita
Management	Věřitelé	Vláda
Společníci	Distributoři	Státní správa
	Dodavatelé	Neziskové organizace
	Doprovci	Životní prostředí

Zdroj: Vlastní zpracování

### **3.1.5 Přínosy a případné zápory CSR**

Odpovědné podnikání má kladný dopad nejen na firmu, ale i na její okolí, jež svou činností ovlivňuje. Výhody plynou také zaměstnancům, místní komunitě a okolnímu prostředí. Například díky tomu, že firma odebírá suroviny, hlavně řepku olejků, od prověřených dodavatelů z blízkého okolí, může nabízet svým klientům kvalitnější produkty a podporuje zemědělskou produkci ve svém regionu.

V současné době spousta zákazníků a spotřebitelů dbá na to, aby kupovala produkty, jež byly vyrobeny v souladu s ochranou životního prostředí, případně s minimálními dopady na jeho znečištění. Právě díky tomu, že se firma orientuje na nákup kvalitních, chemicky neošetřených surovin, je pro ni snazší takovouto klientelu získat. Zákazníci oceňují její odpovědné chování a jsou ochotni si za produkty od takovéto firmy i připlatit. Svou činností firma neustále zlepšuje svou image a získává loajálnější klientelu.

Jako další přínos lze uvést zlepšování kvality života v dané oblasti. Při výrobě elektrické energie je totiž množství emisí znečišťujících ovzduší poměrně nízké. Firma také podporuje činnost MELA, o.p.s., čímž se také snaží zlepšovat své okolí.

## **3.2 Firma Česko - saské přístavy s.r.o.**

Firma Česko - saské přístavy s.r.o. (dále ČSP) byla založena 1. října 2002 a je 100% dceřinou společností spolku Sächsische Binnenhäfen Oberelbe GmbH, který provozuje na řece Labi šest vnitrozemských přístavů od Lovosic až po Roßlau. Pod Česko-saské přístavy spadají přístavy Děčín a Lovosice. Oba přístavy jak Děčín, tak Lovosice mají statut veřejného přístavu a využívají všechny druhy doprav – tzn., že jsou trimodální.

Mezi hlavní činnosti firmy patří překlad a skladování zboží. Firma disponuje překladním zařízením pro kusové, sypké a nadměrné zboží. Nově se zabývá také provozováním silniční nákladní dopravy a od roku 2016 disponuje také vlastním plavidlem "Alberthafen".

ČSP mají své sídlo v Děčíně, poblíž státní hranice se Spolkovou republikou Německo. V jejich správní budově jsou usídleny ještě další spediční a logistické firmy, které v mnoha případech s přístavem spolupracují.

Firma ČSP zaměstnává v současné době 28 zaměstnanců, z toho několik zaměstnanců v přístavu Lovosice. Strukturu zaměstnanců tvoří administrativní pracovníci, 8 pracovníků v managementu, překladní dělníci, jeřábníci, provozní elektrikáři a zámečníci.

### **3.2.1 Environmentální odpovědnost firmy**

Ačkoliv jsou Česko-saské přístavy trimodální, tzn., že se orientují na všechny druhy doprav, zaměřují se především na vodní dopravu, jež představuje ekologický druh dopravy. Výhodou tohoto druhu dopravy je nejen jeho ekologičnost, ale také množství zboží, které dokáže přepravit najednou, čímž šetří nejen životní prostředí, ale i náklady. Jako příklad lze uvést to, že jedna loď o nosnosti 1000 tun ušetří 40 kamionů, jež by jely po silnici. Prostřednictvím vodní dopravy je také možné přepravit různé investiční celky, nadměrné náklady, jejichž přeprava by jiným druhem dopravy byla obtížně realizovatelná, případně neproveditelná.

Pro úklid ve svých nemovitostech firma využívá ekologické čisticí prostředky, které neznečišťují životní prostředí, především vodu. Firma se snaží šetřit také energiemi, hlavně elektrickou energií.

V prostorách jednotlivých přístavů je tříděn všechen odpad dle zákonných norem. Také pracovníkům v kancelářích je umožněno třídění odpadu. Na pracovišti mají k dispozici nádoby na tříděný odpad.

### **3.2.2 Sociální odpovědnost firmy**

ČSP se snaží podporovat vzdělávání ve svém okolí, a proto spolupracuje s některými středními školami a učilišti z města Děčín a účastní se různých pracovních workshopů pro střední školy. Spolupráce probíhá především formou studijních stáží. Firma je také ochotná studenty podporovat při psaní vysokoškolských prací. V roce 2018 byly umožněny 3 stáže

studentů z Obchodní akademie v Děčíně. Přičemž stáž probíhala formální i neformální formou. Studentům byla umožněna prohlídka děčínského a lovosického přístavu. Jelikož firma ČSP úzce spolupracuje s mateřskou společností Sächsische Binnenhäfen Oberelbe GmbH byla studentům nabídnuta studijní stáž i prohlídka německých přístavů.

Firma nepodporuje jen vzdělávání žáků a učňů, ale podporuje také své zaměstnance. V případě potřeby je ochotna poskytnout pracovníkům volno, aby se mohli dále vzdělávat. Pracovníkům umožňuje účastnit se různých školení pro zvyšování jejich kvalifikace, např. v oblasti obsluhy překladního zařízení. Administrativním pracovníkům poskytuje také jazykové kurzy. Jelikož firma ČSP úzce spolupracuje se svou německou mateřskou firmou, je ráda, když mají zaměstnanci zájem učit se němčinu a prohlubovat si své jazykové znalosti.

Firma se soustřeďuje i na budování mezilidských vztahů na pracovišti. Pro své zaměstnance pořádá každý rok vánoční večírek, jehož se účastní i pracovníci z její mateřské společnosti. ČSP také organizují výlet na kolech po okolí. Tento výlet bývá mezi zaměstnanci oblíbenou aktivitou. O dobrých vztazích na pracovišti svědčí i fakt, že zaměstnanci z vlastní iniciativy slaví narozeniny svých kolegů.

ČSP se zaměřují také na rovné postavení mužů a žen na pracovišti. Z celkem 28 zaměstnanců pracuje ve firmě pouze 11 % žen, což je dáno druhem ekonomické činnosti firmy a vysokými nároky na obsluhu technického zařízení. Ženy jsou zaměstnávány především v administrativě a ve vedení společnosti. Firma disponuje také pracovními pozicemi, na nichž může zaměstnávat pracovníky se sníženou pracovní schopností. V současné době zaměstnává jednoho takového pracovníka, jenž má na starosti údržbu vozového parku, stravování a další.

Při výběrovém řízení je také dbáno na poskytování rovných pracovních příležitostí. Budoucí pracovníci jsou vybíráni především dle své kvalifikace, případných referencí a jejich přístupem k práci. Výběr nových pracovníků není ovlivněn věkem, pohlavím, ani jinými faktory. Důraz na rovné postavení pracovníků se projevuje i v mzdovém ohodnocení. Ohodnocení pracovníků je dáno sjednanými podmínkami a také náročností vykonávané činnosti, zkušeností pracovníků, atd..

ČSP dbá na dodržování pracovní doby. Za normální situace nezasahuje do mimopracovní doby svých pracovníků. Pokud to ale okolnosti vyžadují, např. z důvodu velkého objemu zakázek naráz, jsou realizovány přesčasy, případně zaměstnanci musí do práce i o víkendu. Tato situace ale nebývá častá, a v případě, že nastane jsou pracovníci náležitě ohodnoceni. Pracovníkům nenabízí možnost pracovat z domova, jelikož charakter práce toto moc neumožňuje.

V rámci péče o své zaměstnance poskytuje firma pracovníkům různé benefity. Pracovníkům poskytuje standardní zdravotní péči. Dodržuje zákonné limity zátěže hlukem, příp. dalších faktorů, poskytuje ochranné pomůcky a nástroje jako jsou oblečení, pracovní obuv a další. Vzhledem k náročnému provozu v přístavech dbá firma na to, aby pracovníci poskytnuté pracovní oděvy využívali. Na všech pracovištích jsou dodržovány aktuální bezpečnostní a hygienické zákonné normy. ČSP poskytují v rámci benefitů svým pracovníkům vánoční odměny a také příspěvky na rekreaci, jejichž výše se odvíjí od pracovního zařazení. Tyto příspěvky mohou zaměstnanci využít například pro úhradu ubytování, letenky a dalších. Tomu, kdo má penzijní připojištění, nabízí firma také možnost na toto připojištění přispívat. Dále pracovníkům v Děčíně zajišťuje stravování formou obědů, jež dováží z blízké školní jídelny. V Lovosicích bohužel tato možnost není, proto těmto pracovníkům přispívá na stravování formou stravenek.

Pracovníkům jsou poskytovány i další benefity. Např. mají 5 dní dovolené nad rámec zákona. Pokud musí zaměstnanci zůstat v práci přesčas nebo jít do práce o víkendu, dostanou za to příplatky, které mají v kolektivní smlouvě navýšeny nad rámec zákona. Firma si cení zaměstnanců, kteří pracují ve firmě delší dobu. Těmto pracovníkům je při pracovním jubileu, např. za 20, nebo 30 odpracovaných let ve firmě, poskytnuta odměna. Její výše se odvíjí od počtu odpracovaných let ve firmě. ČSP se stará i o zaměstnance, kteří odchází do důchodu. Pokud si zaměstnanec zažádá, je mu poskytnuto odchodné.

Z výše uvedeného je patrné, že Česko - saské přístavy o své zaměstnance pečují a snaží se, aby byli v zaměstnání spokojeni. O spokojenosti zaměstnanců vypovídá i to, že odchody zaměstnanců jsou způsobené převážně z důvodu vysokého věku. Současná fluktuace ve firmě se pohybuje mezi 1 až 2 %, což vypovídá o dobrém fungování firmy se stabilním prostředím.

### 3.2.3 Ekonomická odpovědnost firmy

Pro vedení Česko - saských přístavů s.r.o. je dodržování etiky při všech každodenních činnostech důležité, proto před nedávnem vytvořilo etický kodex. Každý zaměstnanec s tímto etickým kodexem byl důkladně seznámen a firma dbá na jeho dodržování. Etický kodex Česko - saských přístavů zahrnuje několik oblastí. Jako příklady oblastí, které etický kodex obsahuje, lze uvést všeobecné zásady firmy, ochranu životního prostředí, respektování lidských práv, ochranu zdraví a bezpečnosti při práci a řádné nakládání s odpady a další. Prostřednictvím etického kodexu se firma snaží o zamezení jakéhokoliv neetického a jinak nepřijatelného chování nejen uvnitř firmy, ale i ve vztahu s veřejností, při komunikaci se zákazníky atd. Etické chování je vyžadováno i od dodavatelů a klientů.

S dodržováním etiky úzce souvisí i fakt, že se firma zaměřuje na to, aby její podnikání bylo transparentní. Odmítá jakékoliv korupční jednání, přijímání úplatných darů a další. Firma dodržuje pravidla hospodářské soutěže a své zakázky vypisuje na speciálních portálech.

V rámci určité transparentnosti vydává firma každoročně výroční zprávu, která je určena pro její mateřskou firmu. Tuto zprávu přikládá k daňovému přiznání právnických osob za příslušný rok. S veřejností firma často nekomunikuje, ale v případě dotazů je ochotna vše zodpovědět. Na svých webových stránkách se snaží veřejnosti poskytovat informace o zajímavých zakázkách, překladech atd., aby jí přiblížila svou ekonomickou činnost.

Firma ČSP se snaží, aby veřejnost pochopila, čím se společnost zabývá a snaží se přiblížit veřejnosti ekologickým druhem dopravy. Jedenkrát ročně pořádá den otevřených dveří pro širokou veřejnost v přístavu Děčín, kdy se občané mohou blíže seznámit s překladním zařízením, prohlédnout si skladovací prostory i samotný přístav. Vzhledem k tomu, že přístav se rozprostírá na pravém břehu Labe a je 3 km dlouhý, je veřejnosti zpříjemněna prohlídka jízdou na pákových drezínách a nebo historickým vláčkem zvaným Hurvínek.

Firma ČSP se snaží podporovat své okolí, především v Ústeckém kraji. Občas přispívá na kulturní akce jako jsou maturitní plesy studentů pořádané v kulturním domě Střelnice. V rámci sociální podpory přispěla dětskému domovu nedaleko Děčína.

Firma ČSP se účastní dopravních a logistických veletrhů, které jsou pořádány jednou za dva roky a konají se v Brně nebo v Mnichově. V posledních letech se orientuje spíše na Mnichov, a to z důvodu souběhu obou veletrhů v jednom roce, což negativně ovlivňuje účast zákazníků na veletrhu v Brně. Na veletrhu je firma jedním z vystavovatelů a své zákazníky zve přímo k sobě na stánek, kde obchodní zástupci prezentují společnost a nabízejí její služby. Mimo to, že se firma účastní veletrhů, pořádá každoročně pro své zákazníky plavbu lodí po řece Labi. Při této plavbě jsou prezentovány nové produkty, kterými se firma snaží neustále rozšiřovat portfolio svých služeb. Tyto plavby jsou velice atraktivní a slouží k posílení partnerských vztahů se zákazníky.

Snahou ČSP je poskytovat všem zákazníkům kvalitní a bezpečné služby, proto je celý provoz certifikován podle normy ISO 9001-2015, díky které jsou minimalizována případná rizika, jež by se mohla vyskytnout např. během přepravy. Firma má v tomto systému kvality popsány všechny pracovní postupy a procesy, které se v ČSP vyskytují. Dále firma disponuje certifikací pro překlad a skladování zemědělských produktů GMP+4 Good manufacturing Practice, česky Správná/ Osvědčená výrobní praxe.

Firma řádně eviduje a monitoruje všechny případné stížnosti či reklamace. V případě, že obdrží nějaké negativní podněty, ihned na ně reaguje, uskuteční nápravná opatření a do budoucna se těmito situacím snaží zamezit.

Na vědu a výzkum se ČSP neorientují, ani v tomto oboru s nikým nespolupracují. Firma se zaměřuje spíše na zavádění nových technologií do svých terminálů, aby mohla stále zlepšovat nabízené služby, a aby i v budoucnu byla konkurenceschopná.

### **3.2.4 Stakeholdeři společnosti**

Společnost Česko - saské přístavy s.r.o. ovlivňuje mateřskou společnost Sächsische Binnenhäfen Oberelbe GmbH a zároveň je jí ovlivňována. Mateřské společnosti např. představuje pravidelně své měsíční, čtvrtletní a roční výsledky, informuje ji o případných problémech atd.. Dalšími stakeholdery firmy jsou orgány státní správy, např. finanční úřady. Firma ČSP jedná také se státními institucemi, které ovlivňují chod firmy. Spolupracuje s Úřadem práce, se zdravotními pojišťovnami a Českou správou

sociálního zabezpečení a řádně plní veškeré povinnosti, které vyplývají z platné legislativy. Činnost firmy a její výsledky jsou také ovlivňovány ministerstvy, především ministerstvem dopravy, jenž má na starost labskou vodní cestu a její udržování. Na své okolí včetně místní komunity firma působí spíše pozitivně, jelikož svou činností neznečišťuje okolní prostředí a ve městě Děčín každoročně pořádá den otevřených dveří ve svém přístavu, jež doprovází celodenní zábavný program.

Se svými klienty má firma kladný vztah. Svou činností i jim umožňuje snížit dopad jejich činnosti na životní prostředí, jelikož jim umožňuje využívat ekologický způsob dopravy pro přepravu nákladů. Spolupráce probíhá nejen s českými subjekty, ale i se zahraničními.

Ostatní firmy, ať již ze stejného oboru, či z jiného, ovlivňuje také. Nabízí jim možnost využít skladovacích prostor, prostor přístavů a pronajmutí kanceláří, ty jsou dobře situovány zejména pro firmy z logistických oborů. Z dalších stakeholderů lze jmenovat nejrůznější dodavatele. Na své dodavatele má firma vysoké požadavky, zejména z hlediska certifikace.

Firma se snaží, aby její pracovníci byli spokojeni, jelikož na ně působí každý den. Pracovníky Česko - saských přístavů s.r.o. ovlivňuje pouze v rámci pracovně-právního vztahu, poskytuje jim různé benefity, dbá na dodržování BOZP, umožňuje jim další vzdělávání a další aktivity. Mezi její zákazníky patří především právnické osoby. Na fyzické osoby se orientuje minimálně.

Česko - saské přístavy s.r.o. jsou ochotny přispívat na neziskové organizace, např. poskytl dar dětskému domovu atd. Někteří stakeholdeři společnosti jsou představeni níže v tabulce č. 4.

*Tab. 4: Někteří stakeholdeři firmy Česko - saské přístavy s.r.o.*

<b>Firma</b>	<b>Ekonomika</b>	<b>Společnost</b>
Zaměstnanci	Zákazníci	Místní komunita
Management	Ostatní firmy	Vláda (ministerstva,...)
Společníci - mateřská firma	Dodavatelé	Státní správa (FÚ, ÚP,...)
		Neziskové organizace
		Životní prostředí

Zdroj: Vlastní zpracování



### **3.2.5 Přínosy a případné zápory CSR**

Výhody z prosazování odpovědného podnikání plynou firmě i jejím stakeholderům, na něž svou činností působí. Například množství zboží, které pojme jedna loď, snižuje negativní dopady silniční dopravy na životní prostředí a zároveň silniční dopravě uleví. Tím, že firma dbá na to, aby spolupracovala hlavně s certifikovanými společnostmi, jsou minimalizována rizika, která by mohla během přepravy nebo překladau nastat. Svým klientům tedy může poskytovat kvalitnější služby.

Firma působí kladně i na okolní prostředí, jelikož svou činností neznečišťuje ovzduší. Podporuje také kulturu a sport ve svém okolí. Například v prostorech děčínského přístavu umožňuje zadarmo trénovat sportovnímu týmu, jenž se věnuje závodění v jízdě na pákových drezínách a při dni otevřených dveří, který pořádá každoročně, se koná i takovýto závod. ČSP se snaží zlepšovat kvalitu života ve svém okolí i tím, že podpořily dětský domov v České Kamenici.

Česko-saské přístavy se zaměřují na péči o své zaměstnance, umožňují jim dále se vzdělávat a zvyšovat kvalifikaci. Díky tomu, že firma poskytuje zaměstnancům různé benefity, komunikuje s nimi, jsou zaměstnanci spokojeni a mají větší zájem plnit zadané úkoly a podílet se na prosperitě firmy.

## **3.3 Firma ČEZ Korporátní služby, s.r.o.**

ČEZ Korporátní služby, s.r.o. je součástí Skupiny ČEZ v České republice a byla založena 24. října 2000. Skupina ČEZ je velké energetické uskupení, které nepůsobí jen v České Republice, ale napříč evropskými státy. V celé skupině je zaměstnáno kolem 30 000 pracovníků, z nichž firma ČEZ Korporátní služby, s.r.o. zaměstnává cca. 350 pracovníků. (dostupné z: [https://www.cezenergyservis.cz/data\\_5/soubory/17.pdf](https://www.cezenergyservis.cz/data_5/soubory/17.pdf), str. 2)

V rámci Skupiny ČEZ zajišťují ČEZ Korporátní služby s.r.o. 5 oblastí činností:

- dopravní služby - mají na starost vozový park skupiny ČEZ

- správa nemovitosti a movitého majetku, oblast správy neenergetického majetku - jako příklad lze uvést správu nemovitostí, jejich evidence, atd.
- podpůrné administrativní služby - těmi jsou například tiskové služby, stravování, podatelny a další
- vedení účetnictví
- personalistika - v této oblasti obstarávají např. personální a mzdovou administrativu,... (dostupné z: <https://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/skupina-cez/spolecnosti-skupiny-cez-v-cr/cez-korporatni-sluzby/profil-spolecnosti.html>)

Společenská odpovědnost této firmy je uplatňována jednotně v rámci celé Skupiny ČEZ. Skupina ČEZ ve výroční zprávě z roku 2017 uvádí: *"Při svém podnikání se Skupina ČEZ řídí přísnými etickými standardy, zahrnujícími odpovědné chování k zaměstnancům, společnosti a životnímu prostředí. V rámci své podnikatelské činnosti se Skupina ČEZ hlásí k principům trvale udržitelného rozvoje, podporuje energetickou úspornost, prosazuje nové technologie a vytváří prostředí pro profesní růst zaměstnanců. Firemní kultura je orientována na bezpečnost, stálý růst vnitřní efektivity a podporu inovací v zájmu růstu hodnoty Skupiny ČEZ."* (dostupné z: [https://www.cezenergoserwis.cz/data\\_5/soubory/17.pdf](https://www.cezenergoserwis.cz/data_5/soubory/17.pdf), str. 2)

### 3.3.1 Environmentální odpovědnost firmy

Skupina ČEZ se zaměřuje i na ochranu životního prostředí. Dopady jejích činností na životní prostředí jsou pravidelně sledovány a vyhodnocovány. Své dopady na okolní prostředí se snaží minimalizovat. V České republice se v oblasti environmentální odpovědnosti zaměřuje na několik podoblastí. Těmito podoblastmi jsou například ochrana ovzduší, ochrana vod, ochrana a podpora fauny a ochrana před hlukem .

- **ochrana ovzduší**

Cílem skupiny ČEZ je minimalizovat množství emisí, které při výrobě elektřiny a tepla znečišťují ovzduší. ČEZ na všech zařízeních produkujících elektřinu a teplo monitoruje množství vyprodukovaných znečišťujících látek a usiluje o jejich snížení prostřednictvím instalace zařízení k jejich snížení. Skupina ČEZ k tomuto ve své

výroční zprávě jako příklad uvádí: "Pro snížení objemu oxidů síry je většinou využívána vysokoúčinná metoda odsiřování kouřových plynů na principu mokré vápencové vypírky, v menších zdrojích je využívána polosuchá metoda, při které jsou škodliviny ze spalin absorbovány na částicích vápenné suspenze, a částice takto vzniklého produktu jsou následně vlivem tepla kouřových plynů usušeny.". (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, s. 149)  
Klesající spotřebu zachycuje tabulka č. 5.

Tab. 5: Spotřeba emisí v letech 2016 a 2017

	Jednotka	2016	2017	Index 2017/2016 (%)
Emise a měrné emise látek znečišťující ovzduší				
Tuhé látky	tun	1 521	1 421	93,4
Oxid siřičitý	tun	25 337	24 300	95,9
Oxid dusíku	tun	25 092	22 720	90,5
Oxid uhelnatý	tun	6 602	6 083	92,1
Oxid uhličitý	tun	27 666 116	25 057 242	90,6

Zdroj: Vlastní úprava dle <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, str. 152

- **ochrana vod**

Skupina ČEZ se zaměřuje na hospodárné využívání vody, proto také monitoruje její spotřebu. Voda je pro její činnosti, např. pro chlazení, velmi důležitá. V souvislosti ochranou vody dodržuje ČEZ podmínky pro její odběr a ochranu. Tabulka č. 6 níže uvádí, kolik vody bylo v jednotlivých letech spotřebováno. Z tabulky je patrné, že ČEZu se daří spotřebovávané množství snižovat.

Tab. 6: Spotřeba vody v letech 2016 a 2017

	Jednotka	2016	2017	Index 2017/2016 (%)
Spotřeba vody				
Celková spotřeba vody	tis. m <sup>3</sup>	541 876	508 964	93,9
v tom: povrchová voda	tis. m <sup>3</sup>	541 769	508 867	93,9
podzemní voda	tis. m <sup>3</sup>	107	97	90,7

Zdroj: Vlastní úprava dle <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, str. 152

- **Ochrana a podpora fauny**

Skupina ČEZ provádí výzkumy, zda svou činností ovlivňuje blízké okolí, či nikoliv. Zaměřuje se především na ochranu ptactva, které může být její činností ohroženo nejvíce, hlavně kvůli velkému množství elektrického vedení, na něž by mohlo usednout. Proto vypracoval akční plán na Ochranu proti přisedání ptactva, jenž má být realizován do konce roku 2024. ČEZ ve své výroční zprávě z roku 2017 informuje, že: *"Postupně nahrazuje nevyhovující konzoly na stávajících vedeních novými bezpečnými konzolami typu „Pařát“.* V roce 2017 byly nainstalovány bezpečné konzoly na 567 km stávajících vedeních, resp. na 6 305 ks podpěrných bodů. Další aktivitou je postupná instalace doplňkových ochran typu OKI a Ensto do míst, kde není v současné době vhodné či možné z technických důvodů instalovat bezpečné konzoly typu „Pařát“. V roce 2017 byly doplňkové ochrany aplikovány na cca 1 850 ks podpěrných bodů." (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, str. 150) Pro podporu ptactva instaluje také hnízdící budky a v následujících letech se chce zaměřit i na ptáky hnízdící na zemi.

ČEZ se ale nezaměřuje jen na ochranu ptactva, ale také například na ochranu motýla okáče, který patří k ohroženým druhům, a jehož populace byla objevena v areálu elektrárny Tušimice.

- **Ochrana před hlukem**

ČEZ se snaží chránit zdraví občanů v blízké vzdálenosti k elektrárnám, jelikož mohou být velkým zdrojem hluku. Pravidelně monitoruje hodnoty hluku a splňuje všechny hlukové limity stanovené zákonem.

V souvislosti s ochranou životního prostředí lze také uvést fakt, že ČEZ rozšiřuje své zdroje energií o obnovitelné zdroje. V roce 2017 nakoupil několik větrných elektráren.

ČEZ vlastní velké množství automobilů, v ČR to je okolo 4500 vozů. Proto se nově zaměřuje i na problematiku znečišťování ovzduší automobily a ve svém vozovém parku má již přes 30 elektromobilů. (dostupné z: <https://elektrickevozy.cz/clanky/cez-diky-dotacim-poridil-nove-elektromobily-hyundai-ioniq>), (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, str. 149-152)

### 3.3.2 Sociální odpovědnost firmy

Sociální odpovědnost skupiny ČEZ se zaměřuje především na firemní filantropii. Skupina dlouhodobě podporuje své okolí a společně s Nadací ČEZ je v České republice na prvním místě v této oblasti. Svou nadaci s názvem Nadace ČEZ (dříve Nadace Duhová energie) založila skupina 25. července 2002.

Snahou Skupiny je zapojovat do firemní filantropie i své pracovníky. Firemní filantropie zde neprobíhá jen formou dárcovství, ale také nakupováním produktů z chráněných dílen atd. Jako zajímavost lze uvést fakt, že se snaží zapojit, možná i z důvodu své propagace a zlepšení image, veřejnost. ČEZ nabízí všem volně ke stažení aplikaci EPP - Pomáhej pohybem, která uživatelům nejen, že měří sportovní výsledky, ale zároveň umožňuje uživatelům dle délky a druhu sportovní činnosti sbírat body. Těmito body poté mohou podpořit různé charitativní projekty, které ČEZ chce podpořit. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>)

Dalším projektem jsou zaměstnanecké granty. Jejich prostřednictvím skupina ČEZ usiluje o to, aby se i pracovníci dobrovolně podíleli na firemní filantropii. ČEZ je ochotný podpořit neziskové organizace, ve kterých jsou jejich zaměstnanci angažováni. Jako další projekt, jímž skupina ČEZ podpořila vzdělávání žáků v České republice, lze uvést například projekt Oranžové schody, jehož prostřednictvím se zaměřila na podporu hendikepovaných dětí, pedagogů vytvořením bezbariérových úprav. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>)

Ve výroční zprávě skupina ČEZ uvádí seznam projektů, které v daném roce podpořila. V roce 2017 skupina ČEZ podpořila celkem 1 015 projektů v celkové částce 185,96 mil. Kč.. Strukturu účelů, na něž byly dary poskytnuty zobrazuje následující obrázek č. 5. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>)

### Rozdělení přímých finančních darů ČEZ, a. s., podle oblastí

Oblast	mil. Kč	%
infrastruktura obcí a rozvoj regionů	36,9	61,2
kultura a životní prostředí	13,7	22,8
školství, věda, péče o mládež	1,1	1,9
sport	8,3	13,8
potřební a postižení	0,2	0,4
<b>Celkem</b>	<b>60,3</b>	<b>100,0</b>

Obr. 5: Struktura oblastí, na něž byly poskytnuty dary

Zdroj: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, str. 145

Skupina ČEZ se nevěnuje jen firemní filantropii, ale také pečuje o své zaměstnance. Těm poskytuje řadu benefitů a výhod peněžního i nepeněžního charakteru. Jedním z benefitů je zkrácená pracovní doba na 37,5 hodin týdně a pracovníci mají také navýšenou dovolenou z 20 dní daných zákonem na 25 dní. Pokud to vykonávaný druh pracovní činnosti umožňuje, mohou pracovníci vykonávat práci z domova. Další z výhod, jež jsou pracovníkům poskytovány, jsou příspěvky na rekreaci a volnočasové aktivity. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>)

Příspěvky poskytuje také na životní pojištění a penzijní připojištění. Dále pracovníkům nabízí závodní stravování. Skupina ČEZ dbá na zdraví svých pracovníků, a proto jim dopřává pravidelné zdravotní prohlídky např. v rámci dnů zdraví. V případě, že zaměstnanci onemocní, jsou jim první 3 dny nemoci proplaceny. Dále přispívá zaměstnancům při pracovních jubileích a také se stará o zaměstnance, kteří odešli do důchodu. Pro tyto zaměstnance má zřízen zvláštní Nadační fond Senioři Skupiny ČEZ a kluby důchodců. Dle výroční zprávy skupiny ČEZ z roku 2017 vzniklo také několik vlastních mateřských školek. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>)

ČEZ se zaměřuje také na vzdělávání svých zaměstnanců a spolupracuje s některými školami v ČR. Studentům nabízí absolventské a trainee programy, jejichž pomocí jim umožňuje zaškolení se a získání prvních pracovních zkušeností. Svým zaměstnancům poskytuje nejrozumnější školení v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, také školení pro zvýšení jejich kvalifikace a mnoho dalších.

### 3.3.3 Ekonomická odpovědnost firmy

Pro Skupinu ČEZ jsou dodržování etických standardů a transparentnosti podnikání velmi důležité faktory. Skupina má proto zaveden etický kodex a řídí se přísnými etickými standardy. Její etický kodex je zpracován do formy tzv. desatera etického kodexu. Skupina dbá na dodržování tohoto kodexu nejen při komunikaci s veřejností, ale při všech svých aktivitách. Zakládá si na korektnosti, důvěře a integritě. Etický kodex shrnuje deset základních oblastí. V rámci těchto oblastí má stanoveny obecné standardy, chování k zaměstnancům, akcionářům, vně firmy atd.

Pro zajištění transparentnosti svého podnikání vydává Skupina ČEZ hromadnou výroční zprávu za všechny její firmy a některé firmy si publikují výroční zprávy navíc samy. Výroční zprávy slouží nejen veřejnosti, orgánům státní správy, ale i členům Skupiny ČEZ. Ve výroční zprávě informuje o hospodářských výsledcích, o majetkových změnách, ale také o své společenské odpovědnosti.

Skupina ČEZ se snaží poskytovat všem stakeholderům kvalitní a bezpečné služby. K tomu jí slouží i nejrůznější certifikace, jako příklad lze uvést mezinárodní certifikát systému řízení ochrany životního prostředí EMS. *"Certifikát EMS prokazuje, že firma skutečně naplňuje politiku v ochraně životního prostředí a odpovědný postoj managementu a všech pracovníků společnosti k dané oblasti."* (dostupné z: <https://www.cez.cz/cs/promedia/tiskove-zpravy/669.html>)

Firma se zaměřuje také na monitorování případných stížností a reklamací a vše řádně eviduje. Cílem Skupiny ČEZ je ale takovýmto situacím předcházet.

Celá Skupina se každoročně zaměřuje na výzkum a vývoj. V roce 2017 vydala na tyto aktivity 1 041,1 mil. Kč. Skupina také spolupracuje v rámci mezinárodních spoluprací s dalšími firmami. Například je členem Electric Power Research Institute, Inc., neboli EPRI především v oblasti jaderné energetiky a mnoha dalších. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>, str. 138-139)

### 3.3.4 Stakeholderi společnosti

Vzhledem k rozsáhlosti a velikosti celé Skupiny ČEZ má skupina i velké množství nejrozličnějších stakeholderů. Stakeholdery Skupiny ČEZ jsou její zaměstnanci včetně managementu. Vzhledem k rozsahu nabídky ČEZu je pravděpodobné, že spousta jejích zaměstnanců patří zároveň mezi její zákazníky, případně je lze považovat i za veřejnost.

ČEZ své pracovníky ovlivňuje nejen při pracovních vztazích, ale i ve volném čase. Staví například hřiště pro veřejnost, podporuje školy, sportovní aktivity a mnoho dalších. Skupina ČEZ působí nejen na fyzické osoby - zaměstnance, veřejnost, zákazníky, ale také na právnické osoby, které mohou být rovněž jejími zákazníky.

Dalšími stakeholdery jsou různí dodavatelé, vláda, orgány státní správy, životní prostředí. Významnými stakeholdery jsou neziskové organizace vzhledem k rozsáhlosti firemní filantropie. Někteří stakeholderi firmy jsou uvedeni níže v tabulce č. 7.

Tab. 7: Někteří stakeholderi Skupiny ČEZ.

<b>Firma</b>	<b>Ekonomika</b>	<b>Společnost</b>
Zaměstnanci	Zákazníci	Místní komunita
Management	Dodavatelé	Vláda
Skupina ČEZ	Distributoři	Státní správa
		Neziskové organizace
		Životní prostředí

Zdroj: Vlastní zpracování

### 3.3.5 Přínosy a případné záporny CSR

Společensky odpovědné podnikání ČEZu přináší výhody všem jejím stakeholderům. Jako jeden z nejvýznamnějších přínosů lze uvést přínosy místní komunitě. Jak již bylo zmíněno, skupina ČEZ je v České republice nejvýznamnějším firemním dárcem, má svou vlastní nadaci a každoročně věnuje velké množství finančních prostředků na podporu potřebným. ČEZ vytváří také hřiště, podporuje sportovní a kulturní aktivity a zlepšuje život občanů napříč Českou republikou.



Přínosy plynou také zaměstnancům. ČEZ se zaměřuje na to, aby pracovníci měli vhodné pracovní podmínky a byli v zaměstnání spokojeni. Proto jim také poskytuje velké množství finančních i nefinančních benefitů a výhod. Zároveň to, že jsou zaměstnanci spokojeni, přináší výhody i ČEZu, protože má motivované a spokojené zaměstnance.

ČEZ se zaměřuje i na ochranu životního prostředí. V rámci ochrany životního prostředí lze uvést přínosy pro zvířectvo, především ptáky. Do roku 2024 si dal ČEZ závazek, že všechna jeho elektrická vedení v ČR zabezpečí tak, aby již nedocházelo k ohrožování ptactva. Pro ptáky také staví různá hnízdiště atd.

Uplatňování CSR přináší výhody i pro samotnou skupinu ČEZ. Prostřednictvím dobře uplatňované CSR zlepšuje svou hodnotu a image všech podniků, které do skupiny ČEZ patří. Díky tomu, že ČEZ sleduje svou spotřebu energií a zavádí příslušná opatření, dochází také k úspoře nákladů, atd.

## **4 Porovnání současných trendů (teorie) CSR s aplikovanou praxí daných firem**

Tato kapitola se zaměřuje na porovnání trendů představených v kapitole 2.8 v závislosti na aplikované praxi zvolených firem. V závěru kapitola srovnává firmy mezi sebou a zároveň poukazuje na přínosy a případné zápory spojené s konceptem CSR.

### **4.1 Porovnání teorie a praxe firmy BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o.**

Prvním trendem je zvyšující se kooperace mezi firmami např. na vědě a výzkumu. Tento trend není firmou aplikován. Firma se na výzkum nové technologie a dalších výzkumů zaměřuje sama. V rámci své činnosti firma klade důraz spíše na rostoucí spolupráci se subjekty veřejného sektoru. Firma spolupracuje např. s Vysokou školou chemicko-technologickou v Praze. Vzájemná spolupráce je pro ni důležitá zejména z hlediska laboratorního testování a ověřování kvality vlastní produkce. Následuje trend, jenž souvisí se zvyšujícím se ohledem na odpovědné spotřebitele. BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. své zákazníky informuje o všech parametrech produktu a na svých webových stránkách poskytuje dostatek doplňujících informací ke všem produktům. Představuje jednotlivé produkty, jejich původ, také uvádí údaje týkající se vlivu řepkového oleje na zdraví, údaje o výrobě a například také informuje o zákonných limitech pro emise, atd.. Tento trend souvisí s následujícím, jenž je vliv generace Z na odpovědný přístup firmy. Na odpovědný přístup firmy bylo dbáno již při vzniku myšlenky takovýto investiční celek, jehož cílem je bezodpadová výroba, vybudovat. Jak již bylo zmíněno v kapitolách výše, zákazníkům je nově nabízena možnost nakoupit olej do vlastních nádob, či jen potřebné množství na různých místech po ČR. Na svých webových stránkách, blogu, sociálních sítích se snaží informovat o certifikátech, jež obdržela na své produkty.

Nová pracovní místa v souladu s trendem zaměřující se na vznik nových pracovních míst, nevytváří. Také nedochází k rozdělení společnosti dle postoje k udržitelnosti, zaměstnancům je na pracovišti umožněno tříditi odpady, ale vliv na chod společnosti ani na vztahy na pracovišti tento trend nemá. Firma se snaží využívat a hledat stále nové technologie, ale umělou inteligenci ve svých provozech nevyužívá. Jako příklad lze uvést to, že již po třech letech provozu elektrárny firma provedla rekonstrukci jejího kotle. Souhrn současných trendů z roku 2018 a jejich aplikaci do firemní praxe uvádí tabulka č. 8.

Tab. 8: Aplikace trendů roku 2018 ve firmě BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o.

Trendy roku 2018	Aplikace trendů do praxe
Růst kooperace mezi firmami	X
Vyšší ohled na odpovědné spotřebitele	✓
Vliv generace Z na odpovědný přístup	✓
Vyšší integrace udržitelného přístupu do firemních hodnot a procesů	✓
Tlak na vlastní reporting	✓
Vznik nových pracovních míst	X
Rozdělení firmy dle přístupu k recyklaci	X
Využívání nových technologií, umělé inteligence	✓
Příprava místní samosprávy na důsledky klimatických změn	X

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.2 Porovnání teorie a praxe firmy Česko-saské přístavy s.r.o.

První trend roku 2018, jímž je rostoucí kooperace mezi firmami, je pro firmu důležitý. Firma spolupracuje se svou mateřskou firmou v oblasti marketingu, v získávání zakázek atd.. Pro firmu je také důležitá zvyšující se kooperace s veřejným sektorem, proto se na ni firma při své činnosti orientuje. Kooperace s vládními institucemi a ministerstvy je pro její chod nezbytná. Jelikož např. ministerstvo dopravy spravuje

labskou vodní cestu a celoroční splavnost Labe je pro firmu klíčová. Dalším trendem, kterým je prosazování vyššího ohledu na odpovědné spotřebitele, je v souladu např. se způsobem dopravy, jenž firma nabízí. O nabízeném druhu dopravy informuje na různých logistických veletrzích, kde klientům nabízí ekologický způsob dopravy. Vliv generace Z na odpovědný přístup u této firmy nelze posoudit. Firma momentálně zaměstnává převážně pracovníky ve středním věku, kteří do generace Z nepatří a jejími klienty jsou ve většině případů právnické osoby. Dále se firma snaží integrovat udržitelný přístup do firemních hodnot např. tím, že šetří energiemi a třídí odpad. Další trend, tlak na vlastní reporting založený na měřitelných výsledcích, se u firmy prozatím neprojevil. Firma na svých webových stránkách spíše informuje o zajímavostech z přeprav, ale zatím ne o výsledcích. V souvislosti s trvale udržitelným podnikáním nová pracovní místa firma momentálně nevytváří. Trend týkající se rozdělení společnosti dle přístupu k recyklaci se ve firmě neprojevuje, proto nelze hodnotit. Někteří zaměstnanci třídí víc, jiní méně. V prostorech jednotlivých přístavů jsou odpady recyklovány vždy. V souvislosti s trendem využívání nových technologií, firma zavádí nové softwarové systémy a snaží se využívat nové technologie a stroje v jednotlivých přístavech. Aplikované trendy roku 2018 v této firmě shrnuje tabulka č. 9.

Tab. 9: Aplikace trendů roku 2018 ve firmě Česko-saské přístavy s.r.o.

Trendy roku 2018	Aplikace trendů do praxe
Růst kooperace mezi firmami	✓
Vyšší ohled na odpovědné spotřebitele	✓
Vliv generace Z na odpovědný přístup	X
Vyšší integrace udržitelného přístupu do firemních hodnot a procesů	✓
Tlak na vlastní reporting	X
Vznik nových pracovních míst	X
Rozdělení firmy dle přístupu k recyklaci	X
Využívání nových technologií, umělé inteligence	✓
Příprava místní samosprávy na důsledky klimatických změn	X

Zdroj: Vlastní zpracování

### **4.3 Porovnání teorie a praxe firmy ČEZ Korporátní služby, s.r.o.**

V souvislosti s prvním trendem, jímž je rostoucí kooperace s mezi firmami lze především uvést spolupráci ČEZu v rámci celé skupiny. I pro ČEZ je také důležitá kooperace s veřejným sektorem, proto spolupracuje s různými odbornými školami.

Skupina ČEZ se snaží o svých výsledcích a o svém odpovědném podnikání informovat každoročně prostřednictvím výročních zpráv. Výroční zprávy vydává za celou skupinu firem a jsou dostupné na k tomu určených webových stránkách. V rámci skupiny se orientuje ČEZ také na výzkum a vývoj, např. v roce 2017 vydal na výzkum a vývoj Kč 1.011,1 milionu. Trend související s rozdělením společnosti dle přístupu k recyklaci se v této skupině firem neprojevuje, jelikož skupina ČEZ dbá na recyklaci napříč všemi firmami.

Trend, jímž je navyšování pracovní míst, se ve skupině ČEZ projevuje. K 31. 12. 2017 pracovalo v celé skupině celkem 29 837 pracovníků. Počet pracovních míst se celkově navýšil o 2 942. V ČR došlo k navýšení pracovních pozic o 878 pracovníků.

Spousta zákazníků, především mladších, se zajímá o vliv ČEZu na životní prostředí. Také trend související s vyšší integrací udržitelného přístupu do firemních hodnot a procesů skupina ČEZ plní. Při svém podnikání uplatňuje ve všech procesech principy trvale udržitelného rozvoje. (dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>) Přehled aplikovaných trendů 2018 do firemní praxe ukazuje tabulka č. 10.

Tab. 10: Aplikace trendů roku 2018 ve Skupině ČEZ

Trendy roku 2018	Aplikace trendů do praxe
Růst kooperace mezi firmami	✓
Vyšší ohled na odpovědné spotřebitele	✓
Vliv generace Z na odpovědný přístup	✓
Vyšší integrace udržitelného přístupu do firemních hodnot a procesů	✓
Tlak na vlastní reporting	✓
Vznik nových pracovních míst	✓
Rozdvojení firmy dle přístupu k recyklaci	X
Využívání nových technologií, umělé inteligence	✓
Příprava místní samosprávy na důsledky klimatických změn	X

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.4 Zhodnocení a porovnání praxe v kontextu současných trendů mezi vybranými firmami

Při porovnání environmentální oblasti CSR je patrný rozdíl, především z důvodu rozdílného předmětu činnosti daných firem. Některé oblasti nelze praktikovat u všech firem, například bezodpadová výroba není možná u společnosti Česko - saské přístavy s.r.o, neboť se orientuje především na poskytování služeb a nic nevyrábí. Zajímavostí je, že bezodpadové výroby není schopná ani skupina ČEZ, ale jen firma BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o., která při výrobě v lisovně zužitkuje odpad z řepky pro provoz elektrárny a odpad z elektrárny, tedy popílek dále prodává jako biologické hnojivo.

Všechny firmy dodržují legislativu týkající se životního prostředí a svými činnostmi se ho také snaží chránit. Environmentální oblast je nejvíce zohledněna u skupiny ČEZ vzhledem k rozsahu, kterého je schopna. ČEZ dbá i na ochranu fauny a prosazuje šetrnou ekologickou kulturu i vně podnik a další. Porovnání vybraných firem v rámci environmentální oblasti ukazuje tabulka č. 11.

Tab. 11: Porovnání environmentální oblasti CSR jednotlivých firem

Environmentální oblast	BIOENERGO-KOMPEX s.r.o.	Česko-saské přístavy s.r.o.	ČEZ Korporátní služby s.r.o.
Dodržování environmentální legislativy	✓	✓	✓
Ochrana přírodních zdrojů	✓	✓	✓
Využívání obnovitelných zdrojů	✓	X	✓
Prosazování šetrné ekolog. firemní kultury	X	X	✓
Prosazování odpovědných envir. opatření vně podnik	X	X	✓
Ekologická výroba	✓	-	X
Bezodpadová výroba	✓	-	-
Ochrana životního prostředí a zdraví občanů	✓	✓	✓
Recyklace	✓	✓	✓
Ekologický druh dopravy	X	✓	✓
Využívání ekolog. a šetrných čisticích prostředků	X	✓	X

Zdroj: Vlastní zpracování

Každá z těchto firem se při uplatňování své sociální odpovědnosti orientuje na nejrůznější složky a některé z nich mají společně i přesto, že BIOENERGO-KOMPEX, s.r.o. a Česko - saské přístavy s.r.o. zatím nemají koncept CSR do svých strategií zaveden. Při porovnání toho, co jednotlivé firmy uplatňují je zřejmé, že skupina ČEZ díky tomu, že má koncept CSR dobře zpracován a implementován napříč všemi firmami, je její sociální oblast podnikání na vyšší úrovni a poskytuje více výhod a benefitů. Například všechny firmy si zakládají na rovném postavení pracovníků, bez jakékoliv diskriminace. Výrazný rozdíl je patrný např. při firemní filantropii. Filantropie je uplatňována nejvíce v rámci skupiny ČEZ a tato skupina je největším dárcem mezi firmami v České republice. Výčet toho, na co se firmy v sociální oblasti orientují, uvádí níže tabulka č. 12.

Tab. 12: Porovnání sociální oblasti CSR jednotlivých firem

Sociální oblast	BIOENERGO-KOMPEX s.r.o.	Česko-saské přístavy s.r.o.	ČEZ Korporátní služby s.r.o.
Zákaz diskriminace	✓	✓	✓
Rovnost mužů a žen	✓	✓	✓
Dodržování pracovní doby	✓	✓	✓
Pružná pracovní doba	✓	X	✓
Práce z domova	✓	X	✓
Firemní filantropie	✓	✓	✓
Rozmanitost na pracovišti	✓	✓	✓
Zdravé firemní klima	✓	✓	✓
Zajištění dostupnosti pracoviště	✓	✓	✓
Péče o zaměstnance	✓	✓	✓
Zajištění BOZP	✓	✓	✓
Školení a rozvoj pracovníků	✓	✓	✓
Zaměstnávání ZTP	X	✓	✓
Vánoční večírky	✓	✓	✓
Firemní oslavy	X	✓	✓
Volnočasové aktivity (výlety, atd.)	X	✓	✓
Spolupráce se školami, studijní stáže	✓	✓	✓
Odměny za pracovní jubilea	X	✓	✓
Vyšší příplatky za přesčasy	X	✓	X
Odchodné	X	✓	✓
Příspěvek na rekreaci	X	✓	✓
Zaměstnanecké půjčky	✓	X	✓



Péče o děti předškolního věku	X	X	✓
Náhrada za první 3 dny nemoci	X	X	✓

Zdroj: Vlastní zpracování

Základem v ekonomické oblasti je dodržování určitých standardů. Vhodné je, aby firmy měly stanoven etický kodex, který upravuje chování a jednání v rámci firmy, ale i ve vztahu s okolím. Prostřednictvím etického kodexu upravují firmy vztahy uvnitř firmy, k životnímu prostředí, společníkům, veřejnosti atd.

Všechny tyto firmy si zakládají na transparentnosti svého podnikání a každoročně vytváří výroční zprávy. V souladu s transparentností podnikání také odmítají korupční jednání a přijímání úplatných darů.

Pro firmy je důležité udržovat své vztahy se zákazníky a okolím. Proto se také soustředí na to, aby jejich produkty a služby byly bezpečné. Vzhledem k propracovanosti konceptu CSR u Skupiny ČEZ do všech jejích aktivit, jsou u této firmy uplatňovány principy dobrého řízení. Díky tomu firma může snáz monitorovat případné nesrovnalosti a předcházet rizikům. Srovnání ekonomické oblasti ukazuje tabulka č. 13.

Tab. 13: Porovnání ekonomické oblasti CSR jednotlivých firem

Ekonomická oblast	BIOENERGO-KOMPEX s.r.o.	Česko-saské přístavy s.r.o.	ČEZ Korporátní služby s.r.o.
Etický kodex	X	✓	✓
Výroční zprávy	✓	✓	✓
Transparentnost	✓	✓	✓
Odmítání korupce	✓	✓	✓
Upevňování dodavatelско-odběratelských vztahů	✓	✓	✓
Upevňování vztahů se zákazníky	✓	✓	✓
Zavádění inovací	✓	✓	✓
Zajištění udržitelnosti produktů	✓	-	-
Poskytování kvalitních a bezpečných produktů/ služeb	✓	✓	✓
Uplatňování principů dobrého řízení	X	X	✓

Zdroj: Vlastní zpracování

## 4.5 Přínosy a případné zápory CSR ve vybraných firmách

Odpovědné podnikání u vybraných firem přináší výhody celé řadě skupin. Přínosy plynou samotným firmám a všem jejím stakeholderům. Jelikož firmy pečují o své zaměstnance, jsou tito pracovníci spokojenější, motivovanější a zároveň produktivnější. Přínosem pro pracovníky je také například možnost se dál vzdělávat, zvyšovat si svou kvalifikaci a možnost mít od firem nejrůznější příspěvky např. na rekreaci, na stravování a jiné.

Přínosy plynou i klientům a zákazníkům. V důsledku odpovědného podnikání jim jsou poskytovány produkty a zboží ve vyšší kvalitě. Svým odpovědným chováním působí firmy i na své dodavatele. Vyžadují nejen kvalitnější suroviny, ale někdy také to, aby se i oni chovali odpovědně.

Tyto firmy se také snaží minimalizovat dopady svých činností na okolní prostředí. Snaží se případným negativním dopadům předcházet. Firmy se snaží neplýtvat energiemi, recyklovat a mnoho dalšího.

V konečném důsledky při správně uplatňovaném konceptu CSR dochází ke zvyšování hodnoty podniku, ke zlepšení jeho image. Firmy získávají také loajálnější klienty, jsou více přitažlivé pro případné investory. Dále mají spokojenější zaměstnance, kteří jsou zároveň produktivnější a v některých oblastech mohou dokonce snížit své náklady.

## 5 Formulace závěrů a vlastních doporučení

Cílem této práce bylo identifikovat teorii a aplikovanou praxi konceptu společenské odpovědnosti (CSR) u vybraných firem BIOENERGO-KOMPLEX, .s.r.o., Česko - saské přístavy s.r.o. a ČEZ Korporátní služby, s.r.o., porovnat a následně zhodnotit danou problematiku, které v rámci tohoto konceptu může být uplatňována. Na základě dat a údajů poskytnutých společnostmi BIOENERGO-KOMPLEX, .s.r.o., Česko - saské přístavy s.r.o. a ČEZ Korporátní služby, s.r.o. vyplývá, že mnohé faktory odpovědného podnikání jsou u těchto firem shodné, a že prostřednictvím dobře a intenzivně aplikovaného konceptu CSR mohou společnosti předcházet vysoké fluktuaci zaměstnanců, snižovat své náklady, pozitivně působit na okolní prostředí, snižovat dopady svých ekonomických aktivit na životní prostředí, minimalizovat některá rizika a mnoho dalšího. Avšak snižování firemních nákladů nelze aplikovat plošně. Například firma, která pečuje o své zaměstnance, poskytuje jim různé benefity a další výhody, své náklady v této oblasti naopak navyšuje. Snižování nákladů při důsledném aplikování konceptu CSR je možné především v environmentální oblasti, zejména ve snižování nákladů ve spotřebě energií.

Z výsledků provedeného výzkumu také plyne, že Skupina ČEZ by mohla být vzorem pro tyto dvě menší společnosti. Na výsledcích skupiny ČEZ jsou přínosy nejvíce patrné, jelikož koncept CSR má již delší dobu zaveden a řídí se jím při všech svých aktivitách. Dle jejích výsledků je zřejmé, že pomocí správně uplatňovaného konceptu CSR lze snížit náklady v oblasti spotřeby vody, emisí a dalších.

Z uskutečněného porovnání vyplývá, že firmy BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. a Česko - saské přístavy s.r.o. jsou v mnoha ohledech společensky odpovědné, a to i přes to, že v současné době ještě koncept CSR do své vnitropodnikové strategie implikován nemají.

Z provedeného výzkumu také vyplývá, že obě tyto firmy jsou na nejlepší cestě k zavedení CSR do všech svých podnikových činností. Z toho také pro tyto firmy plyne doporučení zavést koncept CSR. Jelikož již v současné době jsou obě firmy společensky odpovědné, není důvod, proč by o této skutečnosti nemohly informovat i své okolí. Pokud by firmy CSR zavedly, mohly by se odlišit od praktik ostatních firem, které se například prezentují

jako odpovědné, ale ve skutečnosti tomu tak někdy není. U těchto dvou firem by také bylo vhodné koncept CSR zavést i z důvodu zefektivnění svého odpovědného podnikání napříč všemi podnikovými procesy. V současné době tyto firmy zohledňují vliv své ekonomické činnosti na životní prostředí, ale existuje ještě spousta dalších možností, na které by mohly dále zaměřit. Doporučení pro tyto dvě firmy je tedy následovné:

- zavést koncept CSR do podnikové strategie a všech aktivit
- zaměřit se na větší propagaci odpovědného podnikání
- sledovat, evidovat výši spotřeby energií

U společnosti BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. lze také uvažovat nad větším propojením elektrárny a lisovny s možným využitím elektřiny z elektrárny pro činnost lisovny.

## Závěr

Cílem této práce bylo zhodnotit jaká je aplikovaná praxe konceptu společenské odpovědnosti ve vybraných firmách a identifikovat možné přínosy, které z uplatňování konceptu CSR plynou. Dílčím cílem bylo zhodnotit firemní praxi v souladu se současnými trendy.

Dle provedeného průzkumu lze postupně zodpovědět stanovené výzkumné otázky: Jaký dopad má uplatňování CSR na fungování daných společností? Je CSR přínosem nejen pro firmu, ale i pro zainteresované strany, např. pro zaměstnance a občany v jejím okolí?

Odpovědí na tyto otázky je, že aplikace konceptu CSR má spíše pozitivní vliv na chod firem. Odpovědný přístup zlepšuje postavení firmy na trhu a zvyšuje hodnotu firmy v očích veřejnosti i jejích pracovníků a přináší firmám řadu výhod. Díky tomu, že mají firmy spokojené pracovníky, snižují své náklady v rámci náborových akcí, nemusí neustále shánět a zaučovat nové pracovníky. Takže část nákladů, které firmy investují do svých pracovníků prostřednictvím nejrůznějších benefitů se jim vrátí ve formě spokojených pracovníků. Přínosy plynou nejen firmám, ale i pracovníkům, zákazníkům a jejímu okolí, ve kterém působí. V důsledku toho, že firmy dbají na dopady svých ekonomických činností na životní prostředí, snaží se negativní dopady minimalizovat. Pokud totiž firma dbá na to, aby se šetřilo energiemi, šetří nejen životní prostředí, ale i své náklady, jak je patrné například u spotřeby vody u Skupiny ČEZ.

Dílčím cílem bylo, zda aplikované praxe odpovídá současným trendům CSR. Všechny firmy se dle uskutečněného průzkumu snaží v rámci svého odpovědného podnikání následovat současné trendy v uplatňování CSR. Firmy se především orientují na trendy související se zákazníky a klienty. Zaměřují se na vlastní reporting, aby klientům a nejen jim poskytovaly dostatečné množství informací o svých činnostech.

Na základě dat a údajů poskytnutých společnostmi BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o., Česko - saské přístavy s.r.o. a ČEZ Korporátní služby, s.r.o. vyplývá, že mnohé mají tyto firmy společné. Avšak koncept CSR je u firmy ČEZ Korporátní služby, s.r.o., která je součástí Skupiny ČEZ, důkladněji propracován a aplikován do všech jejích činností

napříč celou skupinou. Skupina ČEZ správně uplatňuje koncept společenské odpovědnosti ve všech oblastech a své působení na stakeholdery monitoruje. Proto přínosy plynoucí z uplatňování konceptu CSR jsou u této firmy patrnější a významnější. Celá Skupina ČEZ například díky CSR zlepšuje svou image, zvyšuje svou hodnotu a je také schopna některé své náklady např. na spotřebu energií každoročně snižovat.

Z provedeného průzkumu vyplývá, že více odpovědná je firma Skupiny ČEZ a menší firmy BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. a Česko - saské přístavy s.r.o. by se jejím uplatňováním společenské odpovědnosti v praxi měly inspirovat. Tyto firmy jsou sice určitým způsobem společensky odpovědné, aniž by se této problematice záměrně věnovaly. Avšak aby tyto dvě firmy mohly využívat všechny přínosy, které CSR nabízí, musí koncept CSR do své podnikové strategie nejdříve zavést a poté se mu cíleně věnovat.

## Seznam použité literatury

- PAVLÍK, Marek, Martin BĚLČÍK a aj. 2010. *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha. Grada. ISBN 978-80-247-3157-5.
- KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. 2013. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha. Grada. ISBN 9788024744803.
- KULDOVÁ, Lucie. 2012. *Společenská odpovědnost firem: Strategická CSR*. Plzeň. NAVA. ISBN 978-80-7211-408-5.
- KUNZ, Vilém. 2012. *Společenská odpovědnost firem*. Praha. Grada. ISBN 978-80-247-3983-0.
- PETŘÍKOVÁ et al. 2008. *Společenská odpovědnost organizací*. Ostrava. DTO CZ. ISBN 978-80-02-02099-8.
- TETŘEVOVÁ et al. 2017. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha. Grada. ISBN 978-80-271-0285-3.
- PRSKAVCOVÁ et al. 2008. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. Liberec. Technická univerzita v Liberci. ISBN: 978-80-7372-436-8.
- MOON, Jeremy a Jean-Pascal GOND. 2012. *Corporate Social Responsibility: Critical Perspectives on Business and Management*. New York: Routledge. ISBN 0415548063.
- PROQUEST. 2018. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2018-09-30]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>.
- DALHSRUD, Alexander. 2008. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management. How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*. [cit. 2018-12-14]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/csr.132>.
- STEINEROVÁ et al. 2008. *Koncept CSR v praxi průvodce odpovědným podnikáním* [online]. ASPRA. [cit. 2019-01-18]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/1143256-Koncept-csr-v-praxi-pruvodce-odpovednym-podnikanim.html>.



- BUSINESS LEADERS FORUM. *14 otázek a odpovědí o CSR*. [online]. CSR EUROPE. [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.csr-online.cz/co-je-csr/14-otazek-a-odpovedi-o-csr/>.
- CSR wire. 2018. *CSE Forecasts Top 10 Sustainability Trends for 2018* [online]. [cit. 2018-12-16]. Dostupné z: <http://www.csrwire.com/blog/posts/1866-cse-projects-top-10-sustainability-trends-for-2018>.
- BIOENERGO-KOMPLEX, s.r.o. 2019. [online]. Kolín. [cit. 2019-01-14]. Dostupné z: <http://www.bioenergo-komplex.cz/>.
- SKUPINA ČEZ. 2018. *Skupina ČEZ. Výroční zpráva 2017*. [online]. [cit. 2019-02-17]. Dostupné z: [https://www.cezenergoserwis.cz/data\\_5/soubory/17.pdf](https://www.cezenergoserwis.cz/data_5/soubory/17.pdf).
- SKUPINA ČEZ. 2018. *Společnosti Skupiny ČEZ v ČR: ČEZ Korporátní služby s.r.o.* [online]. [cit. 2019-02-18]. Dostupné z: <https://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/skupina-cez/spolecnosti-skupiny-cez-v-cr/cez-korporatni-sluzby/profil-spolecnosti.html>
- ČEZ ENERGOSERVIS. 2018. *Výroční zpráva 2017*. [online]. [cit. 2019-02-20] Dostupné z: [https://www.cezenergoserwis.cz/data\\_5/soubory/17.pdf](https://www.cezenergoserwis.cz/data_5/soubory/17.pdf).
- SKUPINA ČEZ. 2018. *Výroční zpráva 2017*. [online]. Praha. ČEZ, a.s. [cit. 2019-02-17]. Dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/investori/vz-2017/vz-2017-cz.pdf>.
- SKOŘEPA, Martin. 2018. ČEZ díky dotacím pořídil nové elektromobily Hyundai Ionig. *Elektrické vozy.cz*. [online]. [cit. 2019-03-01]. Dostupné z: <https://elektrickevozy.cz/clanky/cez-diky-dotacim-poridil-nove-elektromobily-hyundai-ioniq>.
- ČEZ, a.s. *Desatero Etického kodexu*. [online]. Praha. ČEZ, a.s. [cit. 2019-02-28]. Dostupné z: <https://www.cez.cz/edee/content/file/corporate-compliance/desatero.pdf>.