

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Teze diplomové práce

Společenská odpovědnost podniku

Kateřina Kocourová

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce se zabývá tématem společenská odpovědnost podniku, neboli Corporate Social Responsibility (dále jen CSR). Odpovědné chování v oblasti ekonomické, sociální a environmentální přináší společnostem v dnešním vysoce konkurenčním prostředí konkurenční výhodu a proto je vhodné tomuto tématu věnovat pozornost.

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. První část tvoří teoretická východiska s cílem vymezit základní pojmy, týkající se problematiky společenské odpovědnosti. Praktická část je zpracována za účelem zhodnocení CSR aktivit a navržení vhodných změn ve zvolené společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o. Zhodnocení CSR aktivit je provedeno na základě obsahové analýzy Zprávy o společenské odpovědnosti za rok 2014, rozhovoru s manažerem vnějších vztahů společnosti a dále na základě výsledků z dotazníkového šetření mezi zaměstnanci společnosti.

Na závěr je uvedené zhodnocení provedeného výzkumu a společensky odpovědného chování společnosti. Dále navržení změn ke zlepšení CSR aktivit a také navržení dobrovolnické strategie pro zaměstnance společnosti.

Klíčová slova:

Společenská odpovědnost podniku, pilíře CSR, filantropie, stakeholders, podniková etika, etický kodex firmy, zpráva o společenské odpovědnosti podniku.

Cíl práce

Hlavním cílem této diplomové práce je zhodnotit současný stav společensky odpovědných aktivit ve zvoleném podniku Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o. a případně navrhnout změny týkající se této oblasti.

Mezi dílčí cíle práce patří vymezit základní pojmy týkající se obecně problematiky společensky odpovědného chování na základě studia odborné literatury a článků, dále charakterizovat zvolený podnik, zhodnotit zprávu o společenské odpovědnosti a vnímání tohoto chování zaměstnanci vybrané společnosti. Kombinací dílčích cílů bude dosaženo cíle hlavního, kterým je zhodnotit celkový stav společnosti v oblasti společensky odpovědného chování a navrhnout změny, které by přispěly ke zlepšení stávajícího stavu.

Metodika práce

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí – teoretické a praktické. Prvním krokem byla syntéza výchozí znalostní báze. Tuto část tvoří teoretická východiska zpracovaná na základě metody studia odborné literatury a článků. Mezi hlavní zdroje, které byly použity ke studiu odborné literatury patří Kunz (2012), Trnková (2004) a z elektronických zdrojů Business Leaders Forum (2012).

Prvním krokem praktické části práce byla charakteristika zvoleného subjektu, sestavena na základě studia veřejně přístupných informací, převážně ze zpráv o společenské odpovědnosti vydávaných každoročně podnikem a oficiálních webových stránek společnosti. Následoval rozbor Zprávy o společenské odpovědnosti za rok 2014. Hlavním kritériem pro zhodnocení Zprávy bylo naplnění pilířů společensky odpovědného chování dle teoretických východisek. Rozbor byl zpracován na základě studia vydané zprávy a pomocí aplikace teoretických východisek.

K detailnějšímu posouzení společensky odpovědných aktivit a získání pohledu kompetentní osoby uvnitř podniku na společensky odpovědné chování byl proveden polostrukturovaný rozhovor s manažerem vnějších vztahů společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o. Rozhovor je přílohou č. 2 této práce.

Následovalo dotazníkové šetření mezi zaměstnanci společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit vnímání společensky odpovědných aktivit společnosti zaměstnanci společnosti a dále zjistit zájem o zapojení zaměstnanců do dobrovolnických činností. Dotazník byl strukturován do třech hlavních částí – obecná znalost a vnímání společensky odpovědných aktivit společnosti zaměstnanci, zájem zaměstnanců o zapojení do dobrovolnických činností a poslední, identifikační částí. Dotazník obsahoval jak uzavřené tak i polouzavřené otázky a byl zpracovaný na základě teoretických východisek a proběhlého rozhovoru s manažerem vnějších vztahů. Respondenty byly pouze zaměstnanci zvoleného podniku a celková návratnost činila 37,5 %. Obsahová stránka dotazníku a výběr respondentů byl nejprve konzultován s odpovědnou osobou v oddělení vnějších vztahů a následně proběhlo vyplňování dotazníku elektronickou formou. Dotazník je přílohou č. 3 a podrobné zhodnocení dotazníkového šetření je obsaženo v kapitole 5.3.

Dalším krokem byla analýza získaných poznatků prostřednictvím dotazníkového šetření. Výsledky byly zpracovány pomocí absolutních a relativních četností, doplněné o slovní komentář.

Následovala agregace získaných poznatků z rozboru Zprávy o společenské odpovědnosti, proběhlého rozhovoru a dotazníkového šetření za účelem zhodnotit společensky odpovědné chování společnosti a navrhnout změny ke zlepšení těchto aktivit a také navrhnout dobrovolnickou strategii pro zaměstnance společnosti.

Závěr

Tématem diplomové práce byla společenská odpovědnost podniku z teoretického i praktického hlediska. Cílem práce bylo zhodnotit současný stav CSR aktivit ve zvoleném podniku Coca-Cola HBC ČR a navrhnout změny týkající se této oblasti. Dále bylo cílem navrhnout dobrovolnickou strategii pro zaměstnance společnosti.

V první části práce byly vymezeny základní teoretická východiska v oblasti společenské odpovědnosti podniku. Druhá část práce se nejprve věnovala charakteristice zvoleného podniku a následně zhodnocení CSR aktivit.

Zhodnocení současného stavu CSR aktivit proběhlo na základě rozboru Zprávy o společenské odpovědnosti za rok 2014. K detailnějšímu posouzení CSR aktivit a získání názoru na společenskou odpovědnost od odpovědné osoby uvnitř podniku byl proveden rozhovor s manažerem vnějších vztahů společnosti Coca-Cola HBC ČR. K získání komplexnějšího pohledu na CSR aktivity podniku a jejich vnímání vybranými stakeholdery následovalo dotazníkové šetření mezi zaměstnanci podniku. Dotazníkového šetření se účastnilo celkem 99 respondentů z celkového počtu 264 oslovených zaměstnanců. Návratnost dotazníků tedy činila 37,5 %. Účelem šetření bylo zjistit vnímání CSR aktivit společnosti zaměstnanci a dále zjistit zájem o zapojení zaměstnanců do dobrovolnických činností.

Limitem výzkumu je skutečnost, že vzorek respondentů neodpovídá plně struktuře zaměstnanců společnosti. Při hodnocení výzkumu je proto třeba brát v úvahu fakt, že výsledky jsou ovlivněné odlišnou strukturou respondentů. Podrobná struktura respondentů je uvedena v kapitole č. 5.3.1.

Po dotazníkovém šetření následovalo zhodnocení celé výzkumné části, tedy rozboru Zprávy společenské odpovědnosti, rozhovoru s manažerem vnějších vztahů a dotazníkového šetření.

Z rozboru Zprávy o společenské odpovědnosti vyplynuly některé její nedostatky. Za hlavní lze považovat absence metodiky zpracování zprávy, souvislost se zprávou mateřské společnosti TCCC a nedostatek kvantitativních ukazatelů ve finanční oblasti.

Rozbor zprávy byl doplněný rozhovorem s manažerem vnějších vztahů. Z toho mimo jiné vyplynulo, že ve společnosti chybí metodika pro měření CSR aktivit a to z důvodu jejich malého rozsahu. Dále manažerka uvedla, že na základě průzkumu spokojenosti, ve kterém vyšlo, že by se zaměstnanci rádi zapojovali do dobrovolnických aktivit, chystá společnost spuštění dobrovolnického projektu „Kancel tak trochu jinak“, který zájemcům umožní vybrat si ze dvou nabízených neziskových organizací a zapojit se do dobrovolnických činností.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 94 % respondentů by se rádo zapojilo do dobrovolnických činností, přičemž jako formu dobrovolnických činností by většina dotazovaných zvolilo manuální týmovou práci venku či uvnitř, v rámci pracovní doby, jednou až dvakrát ročně a nejlépe v jarních či letních měsících. Většina respondentů by za dobrovolnickou činnost nevyžadovala žádnou náhradu, druhou nejčastější odpovědí v oblasti poskytnuté náhrady bylo náhradní volno. Podrobné vyhodnocení dotazníkového šetření je uvedeno v kapitole 5.3.

Po celkovém zhodnocení všech částí výzkumu, jehož hlavní výsledky jsou zmíněny v textu výše je poslední kapitola věnována návrhům na zlepšení CSR aktivit, převážně jejich reportování a dále návrhu dobrovolnické strategie pro zaměstnance společnosti.

Jako první návrh na zefektivnění a zlepšení reportování o CSR aktivitách je zavést do všech budoucích CSR zpráv metodiku. Výsledkem bude pro čtenáře lepší pochopení celé zprávy, protože bude vědět jakým způsobem je zpráva zpracovaná. Dále by bylo vhodné uvést souvislosti a propojení zprávy Coca-Cola HBC ČR se Sustainability reportem společnosti TCCC, jelikož česká zpráva vychází právě ze zprávy své mateřské společnosti.

Co se týká návrhů v oblasti obsahových náležitostí zpráv, bylo by vhodné do zpráv začlenit více kvantitativních ukazatelů, hlavně v oblasti finančních výsledků společnosti. Je možné přiložit výkaz zisku a ztrát či uvést odkaz na účetní závěrku společnosti. Dalším doporučením je začlenit do zprávy kapitolu o organizační struktuře společnosti, odvětví ve kterém podniká a samozřejmě zahrnout všechny skupiny stakeholderů a popis jejich zapojení do společensky odpovědných aktivit.

V oblasti komunikace o společensky odpovědných aktivitách by bylo vhodné použít více komunikačních nástrojů směrem k veřejnosti.

Návrh dobrovolnické strategie pro zaměstnance společnosti spočívá v zavedení organizovaného dobrovolnického programu, který bude mít na starosti jedna určená osoba, takzvaný koordinátor dobrovolnického programu. Vzhledem k tomu, že v současné době ve společnosti takto organizovaný dobrovolnický program nefunguje, v prvotní fázi by byl spuštěný testovací provoz programu. Účastníky testovacího programu mohou být ti zaměstnanci, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření a kteří projeví zájem zapojit se do dobrovolnických činností. Mimo jiné je možné dobrovolnický program využít také k účelu teambuildingu.

Forma dobrovolnických aktivit by byla pro testovací provoz vybrána na základě výsledků dotazníkového šetření, tedy následovně: Dobrovolnická činnost by byla vykonávána v rámci pracovní doby, dobrovolníci by činnost vykonávali bez nároku na náhradu, pouze v případě přesahu mimo pracovní dobu by jim bylo poskytnuto placené náhradní volno v odpovídající délce. Dobrovolnické činnosti by probíhaly formou týmové manuální práce venku nebo uvnitř, četnost zapojení dobrovolníků by bylo jednou až dvakrát ročně a dobrovolnické činnosti by byly směřovány převážně na jarní a letní měsíce.

Konkrétní návrh dobrovolnického dne spočívá ve spolupráci s městskou částí Praha 14, konkrétně se jedná o úklidové práce v okolí Kyjského rybníka. Podrobný popis navrženého dobrovolnického dne včetně odhadovaných nákladů na dobrovolnický program je obsažen v kapitole 6.2.

Další dobrovolnické činnosti by mohly být vybírány na základě spolupráce s portálem *Zapojím se*. V případě partnerství společnosti s tímto portálem získá podnik přístup do databáze neziskových organizací, které zde nabízejí firmám dobrovolnické činnosti v nejrůznějších oblastech. Portál také umožňuje vytvoření speciální sekce pro konkrétní společnost, kam mají přístup jen zaměstnanci daného podniku a prostřednictvím této sekce je zaměstnancům poskytována nabídka přímo „na míru“ dle jejich požadavků.

Seznam vybraných zdrojů

Odborná literatura

ADLER, S. *Cause Related Marketing: Who Cares Wins*. London: Oxford-Butterworth-Heinemann, 2006, 307 s., ISBN 0-7506-4481-8.

BARTOŠOVÁ, Z. *Průvodce firemní filantropií*. Praha: Fórum dárců, 2005. 38 s. ISBN 80-902965-5-6.

FRANC, P., NEZHYBA, J., HEYDENREICH, C., KUTÁČEK, S., GREGOR, F. *Když se bere Společenská odpovědnost vážně*. 1. vydání. Brno: Ekologický právní servis, 2006. 72 s. ISBN 80-86544-08-7.

KOTLER, P., KELLER, K. *Marketing management*. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.

KULDOVÁ, L. *Společenská odpovědnost firem*. 1. Vydání. Praha: OPS, 2010. 193 s. ISBN 978-80-87269-12-1.

KULDOVÁ, L. *Nový pohled na společenskou odpovědnost firem: Strategická CSR*. Plzeň: NAVA; 2012. 176 s. ISBN 978-80-7211-408-5.

KUNZ, V. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 201 s. ISBN 978-80-247-3983-0.

PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. a kolektiv. *Společenská odpovědnost organizace*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 176 s. ISBN 987-80-247-3157-5.

POKORNÁ, R. *Sociální marketing/Cause Related Marketing*. Praha: Fórum dárců, 2007. 40 s.

PRSKAVCOVÁ, M., MARŠÍKOVÁ, K., ŘEHOŘOVÁ, P., ZBRÁNKOVÁ, M. *Problematika Corporate Social Responsibility se zaměřením na lidský kapitál, Gender Studies a environmentální management*. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2007. 86 s. ISBN 978-80-7372-289-0.

PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P., UHLÁŘ, P. *Etické řízení ve firmě*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-1621-3.

SKÁCELÍK, P. *Společenská odpovědnost organizací*. Praha: Českomoravská konfederace odborových svazů, 2010. 68 s.

ŠANCOVÁ, V. a kol. *Napříč společenskou odpovědností firem*. Kladno: AISIS, 2005. 163 s. ISBN 80-239-6111-X.

ŠROŇEK, I. *Etiketa a etika v podnikání*. 1. Vydání. Praha: Management Press, 1995. 212 s. ISBN 80-85603-94-2.

TOŠNER, J., SOZANSKÁ, O. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*. Praha: Portál, 2002. ISBN 8071785148

TRNKOVÁ J. *Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem & závěry z průzkumu v ČR*. Praha: Business Leaders Forum, 2004. 56 s.

VEBER, J. *Management: základy, prosperita, globalizace*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2000, 700 s. ISBN 80-726-1029-5.

ZADRAŽILOVÁ, D. *Společenská odpovědnost podniků*. 1. Vydání. Praha: C. H. Beck, 2010. 167 s. ISBN 978-80-7400-192-5.

Elektronické zdroje

BUSINESSINFO.CZ. *CSR jako významný prvek strategického řízení*. [online]. Praha: Businessinfo.cz, 2012 [cit.2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/csr-jako-vyznamny-prvek-strategickeho-rizeni-20591.html>.

BUSINESS LEADERS FORUM. *Slovník pojmů* [online]. Praha: Business Leaders Forum, 2012 [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.csr-online.cz/co-je-csr/slovník-pojmu/>

BYZNYS PRO SPOLEČNOST. *Jak podpořit zapojování zaměstnanců do veřejně prospěšných projektů a činností. Manuál pro firmy i neziskové organizace*. [online]. Praha: Byznys pro společnost, 2011 [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.byznysprospolecnost.cz/firemni-dobrovolnictvi/firemni-dobrovolnictvi/strategicke-firemni-dobrovolnictvi.html>

COCA COLA HELLENIC. *O nás* [online]. [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://www.cocacolahellenic.cz/Onas/>

DOBROVOLNÍK.CZ. *Dobrovolnictví firem* [online]. Praha: Dobrovolník.cz, 2015 [cit. 2015-08-14]. Dostupné z: <http://www.dobrovolnik.cz/oblasti-dobrovolnictvi/dobrovolnictvi-firem/>

FÓRUM DÁRCŮ. *Firemní nadace a firemní nadační fondy* [online]. Praha: Fórum dárců, 2010 [cit.2015-07-20]. Dostupné z: <http://www.donorsforum.cz/nadace-a-fondy/firemni-nadace-a-firemni-nadacni-fondy.html>

STEINEROVÁ, M., VÁCLAVÍKOVÁ, A., MERVAT, R. *Společenská odpovědnost firem, průvodce nejen pro malé a střední podniky*. [online]. Business Leaders Forum, 2008. 27 s. [cit. 2015-06-05]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/wp-content/uploads/2012/11/BLF_Pruvodce_CSR.pdf

