

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE
FAKULTA PROVOZNĚ-EKONOMICKÁ



Teze diplomové práce

Společenská odpovědnost firem

Praha 2015

Bc. Martina Kocánková

Souhrn

Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility; dále jen CSR) je i po několika letech předmětem stálých diskuzí, neboť dosud se ani odborná veřejnost neshodla na jednotné definici tohoto konceptu. Jedná se o komplexní aktivity poskytované dobrovolně nad rámec legislativních povinností firmy. V odborných kruzích se však v posledních letech objevují různá doporučení a příklady etického jednání firem. Ty by měly být zaměřeny jak dovnitř společnosti (zvláště vůči zaměstnancům), tak i vně společnosti (vůči okolí, životnímu prostředí). Pojem (CSR), známý jako odpovědnost podniků, podnikové občanství, odpovědné podnikání, nebo společenský výkon, se postupně stává samostatným segmentem managementu. Podnikání by mělo zahrnovat odpovědnost za dopady své činnosti na životní prostředí, spotřebitele, zaměstnance, komunity a všechny ostatní členy veřejné sféry. Kromě toho by podnikání mělo aktivně podporovat veřejný zájem tím, že podpoří růst a rozvoj obcí a dobrovolně odstraní praktiky, které poškozují veřejnou sféru. V podstatě je CSR záměrné zařazení veřejného zájmu do firemních rozhodování a ctění tří základních pilířů: lidé, planeta, zisk (3 P: people, planet, profit). O svých zásadách CSR by měly firmy následně informovat své stakeholdery (zainteresované osoby) například pomocí reportů či výročních zpráv. CSR reportování je v současné době horkým tématem pro organizace po celém světě.

Klíčová slova

Podniková etika, reporting o CSR, společenská odpovědnost firem, stakeholderi, udržitelný rozvoj, životní prostředí.

Vlastní text

Cílem předkládané diplomové práce s názvem Společenská odpovědnost firem, je snaha pojmut problematiku společenské odpovědnosti jako celek, nalézt teoretická východiska pro příklady z praxe, objasnit původ této myšlenky, historii CSR, dále uvést důvody pro a proti uplatňování tohoto konceptu a také uvést vhodné příklady z praxe s poukázáním na současné vnímání tohoto konceptu zástupci jednotlivých firem z různých oblastí podnikání. Tyto firmy

byly vybrány záměrně z rozdílných odvětví například z bankovního sektoru, energetiky, telekomunikací, služeb a další. Chování firem a jejich odpovědnost vůči společnosti hraje velmi významnou roli také na poli regionálního rozvoje, což byl také jeden z hlavních důvodů pro volbu výše uvedeného tématu. Metodický postup pro tuto práci vycházel z logického členění diplomových prací, a sice nejprve teoreticky vymezit problematiku tématu Společenské odpovědnosti firem a poté pomocí praktické části ověřit nebo vyvrátit dané hypotézy.

V teoretické části jsou nastíněny důvody vzniku tohoto konceptu, jeho hlavní přínosy jak pro firmy, tak pro společnost. Dále je zmíněn historický vývoj v České republice a v Evropské unii, tak aby čtenář pochopil hlavní myšlenku tohoto konceptu a proč se například firma Baťa stala celosvětově úspěšnou a uznávanou firmou. Teoretická část se také zabývá hlavními oblastmi působení tohoto konceptu, tzv. 3 P (people, profit, planet), a sice oblastmi sociálními, ekonomickými a environmentálními. Nechybí ani zmínka o firemní filantropii a dárcovství, jež bývá velmi často se společenskou odpovědností spojována. Na část teoretickou navazuje část praktická, která zpracovává a názorně představuje vybrané firmy z praxe a jejich konkrétní činnosti, jež v rámci konceptu společenské odpovědnosti aplikují.

V praktické části jsou pak uvedeny příklady z praxe na vybraných firmách a dále je uveden průzkum, jenž byl v rámci této praktické části použit jako základní empirická metoda. Průzkum byl zaměřen na uplatňování principů konceptu společenské odpovědnosti a také na to zjistit, jaké je skutečné povědomí zástupců firem, kteří za firmu jednají navenek a komunikují za ni s okolím. Posledním záměrem průzkumu bylo zjistit, co konkrétně firmy dělají pro to, aby byly společensky odpovědné ke svému okolí, a v jaké míře se tyto jejich aktivity promítají do jejich firemního chování. Následuje kapitola, ve které jsou zhodnoceny výsledky tohoto průzkumu a také jsou navržena jistá doporučení pro zlepšení vnímání celého konceptu společností ať už na té regionální nebo celorepublikové úrovni.

Metodický postup:

1. studium a zpracování primárních pramenů – odborné literatury
2. uvedení příkladů z praxe na zvolených společnostech
3. dotazníkové šetření a následná analýza získaných dat
4. zhodnocení a doporučené návrhy možných opatření

Dotazníkové šetření, které tvoří druhou část praktické části, obsahuje různé otázky vycházející ze studia odborné literatury. Cílem tohoto dotazníku bylo formulovat otázky tak, aby bylo možné získat dostatečné množství informací o vnímání společenské odpovědnosti a o

povědomí jednotlivých zástupců firem o tomto konceptu. Tak získat potřebné informace k zodpovězení výzkumných otázek, které jsou uvedeny v praktické části této práce, kde jsou také podle počtu odpovědí zpracovány grafy k jednotlivým otázkám pro lepší orientaci čtenáři.

Zhodnocení výsledků a doporučení pak tvoří poslední kapitolu diplomové práce. Průzkumu se nakonec zúčastnila nadpoloviční většina dotazovaných firem, převážně na otázky odpovídali vedoucí pracovníci nebo manažeři, pro které je koncept společenské odpovědnosti firem blízkým tématem, dokonce řada firem koncept CSR řadí do firemní strategie firmy. Po zhodnocení výsledků provedeného průzkumu lze dovodit platnost stanovených hypotéz. Samozřejmě by se dalo spekulovat nad tím, jaké by byly výsledky průzkumu, pokud by odpovídaly všechny dotázané firmy. K tomu však nedošlo a jak už bylo uvedeno, tato situace mohla nastat buďto nedostatkem času, nebo neochotou zpracovávat takovýto dotazník, ale jako více pravděpodobné se jeví nastavení filtru, proti e-mailům s tzv. nevyžádaným obchodním sdělením, neboť se řada e-mailů s žádostí o vyplnění dotazníků, vrátila jako nedoručitelné.

Z průzkumu tedy vyplynulo, že nejčastějšími důvody pro zavedení společensky odpovědných aktivit je hlavně budování dobrého jména firmy a zvýšení loajality koncových zákazníků. Z tohoto výsledku rovněž vyplývá, že je tento koncept v České republice stále podceňován, neboť firmy zatím neberou vážně další možné dopady, které by mohly nastat, kdyby se nikdo nechoval odpovědně ke společnosti. Společenská odpovědnost by měla být více vnímána podnikatelskou sférou, ale také veřejností, jako pozitivní a obohacující činnost, která je přínosem celé společnosti, nejenom firmám v podobě vyššího zisku. Jsem toho názoru, že pokud budeme chtít, aby se podnikatelské prostředí alespoň trochu zlepšilo, je třeba zvolit širší implementaci konceptu společenské odpovědnosti i na malé a střední podniky, na které se mnohdy zapomíná, a které nemají dostatek finančních prostředků k tomu, více se zaobírat tímto konceptem. Tím bych chtěla apelovat na ty „velké hráče“ na trhu, aby se rovněž v rámci své CSR snažily podpořit i drobné podnikatele. Pokud se budeme všichni vzájemně starat o odpovědnost vůči všem, bude se nám žít a dýchat lépe. Koncept CSR se neustále vyvíjí a rozvíjí o další aktivity a je jen v našich rukou pomoci změnit chování firem, které se nám mnohdy příčí, jako například uvedená problematika výroby palmového oleje, která je v současné době velmi ožahavým tématem, zmíněná ve zhodnocení otázky č. 20 dotazníkového šetření. Mezi další uvedená doporučení byla zařazena vyšší pro-aktivita při vytváření nových CSR aktivit, případně si vzít příklad od zahraničních firem, jež berou koncept CSR dnes již jako samozřejmost a ne jako přidanou hodnotu či nástroj ke zvýšení image, tak jako některé české firmy.

Seznam použitých zdrojů

Monografie

- BAŤA, T., *Zámožnost všem*, 6. vydání. Zlín: Pavel Krejčíř a Stanislav Nováček, 2007, ISBN 978-80-239-8706-5.
- GREGOR, F., *Společenská odpovědnost firem a ochrana životního prostředí. Jak hodnotit odpovědnost korporací?*, Praha: Zelený kruh, 2007, ISBN 978-80-254-0204-7.
- JANKOVICHOVÁ, E., *Etika ako súčasť podnikovej kultury*, 1. vydání. Brno: Tribun EU, s.r.o., 2008, ISBN 978-80-7399-537-9.
- JONES, D., *Společensky odpovědné chování se firmám vyplácí*, 1. vydání. Praha: Management Press, s.r.o., 2014, ISBN 978-80-7261-269-7.
- KAŠPAROVÁ, K., *Reportování o společenské odpovědnosti podniku*, 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2011, ISBN 978-80-210-5694-7.
- KAŠPAROVÁ, K., *Faktory ovlivňující CSR reportování*, 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2012, ISBN 978-80-210-5985-6.
- KALOUSOVÁ, P., *SOF a neziskové organizace. Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vydání. Praha: AISIS, 2005, ISBN 80-239-6111-X.
- KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V., *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*, 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2013, ISBN 978-80-247-4480-3.
- KUNZ, V., *Společenská odpovědnost firem*, 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012, ISBN 978-80-247-3983-0.
- KULDOVÁ, L., *Společenská odpovědnost firem. Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*, 1. vydání. Kanina: OPS, 2010, ISBN 978-80-87269-12-1
- PAVLŮ, D., *Marketingové komunikace a jejich nové formy*, 1. vydání. Praha: Professional publishing, 2009, ISBN 978-80-7318-830-6.
- PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P., *Etické řízení ve firmě*, 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007, ISBN 978-80-247-1621-3.
- ROLNÝ, I., *Budujeme důvěryhodnou firmu*, 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, ISBN 978-80-7400-286-1.

- SEKNIČKA, P., a kol., *Úvod do hospodářské etiky*, Praha: Codex Bohemia, 1997, ISBN 80-85963-40-X.
- SOUČEK, Z., *Firma 21. století*, 1. vydání. Praha: Professional publishing, 2005, ISBN 80-86419-88-6.
- STEINMANN, H., LOHR, A., *Základy podnikové etiky*, 1. vydání, Praha: Victoria Publishing, a.s., 1995, ISBN 80-85865-56-4.
- TROUSIL, M., JAŠÍKOVÁ, V., *Úvod do tvorby odborných prací*, 2. vydání, Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, ISBN 978-80-7435-542-4.

Periodika a internetové publikace

- JIROUSEK, F., *Společenská odpovědnost firem (CSR): více než nový druh PR marketingu*, Bulletin advokacie, č. 6, 2006
- TETŘEVOVÁ, L., *Corporate Social Responsibility in the Czech Gambling Industry*, roč. 16, č. 1, 2011, In Economics and Management, ISSN 1822-6515
- www.frankbold.org/o-nas/publikace

Internetové zdroje

- www.ec.europa.eu/ceskarepublika
- www.eps.cz
- www.frankbold.org
- www.responsibility.cz
- www.cs.bab.la/slovník/anglicky-cesky/
- www.csr-online.cz/slovník-pojmu/