Univerzita Hradec Králové

Fakulta informatiky a managementu

Katedra managementu

Znaky společenské odpovědnosti firem prezentované na internetu

Diplomová práce

Autor: Jan Kment

Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: doc. Ing. Pavel Bachmann, Ph.D.

Hradec Králové duben 2015

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 14. 4. 2015 Jan Kment

Anotace:

Práce se zabývá hlavními aspekty reportování o společenské odpovědnosti firem ve střední a východní Evropě. Pomocí předem stanovených kritérií vycházejících z metodiky GRI hodnotí firmy na základě informací zveřejněných dobrovolně na jejich webových stránkách. Statistický vzorek pochází z žebříčku CE TOP 500, sestavovaného každoročně společností Deloitte Global. Hodnocení je rozděleno podle čtyřech základních oblastí společenské odpovědnosti – všeobecné, sociální, ekonomické a environmentální. Je také zaměřeno na rozdíly mezi jednotlivými státy a odvětvími. Provedený výzkum ukazuje, že CSR reportování velkých firem ve střední a východní Evropě je celkově na dobré úrovni, ale zaostává za celosvětovým průměrem ve všech hodnocených oblastech. Výzkum také odhalil významné rozdíly mezi jednotlivými státy a odvětvími.

Annotation:

Title: Aspects of CSR presented on the internet

The Diploma Thesis is dealing with the main aspects of reporting on corporate social responsibility of the companies from Central and Eastern Europe. Using predetermined criteria based on the GRI methodology, this thesis evaluates companies according to voluntarily presented data on their websites. Statistical sample is taken from the CE TOP 500 list of the largest companies in Central and Eastern Europe, anually compiled by the Deloitte Global company. Evaluation is divided into four basic areas of corporate social responsibility – general, social, economical and environmental. It is focused on the differences between particular states and branches of industry as well. The conducted research shows that the CSR reporting of large companies in Central and Eastern Europe is overall good, but lags behind the global average in all evaluated areas. Research also revealed significant differences between states and branches of industry.

Obsah

1. Úvod 1
2. Cíl práce 2
3. Teoretická východiska 3
3.1 Vznik a vývoj společenské odpovědnosti 3
3.1.1 Počátky CSR a důvod jeho vzniku 3
3.1.2 Formování konceptu CSR ve 20. století 4
3.1.3 Upevňování a další rozvoj CSR v EU 5
3.2 Vymezení pojmu „společenská odpovědnost“ 6
3.2.1 Hlavní pilíře CSR 8
3.3 Rozdílné přístupy k CSR 9
3.3.1 Model čtyř kvadrantů 10
3.4 CSR v Evropské unii 11
3.4.1 Lisabonská smlouva a její vznik 11
3.4.2 Přínosy Lisabonské smlouvy pro CSR 11
3.5 Rozšíření konceptu CSR, související pojmy 12
3.5.1 Corporate Social Performance 13
3.5.2 Socially Responsible Investment 13
3.5.3 Corporate Culture 13
3.5.4 Corporate Citizenship 14
3.5.5 Corporate Philantrophy 14
3.5.6 Podnikatelská etika 15
3.5.7 CSR2 16
3.5.8 CSR3 17
3.5.9 CSR4 17
3.6 Stakeholders a jejich role v CSR 18
3.7 CSR v ČR 19
3.7.1 Organizace působící v ČR 20
3.7.2 Ocenění za společenskou odpovědnost udělovaná v ČR 21
3.8 Hodnocení a reportování CSR 22
3.8.1 Metody hodnocení a reportování CSR v ČR 22
3.8.2 Metody hodnocení a reportování CSR ve světě 23

3.8.3 Rozdílná terminologie firem při reportování 28
3.9 CSR v prostředí internetu 29
3.9.1 Růst počtu uživatelů připojených k internetu 30
3.9.2 Proč právě web? 30
3.9.3 CSR reportování ve světě 31
3.10 Kritika CSR, její nebezpečí a úskalí 32
3.10.1 Kritika CSR 32
3.10.2 Greenwashing 32
3.10.3 Podniková deviace 33
3.10.4 Společenské pokrytectví a ne-etika 33
4. Hypotézy a metodika práce 35
4.1 Hypotézy 35
4.1.1 Existence CSR strategie (H1) 35
4.1.2 Uveřejňování CSR reportů (H2) 35
4.1.3 Dobrovolné investice (H3) 36
4.1.4 Rozdíly v CSR reportování mezi jednotlivými státy (H4) 36
4.1.5 Rozdíly v CSR reportování mezi odvětvími (H5) 36
4.2 Metodika práce 37
4.2.1 Výběr vzorku firem 37
4.2.2 Kritéria hodnocení 39
4.2.3 Hodnotící škála 41
4.2.4 Souvislost hodnotící škály s testovanými hypotézami 44
5. Výsledky 45
5.1 Celková kvalita a úroveň CSR reportování 45
5.1.1 Existence CSR strategie (hypotéza H1) 46
5.1.2 Uveřejňování kompletních CSR reportů (hypotéza H2) 49
5.2 Corporate Community Investment (hypotéza H3) 52
5.3 Rozdíly v CSR reportování mezi státy a regiony (hypotéza H4) 54
5.4 Rozdíly mezi odvětvími (hypotéza H5) 56
5.5 Výsledky v dílčích oblastech hodnocení 57
5.5.1 Životní prostředí – nejméně reportovaná oblast 58
5.5.2 Dílčí výsledky v sociální oblasti 59

5.5.3 Dílčí výsledky v ekonomické oblasti 59
5.6 Rozdílná úroveň reportování o CSR v Česku a na Slovensku 60
5.7 Korelace mezi velikostí firmy a dosaženým skóre 62
6. Diskuse 64
6.1 Úskalí a výhody použité metodiky 64
6.2 Ukrajina – stát s nejhoršími výsledky 64
6.3 Rozdílná úroveň reportování o CSR v Česku a na Slovensku 64
6.4 Opomíjení environmentální oblasti CSR 65
6.5 Souvislost uveřejňování CSR strategie a reportu s lepšími výsledky 65
6.6 Návrhy na možná doplnění a rozšíření 66
7. Závěr 67
8. Seznam použité literatury 68
9. Přílohy 73

1. Úvod

Rozvoj vědy, techniky a lidského poznání zapříčinil překotný vývoj naší civilizace. Jsme čím dál více propojení, informovaní a vzdělaní. Chceme se mít stále lépe a lépe. Jak do této základní lidské touhy zapadá chamtivost, sobectví a bezohlednost? Firmy, často zaslepené vidinou velkého zisku, se v raných fázích vývoje kapitalismu oháněly variacemi často citovaného Friedmannova tvrzení, že *„jediná společenská odpovědnost firmy je navyšování zisku.“* Společenská odpovědnost firem (dále jen CSR, z angl. Corporate Social Responsibility) se přirozeně vyvinula jako jistá protiváha takového destruktivního chování. CSR apeluje na to, že peníze a majetek nejsou na prvním místě. Je třeba mít stále na paměti, že jako člověk i jako firma jsme součástí živého, provázaného celku, k jehož fungování každý svým dílem přispíváme.

Ačkoliv je v dnešní době jasné, že pokud se firma nechová společensky odpovědně, přispívá ke zhoršení života nás všech, přesto má stále na výběr. I dnes může jít cestou bezohlednosti a co nejvyššího zisku – z krátkodobého hlediska nejlepší strategií. Nejlepší strategií z dlouhodobého hlediska je ale společensky odpovědné podnikání.

Naše společnost zkrátka pro své přežití potřebuje, aby se všechny firmy dobrovolně chovaly eticky a odpovědně. Domnívám se, že jsme na dobré cestě toho dosáhnout. Zdali je má domněnka správná či ne, pomůže ukázat i výsledek této diplomové práce. Jak lze však objektivně ověřit, že firmy dodržují standardy společenské odpovědnosti, když se jedná o tak širokou a nejednoznačnou oblast? Samotná společenská odpovědnost je, jak se později dozvíme, velice široký pojem a ohodnotit ji jako celek je velice komplikované, neboť sestává z několika vzájemně se prolínajících oblastí, které jsou samy o sobě dosti komplexní.

Otázkou, jak hodnotit úroveň CSR ve firmě, se zabývá mnoho profesionálních organizací. My si pro hodnocení vybereme informace, které o sobě firma poskytuje sama a dobrovolně na svých internetových stránkách. Internet je místo, kde dnes lidé nejčastěji hledají informace. V mé bakalářské práci, na kterou navazuji, bylo zjištěno, že 100 největších firem v ČR bere CSR skutečně vážně. Předmět zájmu nyní rozšiřuji na vzorek 500 největších evropských firem, jejich webové prezentace a výroční zprávy.

2. Cíl práce

Cílem práce je zhodnotit úroveň společenské odpovědnosti u pěti set největších středoevropských a východoevropských firem. Práce se v hodnocení zaměří na reportování o CSR a pokusíme se také zjistit případné souvislosti mezi úrovní tohoto reportování a dalšími ukazateli, jakými jsou například:

a) odvětví, ve kterém firma působí,
b) stát, ve kterém firma působí,
c) dosažené ekonomické výsledky.

3. Teoretická východiska

3.1 Vznik a vývoj společenské odpovědnosti

Společenská odpovědnost je v kontextu známých dějin dalo by se říci poměrně novou záležitostí. Domnívám se, že je tomu tak z jednoho hlavního důvodu. Podmínkou pro to, aby se společnost začala zabývat důležitostí udržitelnosti, morálky a etiky v podnikání, je především vznik velkých firem ve velkém měřítku, pro které je důležitější zisk na úkor těchto hodnot. K tomu dala pevný základ až průmyslová revoluce a rozvoj kapitalismu – systému, který je bez většího důrazu na udržitelnost pro společnost a planetu jako celek značně nevýhodný a dalo by se říci až destruktivní.

Prosazení a rozvoj společenské odpovědnosti je dle mého pouze důsledek nezdravé situace ve společnosti, kterou z historického hlediska zapříčinily průmyslová revoluce a nástup kapitalismu, ačkoliv to jistě nebylo záměrem. Koncept CSR se začal formovat až v první polovině 20. století, a až v jeho druhé polovině můžeme mluvit opravdu o CSR jako takové.

3.1.1 Počátky CSR a důvod jeho vzniku

R. Mahler na konferenci *‚CSR v současné Evropě‘* (Kořenek, 2008, s. 124) si všiml skutečnosti zmíněné v úvodu této kapitoly, a sice že ve fázi raného kapitalismu v 19. století se firmy soustřeďovaly pouze na ekonomické hledisko zisku, a vůbec nebraly ohled na zaměstnance, společnost ani životní prostředí. Dokonce dodává, že *„ ... základním principem podnikání bylo vykořisťování.“* Ačkoliv se toto chování firem dá bez příkras označit za destruktivní, bylo hlavním spouštěcím mechanismem pozdějšího vzniku CSR.

Dalším souvisejícím faktorem, který hrál při vzniku CSR důležitou roli, byl nástup globalizace. Pavlík, Bělčík a kol. (2010, s. 20-21) kladou prvotní rozvoj CSR právě do období, kdy nabývala globalizace větších a větších rozměrů, tedy částečně do první, ale hlavně do druhé poloviny 20. století.

Co se týče úplných počátků CSR, nelze nezmínit dvě velké osobnosti z českých dějin: Paula Kupelwiesera (1843 - 1919) a Tomáše Baťu (1876 - 1932). Jak uvedl M. Tomaštík (podle Kořenka, 2008, s. 28-29), oba dva v mnohém předběhli svou dobu,

protože zavedli jisté principy společenské odpovědnosti do svých firem ještě před jejím vznikem. Jejich aktivity byly jakousi předzvěstí nástupu CSR ve 20. století.

P. Kupelwieser v letech 1876-1893 zreorganizoval a zmodernizoval Vítkovické železárny. Prvky společenské odpovědnosti zde spatřuje Tomaštík v *„ ... prosazení řady pracovních, mzdových a sociálních reforem, které směřovaly k vytvoření stabilního, vzdělaného a oddaného kádru zaměstnanců.“* Dále se Kupelwieser zasloužil o budování výstavby pro občany – škol, tržnic, vodovodů a podobně. Tomáš Baťa šel ještě dál. Vlivem filosofie L.N. Tolstého změnil svůj názor na dělníka, který se v jeho pohledu přetransformoval na spolupracovníka. Od tohoto přístupu se odvíjely jeho snahy zlepšit zaměstnancům život a chovat se k nim odpovědně. Stavěl městské vybavení, snažil se o čistotu pracovního prostředí, v době první světové války zásoboval rodiny dělníků potravinami a ošacením. Tomaštík (podle Kořenka, 2008, s. 29) dále uvádí, že Baťa *„ ... se snažil své spolupracovníky vychovávat k samostatnosi a tvůrčí činnosti.“* Myslel i na zákazníky a staral se i o zkvalitnění života ve Zlíně, kde sídlila jeho firma. Jeho odpovědný přístup k podnikání i ke společnosti se stal celosvětově známým, a jeho vliv dalece přesahuje hranice našeho státu.

3.1.2 Formování konceptu CSR ve 20. století

Skácelík (2010, s. 9), Kacetl (2011, s.67) a další spatřují jako zlomový rok 1953, kdy Howard Bowen napsal knihu Social Responsibility of Businessman. V ní poprvé použil termín Corporate Social Responsibility tak, jak ho dnes známe. CSR definoval jako *„ ... závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí, nebo následovat takový směr jednání, které je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.“* (podle Kacetla, 2011, s. 67)

Ve 2. polovině 20. století lze pozorovat také zvýšený zájem o udržitelnost podnikání, důležitou složku v té době se vyvíjejícího konceptu CSR. Pawliczek (2011, s. 12-13) nastiňuje tehdejší vývoj ve světě v této oblasti: Římský klub, založený roku 1968, který se zabývá udržitelným rozvojem, uveřejnil v roce 1972 prognózu vývoje lidské společnosti do r. 2100. Ta nebyla nijak optimistická – objevuje se v ní termín „populační pád“. Ten dle zmiňované prognózy nastane, pokud se ekologicky přijatelný rozvoj nestane prioritou a bude zapříčiněn faktory jakými jsou například *„ ... znečištění, vyčerpání úrodnosti obdělávatelných půd a nedostupnost energetických zdrojů.“* Podle mého tímto

směrem stále, i když pomaleji, směřujeme. V roce 1983 byla založena Světová komise pro životní prostředí a rozvoj a v r. 1987 byla stanovena definice trvale udržitelného rozvoje jako *„ ... rozvoje, který zabezpečuje potřeby dneška bez ovlivnění schopnosti budoucích generací zabezpečit své vlastní potřeby.“* V té době bylo tedy nadmíru jasné, že takové principy si musí ve velkém začít osvojovat právě firmy jako součást společensky odpovědného chování.

Kacetl (2011, s. 67) uvádí další milníky raného vývoje CSR. Bowenovu teorii rozšířil v 60. letech Davis, který apeloval na to, že jednání podnikatele musí být uskutečňováno *„ ... nad rámec přímého a ekonomického zájmu podniku.“* V sedmdesátých letech A.B. Carroll kromě ekonomické odpovědnosti rozlišuje tři další, a to zákonnou, etickou a dobrovolnou.

3.1.3 Upevňování a další rozvoj CSR v EU

EU se začala seriózněji zabývat společenskou odpovědností až v 90. letech 20. století, kdy již byly spolehlivě položeny její základy, jak jsme si ukázali v předešlých kapitolách. V této době byla EU, dalo by se říci, hlavním centrem rozvoje odpovědného podnikání. Organizace CSR Europe se sídlem v Bruselu (CSR Europe, 2014) poskytuje přehled vývoje aktivit, které podnikala v rámci EU s cílem zlepšit povědomí o CSR, poskytovat vzdělání a poradenství v této oblasti a formulovat konkrétní výstupy demonstrující přínos CSR. Uvedeme si nejdůležitější z nich:

- V červnu 1993 prezident Evropské komise Jacques Delors vyzývá EU i podniky, aby se vážněji zabývaly strukturálními problémy nezaměstnanosti, restrukturalizací, a také sociální nerovností.
- Tato snaha vyústila roku 1995 v založení skupiny podniků, které podepsaly deklaraci o založení organizace s názvem *European Business Network for Social Cohesion*. Tato organizace byla r. 2000 přejmenována na dnes známou CSR Europe.
- V roce 2000 se konal Lisabonský summit, kde se poprvé v historii EU kladl důraz na plošné zařazení principů odpovědného podnikání. EU si zde stanovila cíl *„stát se do roku 2010 nejdynamičtější a konkurenčně nejzdatnější znalostní ekonomikou na světě, zajišťující stálý ekonomický růst s větším počtem lepších pracovních míst a vyšší sociální soudržností.“* (CSR Europe, 2014, vlastní překlad) Byla zde přijata

Lisabonská strategie, která se zabývala především zvyšováním konkurence-schonpsti v souladu s principy CSR.

- V roce 2001 byla vydána Zelená kniha o CSR, ve které se objevuje první evropská definice CSR. *„Přístup k podnikání, ve kterém podniky integrují společenské a environmentální zájmy do svých aktivit a interakcí se stakeholdery na dobrovolné bázi.“* (Kašparová a Kunz, 2013, s. 18)
- V červnu 2002 byla založena organizace ABIS (European Academy of Business in Society) za účasti CSR Europe, univerzit a ekonomických škol. Jejím posláním je šířit osvětu odpovědného podnikání a zajistit, aby se CSR dostalo do „firemního mainstreamu“.
- V březnu 2006 odstartovala svou činnost další organizace – Evropská alinace pro CSR. Zabývá se výzkumem a vývojem nových strategií tak, aby se Evropa stala „centrem excelence na poli CSR“.
- Roku 2010 spatřila světlo světa evropská iniciativa Enterprise 2020, která určila evropský rámec pro vývoj v oblasti CSR v dalším desetiletí. Jejími třemi klíčovými cíli byly stanoveny:
    - podpora firem v rozvoji udržitelného podnikání,
    - posílení vzájemné spolupráce mezi firmami a stakeholdery,
    - větši angažovanost institucí EU na poli CSR.
- V roce 2012 se konal první summit Enterprise 2020 s cílem ověřit, jak se naplňuje plán této iniciativy. Byla na něm také ustanovena další doporučení pro zlepšení udržitelnosti a odpovědného podnikání. Prezident Evropského koncilu zde apeloval na větší spolupráci: *„Z této krize můžeme vyváznout pouze pokud budeme spolupracovat. Myšlenka soudržnosti a solidarity je absolutně klíčová.“* (podle CSR Europe, 2014, vlastní překlad)

3.2 Vymezení pojmu „společenská odpovědnost“

Jak se dozvíme v této kapitole, nalézt jednotnou definici pojmu CSR je velmi obtížné, ne-li nemožné. Základní myšlenka společenské odpovědnosti prostupuje napříč všemi definicemi, je však nutné si uvědomit, že každý, kdo věnuje problematice společenské odpovědnosti hlubší a podrobnější zájem, má tendenci vyzdvihovat mírně odlišné pojetí tohoto pojmu, než jeho kolegové. Skácelík (2010, s. 9) k tomu říká: *„Definovat jednotně pojem CSR, tak, aby byl všemi akceptovatelnou definicí, se zdá být neřešitelné, neboť*

žádná taková neexistuje.“ Podle mého se jedná o zcela přirozenou věc. Přínos nedefinovatelnosti CSR spatřuji v tom, že díky těmto odlišným přístupům si můžeme udělat o společenské odpovědnosti lepší, přesnější, širší a ucelenější obraz.

Podívejme se tedy na některé definice. Kacetl (2011, s. 68) například uvádí, že CSR chápe jako *„… trvalý a dobrovolný závazek, který jde nad rámec pouhého dodržování zákonů.“* Firmy, které berou CSR vážně, se dle něj chovají eticky, přispívají k trvale udržitelnému rozvoji, snaží se zlepšit kvalitu života společnosti a podporují místní společenství a komunity. Sdružení Business Leaders Forum vidí CSR jako *„dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají.“* Podobně vidí tento pojem i odborná platforma Byznys pro společnost, která je členem evropské organizace CSR Europe. *„Společenská odpovědnost je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí se stakeholdery.“* Zde je nesmírně důležitý prvek každodennosti. Autoři správně poukazují na to, že nestačí mít ve firmě implementované standardy CSR. Firma se jimi musí také řídit a zajišťovat, aby byla denně dodržována.

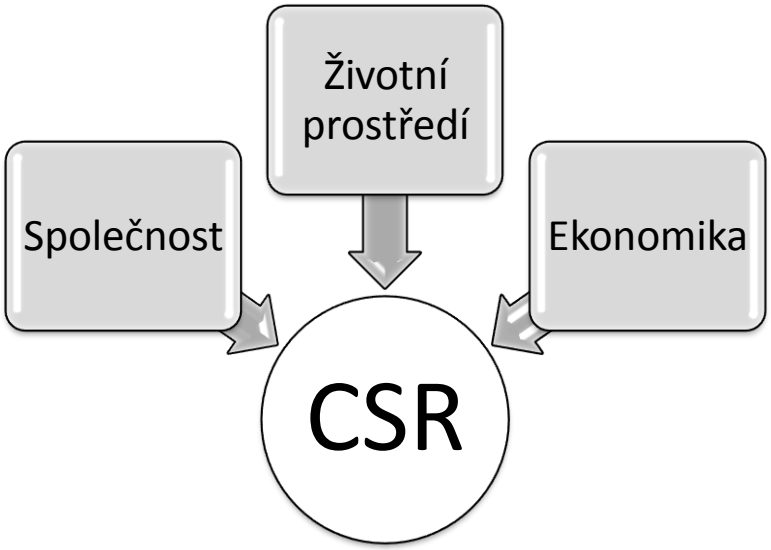
Prof. A. Carroll vidí CSR podle Dytrta a kol. (2009, s. 124) takto: *„Společenská odpovědnost podniků zahrnuje ekonomické, legální, etické a filantropické očekávání, které společnost dostala od organizací.“* Všímá si tedy skutečnosti, že v CSR nejde jen o to, aby si firma určila zásady odpovědného chování a řídila se podle nich, ale že je důležité také to, co od ní okolí v tomto směru očekává. Pokud jsou tato očekávání morálně a eticky správná, firma by je neměla ignorovat.

Je ovšem jasné, že aplikování etických standardů podnikání jako takové nestačí, aby firma mohla tvrdit, že jedná společensky odpovědně. Skácelík (2010, s. 9) říká, že: *„ … CSR není pouze etické podnikání, které je jeho automatickou součástí. Respektování zákonů a morálních principů nedostačuje k tomu, abychom mohli nazývat firmu společensky odpovědnou. Je to snaha zlepšovat vztahy s okolím, dělat něco navíc, chovat se tak, abych nejen neškodil, ale abych přinášel přidanou hodnotu, a to vše na bázi absolutní dobrovolnosti.“* Dobrovolnost jako základní prvek CSR spatřuje i vláda ČR v Národním akčním plánu společenské odpovědnosti organizací v ČR (viz kap. 3.7).

3.2.1 Hlavní pilíře CSR

Ačkoliv je pojem CSR velmi široký a, jak jsme si ukázali, takřka jednotně nedefinovatelný, obsahuje také několik základních oblastí, které by měly být jeho součástí vždy, aby se dalo mluvit o společenské odpovědnosti. Takové podstatné součásti se často označují jako **pilíře CSR**.

Obrázek 1 *Tři pilíře CSR*



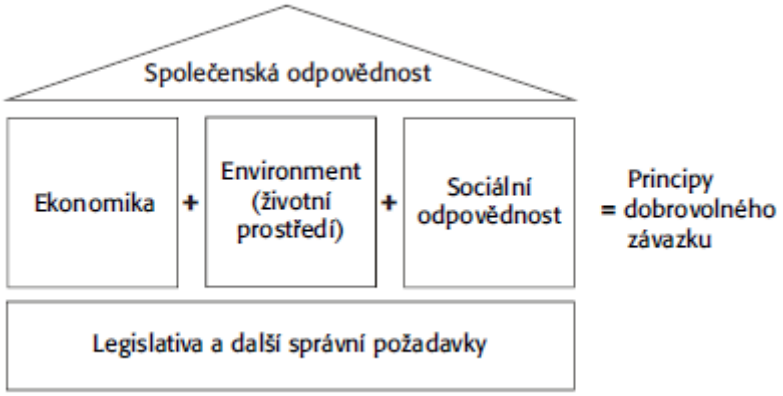
Zdroj: Vlastní zpracování

Řada autorů a organizací (Skácelík, 2010, s. 27-31; Kuldová, 2010, s. 15; BLF, 2012; Kašparová, 2013, s. 13; Pavlík a kol., 2010, s. 25 a mnozí další) jednotně uvádí tři hlavní složky (neboli pilíře) CSR:

- **Sociální odpovědnost** - zdraví a bezpečnost zaměstnanců, dodržování rovnosti pracovních příležitostí, lidských práv a etiky na pracovišti i mimo něj, zajištění dialogu se stakeholdery, péči o vzdělání a podobně.
- **Ekonomická odpovědnost** - transparentnost a potírání korupce, etika marketingu a reklamy, podpora Fair Trade, ochrana duševního vlastnictví, kvalita a bezpečnost produktů a služeb, férové dodavatelské a odběratelské vztahy atd.
- **Environmentální odpovědnost** – ochrana přírodních zdrojů, omezování negativních dopadů činnosti na životní prostředí, investice do „zelených" techologií, úsporné využívání přírodních zdrojů, celkově ekologická výroba dodržující např. standardy ISO 14001 a EMAS.

Tyto složky jsou přítomny vždy. Jsou vzájemně provázané, jedna ovlivňuje druhou a společně, podpořené dobrovolností, vytváří to, co nazýváme společenskou odpovědností. V anglické literatuře se můžeme setkat s pojmy *Triple-bottom line* nebo tzv. *3P* (Planet, Profit, People), které mají totožný význam.

Obrázek 2 *Hlavní pilíře CSR*



Zdroj: Plášková a kol., 2009, s. 15

K tomuto základnímu rozdělení dospěl analýzou 37 různých definic CSR také Alexandr Dahlsrud (Dahlsrud, 2008, s. 1-13, vlastní překlad). Nejčastěji se dle jeho výzkumu v definicích CSR objevuje pět základních aspektů – kromě třech již zmiňovaných to jsou ještě oblast dobrovolnosti (viz kap. 3.7 a 4.2) a oblast stakeholderů (o té blíže v kap. 3.6). Alespoň tři z pěti oblastí se objevují v 97% definic, pojem CSR tedy podle jeho výzkumu stojí na pevném základě. Nejednoznačnost definic a výkladů CSR stojí pouze na rozdílných pohledech na stejný základní koncept, určený třemi pilíři.

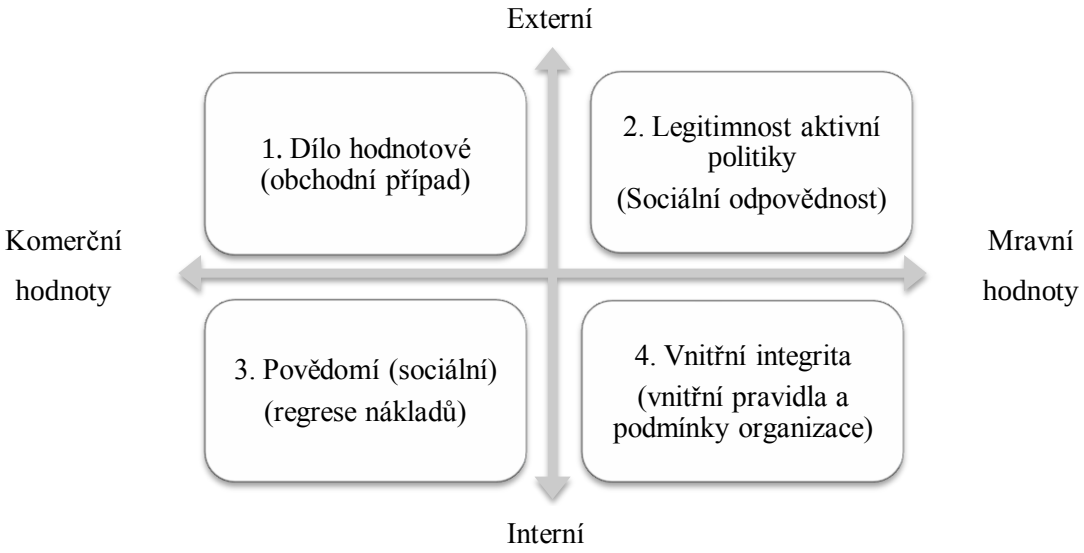
3.3 Rozdílné přístupy k CSR

Vedle základního konceptu třech pilířů, který je používán nejčastěji, se můžeme setkat i s poněkud odlišnými pojetími a aplikacemi CSR. Vzhledem k existenci tolika různých pojetí CSR je nutné si uvědomit, že není třeba se držet jednoho konceptu. Firma může kombinovat více přístupů nebo zkoušet nové, což dává prostor pro inovaci a vývoj. Jako příklad alternativních pojetí si uvedeme model čtyř kvadrantů.

3.3.1 Model čtyř kvadrantů

Tento model rozděluje CSR na čtyři oblasti definované dvěma osami. Horizontální osa spojuje na jedné straně komerční hodnoty organizace a na straně druhé hodnoty mravní. Vertikální osa spojuje dva rozdílné typy zaměření CSR – externí a interní. Dytrt a kol. (2006, s. 107) uvádí, že *„organizace nemůže ignorovat žádný kvadrant, ale měla by si být neustále vědoma všech rozměrů sociálního podnikání.“*

Obrázek 3 *Orientace CSR dle zaměření a typu hodnot*



Zdroj: Dytrt a kol., 2006, s. 107

CSR je tedy přehledně rozděleno do čtyř vzájemně se doplňujících oblastí. Firma se může věnovat buď všem oblastem stejně, nebo si může vybrat jednu a orientovat se převážně na ni. Ignorovat některý kvadrant je ale nepřípustné. *„Organizace by měla být jistým způsobem aktivní v každém ze čtyř kvadrantů.“* (Dytrt a kol., 2006, s. 108)

- 1. kvadrant – zde je kladen důraz na produkty. Ty by měly představovat co možná nejmenší zátěž pro životní prostředí, neměly by se prodávat za dumpingové ceny, měly by být kvalitní atd.
- 2. kvadrant – zaměření na sociální oblast a celkové uspokojování potřeb společnosti, například podporou lidských práv nebo charitativními příspěvky.
- 3. kvadrant – v podstatě veškerá úsporná opatření, například snižování nákladů na dopravu, snižování spotřeby vody, energie apod. Rozdíl oproti prvnímu kvadrantu

spočívá v tom, že zde se úspora týká vnitřního fungování firmy, tedy toho, co „není vidět“.

- 4. kvadrant – jako vnitřní integritu z pohledu CSR lze chápat taková interní pravidla firmy, která jsou v souladu s odpovědným podnikáním. Jako příklady můžeme uvést dodržování etického kodexu, absenci úplatkářství, transparentní vztahy mezi zaměstnanci a vedení firmy apod.

3.4 CSR v Evropské unii

Hlavní milníky vývoje CSR v EU jsme si uvedli již v kapitole 3.1.3. Ačkoliv zde nejsou obsaženy zdaleka všechny aktivity, které na poli CSR EU realizovala, obrázek, který si můžeme udělat, je více než jasný. Co se týče Evropy, EU v posledních desetiletích významně přispěla k teoretickému i praktickému rozvoji CSR.

Obsáhnout vše, co EU pro rozvoj CSR nejen v Evropě, ale i ve světě udělala, není předmětem zájmu této práce. Podrobněji se zde ale podíváme na Lisabonskou smlouvu, protože ta vytváří základní institucionální rámec pro chování všech firem v EU, čímž významně ovlivňuje jejich fungování a vztah ke společenské odpovědnosti.

3.4.1 Lisabonská smlouva a její vznik

Lisabonská smlouva vznikla jako výsledek několikaletého vyjednávání představitelů EU o institucionálních otázkách. Přebrala některé části Smlouvy o Ústavě pro Evropu (evropské ústavy), kterou rozvinula a defacto nahradila. Podepsána byla již 13. prosince 2007 a v konečnou platnost vstoupila 1. prosince 2009.

3.4.2 Přínosy Lisabonské smlouvy pro CSR

Jak jsem zmínil v předchozí kapitole, Lisabonská slouva se inspirovala evropskou ústavou. Z hlediska CSR je pro nás důležitá především skutečnost, že evropská ústava zavedla *„tvrdší normy pro dosahování konkurenceschopnosti mezi jednotlivými státy, než jaké byly v souladu se zájmy podnikatelů působících v dané zemi.“* (Zadražilová a kol., 2010, s. 42) V Lisabonské smlouvě jsou některé z těchto norem zmírněny, avšak jiné zůstaly zachovány, což z ní činí dobrý nástroj pro zavádění a dodržování principů odpovědného podnikání.

Nyní si shrneme základní ustanovení, obsažená v Lisabonské smlouvě, která mají co do činení s principy odpovědného podnikání.

- Není dovoleno zpochybňovat existující vlastnická práva.
- Národní státy a podniky v nich se nesmějí dohodnout, že budou zvyšovat konkurenceschopnost na úkor životního prostředí (článek 37 Listiny základních práv EU) nebo zájmů spotřebitele (článek 38).
- Zákaz podpory konkurenceschopnosti, pokud je založena na porušování integrity lidské osobnosti.
- Do rozporu s Lisabonskou smlouvou se dále dostávají všechny cesty ke zvýšení konkurenceschopnosti, které:
    - by mohly poškodit životní prostředí,
    - nerespektují její ustanovení v oblasti sociální politiky,
    - nerespektují pravidla hospodářské soutěže Smlouvou definovaná,
    - nerespektují Listinu základních práv Evrospké unie (především práva pracovníků na dobré pracovní podmínky a na zachování jejich zdraví, bezpečnosti a důstojnosti),
    - neodpovídají hodnotám Evropské unie,
    - porušují Smlouvou definované zásady hospodářské politiky (jsou celkem čtyři – zásada trvale udržitelné platební bilance, zásada zdravých měnových podmínek, zásada stabilních cen a zásada zdravých veřejných financí).

Lisabonská smlouva měla v Evropě tedy vliv především na dobrovolnost CSR aktivit. Výše uvedené aktivity přestaly být dobrovolnými a staly se Evropskou unií vyžadovanými.

3.5 Rozšíření konceptu CSR, související pojmy

Jak se společenská odpovědnost vyvíjí, objevují se tendence přidávat jistá rozšíření do jejího základního konceptu, jemuž jsme se věnovali v kapitolách 3.2 a 3.4. Domnívám se, že tato rozšíření mohou mít za cíl komplexnější pojetí společenské odpovědnosti, její adaptaci na změny ve společnosti nebo využití odborných znalostí a životních zkušeností autorů, kteří se snaží takováto rozšíření prosadit. Můžeme se setkat s poměrně rozsáhlým počtem rozšíření a vylepšení klasických a stále používaných třech pilířů CSR (ekonomika, společnost, životní prostředí) a jejich modifikací. Ne všechna rozšíření se prosadila a některá na zviditelnění se v oficiálních kruzích ještě čekají. Dle mého názoru se na jejich základě dá částečně předpovídat budoucí vývoj v oblasti CSR. Některé jsou rozvinuté více, jiné méně a jejich důležitost a vliv na CSR praxi se jistě bude v průběhu let měnit.

3.5.1 Corporate Social Performance

Pojem CSP je v podstatě rozšířením CSR o finanční rovinu, nebo také naopak lze uvažovat o CSP tak, že se jedná o finanční výkonnost podniku, ke které je přidána rovina CSR, z čehož vznikne jakási finančně-odpovědná výkonnost. Kuldová (2010, s. 36) uvádí, že *„ ... CSP měří množství nejen finančního, ale celkového příspěvku společnosti.“*

Obrázek 4 *Corporate Social Performance*

Zdroj: Kuldová (2010, s. 36)

3.5.2 Socially Responsible Investment

Společenskou odpovědnost lze vztáhnout nejen na celkovou finanční výkonnost jako u CSP, ale také na investice, které firma realizuje. V této souvislosti mluví Kacetl o tzv. společensky odpovědném investování neboli SRI. (Kacetl, 2011, s. 69) Fórum pro udržitelné a odpovědné investování (The Forum for Sustainable and Responsible Investment, 2014) vidí SRI jako investice, které nejen že přinášejí firmě zisk, ale mají také pozitivní sociální dopad. Sociálně odpovědná investice by tedy například neměla podporovat organizace poškozující životní prostředí či využívat jakékoli formy nekalé soutěže. Uvádí také, že v roce 2012 bylo v USA odpovědným způsobem proinvestováno 3,74 bilionu amerických dolarů, což je oproti roku 2010 nárůst o zhruba 22%. Podkategorií SRI je pak investování s cílem podpořit životní úroveň v oblasti, kde firma působí, což se označuje zkratkou CCI (Corporate Community Investment). Tyto dva pojmy se nicméně často zaměňují.

3.5.3 Corporate Culture

Corporate Culture, pojem nejčastěji překládaný jako dobré jméno firmy, označuje takovou strategii podniku, která je v souladu s konceptem CSR. Firma dodržující Corporate Culture nemá podle Dytrta a kol. (2009, s. 34) za cíl dosažení vysokého krátkodobého zisku, ale snaží se o *„ ... dlouhodobý zisk, docílený solidními etickými metodami, který podporuje*

získání dobrého jména organizace u veřejnosti. V podstatě jde o dlouhodobý zisk dosažený na základě dodržování etických pravidel v partnerských vztazích uvnitř i vně organizace.“ Pokud má firma nízkou úroveň CC, přispívá k morálnímu úpadku a ke vzniku konzumního klimatu. CC je tedy pojem, který dává do souvislosti CSR, způsob dosahování zisku a formulaci cílů firmy.

3.5.4 Corporate Citizenship

Tuto součást CSR, překládanou jako **firemní občanství**, Zelená kniha EU z roku 2001 definuje firemní občanství následovně: *„Vytváření a dlouhodobé budování dobrých vztahů mezi firmou a jejím okolím, jak v lokálním, tak i globálním kontextu.“* Podle Kunze (2012,s. 53) je pojem Corporate Citizenship často různými autory zaměňován za samotný pojem CSR, jelikož panuje přesvědčení, že není potřeba tyto dva pojmy rozlišovat. Ačkoliv zde, stejně jako u CSR, panuje nejednotnost v definicích, lze říci, že Corporate Citizenship klade především důraz na to, aby firma plnila roli dobrého občana.

3.5.5 Corporate Philantrophy

Další nedělitelnou součástí CSR je **firemní filantropie.** Je jedním z velmi důležitých nástrojů CSR a lze ji chápat jako podporu veřejně prospěšných projektů a celkovou angažovanost v nich. Patří sem finanční podpora těchto projektů, spolupráce s neziskovými organizacemi, zřizování nadací, pořádání aukcí, výstav apod. Firemní filantropie je velmi široký pojem, a proto se můžeme setkat s řadou rozdílných přístupů, pomocí nichž ji jednotlivé firmy realizují. Uvádím je v následující tabulce.

Tabulka 1 *Přístupy k firemní filantropii a jejich realizace*

Rozdělení přístupů k firemní filantropii	
Kritérium přístupu	**Způsoby realizace**
Existence dárcovské strategie	**Proaktivní** – je vypracována dárcovská strategie, jsou identifikovány cílové skupiny i oblasti dárcovství.
	Reaktivní – strategie neexistuje, firma se rozhoduje operativně.
Typ podpory	**Peněžní podpora** – např. dotace, dary ...
	Nepeněžní dárcovství – poskytnutí

	zaměstnanců nebo prostor, vzdělávací programy, školení, pomoc s projekty ...
Motiv	**Altruistický model** – motiv: pomáhat druhým.
	Ziskový model – motiv: přímé či nepřímé zvýšení zisku firmy pomocí filantropických aktivit.
	Politický model – motiv:filantropie jako nástroj pro upevnění politické pozice.
Způsob organizace	Firemní dobrovolnictví iniciované a vedené **zaměstnanci**, přičemž firma je pouze podporuje.
	Firemní dobrovolnictví organizované přímo **firmou** v pracovní době, nebo např. zaměstnanci pomáhají jeden den v roce (tzv. akční den).

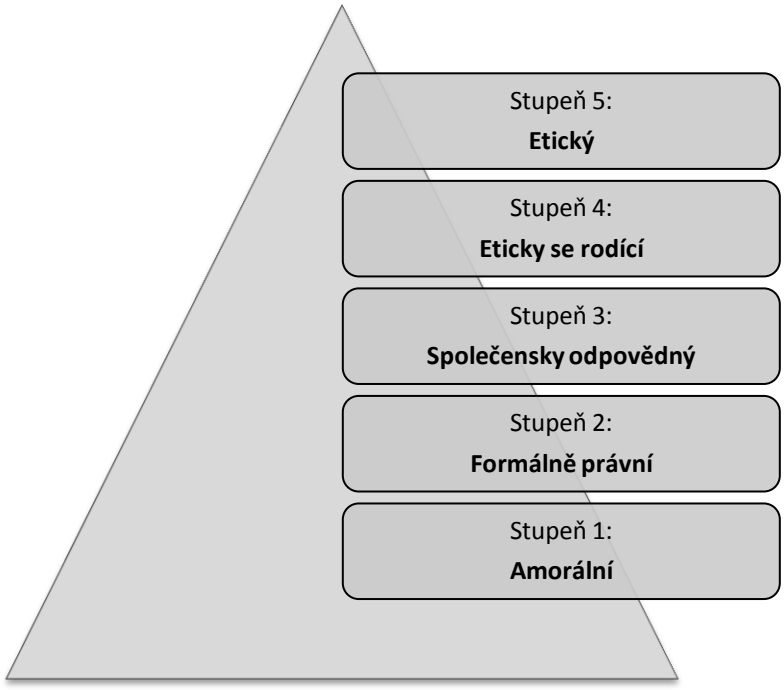
Zdroj: Vlastní zpracování dle Kuldové (2010, s.29-31) a Kunze (2012, s.54-57)

3.5.6 Podnikatelská etika

Kunz (2012, s. 49) chápe podnikatelskou etiku jako pojem úzce související s CSR. *„Podnikatelská etika je jednou z forem aplikované etiky, která je zaměřena na uplatňování etických principů v ekonomické praxi.“* Celospolečenský přínos etiky je neoddiskutovatelný, a ačkoliv je podnikatelská etika užší pojem než CSR, může se stát u mnoha firem potřebným základem, z něhož se CSR bude dále rozvíjet.

Firmy dle stupně jejich morálně-etického rozvoje lze rozdělit do pěti skupin, jak ukazuje **Reidenbachův a Robinův model** na obrázku č. 5.

Obrázek 5 *Reidenbachův a Robinův model morálního rozvoje*



Zdroj: Kunz, 2012, s. 50

Čím výš je firma v této pomyslné pyramidě, tím více je společensky odpovědná. Dosažení pátého etického stupně znamená, že firma rovnovážně rozděluje svůj zájem mezi dosažení zisku a etické hodnoty. První amorální stupeň charakterizuje firmu, které jde jen o zisk a jde takzvaně „přes mrtvoly".

3.5.7 CSR2

CSR2 je prvním dalo by se říci oficiálně uznávaným rozšířením CSR, i když spíše ve vědeckých kruzích. Jedná se o tzv. Corporate Social Responsiveness, volně překládáno jako **společenská vnímavost**. Jak uvádí Kuldová (2010, s. 23), tento koncept se používá již od 70. let 20. století. Frederick (1978, s. 5, vlastní překlad) nepovažuje záměnu slova „responsibility" za „responsiveness" za pouhou kosmetickou změnu terminologie, ale za skutečnou změnu v tom, jak se začala odpovědnost chápat jinak. Už nešlo pouze o to, jak je podnik odpovědný (responsible), ale také o to, jak je reaktivní (responsive). Reaktivnost v tomto smyslu chápe jako schopnost podniku odpovědně a eticky reagovat na sociální tlak a celkově na změny ve svém okolí. CSR2 je tedy oproti CSR více dynamický a více pragmatický pojem. Frederick (1978, s. 6) dále uvádí, že CSR je zaměřeno spíše na etické hodnoty a standardy, naproti tomu CSR2 tyto hodnoty

a standardy používá spíše jako prostředek k odpovědnému řešení situací napříč veškerou činností firmy. CSR2 by se tak dalo považovat za další evoluční stupeň CSR.

Tabulka 2 *Hlavní odlišnosti CSR a CSR2*

	CSR	**CSR2**
Hlavní kritéria	etická	pragmatická
Zaměření na	záměry	prostředky
Pohled na odpovědnost	filosofický	manažerský
Základní otázka	Proč?	Jak?
Přístup k problémům	sériový, oddělený	komplexní, předvídavý
Rozhodovací rámec	dlouhodobý	střední až krátkodobý

Zdroj: Vlastní zpracování, Frederick (1978), Kuldová (2010, s. 24)

3.5.8 CSR3

Odbornou veřejností nikdy neakceptované rozšíření s názvem Corporate Social Rectitude, překládané jako **společensky odpovědná poctivost**, v sobě zahrnuje *„ ... kromě sociálněpolitických hodnot také vnímání prostředí z hlediska poctivosti obsažené v rozmachu podnikatelské etiky."* (Kuldová, 2010, s. 24) Ačkoliv je už v původním konceptu CSR etický rozměr přítomen, CSR3 na něj klade mnohem větší důraz a odráží tak zvýšený zájem o podnikatelskou etiku v 80. letech 20. století.

3.5.9 CSR4

Frederick (1998) se dále zabývá společenskou odpovědností především z hlediska přírodních věd a přidává do základního konceptu CSR další rozměr – spiritualitu. Odtud výklad pojmu CSR4 jako Corporate Social Sprituality. Koncept CSR4 vznikl v podstatě jako odpověď na to, čemu Frederick říká „CSR_{1-2-3} trap". Všímá si základního nedostatku všech tří předešlých úrovní CSR. *„Tyto přístupy silně naznačují, že je to firma, která by měla být středem zájmu."* (Frederick, 1998, s. 3, vlastní překlad) A v CSR4 by měl být střed zájmu poněkud širší, a to vesmír jako celek. Jeho snaha o formulaci takto obsáhlého konceptu zřetelně odráží posun (nejen) vědecké společnosti k otázkám lidského bytí jako celku. Abychom blíže pochopili jeho pohled, přiblížíme si CSR4 pomocí tří slov, taktéž dávajících dohromady zkratku CSR.

- **C = cosmos.** Frederick uvažuje tak, že vše na Zemi, počínaje bakteriemi a konče supersystémy, existuje jako důsledek kosmických procesů, je provázáno a navzájem se ovlivňuje.
- **S = science.** Pod tímto termínem zde nejsou myšleny pouze konvenční vědní obory, ale vědecký přístup ke všem oblastem lidského života (a to i ke spiritualitě). *„Pokoušet se zodpovědět etické, sociální a morální otázky bez vztahu k celkovému vědeckému poznání je zbytečné a v konečném důsledku sebezničující.“* (Frederick, 1998, s. 9, vlastní překlad)
- **R = religion.** Frederick se domnívá, že některé vybrané přístupy, používané v náboženství, by mohly být užitečné, pokud se správně aplikují s ohledem na správné fungování firem ve společnosti.

3.6 Stakeholders a jejich role v CSR

Pojem stakeholders (v českém skloňování stakeholdeři) označuje tzv. zainteresované okolí firmy. Jinými slovy, stakeholders jsou všechny osoby, firmy a organizace, které mají s firmou vztah

- aktivní – ovlivňují činnost a chod firmy,
- pasivní – jsou činnostmi firmy ovlivňovány.

Kuldová (2010, s. 27) uvádí, že v tomto směru mluvíme o tzv. **Corporate Stakeholder Responsibility** (odpovědnost vůči zainteresovanému okolí). Je očividné, že s rostoucí velikostí firmy se množství stakeholders zvyšuje. Není možné ani vhodné věnovat každému z nich stejné množství času a prostředků. Někteří jsou pro firmu důležití více, jiní méně. Tento problém, znázorněný v následující tabulce, lze elegantně vyřešit jednoduchým rozdělením stakeholders do čtyřech kvadrantů podle jejich vlivu na podnik a jejich očekávání od podniku. Je-li úroveň očekávání i úroveň vlivu na podnik nízká, postačí pouze občasná komunikace ve formě reakcí na případné dotazy. Při vysoké úrovni vlivu na podnik je vhodné zajistit spokojenost stakeholderů, neboť ta je pro jejich vliv na podnik důležitá. Při vysoké úrovni očekávání je naopak vhodné průběžně udržovat informovanost stakeholderů. Klíčovým stakeholderům pak firma věnuje nejvíce prostředků a času ve všech ohledech, nejčastěji vedením průběžného aktivního dialogu.

Tabulka 3 *Identifikace klíčových stakeholders*

		Úroveň vlivu na podnik	
		Nízká	Vysoká
Úroveň očekávání	Nízká	Odpovídat na otázky	Zajistit spokojenost
	Vysoká	Průměrně informovat	Vést dialog

Klíčoví stakeholders

Zdroj: Kuldová, 2010, s. 27

Abychom si vytvořili přesnější představu, kdo do stakeholders patří, použijeme rozdělení do šesti základních kategorií dle Dytrta, Stříteské a kol. (2009, s. 102-3).

- **Zákazníci.** Jejich hlavní zájem se soustřeďuje na produkt nebo službu.
- **Zaměstnanci.** Z hlediska CSR je jejich „úkolem“ posuzování procovních a sociálních podmínek ve firmě.
- **Manažeři.** Starají se o chod firmy a snaží se sladit zájmy všech ostatních skupin.
- **Dodavatelé.** Některé firmy vybírají dodavatele i podle toho, jak dodržují principy odpovědného podnikání, není to však pravidlem.
- **Akcionáři.** Sledují především prosperitu a růst firmy, což se odráží v ceně akcií.
- **Komunita.** Ta sleduje dopad firmy na životní a sociální prostředí. Všímá si jako pozitivního, tak negativního dopadu činnosti firmy na život v lokalitě, kde působí.

3.7 CSR v ČR

Česká republika patří mezi státy, které koncept společenské odpovědnosti znají a dlouhodobě se jím zabývají. Vláda ČR se zde staví spíše do pozice zastřešujícího a doporučujícího orgánu, než aby vydávala závazná nařízení v tomto směru. Tím je zajištěn klíčový předpoklad CSR – dobrovolnost. M. Topolánek na konferenci ‚CSR v současné Evropě‘ (Kořenek, 2008, s. 61) k tomuto řekl: *„Dobrovolná solidarita je nejenom cennější než solidarita vynucená, ale je i trvalejší a přirozenější.“*

Základním dokumentem, zabývajícím se CSR, je Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice, vydaný Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. *„Vláda ČR považuje společenskou odpovědnost za koncept dobrovolný založený na samoregulaci. Úlohou státu je tedy především vytvoření podmínek pro propagaci a větší*

rozšíření konceptu společenské odpovědnosti ...“ (Nár. akční plán, 2014, s. 8) Dozvíme se zde také zajímavé skutečnosti, vyplývající z šetření několika agentur v období 2008 – 2012. Cituji ty, které jsou dle mého názoru nejdůležitější:

- *„Necelá polovina zaměstnanců se setkala s konceptem CSR (velké firmy až 64%, střední 36% a malé 30%).*
- *Prioritou jsou zejména korektní vztahy k zákazníkům, zaměstnancům, majitelům a snaha pomoci potřebným.*
- *Dle průzkumu organizace Byznys pro společnost z roku 2012 60% podniků klade důraz na dobrovolný charakter CSR.*
- *75% občanů přiznává význam odpovědného chování ve svém nákupním rozhodování.*
- *Ostatní respondenti chápou CSR jako projev etiky, serióznosti a slušnosti, odpovědnosti vůči zaměstnancům a zákazníkům.*
- *Vliv firem na společnost a životní prostředí je vnímán pozitivně a neustále se zlepšuje.“*

To, že se pouze polovina zaměstnanců setkala s konceptem CSR, ještě nutně nemusí znamenat, že druhá polovina k odpovědnému chování nijak nepřispívá. Standardy CSR mohou být součástí firemních pravidel a zaměstnanci si vůbec nemusí uvědomovat, že něco jako CSR existuje, i když tyto normy dodržují. Celkově jde říci, že chápání důležitosti CSR je u nás na dobré úrovni, o čemž pojednává i následující kapitola.

3.7.1 Organizace působící v ČR

V České republice působí na bázi dobrovolnosti řada organizací, které přispívají ke zlepšování života prostřednictvím společenské odpovědnosti. Mezi takové organizace věnující se zvyšování povědomí o CSR, jakož i pořádání soutěží a udělování ocenění, patří především tyto:

1. Platforma **Byznys pro společnost**, která je členem evropské organizace CSR Europe. BPS se zabývá zapojením firem do celoevropských CSR programů, organizuje konference a workshopy, pomáhá firmám s implementací CSR strategií, měří úroveň CSR aktivit pomocí metodiky LBG a zapojuje se do velkého množství dalších aktivit souvisejících se společenskou odpovědností.

2. Sdružení **Business Leaders Forum**, taktéž člen CSR Europe. *„BLF je platformou pro společensky odpovědné podnikatele, kterým záleží na lidech a prostředí, v němž působí.“* (BLF, 2014) Toto sdružení je mj. odborným garantem překladu dokumentů GRI (Global Reporting Initiative, viz kap. 3.8) do češtiny a spolupracuje s firmami, které mají zájem na vytvoření komplexnícho CSR reportu odpovídajícího tomuto mezinárodnímu standardu. Dále organizuje vlastní projekty, jako například CSR Club (pravidelná setkání firemních leaderů), Stínování přes hranice (projekt mezinárodní spolupráce studentů), CSR Ambassadors (zprostředkování kontaktu s firmami zabývajícími se tvorbou CSR strategií) a mnoho dalších.
3. **Asociace společenské odpovědnosti A-CSR**. Sama sebe se vidí jako *„ ... otevřená a nezávislá platforma, lterá sdružuje, propojuje a reprezentuje zájmy společensky odpovědných subjektů v ČR.“* V základu se řídí deseti principy UN Global Compact, jedné z největších světových organizací na poli CSR, která je pod záštitou OSN. Stejně jako dvě výše zmíněné organizace připravuje a podílí se na řadě projektů: Odpovědná škola, Cena hejtmana za CSR, Podnikáme odpovědně atd.

3.7.2 Ocenění za společenskou odpovědnost udělovaná v ČR

V České republice se již několik let udělují každoročně ocenění za mimořádné úspěchy na poli CSR. Seznámíme se s těmi nejpopulárnějšími.

1. **TOP odpovědná firma.** Toto ocenění uděluje již 11 let platforma Byznys pro společnost. *„Oceňuje firmy, které se dlouhodobě a strategicky věnují odpovědnému podnikání v klíčových oblastech společenské odpovědnosti a přinášejí inovativní řešení v rámci udržitelného podnikání.“* (Byznys pro společnost, 2014) Cílem soutěže je především rozšířit povědomí o CSR a vyzdvihnout firmy, které se poctivě a pravidelně věnují odpovědnému podnikání. Soutěž se zaměřuje na CSR velice komplexně – má mnoho podkategorií, které zajišťují ocenění v různých oblastech CSR, například Firma vstřícná OZP, Odpovědný leader, Nejangažovanější zaměstnanci, Odpovědný reporting apod.
2. **Národní cena ČR za CSR,** každoročně udělovaná Radou kvality ČR. (Národní politika kvality, 2014) Při hodnocení firem se zde používá dále popsaná metodika

KORP (viz kap. 3.8.1), která je přizpůsobena českému prostředí. Cena je udělována od r. 2008.

3. **Cena hejtmana za CSR,** zatím nejnovější ocenění, poprvé udělená v r. 2013. Tuto cenu uděluje Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR) ve spolupráci s Radou kvality ČR a Plzeňským krajem. Ačkoliv *„cílem soutěže bylo ocenit organizace působící na území Plzeňského kraje,"* (A-CSR, 2014) můžeme doufat, že se soutěž v příštích letech stane soutěží celonárodní.

3.8 Hodnocení a reportování CSR

3.8.1 Metody hodnocení a reportování CSR v ČR

Skácelík (2010, s. 49-50) uvádí jako typicky český systém hodnocení CSR tzv. metodiku KORP. Tento systém vychází ze světových standardů, je ovšem specificky přizpůsoben českému prostředí. Opírá se o model EFQM, metodiku sebehodnocení modelu The Common Assesment Framework 2006, a především o soustavu ukazatelů GRI (Global Reporting Initiative, viz kap. 3.8.2). V této práci se zaměřujeme na hodnocení firem po celé Evropě, tuto metodiku tedy nebudeme používat, uvedeme si ji zde pouze pro inspiraci. Základní pravidla metody KORP jsou dle Skácelíka následující:

1) Zpráva o CSR je zpracována dle metodiky GRI; její hodnocení je provedeno dle metodiky KORP.
2) Hodnocení zahrnuje všechny pilíře CSR – ekonomiku, ekologii, sociální odpovědnost.
3) V rámci každého kritéria jsou hodnocena subkritéria převzatá z metodiky GRI. Pro každé z nich jsou hodnoceny samostatně předpoklady a výsledky. U každého je také uvedena skupina témat a oblastí, kterými by se měli hodnotitelé zabývat.
4) Povinností a právem hodnotitelů je posoudit, která témata a oblasti nejsou pro hodnocenou organizaci relevantní. Těmi se dále nezabývají. Seznam těchto témat je uveden ve volné příloze Zprávy o CSR, která není zveřejňována a je určena pouze pro potřeby externích hodnotitelů.
5) Hodnocení probíhá ve dvou fázích: hodnocení Zprávy o CSR inspektorem a následné hodnocení na místě u organizace.
6) Výsledkem hodnocení je inspekční zpráva, která je podkladem pro umístění v soutěži o nejlepší zprávu o CSR.

3.8.2 Metody hodnocení a reportování CSR ve světě

Ve světě v současnosti existuje velké množství norem, aplikačních standardů a systémů hodnocení a reportování CSR. Jsou sestavovány a vydávány většinou mezinárodními organizacemi – například Evropskou unií, OECD (organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj), GRI (Global reporting Initiative) a dalšími. Těmito normami a systémy hodnocení používanými na mezinárodní úrovni se inspiruji v praktické části práce. Pavlík, Bělčík a kol. (2010, s. 99) uvádějí, že *„ … společenskou odpovědnost lze hodnotit buď prostřednictvím exaktních metod (standardů a norem), nebo pomocí různých indexových a benchmarkingových srovnání.“* V následující tabulce jsou uvedeny ty nezjnámější.

Tabulka 4 *Nejznámější metody měření a hodnocení CSR*

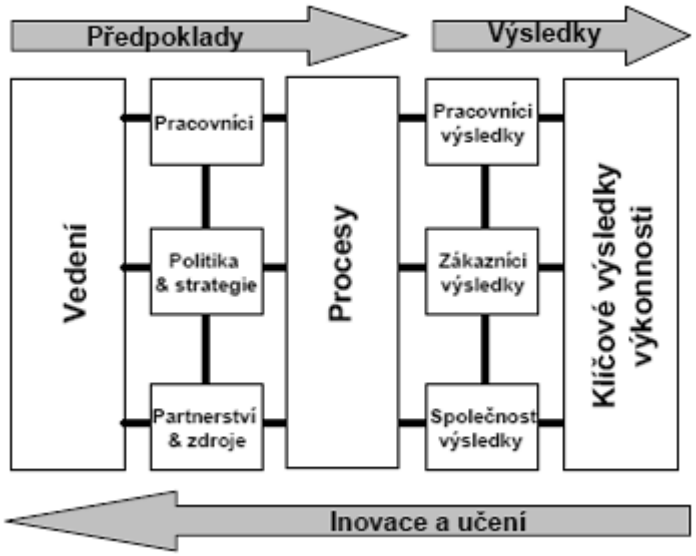
GRI (Global Reporting Initiative)
• GRI je celosvětově působící organizace, zabývající se udržitelným rozvojem a reportováním o této oblasti. CSR rozděluje na čtyři oblasti: ke třem základním (ekonomika, životní prostředí, společnost) přidává ještě oblast řízení (governance). • Má vypracovaný vlastní systém hodnocení CSR (Sustainability Reporting Framework) a vlastní směrnice, podle kterých se hodnotí konkrétní oblasti (Sustainability Reporting Guidelines). Zahrnují všechny oblasti CSR, a lze dle nich hodnotit jakoukoliv firmu, nezávisle na její velikosti, umístění a oblasti, ve které působí. • V každé oblasti rozlišuje řadu podkategorií, které hodnotí zvlášť. Z nich pak vyvstane celkový obraz o hodnocené firmě. GRI rozlišuje celkem tři aplikační úrovně - A (nejvyšší), B (střední) a C (nejnižší). O tom, jaké aplikační úrovně firma dosáhne, rozhoduje především kvalita reportu, jeho rozsah a pokrytí všech hodnocených oblastí, kritérií a podkritérií. • Základní oblasti hodnocení pomocí metodiky GRI jsou uvedeny v následujícím seznamu. Poslední čtyři položky seznamu odpovídají sociálnímu pilíři CSR, je tedy vidět, že GRI se ve své metodice tomuto pilíři věnuje nejvíce. o **Ekonomika** – 4 podoblasti: ekonomická výkonnost, působnost na trhu, nepřímé ekonomické dopady, zadávání veřejných zakázek. o **Životní prostředí** – 12 podoblastí, například: materiály, energie, voda, biodiverzita, emise, odpady, doprava apod. o **Zaměstnanost a důstojnost práce** – 8 podoblastí: zaměstnanost, rovné příležitosti, vzdělávání, práva můžů a žen, ochrana zdraví při práci apod. o **Společnost** – 7 podoblastí: místní komunita, korupce, veřejná politika, hodnocení dodavatelů dle dopadu na společnost apod. o **Odpovědnost za produkt** – 5 podoblastí: zdraví a bezpečnost zákazníků, marketing,

ochrana osobních údajů, značení produktů a služeb, dodržování standardů bezpečnosti.

- **Lidská práva** – 10 podoblastí: diskriminace, dětská práce, nucená práce, práva domorodých obyvatel, svoboda sdružování a kolektivních vyjednávání apod.

EFQM

- Model EFQM je dobrovalný rámec poskytující ucelený pohled na organizaci. Využívá principu sebehodnocení a benchmarkingu a vychází z principů TQM (Total Quality Management). ***Obrázek 6****: Schéma modelu EFQM*



Zdroj: Chvála (2012)

- Na přiloženém schématu je vidět dynamický charakter modelu. Znázorňuje, jak inovace, učení a kreativita napomáhají ke zlepšení předpokladů a potažmo i výsledků. Model EFQM lze použít pro zjištění, jak jsou jednotlivé metody řízení, které firma používá, v souladu.

SA 8000

- Tato referenční norma, vydávaná organizací Social Accountability International, je použitelná pro jakoukoliv oblast podnikatelské činnosti. Jejím hlavním cílem je celkové zlepšení pracovních podmínek. Nepokrývá tedy celou oblast CSR, ale věnuje se především zaměstnancům, což odpovídá pouze jedné části sociálního pilíře CSR.
- Co se týče CSR, SA 8000 má devět základních oblastí: diskriminace, nucená práce, práce dětí a mladistvých, pracovní doba, zdraví a bezpečnost, svoboda sdružování, disciplinární praktiky, férové odměňování a systém neustálého zlepšování.

AA 1000 AccountAbility/Assurance Standard

- Tato mezinárodní norma je použitelná pro všechny typy organizací, a to jak ve veřejném, tak i v soukromém sektoru.

- AA 1000 hodnotí důvěryhodnost a kvalitu již hotových CSR reportů organizací. Zaměřuje se na všechny tři hlavní pilíře CSR – ekonomický, sociální i environmentální.

Social Audit Network (SAN)

- SAN provádí sociální audity. Zaměřuje se na podporu firem v získávání informací o tom, jaké má činnost firmy dopady na její zainteresované okolí (stakeholdery).
- Tyto informace, týkající se všech hlavních pilířů CSR, jsou obsaženy v reportech, které SAN vydává. Mají za cíl zlepšit fungování organizací tak, aby se chovaly odpovědně nejen ke stakeholderům, ale k celému životnímu, sociálnímu i ekonomickému prostředí.

OECD Guidelines for Multinational Enterprises

- Jedná se o sadu směrnic a doporučení, pocházející od mezinárodní organizace OECD. Ty jsou zacíleny výhradně na nadnárodní společnosti.
- Zaměřují se především na podnikatelskou etiku, a to celkem v 11 oblastech: základní principy etiky, všeobecná doporučení, sdílení informací, lidská práva, zaměstnanost, životní prostředí, úplatkářství a vydírání, zájmy spotřebitelů, věda a technologie, veřejná soutěž a zdanění. Z tohoto rozdělení je vidět mírně **odlišný přístup k CSR, než klasický třípilířový.**

London Benchmarking Group (LBG)

Standard LBG byl vytvořen šesti britskými firmami, a dnes je používán v mezinárodním měřítku. Prostřednictvím LBG lze především změřit efektivitu vynaložených prostředků na dárcovské aktivity a ukázat, jaký byl jejich dopad z dlouhodobého hlediska. Předmětem zájmu LBG je pouze dobrovolná (charitativní) investiční činnost firmy - Corporate Community Investment (CCI), a potažmo tedy část sociálního pilíře CSR.

Metodika LBG měčí CCI ve třech fázích.

1) **Měření vstupů.** Zde se měří a hodnotí vše, co firma investovala do podpory komunity – finanční prostředky, čas a práce managementu. Dále se zjišťuje, proč investovala (charita, komunita, komerční sféra), do čeho investovala (zdravotnictví, vzdělání, umění ...) a kam investovala z geografického hlediska (Evropa, Afrika ...)
2) **Měření výstupů.** V druhé fázi se zjišťují a měří výsledky, kterých firma dosáhla zapojením vstupů. LBG definuje výstupy jako *„to, co se stane jako výsledek investic, které firma realizovala ve prospěch komunity.“* Měří se tzv. komunitní výstupy (počet firem a lidí, které firma přímo podpořila, typ podpory atd.), obchodní výstupy (počet zapojených zaměstnanců, počet oslovených zákazníků a stakeholderů a mediální pokrytí) a další efekty.
3) **Měření dopadů** neboli změn, které proběhnou u lidí a firem, krátkodobě i dlouhodobě, jako výsledek CCI. Dopady LBG dělí na komunitní, firemní, environmentální a obchodní.

Standardy ISO
• **ISO 9000** – zde jsou obsaženy standardy pro management kvality. Poskytují doporučení a návody, jak zavést a udržovat management kvality ve firmě, stejně jako návody pro interní i externí audity. Jediný certifikovatelný standard z této skupiny, ISO 9001:2008, má dle webu iso.org implementováno více jak milion firem po celém světě. • **ISO 14001** – standard pro environmentální management. Pomocí něj se zjišťuje vliv podniku na životní prostředí a jeho pokrok v této oblasti. Jsou v něm obsažena doporučení a postupy, kterými by se firma měla řídit, pokud chce co nejefektivněji minimalizovat dopad na životní prostředí. Standard je certifikovatelný. • **ISO 26000** - tato norma se zabývá CSR jako celkem a rozšiřuje aplikovatelnost společenské odpovědnosti i mimo podnikatelský sektor. Je koncipovaná tak, aby sloužila jako průvodce pro zavedení srandardů CSR do podniku, protože vychází z předpokladu, že CSR a její praktická aplikace je základ pro trvale udržitelný rozvoj společnosti. Protože má norma ISO 26000 spíše doporučující charakter, není oproti výše zmíněným certifikovatelná třetí osobou.

Zdroj: Vlastní zpracování, Chvála (2012), Pavlík, Bělčík a kol. (s. 99-110), iso.org (2014), globalreporting.org (2013), LBG Guidance Manual (2014)

Zadražilová a kol. (2010) uvádí, že dalším způsobem, jak hodnotit CSR, je měření výkonnosti organizací na poli CSR pomocí tzv. indexů, které si pro svou potřebu vytvořila řada nezávislých organizací. Hodnocení pomocí indexů je odlišné od hodnocení pomocí exaktních standardů a norem, popsaných v předchozí tabulce č. 4. Do měření pomocí těchto indexů jsou zařazeny pouze společnosti vyhovující kritériím společensky odpovědného chování, které si tyto organizace zpravidla samy stanoví. V následující tabulce si představíme tři nejznámější.

Tabulka 5 *Indexy používané k měření CSR*

Dow Jones Sustainability Indices

- Index DJSI byl vyvinutý společností Dow Jones ze Švýcarska r. 1999 jako první. Obsahuje množství dílčích indexů, které automaticky **vylučují z hodnocení například společnosti z odvětví alkoholového, tabákového, zbrojního nebo hazardního průmyslu.**
- DJSI beze v úvahu pouze společnosti, jejichž akcie jsou obchodovány na burze. Malé společnosti jsou tedy z hodnocení automaticky vyloučeny. Sběr dat probíhá pomocí dotazníkového šetření.
- DJSI hodnotí nezávisle na sobě firmy z více světových regionů. V Evropě hodnotí například 600 největších firem, v Severní Americe taktéž 600, v Austrálii 200 atd.
- Má velmi širokou škálu kritérií, z nichž je 50 % obecného rázu, dalších 50 % je odvětvově specifických. Jak je vidět z následující tabulky, některá kritéria jsou oproti jiným znevýhodněna.

Oblast	Kritérium	Váhy (%)
Ekonomická (17,5 %)	Správa a řízení společností	6,0
	Krizový managenemt	6,0
	Korupce a podplácení	5,5
Environmentální (10 %)	Ekologická výkonnost	7,0
	Ekologické reportování	3,0
Sociální (22,5 %)	Rozvoj lisdkého kapitálu	5,5
	Přitažlivost pro talenty	5,5
	Indikátory prac. postupů	5,0
	Podniková filantropie	3,5
	Sociální reportování	3,0

ETHIBEL Sustainability Index

- ESI se zaměřuje především na finanční oblast CSR. Zabývá se finanční výkonností velkých světových firem z hlediska udržitelnoti pro investory, banky a manažery. Vyvinula ho belgická nezisková organizace ETHIBEL v r. 2002.
- V hodnocení CSR se zaměřuje na dvě hlavní oblasti: udržitelný rozvoj a zapojení stakeholderů.
- ESI hodnotí firmy dle čtyř hlavních kritérií. Ta jsou totožná se třemi hlavními pilíři CSR, sociální pilíř je ještě navíc rozdělen na dvě samostatné oblasti. Oblasti hodnocení jsou rozděleny na:

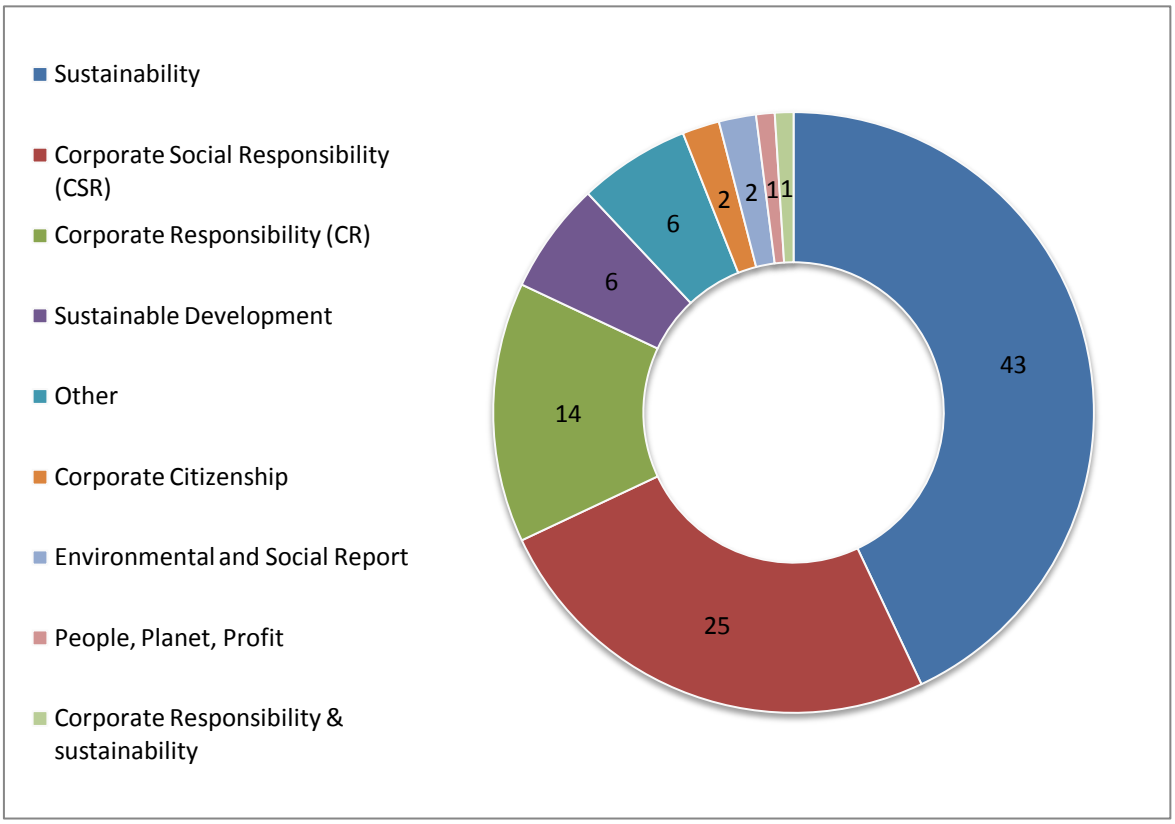
○ životní prostředí, ○ vnitřní sociální politiku (pracovní podmínky zaměstnanců, řízení lidských zdrojů ...), ○ vnější sociální politiku (vztah ke komunitě, stakeholderům atp.), ○ ekonomickou politiku (vztahy s dodavateli, odběrateli a akcionáři). • Zdrojem informací pro hodnocení jsou zde především reporty a data uveřejněná samotnými organizacemi. Hodnocení se dále doplňuje o rozhovory s vedením a informace od stakeholderů, aby se ověřila jejich důvěryhodnost. • Podobně jako DJSI tento index hodnotí spíše větší společnosti, obchodované na burzách. • Výhoda indexu ESI spočívá v tom, že do hodnocení zahrnuje i budoucí vývoj organizací. Společnost Ethibel také spolupracuje s odbory, vědeckými ústavy a podobně.
FTSE4GOOD
• Indexy FTSE4GOOD vděčí svému vzniku společnosti FTSE sídlící ve Velké Británii a používají se již od r. 2001. Měří úroveň CSR u 50, resp. 100 nejlepších společností v rámci Británie, Evropy nebo celého světa. • Stejně jako u předešlých indexů, i zde se berou v úvahu pouze velké společnosti obchodované na burze. • Automaticky jsou vyloučeny z hodnocení tabákové společnosti a výrobci jaderných zařízení a zbraní. • Jako zdroj informací slouží analýza webových stránek, dotazníková šetření, publikované výroční zprávy, a také osobní rozhovory. Data dříve sbírala nezávislá agentura EIRIS, velkou výhodou byla oddělenost výkzumu a samotného hodnocení. Od září 2013 však tyto společnosti nespolupracují. • Nevýhodou indexů FTSE4GOOD je fakt, že společnost FTSE nepublikuje žádná kritéria ani váhy, které jsou základem hodnocení. Nejsou tedy známy žádné přesné hodnoty, podle kterých je hodnocena úroveň CSR, pouze všeobecné informace o způsobu hodnocení. Je však známo, že je kladen důraz na sociální oblast CSR (lidská práva, odpovědnost vůči zaměstnancům, nucená práce apod.)

Zdroj: Vlastní zpracování dle Zadražilové a kol. (2010), Forum ETHIBEL (2014), FTSE (2014), SDJI (2013)

3.8.3 Rozdílná terminologie firem při reportování

V kapitole o reportování stojí za zmínku ještě jedna důležitá skutečnost. Firmy nejsou jednotné, co se týče základního názvosloví, kterým zastřešují své aktivity na poli CSR. Podívejme se na jeden z dílčích výsledků výzkumu společnosti KPMG z roku 2013 (KPMG, 2013, s. 6). Jak lze vidět z přiloženého grafu, pojem *„CSR“* se umístil až na druhém místě s 25 procenty. Předčil ho pojem *„Sustainability“* se zastoupením celých 43%.

Graf 1 *Terminologie CSR v reportech firem, hodnoty v procentech*



Zdroj: KPMG, 2013, s.6

3.9 CSR v prostředí internetu

Praktická část práce se zabývá hodnocením úrovně CSR v evropských podnicích. Pokud se podíváme na soutěže, systémy hodnocení nebo nejrůznější indexy CSR v předchozích kapitolách, vidíme, že jako zdroje pro hodnocení používají nejčastěji tyto zdroje:

- web firmy,
- CSR report vytvořený a sestavený firmou,
- rozhovory s vedením nebo zaměstnanci společnosti,
- dotazníková šetření.

Proč tedy hodnotit pouze na základě webových stránek? Vycházím především ze skutečnosti, že je hodnoceno 500 největších evropských firem, nejedná se tedy o malé podniky. U firem takovéto velikosti je běžné vydávání výročních zpráv a jejich umísťování na internet. V nich se uvádí i oblast CSR. Pokud není uvedena přímo celá ročníková

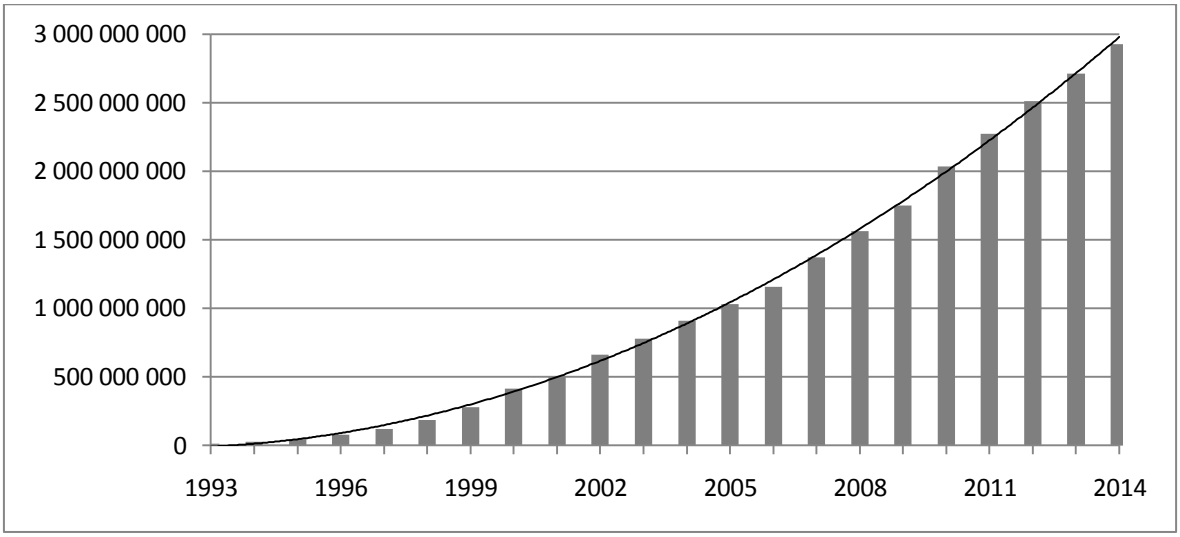
zpráva, je už na samotných stránkách často přítomna celá sekce o CSR, jak jsem zjistil už v předchozím výzkumu na vzroku sta nejrentabilnějších českých firem.

Například již v roce 2007 zjistila skupina výzkumníků vedená Lori Holder-Webb, že mezi americkými firmami je publikace CSR na webu zastoupena téměř u poloviny testovaných firem (Holder-Webb, 2007, s. 42). Lze tedy i dle mnoha dalších zdrojů zastoupených v této práci předpokládat, že dnes bude díky růstu počtu lidí připojených na internet a díky větší aktivitě firem na internetu toto číslo mnohem vyšší, na což se bude zaměřovat i samotný výzkum.

3.9.1 Růst počtu uživatelů připojených k internetu

Jak uvádí web *internetlivestats.com*, počet uživatelů internetu se každoročně zvyšuje. V roce 2014 dosáhl již téměř tří miliard, což odpovídá zhruba 40% celosvětové populace. Vezmeme-li v úvahu, kolik lidí žije v rozvojových zemích, můžeme předpokládat, že ve vyspělých zemích je internet již v drtivé většině domácností (např. Afrika se podílí na celkovém počtu připojených lidí jen deseti procenty).

Graf 2 *Vývoj počtu uživatelů internetu*



Zdroj: internetlivestats.com (2014)

3.9.2 Proč právě web?

Internet je v dnešní době nejrychleji dostupný zdroj informací, které lze velmi snadno udržovat aktualizované. Webové stránky firem jsou tedy často prvním místem, kde lidé (ať

už zákazníci, potenciální dodavatelé nebo obchodní partneři) hledají informace. Co se týče CSR, je velmi snadné prostřednictvím webových stránek tyto skupiny lidí informovat o vztahu firmy k společensky odpovědnému podnikání. Firma může umístit na web výsledky své charitativní činnosti, kodexy chování, seznam akcí a soutěží, kterých se zúčastnila apod. Na základě souhrnu těchto informací, které o sobě poskytnou firmy dobrovolně, budu v této hodnotit CSR u vybraných firem. Je očividné, že dodatečný výzkum v terénu, jako například rozhovory se zaměstnanci a vedením podniku, by hodnocení znatelně zpřesnil. Tak rozsáhlý výzkum je ale spíše vhodný pro celosvětově působící organizace zabývající se CSR než pro jednotlivce.

Další výhodou prezentace CSR na webu oproti dalším způsobům jsou nesporně nízké náklady. Udržovat aktuální informace pomocí tiskovin, televize, různých konferencí a soutěží apod. je finančně náročnější, a také pomalejší. Data získaná z webových stránek firem používají např. indexy FTSE4GOOD, ETHIBEL a další (viz kap. 3.8.2).

3.9.3 CSR reportování ve světě

Společnost KPMG každé tři roky zjišťuje trendy v CSR reportování u největších světových firem. Jako vzorek používá 100 firem s největším obratem na světě a 250 největších podniků převzatých z Globale Fortune 250 (G250). Pro nás je důležité, že se zaměřuje pouze na webové stránky a výroční zprávy. Pravidelnými průzkumy bylo zjištěno, že otázka, zda publikovat CSR reporty na webu už není na pořadu dne, protože CSR reportování se stalo téměř standardem. (KPMG, 2013, vlastní překlad) Společnost KPMG svými průzkumy mj. zjistila následující fakta:

- CSR reporty provádělo v roce 2013 již 71% firem. Z G250 to bylo dokonce 93%.
- Do svých výročních zpráv CSR report začleňovalo 9% firem v r. 2008, 20% v r. 2011 a celých 51% v r. 2013, jedná se tedy o velký nárůst.
- 78% firem se řídí standardy organizace GRI, což je oproti r. 2011 nárůst o 9%.
- 59% firem tvorbu CSR reportů outsorcuje.
- Evropské firmy tvoří dle KPMG nejkvalitnější CSR reporty, a jsou tak příkladem pro zbytek světa.

3.10 Kritika CSR, její nebezpečí a úskalí

Jako téměř vše, i společenská odpovědnost může být firmami a dalšími subjekty zneužívána, účelově interpretována nebo používána pro nekalé praktiky. Je nutné si uvědomit, že ačkoli CSR vychází převážně z tendencí, které mají za cíl zlepšit kvalitu života ve společnosti, nemusí tento účel vždy plnit. Na adresu konceptu CSR i jeho reálného naplňování proto někteří autoři často směrují kritiku.

3.10.1 Kritika CSR

Snad nejvíce citovaný kritik CSR, Milton Friedman, je známý svým výrokem *„Jedinou společenskou odpovědností je navyšování zisku.“* (Friedman, 1970) Podle jeho názoru veškeré aktivity firmy, které přímo nesouvisejí s jejím posláním, ji odvádějí od hlavního cíle a zbytečně zvyšují náklady. Maximalizaci zisku vidí Friedman jako odměnu za riziko, které manažeři a vlastníci firmy podstupují. Nepodporuje však úplně slepou honbu za ziskem, i on si uvědomuje, že nelze jít přes mrtvoly. *„Existuje jen jedna jediná společenská odpovědnost podniku – využívat své zdroje a zapojovat se do takových aktivit, které navyšují jeho zisk, a to tak dlouho, dokud zůstávaji v rámci pravidel hry, čili zapojovat se do otevřené a volné soutěže bez použití klamů a podovodů.“* (Friedman, 1970)

Dalším z kritiků konceptu CSR je profesor Robert Reich z Kalifornské univerzity v Berkley. Podle něj je CSR spíše nástrojem pro manipulaci a PR aktivity firem. To, čeho se snaží dosáhnout firmy s pomocí CSR, je podle něj pouhé suplování povinností vlády a snaha vyhnout se vládním regulacím. Ve své kritice jde ještě dál. Domnívá se, že *„CSR je nebezpečné rozptýlení, které podkopává demokracii.“* (Reich, 2007, vlastní překlad)

3.10.2 Greenwashing

Pawliczek (2011, s. 84) si všímá nebezpečí zvaného greenwashing neboli tzv. „natírání na zeleno“. Jak uvádí stránka Greenwashing Index (2014), tento pojem vznikl spojením tzv. whitewashingu (úmyslného pokusu skrýt nepříjemná politická fakta) a slova „green“ označujícího ekologický kontext. Pawliczek popisuje greenwashing jako takové chování firem, kdy je úmyslně zkreslena pravda, aby bylo dosaženo falešného environmentálního povědomí; tedy aby bylo oklamáno okolí firmy a bylo nuceno uvěřit, že firmě záleží na životním prostředí více, než ve skutečnosti.

Existence webu seriózně se zabývajícího greenwashingem dokládá, o jak skutečný a rozšířený problém se jedná. Firmy pochopily, jak je pro jejich fungování výhodné mít dobrou image, a životní prostředí je oblast, kde se opravdu hodně přehání a lže. Cíl tohoto webu je takové chování odhalovat. Zaměřuje se především na klamavou reklamu na internetu. Dozvídáme se, že greenwashingová reklama se dá rozeznat dle ukazatelů jako zavádějící text, zavádějící nebo přehnaná grafika, nedoložitelná tvrzení, přehánění či jiné přibarvování skutečnosti nebo maskování důležitých informací o špatném vlivu na životní prostředí.

Co z takového chování firmy mají? Pawliczek (2011, s. 84-88) se domnívá, že z krátkodobého hlediska tato strategie může být výhodná, ovšem z dlouhodobého je destruktivní pro všechny zúčastněné i ovlivněné strany. Krátkodobě může firma, co „natírá na zeleno“, získat výhodné zakázky a vypadat lépe v očích veřejnosti. Dlouhodobě ovšem převáží negativní efekty v podobě deklasování celého pojetí environmentální odpovědnosti, oslabení značky a přitáhnutí většího množství kontrolních orgánů, což zatěžuje administrativu.

3.10.3 Podniková deviace

Klírová ve sborníku Manažerská etika (2000, s. 72) upozorňuje na další nebezpečí, kterým je tzv. podniková deviace. Lidé, kteří dbají na morálku, etiku a dodržování zákonů v soukromém životě, tak často nečiní v životě profesním, často z důvodu orientace na zisk, výrobu a blaho firmy na úkor jejího okolí. Problémem v této oblasti je dle Klírové také to, že velké podniky s tisíci zaměstnanců mívají často problémy kontrolovat dodržování etických standardů, zejména však tehdy, pokud jsou vyšší exekutivní pracovníci ve firmě postiženi podnikovou deviací.

3.10.4 Společenské pokrytectví a ne-etika

Je třeba také upozornit na společenské pokrytectví, které je principiálně podobné greenwashingu, jen s tím rozdílem, že se neomezuje na environmentální oblast. Dytrt a kol. (2009, s. 125) o společenském pokrytectví říká, že *„ ... se hlásí k sociální odpovědnosti rétorikou, aby tím současně odvracelo pozornost od neetických nebo neodpovědných praktik v dalších ponikatelských jednotkách.“* Autor si také všímá, že k takovému jednání přispívá skutečnost, že je relativně jednoduché přesvědčit veřejnost, že firma jedná společensky odpovědně, i když se za tím skrývají neetické praktiky, které se dějí spíše

na individuální a soukromé úrovni, skryté před zraky lidí. Se společenským pokrytectvím tedy velmi souvisí jakási ne-etika, která je provázaná s konzumním myšlením a která je protipólem nejen etiky, ale i společenské odpovědnosti jako celku. *„Pronikání konzumního myšlení do managementu a podnikání je důsledek ne-etiky, která vede k deformování tržního prostředí a přispívá k pronikání konzumu do myšlení lidí, podnikání a do chování společnosti.“* (Dytrt a kol., 2009, s. 126)

4. Hypotézy a metodika práce

4.1 Hypotézy

V této části jsou uvedeny hypotézy, které se pokusím potvrdit nebo vyvrátit pomocí výzkumu v praktické části práce. Zaměřím se především na obecnější ukazatele reportování CSR, které vyplývají z již provedených výzkumů a šetření nezávislých nadnárodních splečností, zabývajícími se problematikou CSR.

4.1.1 Existence CSR strategie (H1)

Ve výzkumu nezávislé společnosti KPMG (2013) bylo zjištěno, že 87% testovaných evropských firem na svém webu či ve výroční zprávě výslovně uvádí, že daná firma má zavedenou a fungující strategii sloužící k naplňování CSR. To je velice významná skutečnost, neboť existence CSR strategie není nutnou podmínkou pro to, aby firma byla společensky odpovědná. Pokud ale taková CSR strategie existuje, firma je dle mého názoru mnohem efektivnější v naplňování svých cílů v této oblasti, a výsledky na tomto poli se dají lépe kontrolovat i zveřejňovat. Společnost KPMG testovala poloviční počet firem (250).

Testuji hypotézu: *Alespoň 87% testovaných firem má na svém webu uvedenou existující CSR strategii.*

4.1.2 Uveřejňování CSR reportů (H2)

Společnosti GRI a KPMG na summitu GLOBE 2014 ve Vancouveru iniciovaly průzkum, který se zaměřoval především na trvalou udržitelnost, transparentnost podnikání a CSR jako celek. Výsledky průzkumu byly uveřejněny v dokumentu *Spotlight on Corporate Transparency: Insights from GLOBE 2014* (GRI, KPMG, 2014). V tomto dokumetu mě zaujala především skutečnost, že 71% z 4100 firem po celém světě sestavuje a uveřejňuje reporty o CSR. Tím jsou myšleny ne pouhé informace na webu nebo ve výroční zprávě, ale samostatně zpracované reporty věnující se výhradně problematice CSR v dané firmě.

Testuji hypotézu: *Alespoň 71% testovaných firem uveřejňuje samostatné CSR reporty na svých webových stránkách.*

4.1.3 Dobrovolné investice (H3)

Zde vycházím z průzkumu společnosti LBG (2014), která se zabývá především CCI a pokrývá přes 130 zemí po celém světě. Bylo zjištěno, že 59% (54% v r. 2013) prostředků, které firmy po celém světě dobrovolně investují v rámci CSR, je uvolňováno jako dlouhodobé strategické komunitní investice. Dary na charitu oproti tomu zastupovaly jen 27% (26% v r. 2013) dobrovolných investic a komerční dary jen 14% (20% v r. 2013). Z toho vyplývá, že nadpoloviční většina investic, které firmy celosvětově provádí, je realizována formou dlouhodobých a strategických investic. Naproti tomu investování ad-hoc (charitativní a komerční dary nepodléhající žádné investiční strategii) není tak populární. Jinými slovy z tohoto průzkumu vychází, že firmy si pečlivě vybírají oblasti pro své dobrovolné investice a mají tendenci se těchto oblastí držet po více let. Méně populárnější je pak investování do rozličných oblastí každý rok jinak – tzv. ad-hoc investice.

Na základě tohoto průzkumu testuji hypotézu: *Alespoň 59% testovaných firem realizuje dle uveřejněných informací na webu dobrovolné investice formou dlouhodobých strategických investic.*

4.1.4 Rozdíly v CSR reportování mezi jednotlivými státy (H4)

Mnoho výzkumů se zabývalo vztahem mezi úrovní a kvalitou CSR reportování a tím, ve které zemi daná firma působí. Bonsón a Bednárová (2014) si všímají některých důvodů, které rozdíly mezi úrovní CSR reportování v jednotlivých zemích způsobují. Rozdíly mohou být způsobeny rozdílnou legislativou, kterou musejí firmy respektovat. Dále zde mohou být rozdíly v politice zaměstnanosti státu, ochraně životního prostředí a podobně. Ekonomická situace země a životní úroveň také hrají roli.

Testuji hypotézu, že *neexistují statisticky významné rozdíly v CSR reportování mezi jednotlivými státy, v nichž testované firmy působí* oproti alternativě, že *tyto rozdíly existují.*

4.1.5 Rozdíly v CSR reportování mezi odvětvími (H5)

Další významné rozdíly v CSR reportování jsou způsobeny odvětvím, ve kterém testované firmy působí. Bonsón a Bednárová (2014) s odkazem na mnoho dalších provedených studií uvádějí, že to bývá způsobeno především tím, že některá odvětví jsou více riziková, jiná zase méně. Některá odvětví (například chemický průmysl) jsou zase více citlivá na vztah

k životnímu prostředí, zatímco jiná (například finanční sektor) jsou více pod „drobnohledem“, co se týče sociálních ukazatelů. Výsledky napříč studiemi se nicméně velice různí. Bonsón a Bednárová (2014) uvádějí, že nejvyšší skóre dosáhly firmy v oblasti telekomunikací, zatímco jiné výzkumy staví do popředí firmy z finančního sektoru nebo firmy působící v ropném průmyslu. Nicméně, významné rozdíly mezi odvětvími jsou přítomné vždy.

Testuji hypotézu, že *neexistují statisticky významné rozdíly v CSR reportování mezi jednotlivými odvětvími, v nichž testované firmy působí*, oproti alternativě, že *tyto rozdíly existují.*

4.2 Metodika práce

Použitá metodika, aplikovaná v praktické části práce, se zaměřuje na kvalitu CSR reportování u pěti set největších středoevropských a východoevropských firem. Jako CSR report budeme chápat veškerá data, která daná firma uveřejní sama a dobrovolně na svých webových stránkách. Tato data mohou být obsažena ve speciální sekci webu věnující se CSR, ve zveřejněné výroční zprávě, v samostatném dokumentu pokrývajícím CSR aktivity firmy apod. Důvody použití tohoto způsobu hodnocení jsou uvedeny výše v kapitole 3.9 a v dalších.

4.2.1 Výběr vzorku firem

Klíčovým zdrojem pro výběr firem pro tuto práci je žebříček *Central Europe TOP 500* (dále jen CE TOP 500). Tento žebříček sestavuje každoročně nadnárodní společnost Deloitte. CE TOP 500 je zveřejňován každoročně formou reportu a zahrnuje největší firmy z osmnácti zemí střední a východní Evropy. Neobsahuje jen prostý seznam firem a jejich ekonomické výsledky, ale zaměřuje se také na trendy vývoje, rozhovory s manažery, vlastníky firem a podobně. Aktuální verze CE TOP 500 v době hodnocení je z roku 2014.

Důvodem výběru tohoto zdroje je především jeho věrohodnost, neboť je sestavován nezávisle již zmíněnou společností Deloitte, která má v této oblasti mnohaleté zkušenosti. Je zde také zajištěna jistá univerzálnost, neboť jediným kritériem umístění v žebříčku je celkový zisk firem z prodeje. Jsou zde tedy zastoupeny firmy napříč odvětvími, žádné zde není upřednostňované. Další výhodou je určitá podobnost zemí střední a východní Evropy jak z historického, tak z ekonomického hlediska. Domnívám se, že kdyby byla do žebříčku

zahrnuta například západní Evropa či Skandinávie, rozdíly mezi firmami v žebříčku by byly jistě mnohem větší.

Firmy jsou do žebříčku CE TOP 500 zařazovány na základě jejich celkových tržeb a obratu. Díky tomu je v něm rozdílné zastoupení firem z jednotlivých států i odvětví, jak ilustrují tabulky č. 6 a 7.

Tabulka 6 *Počty a procentuální zastoupení firem z jednotlivých regionů v žebříčku CE TOP 500*

Země	Počet firem	Procentuální zastoupení
Polsko	161	32.2%
ČR	79	15.8%
Maďarsko	63	12.6%
Ukrajina	53	10.6%
Rumunsko	42	8.4%
Slovensko	28	5.6%
Slovinsko	16	3.2%
Pobaltí	25	5.0%
Balkán	33	6.6%
Celkem	*500*	*100%*

Tabulka 7 *Počty a procentuální zastoupení firem z jednotlivých odvětví v žebříčku CE TOP 500.*

Odvětví	Počet firem	Procentuální zastoupení
CB&T	179	35.8%
E&R	146	29.2%
Mfg	114	22.8%
TM&T	30	6.0%
LS&HC	18	3.6%
RE	7	1.4%
PS	6	1.2%
Celkem	*500*	*100%*

Vysvětlivky: RE – stavebnictví, TM&T – telekomunikace, PS – veřejné služby, Mfg – výrobní průmysl, E&R – energetika a zdroje, LS&HC – farmaceutický průmysl, CB&T – spotřebitelský průmysl a doprava.

4.2.2 Kritéria hodnocení

Firmy budou hodnoceny dle mnou vytvořených kritérií rozdělených do čtyř oblastí. Bral jsem v úvahu různé mezinárodní systémy a metodiky hodnocení CSR, zmiňované v teoretické části práce, především pak metodiku GRI. Kritéria mající přímou souvislost s testovanými hypotézami jsou o tuto informaci doplněna. Oblasti hodnocení pokrývají *tři základní pilíře CSR* (ekonomický, sociální a environmentální), a také všeobecnou část, kde hodnotím především kvalitu samotného reportu jako celku a celkové množství informací, které o sobě firma zveřejňuje, nezávisle na skóre v těchto třech pilířích.

V tabulce č. 8 jsou popsána všechna kritéria, dle kterých je vzorek těchto pěti set firem hodnocen. Váhy všech kritérií jsou stejné.

Tabulka 8 *Hodnotící kritéria a jejich popis*

Skupina kritérií	Popis kritéria
Všeobecná	**V1: Dostupnost informací o CSR na webu firmy** - nesourodé informace o CSR, - kompletní sekce na webu věnovaná CSR, - zveřejněný report o CSR nebo výroční zpráva. **V2: Kvalita zpracování informací** - přehlednost, - úprava, - množství dat, - aktuálnost dat.
	V3: Existence CSR strategie, její rozsah a komplexnost.
	V4: Dostatek informací o firmě a její činnosti: - kontaktní informace, oblasti působení firmy - dodavatelský řetězec, další stakeholdeři - firemní pravidla a směrnice - informace pro zákazníky a spotřebitele.
Environmentální	**Z1: Přímé znečišťování životního prostředí, ekologické dopady činnosti firmy:** - emise, snižování emisí, - odpady a jejich recyklace.

	Z2: Používané materiály při výrobě a jejich přímý a nepřímý ekologický dopad. **Z3: Environmentální programy a provozní opatření, používané a dodržované v rámci chodu firmy.** **Z4: Společenská angažovanost v otázkách ochrany životního prostředí:** - podpora environmentálních organizací, - pořádání akcí na zvýšení povědomí o ŽP, - zapojení zaměstnanců do ochrany ŽP.
Ekonomická	**E1: Přímé ekonomické dopady na okolí:** - příznivý či nepříznivý vliv na zaměstnanost, - dobrovolné investice do rozvoje. **E2: Nepřímé ekonomické dopady na okolí:** - vliv na ekonomický rozvoj v oblasti - stimulace přílivu zahraničních investic - dostupnost produktů nízkopříjmovým skupinám - změna produktivity stakeholderů. **E3: Corporate Community Investment (CCI).** Finanční prostředky věnované v rámci - dlouhodobých strategických investic - ad-hoc investic. **E4: Podnikatelská etika:** - protikorupční opatření, - férová soutěž a transparetntní hospodaření - slušné chování, respektování nepsaných morálních pravidel a standardů.

Sociální	**S1: Mezinárodně platná lidská práva a jejich dodržování ve všech oblastech činnosti:** - rasová, etnická, náboženská a jiná diskriminace, - dětská a nucená práce, - rovnost mužů a žen. **S2: Vlivy na komunitu a její sociální zázemí:** - rozvoj kultury, - pomoc potřebným, - podpora vzdělanosti, - organizace veřejných akcí, - firemní dobrovolnictví. **S3: Zaměstnanecká oblast:** - vhodné pracovní podmínky, - bezpečnost práce, - zaměstnanecké benefity, - vhodná pracovní doba, - poskytování školení a dalšího vzdělávání, - odpovídající ohodnocení práce a motivace zaměstnanců, - podpora kolektivu a vztahů mezi vedením a zaměstnanci. **S4: Spotřebitel:** - ochrana spotřebitele, - ochrana osobních údajů, - nezávadnost a bezpečnost výrobků.

Zdroj: Vlastní zpracování dle G4 Sustainability Reporting Guidelines (GRI, 2014)

4.2.3 Hodnotící škála

Skóre jednotlivých kritérií bude hodnoceno pomocí *Stapelovy škály*, což je v podstatě zjednodušená forma *sémantického diferenciálu*. Sémantický diferenciál se používá především v sociologických průzkumech, ale pro rozsáhlé hodnocení pěti set firem podle

několika kritérií je dle mého názoru vhodnější, než takový typ hodnotící škály, který má podrobně popsaný každý stupeň hodnocení u každého z použitých kritérií. Tento způsob hodnocení byl použit například u studie hodnotící vztah mezi investicemi firem a jejich úrovní CSR (Ahmed et. al, 2012, s. 1-13). Při hodnocení pomocí sémantického diferenciálu se použije slovní popis kritéria, jehož intenzitu odstupňujeme pomocí číselné škály, která již není slovně popsaná.

Stapelova škála, jak je uvedeno výše, je jednou z forem tohoto sémantického diferenciálu. Každé kritérium má jednotný slovní popis, a míra toho, jak zjištěná skutečnost naplňuje tento slovní popis, je vyjádřena pomocí jednotné číselné škály. Nejčastěji se používá číselná škála od -3 do +3 nebo od -5 do +5. Nula jako neutrální bod se nepoužívá. Výstup dat z takovéhoto hodnocení je velmi dobře statisticky zpracovatelný, což je jedno z hlavních kritérií výběru tohoto způsobu hodnocení pro tuto práci. Dalším kritériem je bezesporu jednoduchost, uvážíme-li tak rozsáhlý vzorek firem. Ve studii zmiňované výše (Ahmed et. al, 2012, s. 7, tab. 4) je uveden konkrétní příklad praktického použití sémantického diferenciálu se Stapelovou škálou u jednoho konkrétního kritéria, podobně jako v tabulce č. 9.

Tabulka 9 *Stapelova škála použitá na hodnocení kritérií, příklad*

Kritérium	**S2: Vlivy na komunitu a její sociální zázemí**									
Hodnotící škála	-5	-4	-3	-2	-1	+1	+2	+3	+4	+5
Orientační slovní vysvětlení	Špatný		Mírně negativní			Mírně pozitivní			Výborný	

Zdroj: Autor

Slovní popis všech deseti jednotlivých stupňů škály u každého kritéria není použit hned z několika důvodů:

- Jednotlivá kritéria jsou natolik komplexní, že v tak velkém vzorku hodnocených firem je takřka nemožné obsáhnout všechny možnosti, které mohou nastat. V uvedeném příkladu z tabulky 3 může jedna firma získat hodnocení +5 například za enormní podporu vzdělanosti na univerzitách a pravidelné pořádání různých

konferencí. Jiná firma získá hodnocení +5 například za zapojení velkého procenta zaměstnanců do velmi prospěšných akcí spadajících do firemního dobrovolnictví.

- Touto škálou lze efektivně a jednoduše znázornit jemné rozdíly mezi hodnocenými firmami bez nutnosti vypracovávání obsáhlého slovního hodnocení, které by mohlo být i tak dost nepřesné a zavádějící.
- Nepoužíváme CSR report vytvořený firmou pro účely našeho výzkumu, ale opíráme se o informace, které firma sama zveřejní na webu. Z tohoto důvodu musíme předpokládat, že firmy se nemusí uvedenými daty přesně „trefit" do všech aspektů toho kterého kritéria. Tento problém použití škály bez snahy o přesný popis všech myslitelných nuancí částečně odstraňuje.

Celkový počet hodnotících kritérií je stanoven na 16, tedy 4 kritéria z každé oblasti hodnocení. *Za každé kritérium může firma obdržet skóre od -5 do +5 bodů. Tyto body se do celkového hodnocení vždy sčítají.*

Tabulka 10 *Dosažitelná skóre hodnocených firem*

Dílčí kritéria	**Min. skóre**	**Max. skóre**	**Celkem**
V1 až V4 (Všeobecná)	-5	+5	-20 až +20
Z1 až Z4 (Environmentální)	-5	+5	-20 až +20
E1 až E4 (Ekonomická)	-5	+5	-20 až +20
S1 až S4 (Sociální)	-5	+5	-20 až +20
Celkové hodnocení			-80 až +80

Zdroj: Vlastní zpracování dle Ahmed et. al (2012, s. 8)

Podle možného rozsahu skóre lze určit nejnižší i nejvyšší možné skóre, kterého firma může dosáhnout (reference viz. Ahmed et. al, 2012, s. 8, tab. 5). Celkové hodnocení každé ze čtyř dílčích kategorií se může pohybovat v rozmezí -20 až +20 bodů. Úplné celkové hodnocení jedné konkrétní firmy se může tedy pohybovat v rozmezí -80 až +80 bodů.

4.2.4 Souvislost hodnotící škály s testovanými hypotézami

Hypotéza H1, testující existenci CSR strategie, má souvislost s všeobecným kritériem V3 (viz tab. 8). Skóre -5 až -1 obdržely firmy, které žádnou CSR strategii nemají, zatímco skóre 1 až 5 obdržely firmy mající CSR strategii; hodnota obdrženého skóre pak samozřejmě závisí na kvalitě této strategie.

Hypotéza H2 souvisí s kritériem V1, věnujícím se dostupnosti informací o CSR na webu firmy (viz tab. 8). Pokud má firma na webu uveřejněný samostatný CSR report, obdržela jedno z nejvyšších dvou hodnocení, 4 nebo 5.

Hypotéza H3 je provázána s ekonomickým kritériem E3 (viz tab. 8) vyhrazeným pro investiční aktivity firmy. Dlouhodobé strategické investice jsou nejlepším možným způsobem investování. Pokud se firma v CSR reportu nebo jinde na stránkách výslovně zmiňuje, že realizuje převážnou část investic tímto způsobem, pak je jí vyhrazeno nejvyšší skóre 4 nebo 5.

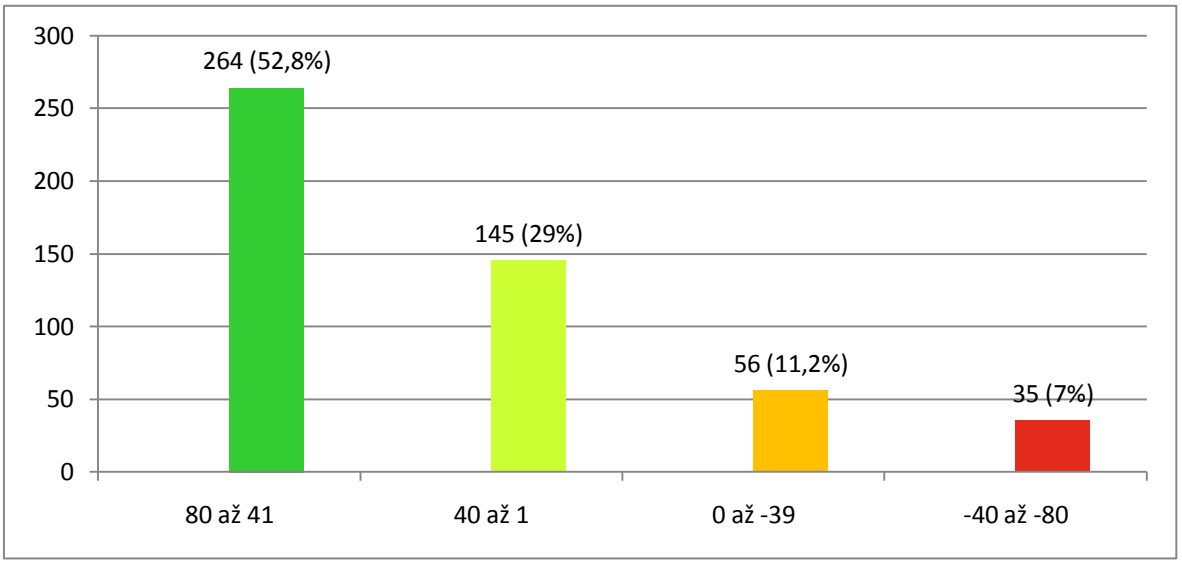
5. Výsledky

Výsledky provedeného výzkumu, zaměřujícího se na kvalitu reportování o CSR u největších pěti set firem ze střední a východní Evropy, poukazují na několik zajímavých skutečností. Nutno podotknout, že nebyly hodnoceny všechny myslitelné aspekty reportování o CSR, ale pouze ty hlavní, s přihlédnutím k metodice GRI (viz kap. 4.2.2). Byla hodnocena kvalita reportování v hlavních třech pilířích CSR (ekonomickém, sociálním a environmentálním), a také celková kvalita firmou poskytnutých informací (tato oblast je zahrnuta ve čtyřech všeobecných kritériích).

5.1 Celková kvalita a úroveň CSR reportování

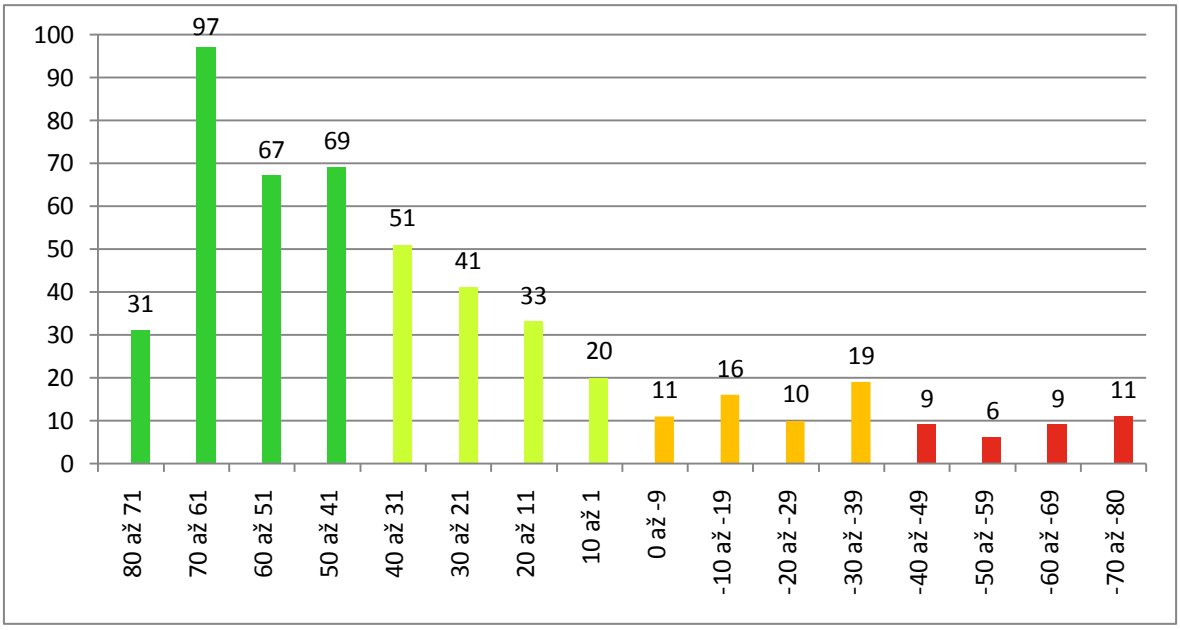
Jak je vidět na následujících grafech, které zobrazují rozložení firem dle hodnocení rozděleného do čtyř intervalů, mezi hodnocenými firmami je drtivá převaha těch, které dosahují nejvyšší kvality CSR reportování. Maximální dosažitelné hodnocení je +80 bodů, zatímco minimální je -80 (viz kap. 4.2.3, tab. 10). Na nejnižších příčkách se umístilo pouze 35 firem z celkových 500, tedy pouze 7%. Oproti tomu na nejvyšších příčkách v prvním intervalu je 264 firem, což je nadpoloviční většina. Na základě tohoto rozložení lze říci, že kvalita CSR reportování ve střední a východní Evropě je na dobré úrovni.

Graf 3 *Histogram celkového skóre CSR reportování*



Histogram dle kratších intervalů, znázorňující podrobnější rozložení firem dle celkového skóre CSR reportování ilustruje graf č. 4.

Graf 4 *Podrobnější histogram znázorňující celkové dosažené skóre*



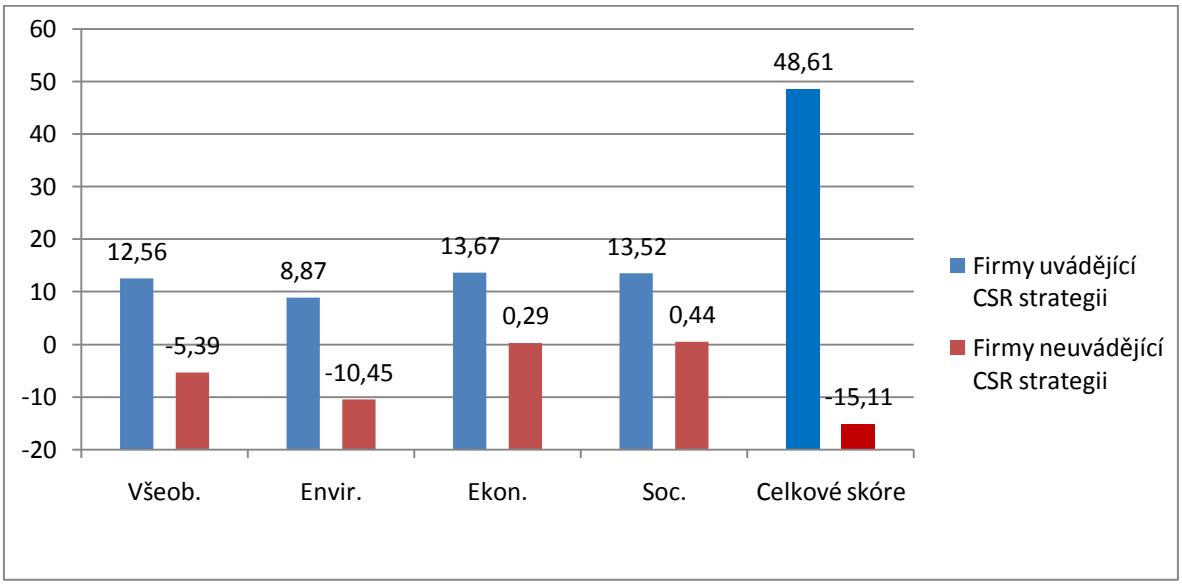
Zřetelně lze vidět, že výborného hodnocení mezi 80 a 71 body dosáhlo poměrně málo firem – v prvním intervalu jich je pouze 31. Jdeme-li k nižšímu, avšak stále velmi dobrému hodnocení, počet firem je zde nejvyšší. **Skóre mezi 70 a 61 body dosáhla téměř celá pětina firem v hodnoceném vzorku.** Směrem k nižšímu hodnocení se počet firem v jednotlivých intervalech postupně snižuje a i v oblasti nejnižších hodnot zůstává velmi nízký. I tento podrobnější graf vypovídá o poměrně vysoké úrovni CSR reportování největších firem ve střední a východní Evropě.

5.1.1 Existence CSR strategie (hypotéza H1)

Ačkoliv si firmy, co se týče celkového hodnocení, vedly velice dobře, situace v oblasti CSR strategie už je mírně horší. Výzkumem bylo zjištěno, že na svých webových stránkách uvádí CSR strategii 73% firem (365 z 500). Výzkum společnosti KPMG z roku 2013, na jehož základě byla formulována hypotéza H1 předpokládající 87% firem uvádějících CSR strategii, však testoval poloviční počet firem, a to z celého světa. Mnou testované firmy byly co do velikosti, obratu i zisku menší, což vysvětluje nižší zastoupení těch, které CSR strategii na webu uvádějí. Ačkoliv se hypotéza H1 nepotvrdila, stále lze říci, že firmy ve střední a východní Evropě si důležitost CSR strategie zřetelně uvědomují.

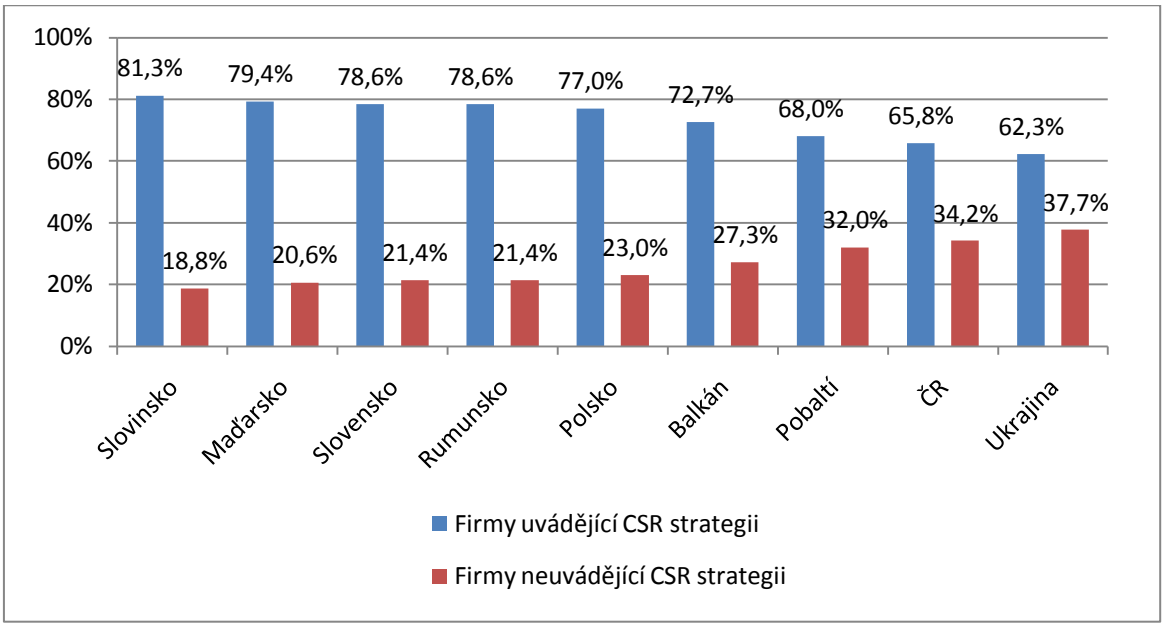
Porovnáme-li celkové výsledky firem, které na webu uváděly CSR strategii, a těch, které tak nečinily, spatříme velké rozdíly ve všech oblastech hodnocení, jak ilustruje graf č. 5. Firmy, které CSR strategii na webu neuvádějí, mají nižší skóre CSR reportování ve všech testovaných oblastech.

Graf 5 *Porovnání skóre CSR reportování dle čtyř oblastí hodnocení u firem uvádějících a neuvádějících CSR strategii na webu*

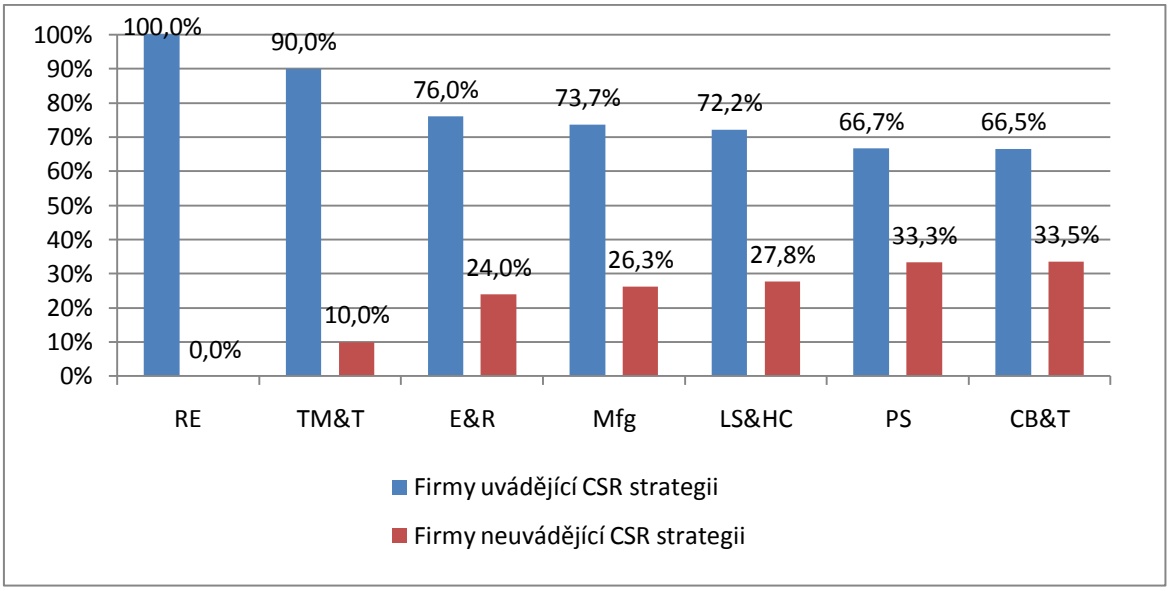


Graf č. 6 ilustruje závislost uveřejňování CSR strategií firem dle jednotlivých zemí střední a východní Evropy (či regionech v případě Pobaltí a Balkánu). Nejvíce firem neuveřejňujících CSR strategii je na Ukrajině, v ČR a v Pobaltí, což koresponduje i s celkovými výsledky dle zemí (viz kap. 5.3). Graf č. 7 pak znázorňuje tuto závislost dle jednotlivých odvětví, ve kterých firmy působí.

Graf 6 *Procentuální zastoupení firem zveřejňujících či nezveřejňujících CSR strategii v jednotlivých státech*



Graf 7 *Procentuální zastoupení firem zveřejňujících či nezveřejňujících CSR strategii dle odvětví.*



Vysvětlivky: RE – stavebnictví, TM&T – telekomunikace, PS – veřejné služby, Mfg – výrobní průmysl, E&R – energetika a zdroje, LS&HC – farmaceutický průmysl, CB&T – spotřebitelský průmysl a doprava.

5.1.2 Uveřejňování kompletních CSR reportů (hypotéza H2)

Situace v oblasti kompletních CSR reportů velice zřetelně poukazuje na fakt, že střední a východní Evropa má co dohánět. Mnoho firem se zřejmě domnívá, že není třeba vypracovávat obsáhlé CSR reporty, když na webových stránkách uvádějí všechny potřebné informace v jiné podobě, ať už prostřednictvím

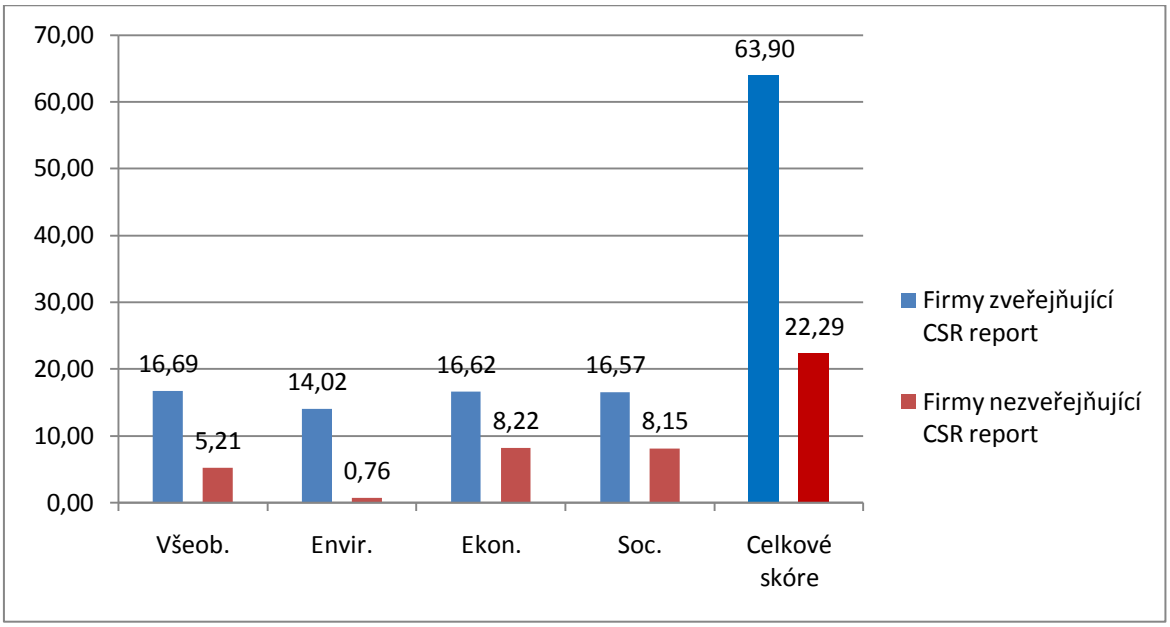
- sekce na webu věnující se CSR,
- kapitoly ve výroční zprávě podniku,
- různých informací souvisejícími s CSR aktivitami, například pomocí zpráv z veřejně prospěšných akcí zaměřených na podporu kultury, života v místní komunitě nebo charitativních organizací.

Jev, který se objevoval také poměrně často, spočíval v uveřejňování spíše nepravidelných až sporadických společensky odpovědných aktivit v sekci aktualit a novinek, týkajících se činnosti firmy. Žádný z uvedených způsobů ovšem nenahrazuje kompletní CSR report.

Výzkumem bylo zjištěno, že kompletní CSR report na svém webu uvádí pouze 109 firem z 500 hodnocených, což odpovídá 22%. Hypotéza, že CSR reporty bude na svém webu uvádět alespoň 71% firem, se tedy nepotvrdila, a to s velice významným rozdílem. Nutno dodat, že tato hypotéza byla formulována na základě celosvětového výzkumu provedeného společnostmi GRI a KPMG (viz kap. 4.1.3, str. 36). Tento výzkum hodnotil úroveň reportování o CSR u 250 největších firem z celého světa, takže je pochopitelné, že úroveň u mnou hodnoceného vzorku bude nižší, což se ukázalo i pomocí hypotézy H1. Střední a východní Evropa ve zveřejňování CSR reportů tedy výrazně zaostává za celosvětovým průměrem.

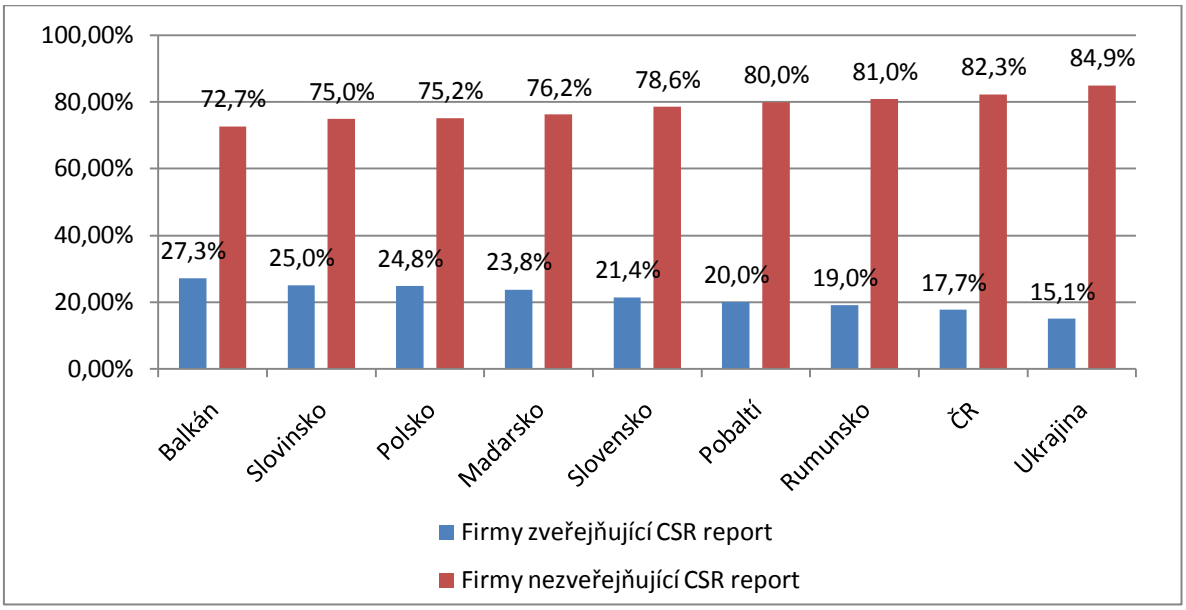
Porovnáme-li celkové výsledky firem, které na webu zveřejňovaly CSR report, a těch, které tak nečinily, spatříme velké rozdíly ve všech oblastech hodnocení, jak ilustruje graf č. 8 na následující straně. Je zřetelně vidět, že firmy zveřejňující CSR report mají také prokazatelně vyšší úroveň CSR reportování ve všech testovaných oblastech.

Graf 8 *Porovnání skóre CSR reportování u firem zveřejňujících a nezveřejňujících CSR report na webu*

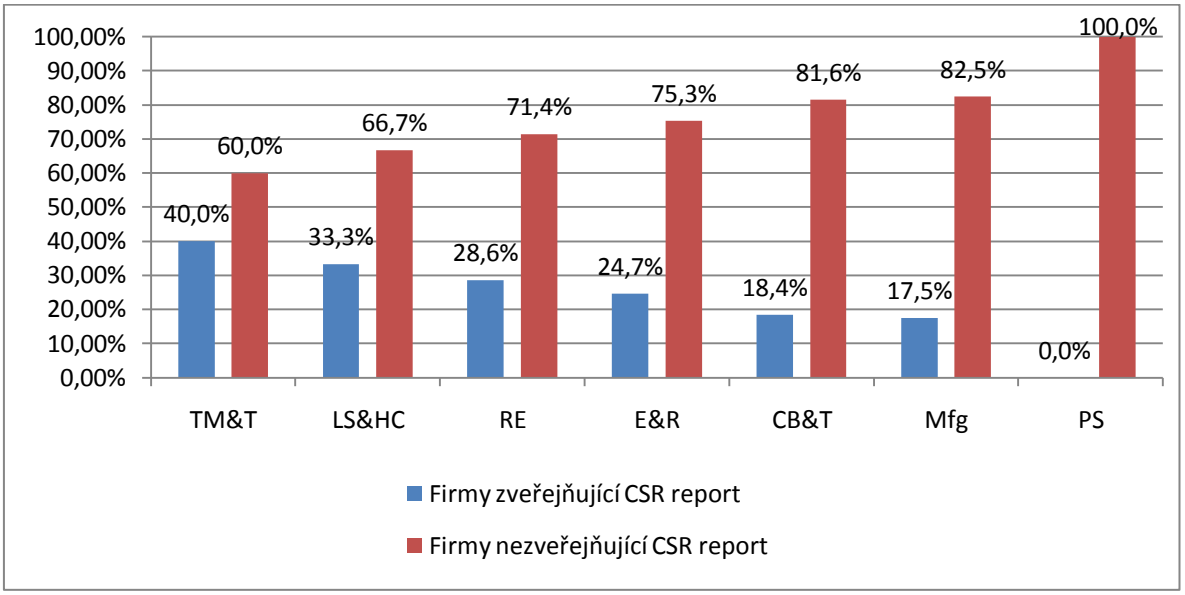


Na zveřejňování CSR reportu na webu nemá dle provedeného výzkumu žádný vliv to, v jaké zemi firma působí. Jak ilustruje graf č. 9, neexistují žádné významné rozdíly v procentuálním zastoupení firem, jež CSR reporty zveřejňují – všechny hodnoty se pohybují okolo 20% (ačkoliv stojí za povšimnutí, že největší procentuální zastoupení firem uveřejňujících CSR reporty je na Balkáně). Mezi jednotlivými odvětvími už však prokazatelné rozdíly existují, jak ilustuje graf č. 10. V oblasti telekomunikací zveřeňuje CSR report celých 40% firem a ve farmaceutickém průmyslu jedna třetina. Naproti tomu ve výrobním průmyslu je toto zastoupení pouze 17,5% a mezi firmami působícími v oblasti služeb neměla na webu CSR report zveřejněný žádná z nich.

Graf 9 *Procentuální zastoupení firem zveřejňujících či nezveřejňujících CSR report v jednotlivých státech*



Graf 10 *Procentuální zastoupení firem zveřejňujících či nezveřejňujících CSR report dle odvětví.*



Vysvětlivky: RE – stavebnictví, TM&T – telekomunikace, PS – veřejné služby, Mfg – výrobní průmysl, E&R – energetika a zdroje, LS&HC – farmaceutický průmysl, CB&T – spotřebitelský průmysl a doprava.

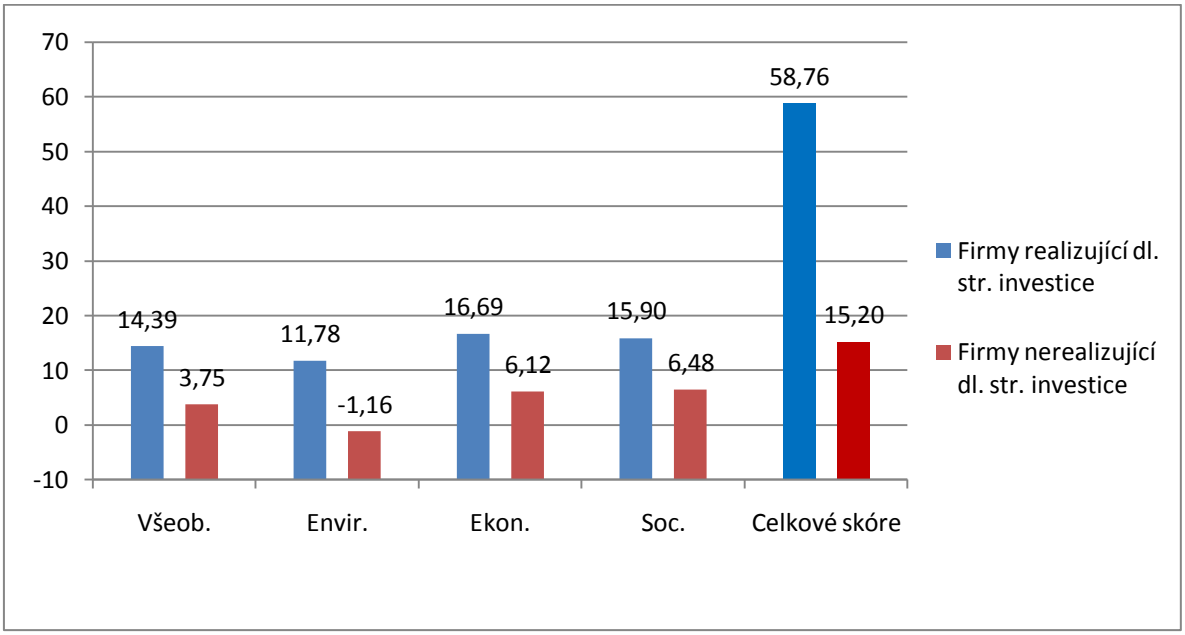
5.2 Corporate Community Investment (hypotéza H3)

Hypotéza H3, formulovaná na základě průzkumu společnosti LBG (2014; viz kap. 4.1.3, str. 36), že dobrovolné investice bude prostřednictvím dlouhodobých strategických investic realizovat 59% firem. Tento předpoklad nebyl provedeným výzkumem potvrzen. Dobrovolné investice realizuje poměrně velké množství firem – celých 79%, což je velice dobrý výsledek. Z těchto 79% investuje opravdu dlouhodobě a strategicky pouze 47%, což je o 12% méně, než uvádí výsledek průzkumu společnosti LBG.

Zbývajících 53% firem volí spíše cestu ad hoc investic. Časté byly případy, kdy firmy uváděly na webu přehled řady podpořených projektů, ovšem bez uvedení strategických cílů, pro které tyto investice slouží. Chyběla i jakákoliv návaznost na CSR strategii firmy. Ačkoliv je i ad hoc investování pro společnost velice prospěšné, investování s cílem naplňování určité strategie je efektivnější. Střední a východní Evropa má v oblasti odpovědného investování tedy rozhodně co zlepšovat.

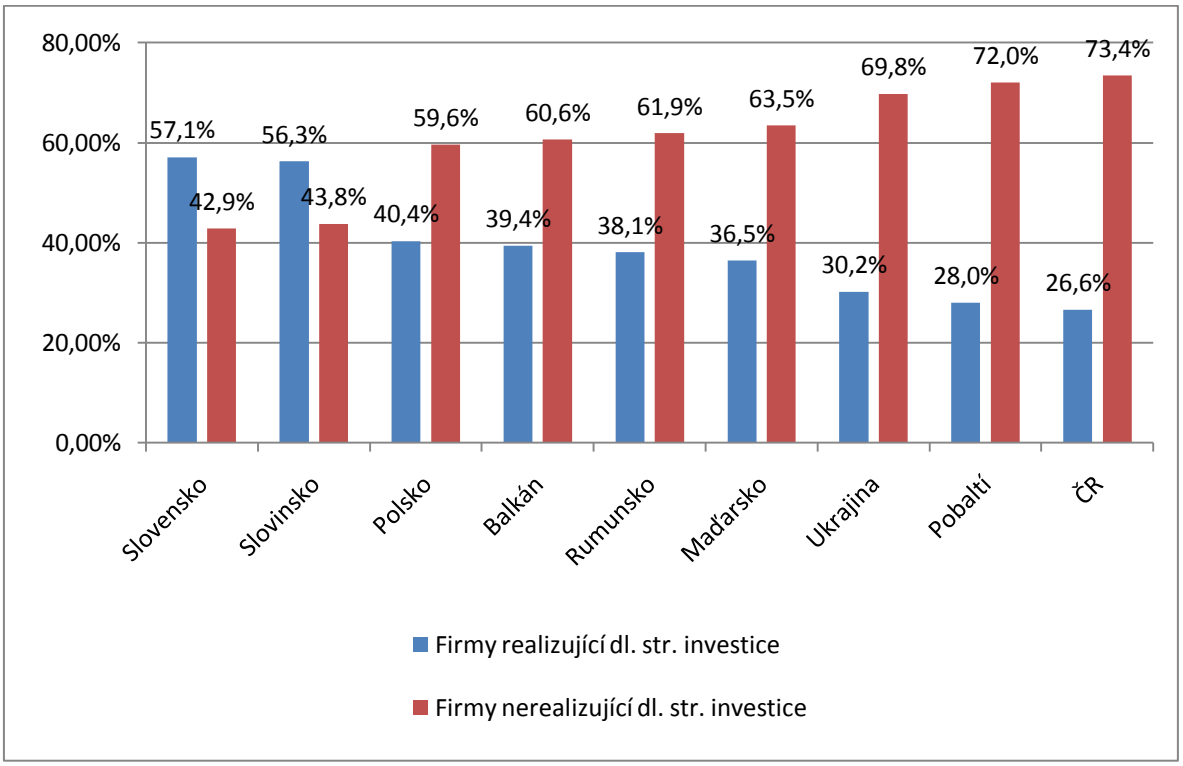
Porovnáme-li celkové výsledky firem, které na webu uváděly skutečnost, že realizují dlouhodobé strategické investice v rámci svých CSR aktivit, a těch, které tak nečiní, spatříme velké rozdíly ve všech oblastech hodnocení, jak ilustruje graf č. 11.

Graf 11 *Porovnání skóre CSR reportování u firem uvádějících a neuvádějících realizaci dlouhodobých strategických investic*



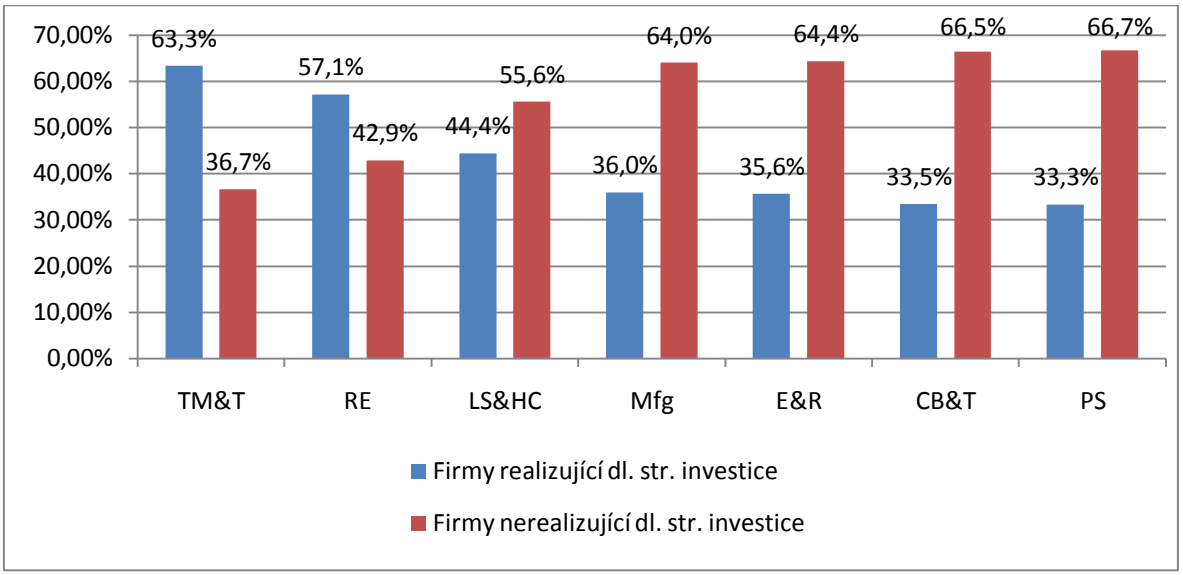
Podíváme-li se na rozdíly z hlediska dlouhodobých strategických investic mezi jednotlivými státy a odvětvími, zjistíme, že zde jsou rozdíly nejmarkantnější, jak ilustrují grafy č. 12 a 13. V grafu č. 12 je zajímavá především jedna skutečnost – a to ta, že Slovensko se umístilo na prvním místě, přičemž Česko na místě posledním.

Graf 12 *Procentuální zastoupení firem realizujících či nerealizujících dlouhodobé strategické investice v jednotlivých státech*



Stavebnictví a telekomunikace jsou jediná dvě odvětví, ve kterých převažují firmy informující o realizaci dlouhodobých strategických investic nad těmi, které tak nečiní. Ve výrobním průmyslu, energetice, spotřebitelském průmyslu a veřejných službách o realizaci takových investic informuje na svách stránkách pouze třetina hodnocených firem, jak ilustruje graf č. 13 na následující straně.

Graf 13 *Procentuální zastoupení firem realizujících či nerealizujících dlouhodobé strategické investice dle odvětví.*



Vysvětlivky: RE – stavebnictví, TM&T – telekomunikace, PS – veřejné služby, Mfg – výrobní průmysl, E&R – energetika a zdroje, LS&HC – farmaceutický průmysl, CB&T – spotřebitelský průmysl a doprava.

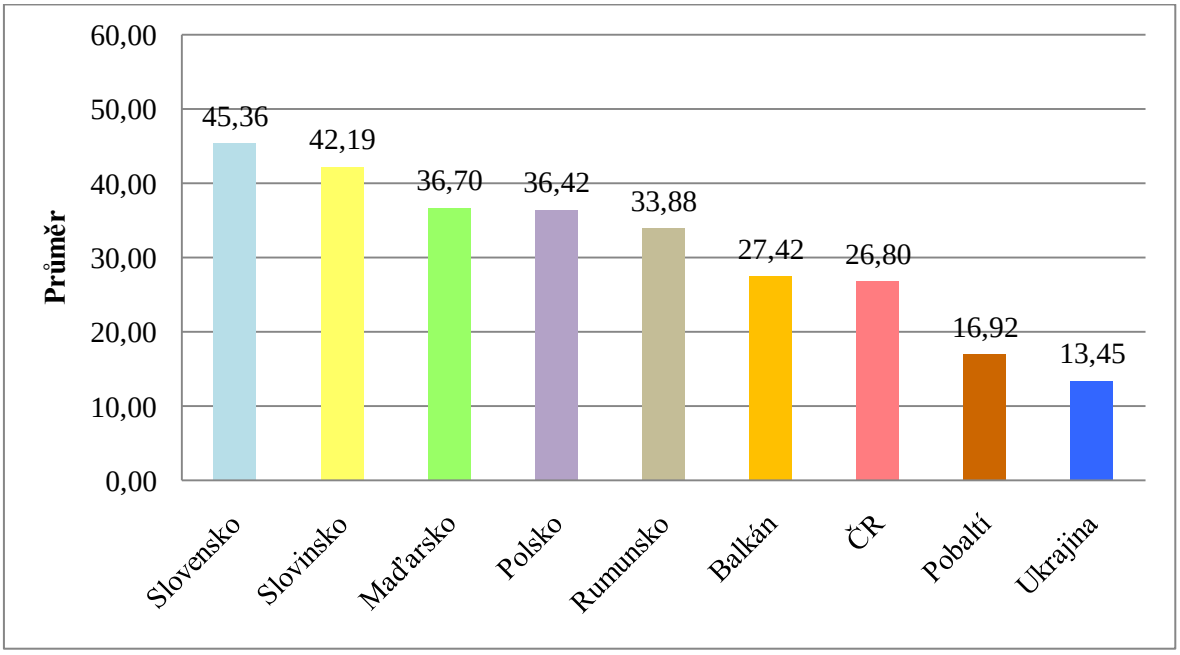
5.3 Rozdíly v CSR reportování mezi státy a regiony (hypotéza H4)

Pomocí hypotézy H4 byly testovány rozdíly mezi jednotlivými státy či regiony, co se týče kvality reportování o CSR. Statistická analýza prokázala, že mezi jednotlivými státy či regiony existují statisticky významné rozdíly, což je zřetelně znát i na grafu č. 14, ilustrujícím průměrné dosažené skóre CSR reportování v jednotlivých regionech. Byla provedena jednofaktorová analýza rozptylu (ANOVA) na hladině významnosti 95%, kterou podrobně ilustruje tabulka č. 11 na následující straně. Z níže uvedeného grafu č. 14 je zřetelně vidět, že rozdíly jsou poměrně výrazné. Nicméně i přes takovéto rozdíly zůstává průměrné skóre v každém státu a regionu v kladné části. Nejnižší průměrné hodnocení (13,5 bodu, přičemž dosažitelné maximum je 80 bodů) obdržela Ukrajina, naproti tomu nejvyššího průměrné skóre dosáhly firmy na Slovensku. Zde je ovšem nutné přihlédnout také k tomu, že počet hodnocených firem působících v jednotlivých státech se výrazně lišil, jak ilustruje tabulka č. 6 (viz kap. 4.2.1, s. 38).

Tabulka 11 *Analýza rozptylu pro rozdíly mezi úrovní CSR reportování mezi státy*

Země	Počet	Průměr	Rozptyl	SSE	
Polsko	161	36.42	1212.60	194015.3	
ČR	79	26.80	1647.32	128490.8	
Maďarsko	63	36.70	1121.31	69521.27	
Ukrajina	53	13.45	2216.68	115267.1	
Rumunsko	42	33.88	689.28	28260.4	
Slovensko	28	45.36	791.20	21362.43	
Slovinsko	16	42.19	1244.16	18662.44	
Pobaltí	25	16.92	2157.16	51771.84	
Balkán	33	27.42	1752.56	56082.06	
Celkem	500	31.02	1445.58	683433.6	
Test	SS	df	MS	F	Fkrit
SSE	683433.6	8	4739.097	3.40	1.96
SST	721346.4	491	1391.922	F > Fkrit Platí HA4.	
SSTR	37912.78	499	1445.584		
k	9				
H4: μ1 = μ2 = … = μ7					
HA4: μ1<>μ2 nebo μ1<>μ3 nebo … μ6<>μ7					

Graf 14 *Rozdíly mezi státy/skupinami států dle celkového průměrného skóre reportování CSR*



5.4 Rozdíly mezi odvětvími (hypotéza H5)

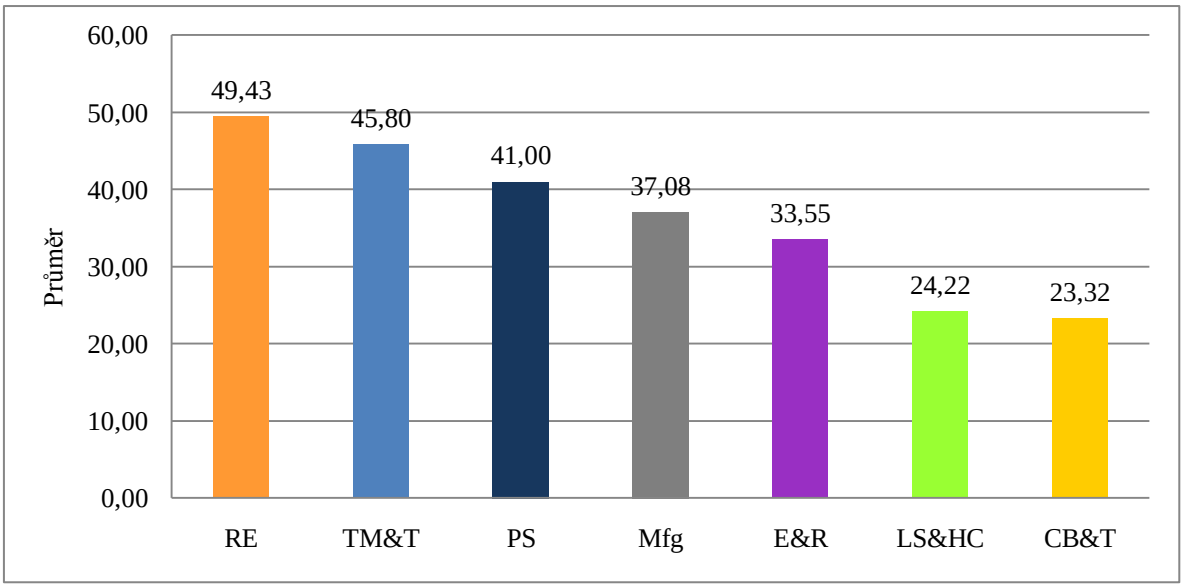
Pomocí hypotézy H4 byly testovány rozdíly mezi jednotlivými odvětvími, v nichž jednotlivé firmy působí, co se týče kvality reportování o CSR. Firmy byly rozděleny dle údajů z žebříčku CE TOP 500 do sedmi odvětví. Statistickou analýzou výsledků provedeného výzkumu bylo zjištěno, že tyto rozdíly zde opravdu existují (viz tab. 12). Byla provedena analýza rozptylu (ANOVA) na hladině významnosti 95%. Mezi jednotlivými odvětvími tedy existují statisticky významné rozdíly, co se týče úrovně reportování o CSR.

Tabulka 12 *Analýza rozptylu pro rozdíly mezi úrovní CSR reportování mezi odvětvími*

Odvětví	**Počet**	**Průměr**	**Rozptyl**	**SSE**	
CB&T	179	23.32	1584.12	281972.8	
E&R	146	33.55	1571.96	227934.1	
Mfg	114	37.08	1034.34	116880.3	
TM&T	30	45.8	1064.30	30864.8	
LS&HC	18	24.22	2057.48	34977.11	
RE	7	49.43	248.95	1493.71	
PS	6	41	240.4	1202	
Celkem	500	36.34	1445.58	695324.8	
Test	SS	df	MS	F	Fkrit
SSTR	26021.57	6	4336.928	3.07	2.12
SSE	695324.8	493	1410.395	F > Fkrit Platí HA5.	
SST	721346.4	499	1445.584		
k	7				
H5: μ1= μ2 = … = μ7					
HA5: μ1<>μ2 nebo μ1<>μ3 nebo ... μ6<>μ7					

Jak ilustruje graf č. 15, nejlépe si vedly firmy z oblasti stavebnictví, telekomunikací a veřejných služeb. Střed tvoří firmy působící v průmyslu, energetice a těžbě a distribuci přírodních zdrojů. Nejhorší úroveň CSR reportování byla zjištěna v oblasti farmaceutického průmyslu, spotřebního průmyslu a dopravy. Výrobní průmysl zaujímá pomyslný střed. Zde je, podobně jako v předešlé kapitole, nutné přihlédnout k tomu, že počet hodnocených firem působících v jednotlivých odvětvích se výrazně lišil, což znázorňuje tabulka č. 7 (viz kap. 4.2.1, s. 38).

Graf 15 *Rozdíly v úrovní CSR reportování mezi odvětvími*

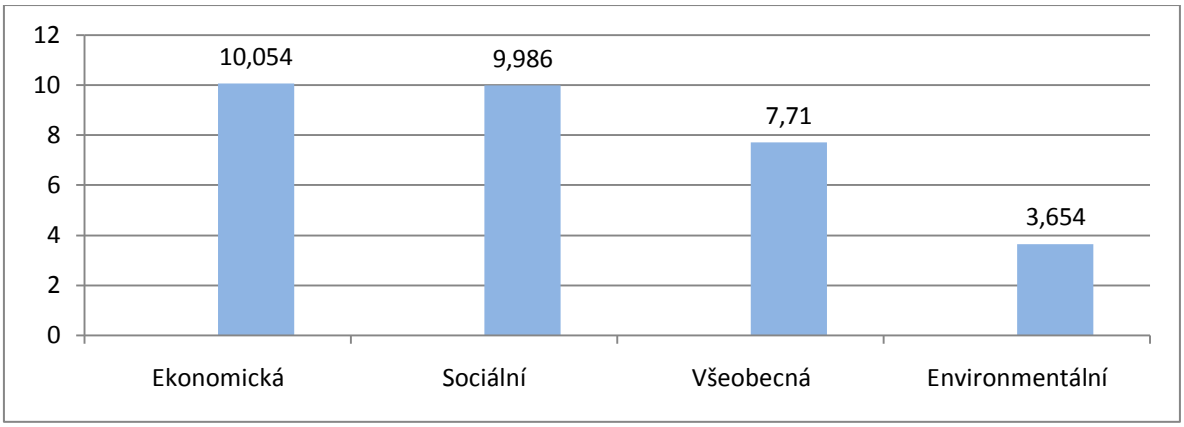


Vysvětlivky: RE – stavebnictví, TM&T – telekomunikace, PS – veřejné služby, Mfg – výrobní průmysl, E&R – energetika a zdroje, LS&HC – farmaceutický průmysl, CB&T – spotřebitelský průmysl a doprava.

5.5 Výsledky v dílčích oblastech hodnocení

Celkové průměrné skóre, rozdělené dle čtyř hodnocených oblastí – všeobecné, environmentální, ekonomické a sociální je ilustrováno v grafu č. 16. V ekonomické a sociální oblasti je průměrné skóre nejvyšší, přičemž nejhorší je situace v oblasti životního prostředí. Maximální dosažitelné skóre v každé z dílčích kategorií bylo +20 a minimální -20 (viz tab. č. 10, str. 43).

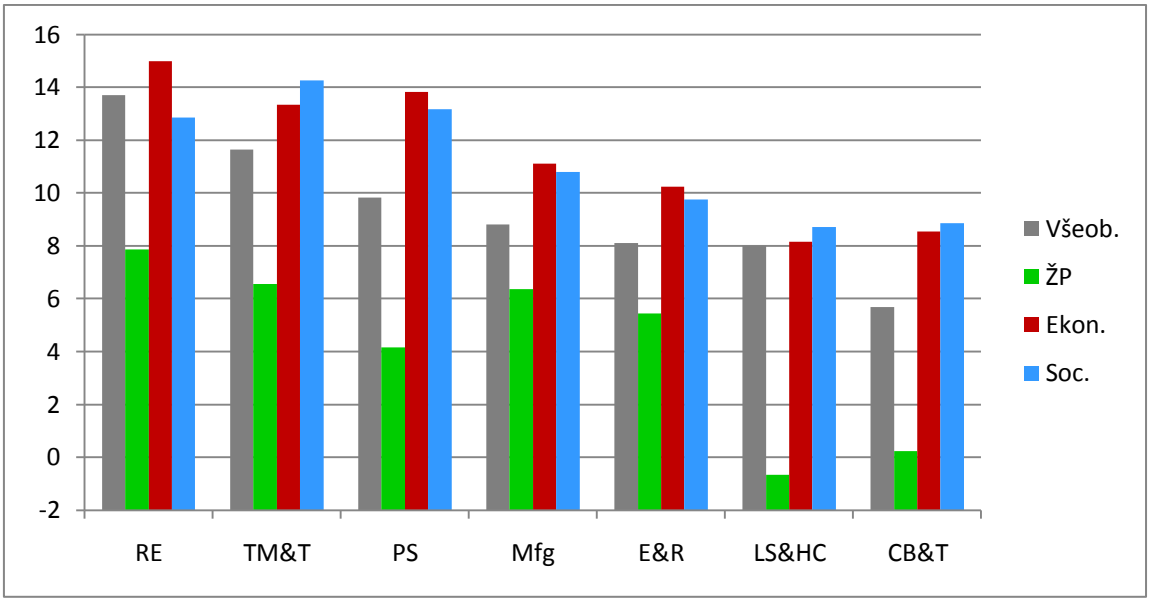
Graf 16 *Průměrné skóre CSR reportování v dílčích oblastech*



5.5.1 Životní prostředí – nejméně reportovaná oblast

Stojí za povšimnutí, že rozdíl v environmentální oblasti oproti průměrnému skóre v ostatních oblastech je výrazný (viz graf č. 16). Graf č. 17 ilustruje průměrné dosažené skóre dle čtyřech dílčích kategorií rozdělené dle odvětví, ve kterých firmy působí. I z něj je vidět, že v environmentální oblasti je průměrné dosažené skóre nejnižší.

Graf 17 *Porovnání průměrného skóre CSR reportování v dílčích oblastech dle odvětví.*

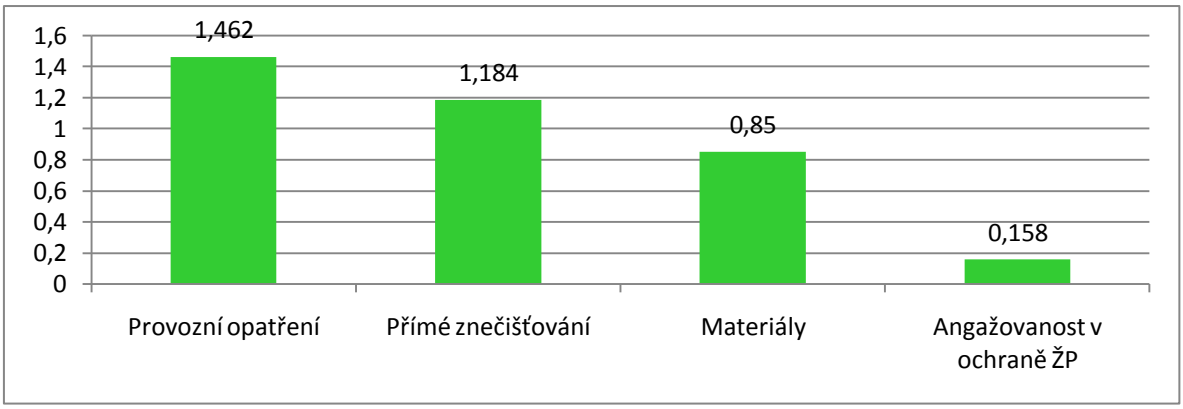


Vysvětlivky: RE – stavebnictví, TM&T – telekomunikace, PS – veřejné služby, Mfg – výrobní průmysl, E&R – energetika a zdroje, LS&HC – farmaceutický průmysl, CB&T – spotřebitelský průmysl a doprava.

Absolutně nejhůře v environmentální oblasti dopadly firmy působící v oblasti zdravotnictví a farmacie a v oblasti spotřebního průmyslu. Tato odvětví si vedla nejhůře i celkově, jak ilustruje graf č. 15 (viz str. 56).

Pokud se detailněji podíváme na to, jak si vedly firmy v jednotlivých environmentálních kritériích, shledáme, že vůbec nejhoršího průměrného skóre dosáhly firmy ve čtvrtém kritériu, ve kterém byla hodnocena *společenská angažovanost v otázkách životního prostředí* (viz tab. 8, str. 40). Zde průměrné skóre činilo pouze 0,16 bodu, přičemž maximální dosažitelné bylo +5 b. a minimální -5 b.

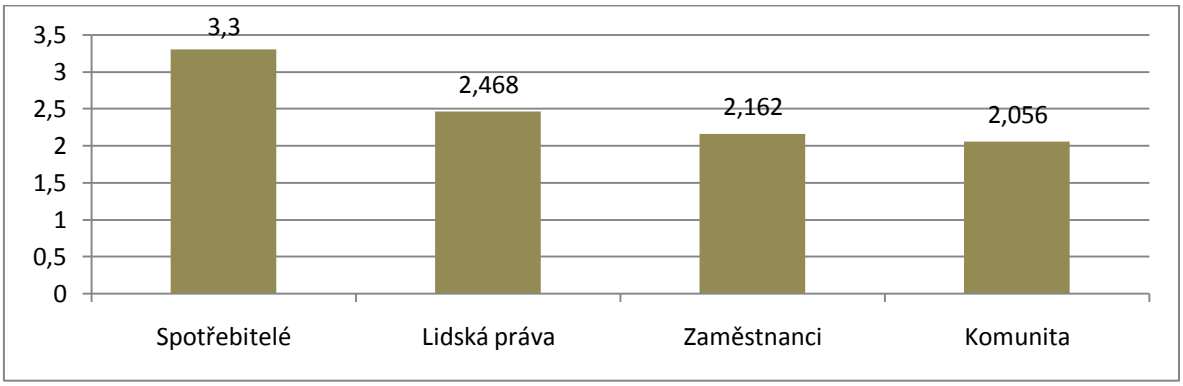
Graf 18 *Průměrné skóre CSR reportování v jednotlivých environmentálních kritériích*



5.5.2 Dílčí výsledky v sociální oblasti

Sociální oblast je, co se týče celkového pohledu, druhou nejlépe reportovanou oblastí (viz kap. 5.5, graf č. 16). Z průměrného skóre CSR reportování v sociální oblasti vyplývá skutečnost, že firmy ve střední a východní Evropě nejvíce dbají na uveřejňování informací relevantních pro spotřebitele, a nejméně naopak na dopady na místní komunitu.

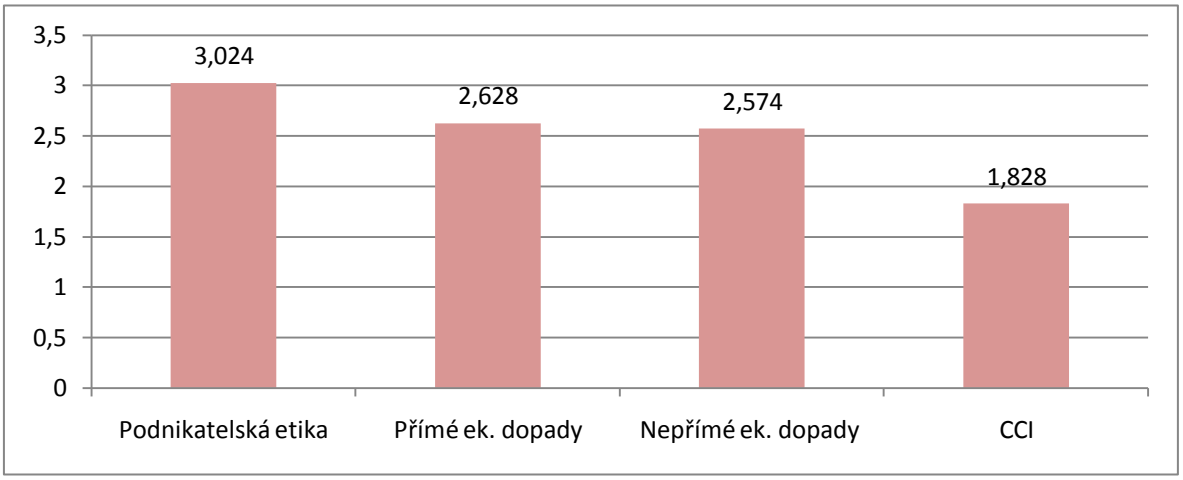
Graf 19 *Průměrné skóre CSR reportování v jednotlivých sociálních kritériích*



5.5.3 Dílčí výsledky v ekonomické oblasti

Ekonomická oblast je, co se týče celkového pohledu, nejlépe reportovanou oblastí (viz kap. 5.5, graf č. 16). Nejvyšší průměrné skóre obdržely firmy v oblasti podnikatelské etiky a nejnižší v oblasti dobrovolných investic, avšak zde nebyly výrazné rozdíly mezi jednotlivými kritérii, jako například v oblasti životního prostředí (viz kap. 5.5.1).

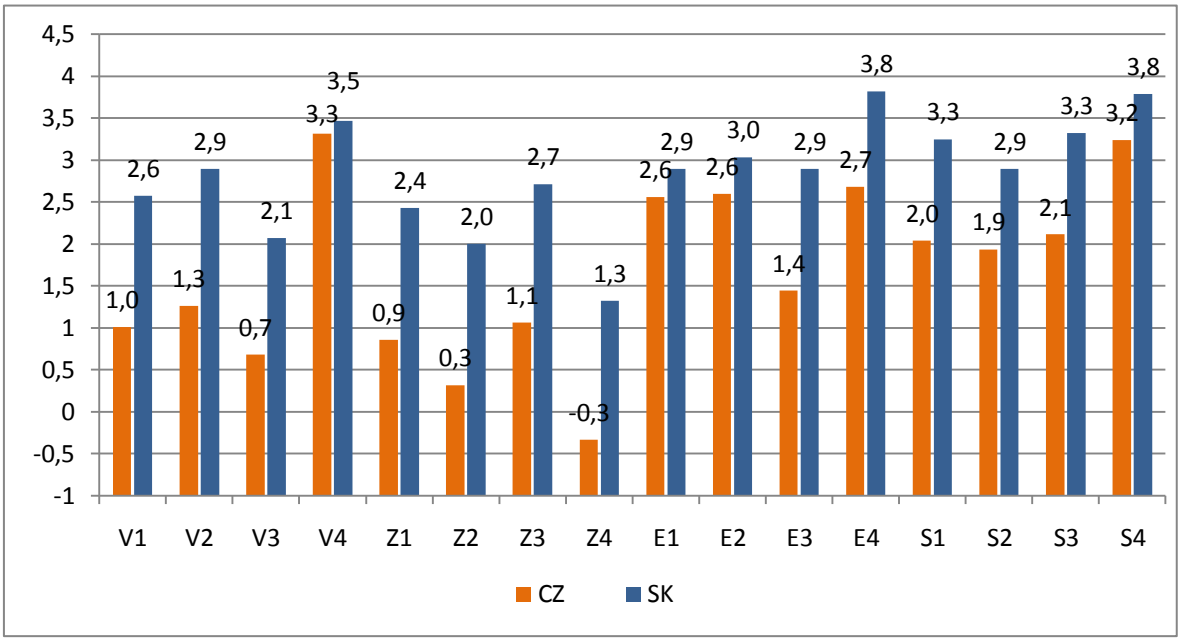
Graf 20 *Průměrné skóre CSR reportování v jednotlivých ekonomických kritériích. CCI je zkratkou pro Corporate Community Investment.*



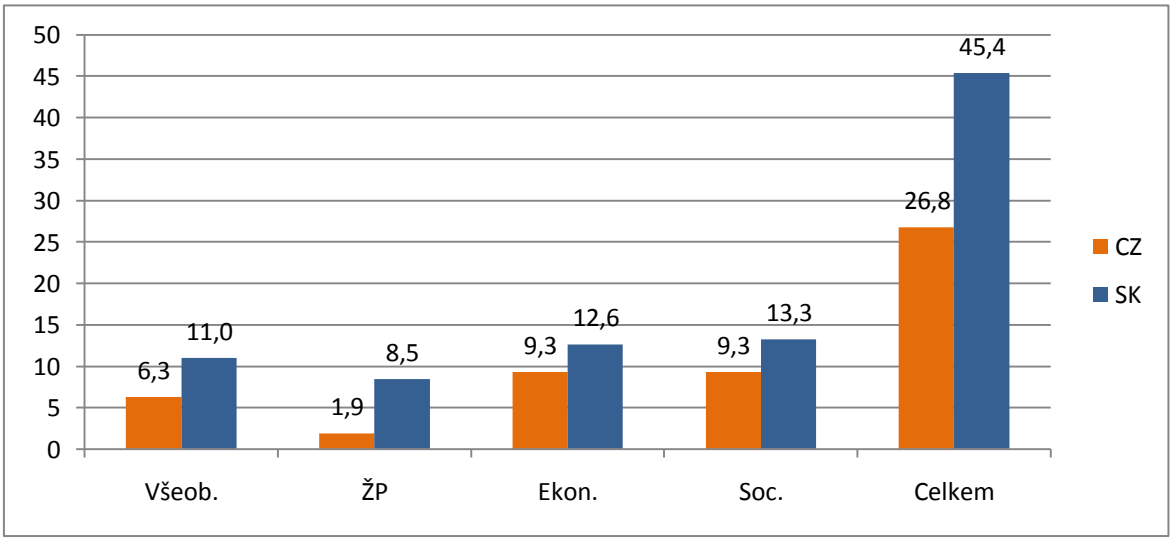
5.6 Rozdílná úroveň reportování o CSR v Česku a na Slovensku

Již několik grafů znázorňovalo zajímavou skutečnost, a to že Česko za Slovenskem zaostává ve všech porovnáních výsledků výzkumu, která byla uvedena (viz grafy č. 6, 9, 12 a 15). Podíváme-li se na podrobnější porovnání těchto dvou zemí, které ilustrují grafy č. 21 a 22 a tabulka č. 13, zjistíme totéž. Zde je nutné podotknout, že počet testovaných firem byl rozdílný – v testovaném vzorku bylo 79 firem z Česka a pouze 28 ze Slovenska, což mohlo ovlivnit výsledky. Pokud by byl počet testovaných firem v obou zemích stejný, je otázkou, zdali by byly výsledky podobné nebo naopak rozdílné (viz diskuse, kapitoly 6.3 a 6.6).

Graf 21 *Porovnání průměrného skóre CSR reportování ČR a Slovenska v jednotlivých kritériích (znění jednotlivých kritérií viz tab. 8, str 39 – 41)*



Graf 22 *Porovnání průměrného skóre CSR reportování ČR a Slovenska pomocí dílčích oblastí hodnocení a celkového skóre. Maximální skóre v dílčích oblastech: 20 b. Maximální celkové skóre: 80 b.*



Tabulka 13 *Rozdíly mezi Českem a Slovenskem v úrovni CSR reportování*

	Česká republika	Slovensko
Celkové průměrné skóre (na škále -80 až +80)	26,8	45,4
Procento firem zveřejňujících CSR strategii	66%	78,5%
Procento firem zveřejňujících CSR report	17,7%	21,4%
Procento firem informujících o realizaci dlouh. strateg. investic	26,6%	57,1%

5.7 Korelace mezi velikostí firmy a dosaženým skóre

Pomocí statistického softwaru *IBM SPSS Statistics* byla testována korelace mezi tržbami firem za rok 2013 a dosaženými výsledky v CSR reportování, kterou podrobně znázorňuje tabulka č. 14 na následující straně. Z testu vyplývá, že velikost firmy (resp. její celkové tržby) má statisticky významný vliv na skóre ve všech oblastech vyjma všeobecné, a také na celkové skóre CSR reportování. *Zjištěné korelační koeficinety jsou nízké, ale přesto statisticky významné.* Koeficient korelace je ve všech případech kladný, jde tedy o přímou lineární závislost.

- Koeficient korelace mezi celkovými tržbami a skóre v environmentálních kritériích je 0,097 na hladině významnosti 95%, což znamená, že čím větší jsou tržby firmy, tím vyšší má firma skóre v environmentální oblasti.
- Koeficient korelace mezi celkovými tržbami a skóre v ekonomických kritériích je 0,117 na hladině významnosti 99%, což znamená, že čím větší jsou tržby firmy, tím vyšší má firma skóre v ekonomické oblasti.
- Koeficient korelace mezi celkovými tržbami a skóre v environmentálních kritériích je 0,115 na hladině významnosti 99%, což znamená, že čím větší jsou tržby firmy, tím vyšší má firma skóre v sociální oblasti.
- Koeficient korelace mezi celkovými tržbami a celkovým skóre je 0,098 na hladině významnosti 95%, což znamená, že čím větší jsou tržby firmy, tím vyšší má firma celkové skóre v CSR reportování.

Tabulka 14 *Vztah mezi výsledky CSR reportování a velikostí firem (upravený výstup ze software IBM SPSS Statistics).*

		Tržby_2013_mil_EUR	Všeob_krit_celkem	Envir_krit_celkem	Ekon_krit_celkem	Soc_krit_celkem	Celkové_skóre
Tržby_2013_mil_EUR	Pearson Correlation	1	.040	,097*	,117**	,115**	,098*
	Sig. (2-tailed)		.372	.030	.009	.010	.029
	N	500	500	500	500	500	500
Všeob_krit_celkem	Pearson Correlation	.040	1	,821**	,893**	,885**	,956**
	Sig. (2-tailed)	.372		.000	.000	.000	.000
	N	500	500	500	500	500	500
Envir_krit_celkem	Pearson Correlation	,097*	,821**	1	,778**	,738**	,910**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000		.000	.000	.000
	N	500	500	500	500	500	500
Ekon_krit_celkem	Pearson Correlation	,117**	,893**	,778**	1	,938**	,951**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000		.000	.000
	N	500	500	500	500	500	500
Soc_krit_celkem	Pearson Correlation	,115**	,885**	,738**	,938**	1	,935**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000		.000
	N	500	500	500	500	500	500
Celkové_skóre	Pearson Correlation	,098*	,956**	,910**	,951**	,935**	1
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.000	.000	.000	
	N	500	500	500	500	500	500

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Diskuse

6.1 Úskalí a výhody použité metodiky

Použitá metodika pro hodnocení úrovně CSR reportování vychází pouze z jednoho zdroje, kterým jsou webové stránky firem. Hodnocení by zajisté bylo kvalitnější a více by odpovídalo realitě, kdyby bylo doplněno například o dotazníková šetření mezi vedením či zaměstnanci firem, o terénní výzkum přímo ve firmách a podobně. Výhodou je v tomto směru však skutečnost, že jsou hodnoceny pouze informace, které o sobě poskytnou firmy samy a zcela dobrovolně. Nejsou tak omezovány žádnými pravidly pro vypracovávání CSR reportů, které sestavují nadnárodní společnosti zabývající se měřením úrovně CSR.

6.2 Ukrajina – stát s nejhoršími výsledky

Z výsledků výzkumu vyplývá několik zajímavých skutečností, které stojí za povšimnutí. První z nich je ta, že Ukrajina dopadla v drtivé většině srovnání s ostatními státy nejhůře (viz např. kap. 5.3). Tuto skutečnost si vysvětluji především výrazně zhoršenou ekonomickou a politickou situací v zemi. Od února 2014 je v zemi občanská válka a v současné době (duben 2015) je země na pokraji humanitární katastrofy. Touto situací byly firmy působící na Ukrajině i tamní obyvatelé velmi zasaženi, což se patrně promítlo i do výsledků výzkumu. Je diskutabilní, zdali by bylo hodnocení podobně nízké, i kdyby v zemi válka neprobíhala. Velmi nízké hodnocení v porovnání s ostatními státy obdržely i pobaltské státy (Litva, Lotyšsko a Estonsko) a jen mírně před nimi se umístily balkánské země. Jak Pobaltí, tak i Balkán jsou oblasti, kde je v porovnání se střední Evropou horší ekonomická situace i životní úroveň. V této souvislosti je zajímavé, že firmy v České republice mají hodnocení téměř shodné s Balkánem, a vedou si tak nejhůře z celé střední Evropy, i když životní úroveň je zde srovnatelná s ostatními zeměni střední Evropy, které v hodnocení dopadly o poznání lépe.

6.3 Rozdílná úroveň reportování o CSR v Česku a na Slovensku

Asi nejvíce mě překvapily výsledky, ve kterých byla zřetelně vidět propast mezi firmami v Česku a na Slovensku – a to překvapivě v neprospěch Česka, které mělo horší výsledky v každé hodnocené oblasti (viz např. grafy č. 7, 10, 13, 15, 22, 23). Slovensko bylo již od rozdělení Československa v r. 1993 ekonomicky slabší zemí s nižší životní úrovní, což

dokládá i téměř okamžitý propad tehdejší nové slovenské koruny oproti koruně české. HDP Slovenska bylo také v následujících letech nižší než HDP ČR (V. Klaus, 2003). Přijetí eura tamní situaci příliš nezlepšilo. V posledních letech však Slovensko Česko dohnalo a v mnoha ohledech i předstihlo, což se pravděpodobně odrazilo i na výsledcích tohoto výzkumu. Je nutné podotknout, že počet testovaných firem byl v Česku větší (79 oproti 28 na Slovensku). Je diskutabilní, zda by stejný rozdíl byl zjištěn i při testování stejného počtu firem z obou států.

6.4 Opomíjení environmentální oblasti CSR

Při hodnocení jsem často narážel na skutečnost, že firma na svých stránkách uvede zejména své aktivity, kterými podporuje místní komunitu nebo charitativní akce (sociální oblast) nebo to, jak ekonomicky přispívá k rozvoji státu či jak je ekonomicky výkonná a tím podporuje např. zaměstnanost (ekonomická oblast). Oblastí životního prostředí se naproti tomu zabývaly především větší podniky. U menších firem jejich aktivity v oblasti trvalé udržitelnosti a životního prostředí často nebývaly vůbec uvedeny. Environmentální oblast je ve střední a východní Evropě, co se týče reportování, nejvíce opomíjena, což se statisticky promítlo i do výsledků výzkumu (viz kap. 5.5.1). To přirozeně ještě nemusí znamenat, že firmy CSR aktivity v oblasti životního prostředí vůbec neprovádějí; znamená to jen, že o nich neinformují veřejnost na webových stránkách.

Co se týče životního prostředí, firmy nejvíce opomíjely zvyšování povědomí o otázkách v této oblasti. Pokud měla firma na webových stránkách či v CSR reportu uvedeno, že podniká určité aktivity pro zlepšení či zachování životního prostředí, velmi často neuváděla žádné informace o zvyšování informovanosti zaměstnanců nebo stakeholderů o tom, co by pro životní prostředí mohli dělat oni. Takovéto zvyšování povědomí o environmentálních aspektech je však také velice důležitá součást environmentálního pilíře CSR. Největší prostor pro zlepšení reportování a patrně i reálné úrovně CSR tedy existuje v environmentální oblasti, a konkrétněji v reportování o společenské angažovanosti v otázkách životního prostředí.

6.5 Souvislost uveřejňování CSR strategie a reportu s lepšími výsledky

Velmi zajímavá, avšak předpokládatelná skutečnost je ta, že zveřejňování CSR reportu a firemní CSR strategie bylo prakticky zárukou lepších výsledků ve všech oblastech

hodnocení (všeobecné, environmentální, ekonomické i sociální). Lze tedy předpokládat, že pokud firma CSR report a strategii na webu uvádí, má velmi dobrou úroveň nejen CSR reportování, ale také CSR jako celku. Souvislost s velikostí firmy se v testovaném vzorku potvrdila, takže co se týče pěti set největších středo- a východoevropských firem, velikost firmy na kvalitu reportování má malý, ale přesto statisticky významný vliv. Větší firmy tedy reportují mírně lépe než ty menší.

Na celkovou dosaženou úroveň CSR reportování mělo prokazatelný vliv i to, zda firma realizuje dlouhodobé strategické investice (resp. zda tuto skutečnost uvádí na webu). Takovou souvislost lze předpokládat, protože firma, která si uvědomuje důležitost dobrovolného investování dle nějaké strategie a plánu, bude nejspíše přistupovat ke všem aktivitám na poli CSR kvalitněji a zodpovědněji.

6.6 Návrhy na možná doplnění a rozšíření

Zajímavé by určitě bylo provést podobný výzkum pro jiné regiony Evropy či světa a porovnat výsledky se mnou hodnocenými regiony. Takové porovnání by poskytlo přesnější a ucelenější pohled na situaci ve střední a východní Evropě v porovnání se světem. Šlo by také vybrat určitý počet největších firem ze dvou v této práci hodnocených států (například České republiky a Slovenska nebo Polska a Maďarska) a zkoumat, zda i větší vzorek potvrdí výsledky tohoto výzkumu. Stejným způsobem by šla porovnat i dvě konkrétní odvětví.

Výzkum by bylo také možné doplnit o vhodné dotazníkové šetření ve stejném vzorku firem a zjistit vztah mezi reálnou úrovní CSR a úrovní CSR reportování, ovšem zde by byla nevýhodou velká časová náročnost při zpracování dat. Další možností je provést porovnání stejného vzorku firem v čase (například po dvou, pěti, deseti letech) pomocí stejné metodiky a sledovat vývoj reportování o CSR – zjistit, zda se situace zlepšuje, stagnuje či zhoršuje.

Vzhledem ke zjištěným rozdílům mezi Českem a Slovenskem by bylo velmi zajímavé podrobněji porovnat tyto země z hlediska úrovně CSR reportování (popřípadě i reálné úrovně CSR) a dát výsledky do souvislosti s tamní ekonomickou situací a životní úrovní.

7. Závěr

Provedený výzkum ukázal, že úroveň reportování CSR ve středo- a východoevropském regionu je na dobré úrovni. V prvním ze čtyř intervalů se skóre od 80 do 41 bodů se umístila nadpoloviční většina firem. Velké firmy zkoumaných regionů si tedy zřetelně uvědomují důležitost, jakou má dobrovolné zveřejňování informací o CSR. Dalo by se říci, že mít na webových stránkách tyto informace je dnes již nepsaným standardem. Důkazem toho je i zjištěná skutečnost, že celých 73% firem má zveřejněnou nějakou formu CSR strategie. Nejvíce pak firmy dbají na spotřebitelskou oblast a podnikatelskou etiku. Ačkoliv je úroveň reportování ve střední a východní Evropě na dobré úrovni, velké firmy zde zaostávají za celosvětovým průměrem, jak bylo potvrzeno pomocí testovaných hypotéz.

Nicméně, i když je kvalita CSR reportování ve střední a východní Evropě na dobré úrovni, existuje zde také velký prostor pro zlepšení. V oblasti životního prostředí byly nedostatky firem nejvýraznější, a to především co se týče zvyšování povědomí o jeho ochraně. Toto považuji za velký nedostatek, který by měl být řešen. Reálná úroveň CSR se podle zveřejněných informací na webu dá pouze odhadovat, nicméně domnívám se, že i zde je co zlepšovat. Velmi málo firem umisťuje na web kompletní CSR reporty (pouhých 22%), což je oproti celosvětovému průměru výrazný rozdíl v neprospěch střední a východní Evropy. Vztah mezi velikostí firmy a kvalitou CSR reportování se prokázal, lze tedy říci, že větší firmy kladou na zveřejňování informací o CSR na webu větší důraz než firmy menší.

Ukázala se také jistá nejednotnost v tom, jak firmy chápou samotný pojem CSR – rozcházely se i v jeho základní definici a ne každá firma zahrnovala do informací o CSR stejné oblasti. U některých firem například úplně chyběla zmínka o životním prostředí, u jiných zase o ekonomických výsledcích či dalších oblastech. Ačkoliv pokusy o standardizaci CSR ve světě již proběhly, stále jistá diferenciace v chápání CSR existuje, což přičítám především její dobrovolnosti.

Nicméně, i přes jisté nedostatky v reportování o CSR lze na základě provedeného výzkumu tvrdit, že pro většinu velkých firem ve střední a východní Evropě se stala společenská odpovědnost důležitou a nedílnou součástí firemní kultury jako celku.

8.Seznam použité literatury

1. A-CSR. *Společenská odpovědnost firem CSR* [online]. 2014 [cit. 2014-08-04]. Dostupné z:http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/
2. AHMED, Sarwar Uddin, Zahidul ISLAM, Hanif MAHTAB a Ikramul HASAN. Institutional Investment and Corporate Social Performance: Linkage towards Sustainable Development. In: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* [online]. 2014, s. 1-13 [cit. 2015-01-07]. ISSN 15353958. DOI: 10.1002/csr.1298. Dostupné z: http://doi.wiley.com/10.1002/csr.1298
3. ASOCIACE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI, o.p.s. *Společenská odpovědnost firem CSR* [online]. 2014 [cit. 2014-07-30]. Dostupné z: http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/
4. BONSÓN, Enrique a Michaela BEDNÁROVÁ. *CSR reporting practices of Eurozone companies* [online]. 2014 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138489114000284
5. BUSINESS LEADERS FORUM. *Business Leaders Forum* [online]. 2014 [cit. 2014-08-04]. Dostupné z: http://www.csr-online.cz/
6. Central Europe TOP 500 2014. DELOITTE TOUCHE TOHMATSU LIMITED. *Deloitte: Audit, Consulting, Financial Advisory, Risk Management & Tax Services and Reports* [online]. 2014 [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: http://www2.deloitte.com/content/www/global/en/pages/about-deloitte/articles/central-europe-top500-2014.html
7. CORPORATE CITIZENSHIP. *LBG Guidance Manual: Measuring corporate community contributions through the LBG framework*[online]. 2014 [cit. 2014-09-18]. Dostupné z: http://www.lbg-online.net/media/5595/lbg_guidance_manual.pdf
8. CSR Europe: CSR in EU Policy. *CSR Europe: The European Business Network for Corporate Social Responsibility* [online]. 2014 [cit. 2014-07-23]. Dostupné z: http://www.csreurope.org/csr-eu-policy
9. CSR EUROPE. *CSR Europe: The European Business Network for Corporate Social Responsibility* [online]. 2014 [cit. 2014-08-04]. Dostupné z: http://www.csreurope.org/
10. Česká republika. Strategický dokument Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice. In: Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 26. 2.

2014. Dostupné z: http://www.npj.cz/tmce/aktuality%20soubory/material-strategicky-dokument-narodni-akcni-plan-spolecenske-odpovednosti-organizaci-v-ceske-republice.pdf

11. DAHLSRUD, A. How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 definitions.In Corporate Social Responsibility and Environmental Management, no. 15. Dostupné z: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/pdf [cit. 2014-07-29].
12. DYTRT, Zdeněk a Michaela STŘÍTESKÁ. *Efektivní inovace: odpovědnost v managementu*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009, 150 s. Business books (Computer Press). ISBN 978-80-251-2771-1.
13. DYTRT, Zdeněk. *Etika v podnikatelském prostředí*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 196 s. ISBN 80-247-1589-9.
14. ETHIBEL. *Forum ETHIBEL* [online]. 2014 [cit. 2014-08-12]. Dostupné z: http://forumethibel.org/content/home.html
15. EU. Green paper - Promoting a European framework for corporate social responsibility. In: 2001. Dostupné z: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52001DC0366&qid=1409749401837&from=EN
16. FREDERICK, William C. Moving to CSR4: What to Pack for the Trip. [online]. 1998 [cit. 2014-07-16]. Dostupné z:http://www.williamcfrederick.com/articles%20archive/MovingtoCSR.pdf
17. FREDERICK, William C. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. [online]. 1978 [cit. 2014-07-16]. Dostupné z: http://www.williamcfrederick.com/articles%20archive/FromCSRtoCSR.pdf
18. FRIEDMAN, M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine, September 13, 1970. Copyright @ 1970 by The New York Times Company [online]. Dostupné z: http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html [cit. 2014-07-18].
19. Greenwashing Index: About greenwashing. ENVIROMEDIA SOCIAL MARKETING. *Greenwashing Index* [online]. 2014 [cit. 2014-07-16]. Dostupné z: http://www.greenwashingindex.com/about-greenwashing/

20. G4 Sustainability Reporting Guidelines: Reporting Principles and Standard Disclosures. In: *Global Reporting Initiative* [online]. 2013 [cit. 2014-09-23]. Dostupné z: https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf
21. HOLDER-WEBB, Lori et al. The Supply of Corporate Social Responsibility Disclosures Among U.S. Firms. In: [online]. 2007 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.970330
22. CHVÁLA, Radim. Model Excelence EFQM. *Metodický portál RVP.CZ* [online]. 2012 [cit. 2014-08-12]. Dostupné z:http://clanky.rvp.cz/clanek/o/z/921/MODEL-EXCELENCE-EFQM.html/
23. Impact on a Global Scale: LBG's International Report. LONDON BENCHMARKING GROUP. In: [online]. 2014 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: http://www.lbg-online.net/media/28924/lbg_international_report_global.pdf
24. INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO* [online]. 2014 [cit. 2014-09-18]. Dostupné z:http://www.iso.org/iso/home.html
25. Internet Live Stats: Number of Internet Users. REAL TIME STATISTICS PROJECT. *Internet Live Stats* [online]. 2014 [cit. 2014-09-18]. Dostupné z: http://www.internetlivestats.com/internet-users/
26. KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011, 98 s. ISBN 978-807-4350-955.
27. KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 159 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.
28. KLAUS, Václav. Rozdělení Československa očima dneška. *Centrum pro ekonomiku a politiku: Newsletter* [online]. 2003, s. 1 [cit. 2015-04-01]. Dostupné z: http://www.cepin.cz/docs/newslettery/2003-01.pdf
29. KULDOVÁ, Lucie. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, 189 s. ISBN 978-80-87269-12-1.
30. KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 201 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.

31. *Manažerská etika*: *Inspirace pro 21. století.* 1. vyd. Editor doc. Ing. Zdenek Dytrt, Csc. Hradec Králové: NUCLEUS HK, 2000, 192 s. Sborníky (Univerzita Hradec Králové). ISBN 80-86225-08-09.
32. Národní politika kvality: Národní cena ČR za CSR. RADA KVALITY ČR. [online]. 2014 [cit. 2014-07-30]. Dostupné z:http://www.npj.cz/narodni-cena-cr-za-spolecenskou-odpovednost-organizaci/
33. PAVLÍK, Marek a Marek BĚLČÍK. *Společenská odpovědnosti organizace: CSR v praxi a jak s ním dál*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 169 s. ISBN 978-80-247-3157-5.
34. PAWLICZEK, Adam. *Udržitelný rozvoj - vybrané aspekty z oblasti podnikání*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2011, 192 s. Studia oeconomica: vědecké monografie Slezské univerzity v Opavě, Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné. ISBN 978-80-7248-700-4.
35. PLÁŠKOVÁ, Alena, et al. Společenská odpovědnost organizací (CSR): *Aplikace a hodnocení, veřejný sektor* [online]. Vyd. 2. [s.l.] : [s.n.], 2009 [cit. 2014-07-13]. Dostupné z: http://www.npj.cz/soubory/dokumenty/1273668185_80-pdf.pdf
36. REICH, R. Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life, New York: Alfred A. Knopf, ISBN 0-307-26561-7. 2007 [cit. 2014-07-31].
37. *Společenská odpovědnost podniků v současné Evropě: Velehrad 3.-4.7.2005*. 1. vyd. Editor Josef Kořenek. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008, 140 s. Sborníky (Univerzita Palackého). ISBN 978-802-4419-787.
38. Spotlight on corporate transparency: Insights from GLOBE 2014. GRI, KPMG. In: [online]. 2014 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: http://www.kpmg.com/Ca/en/External%20Documents/6530-CCS-GRI-Thought-leadership-Final-5-Sept.pdf
39. SKÁCELÍK, Pavel. *Společenská odpovědnost organizací* [online]. Šumperk: JENA, Jesenické nakladatelství, 2010 [cit. 2014-08-04]. Dostupné z: http://www.cmkos.cz/data/articles/down_2527.pdf
40. S&P DOW JONES INDICES, RobecoSAM. *Dow Jones Sustainability Indices* [online]. 2014 [cit. 2014-08-12]. Dostupné z:http://www.sustainability-indices.com/

41. The Forum for Sustainable and Responsible Investment: SRI basics. US SIF. *The Forum for Sustainable and Responsible Investment* [online]. 2014 [cit. 2014-07-16]. Dostupné z: http://www.ussif.org/sribasics
42. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013. In: *KPMG: cutting through complexity* [online]. 2013 [cit. 2014-09-23]. Dostupné z: http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/corporate-responsibility-reporting-survey-2013.pdf
43. The LBG Annual Review 2014. LONDON BENCHMARKING GROUP. In: [online]. 2014 [cit. 2015-01-07]. Dostupné z: http://www.lbg-online.net/media/33642/lbg_annual_review_2014.pdf
44. TOP 500 Central Europe. In: *Deloitte Global* [online]. 2014 [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/ce-top500-2014.pdf
45. ZADRAŽILOVÁ, Dana. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2010, xix, 167 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

Poznámka:

Mezi použité zdroje se řadí také webové stránky firem, na základě kterých bylo prováděno hodnocení úrovně reportování o CSR. Ty jsou uvedené níže v přílohách č. 1 – 9, str. 73 – 81.

9.Přílohy

Příloha 1 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část první*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
1	***PKN Orlen***	Poland	E&R	27.0372	http://www.orlen.pl/EN/Pages/default.aspx
2	***MOL***	Hungary	E&R	18.1211	http://mol.hu/en/
3	***ŠKODA AUTO***	Czech Republic	Mfg	10.3112	http://www.skoda-auto.cz/
4	***Metinvest***	Ukraine	Mfg	9.6190	http://www.metinvestholding.com/en
5	***DTEK***	Ukraine	E&R	8.7216	http://www.dtek.com/en/home
6	***ČEZ***	Czech Republic	E&R	8.3440	http://www.cez.cz/
7	***Energorynok***	Ukraine	E&R	8.0331	http://www.er.gov.ua/
8	***Jeronimo Martins Polska***	Poland	CB&T	7.8064	http://www.jeronimomartins.pt/?lang=en
9	***PGNiG***	Poland	E&R	7.6277	http://en.pgnig.pl/
10	***PGE***	Poland	E&R	7.1586	http://www.gkpge.pl/
11	***Naftogaz of Ukraine***	Ukraine	E&R	7.0108	http://www.naftogaz.com/www/3/nakweben.nsf/
12	***RWE Supply & Trading CZ***	Czech Republic	E&R	6.9208	http://www.rwe.cz/
13	***Lotos***	Poland	E&R	6.7911	http://www.lotos.pl/en/
14	***Volkswagen Slovakia***	Slovakia	Mfg	6.5243	http://www.vw.sk/
15	***Orlen Lietuva***	Lithuania	E&R	6.0673	http://www.orlenlietuva.lt/en/Pages/default.aspx
16	***AUDI Hungaria Motor***	Hungary	Mfg	5.8563	https://audi.hu/en/
17	***AGROFERT***	Czech Republic	Mfg	5.8259	http://www.agrofert.cz/
18	***KGHM***	Poland	E&R	5.7255	http://www.kghm.pl/index.dhtml?lang=en
19	***Petrom***	Romania	E&R	5.4771	https://www.petrom.com/portal/01/petromcom
20	***GE Infrastructure CEE***	Hungary	Mfg	5.1875	http://www.ge.com/hu/en/company/ce_en.html
21	***Ukrzaliznytsia***	Ukraine	CB&T	4.7969	http://www.uz.gov.ua/en/
22	***Slovnaft***	Slovakia	E&R	4.7381	http://www.slovnaft.cz/
23	***Lotos Paliwa***	Poland	E&R	4.6667	http://www.lotos.pl/159/grupa_kapitalowa/nasze_spolki/lotos_paliwa
24	***Tauron***	Poland	E&R	4.5432	http://www.tauron-pe.com/Pages/start.aspx
25	***Kia Motors Slovakia***	Slovakia	Mfg	4.4473	http://www.kia.sk/
26	***Automobile-Dacia***	Romania	Mfg	4.1675	http://www.dacia.ro/
27	***Agrokor***	Croatia	CB&T	3.9792	http://www.agrokor.hr/en/
28	***Petrol Group***	Slovenia	E&R	3.9473	http://www.petrol.si/
29	***Eurocash***	Poland	CB&T	3.9272	http://eurocash.pl/eng/
30	***Lukoil Neftochim***	Bulgaria	E&R	3.8623	http://www.neftochim.bg/en/
31	***UNIPETROL***	Czech Republic	E&R	3.8178	http://www.unipetrol.cz/cs/Stranky/default.aspx
32	***Hyundai Motor Mfg Czech***	Czech Republic	Mfg	3.7486	http://www.hyundai.cz/
33	***FOXCONN CZ***	Czech Republic	TM&T	3.7234	http://www.foxconn.cz/
34	***INA***	Croatia	E&R	3.6227	http://www.ina.hr/default.aspx?id=240
35	***Metro Group***	Poland	CB&T	3.6144	http://www.metro-services.pl/en/home/
36	***Alpiq Energy SE***	Czech Republic	E&R	3.3674	http://www.alpiq.cz/
37	***ČEZ Prodej***	Czech Republic	E&R	3.2108	http://www.cez.cz/cs/o-spolecnosti/skupina-cez/spolecnosti-skupiny-cez-v-cr/cez-prodej.html
38	***Energetický a průmyslový holding***	Czech Republic	E&R	3.1827	http://www.epholding.cz/
39	***Samsung Electronics Slovakia***	Slovakia	CB&T	3.1443	http://www.samsung.com/sk/home
40	***Fiat Auto Poland***	Poland	Mfg	3.1095	http://www.fiat.pl/pl/
41	***Chimimport***	Bulgaria	CB&T	3.0981	http://www.chimimport.bg/en/about/
42	***MVM***	Hungary	E&R	3.0938	http://www.mvm.hu/en/Lapok/default.aspx
43	***Orange Polska***	Poland	TM&T	3.0689	http://www.orange.pl/start.phtml
44	***Tesco Polska***	Poland	CB&T	3.0537	http://www.tesco.pl/
45	***VP***	Lithuania	CB&T	2.9718	http://www.vilniausprekyba.eu/index.php?lang=2
46	***Orlen Paliwa***	Poland	E&R	2.9715	http://www.orlenpaliwa.com.pl/PL/Strony/default.aspx
47	***BP Poland***	Poland	E&R	2.8873	http://www.orlenpaliwa.com.pl/PL/Strony/default.aspx
48	***Rompetrol Rafinare***	Romania	E&R	2.8830	http://www.rompetrol-rafinare.ro/online/index.php?_website_id=5
49	***Slovenské elektrárne***	Slovakia	E&R	2.8557	http://www.seas.sk/
50	***Čepro***	Czech Republic	E&R	2.8199	https://www.ceproas.cz/
51	***Mercator Group***	Slovenia	CB&T	2.7659	http://www.mercatorgroup.si/
52	***Energa***	Poland	E&R	2.7142	http://www.energa.pl/dla-domu/strona_glowna/dom
53	***Megapolis Ukraine***	Ukraine	CB&T	2.6968	http://www.gkm.ru/en/
54	***ATB Market***	Ukraine	CB&T	2.6461	http://www.atbmarket.com/en
55	***ArcelorMittal Poland***	Poland	Mfg	2.6450	http://poland.arcelormittal.com/

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 2 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část druhá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
56	***ArcelorMittal Kryvyi Rih***	Ukraine	Mfg	2.6040	https://www.arcelormittal.com.ua/?lang=en
57	***MAXIMA group***	Lithuania	CB&T	2.5258	http://www.maximagrupe.eu/en-maxima-lt/
58	***Lidl Polska***	Poland	CB&T	2.4935	http://www.lidl.pl/pl/index.htm
59	***PKP***	Poland	CB&T	2.4643	http://pkp.pl/
60	***Fozzy Group***	Ukraine	CB&T	2.3906	http://www.fozzy.ua/en/
61	***Kompania Węglowa***	Poland	E&R	2.3598	http://www.kwsa.pl/
62	***Grupa Azoty***	Poland	Mfg	2.3322	http://grupaazoty.com/
63	***NIS***	Serbia	E&R	2.2942	http://www.nis.eu/en/
64	***Samsung Electronics Hungary***	Hungary	CB&T	2.2893	http://www.samsung.com/hu/home
65	***Aurubis***	Bulgaria	E&R	2.2727	http://www.aurubis.com/bulgaria/home/
66	***Magyar Földgázkereskedő***	Hungary	E&R	2.2696	http://www.magyarfoldgazkereskedo.hu/en/Lapok/default.aspx
67	***Volkswagen Poznań***	Poland	Mfg	2.2412	http://www.volkswagen-poznan.pl/pl
68	***U.S. Steel Košice***	Slovakia	Mfg	2.2030	http://www.usske.sk/
69	***ČEZ Distribuce***	Czech Republic	E&R	2.1914	http://www.cezdistribuce.cz/
70	***PCA Slovakia***	Slovakia	Mfg	2.1762	http://www.psa-slovakia.sk/
71	***Enea***	Poland	E&R	2.1730	http://www.enea.pl/
72	***Magyar Telekom***	Hungary	TM&T	2.1392	http://www.t-home.hu/
73	***Kernel***	Ukraine	CB&T	2.1006	http://www.kernel.ua/en/
74	***Mercedes-Benz Mfg Hungary***	Hungary	Mfg	2.0962	http://www.mercedes-benz.hu/
75	***Continental Barum***	Czech Republic	Mfg	2.0803	http://www.continental.cz/www/pneumatiky_cz_cz
76	***MVM Partner***	Hungary	E&R	2.0449	http://www.mvmpartner.hu/en/Lapok/default.aspx
77	***TESCO-GLOBAL Áruházak***	Hungary	CB&T	2.0411	http://tesco.hu/
78	***Ostchem***	Ukraine	Mfg	2.0204	http://www.ostchem.com/en
79	***Lewiatan***	Poland	CB&T	1.9259	http://www.lewiatan.pl/showpage.php
80	***MORAVIA STEEL***	Czech Republic	Mfg	1.9200	http://www.trz.cz/web/trzocel.nsf/link/homepage_cz
81	***SPP***	Slovakia	E&R	1.8780	http://www.spp.sk/sk/
82	***EP Energy***	Czech Republic	E&R	1.8733	http://www.epenergy.cz/
83	***O2 CR***	Czech Republic	TM&T	1.8726	http://www.o2.cz/
84	***Lasy Państwowe***	Poland	PS	1.8725	http://www.lasy.gov.pl/
85	***JP EPS***	Serbia	E&R	1.8587	http://www.eps.rs/SitePages/index.aspx
86	***Kaufland Česká Republika***	Czech Republic	CB&T	1.8498	https://www.kaufland.cz/Home/index.jsp
87	***Eni Česká republika***	Czech Republic	E&R	1.8468	http://www.eni.com/cz_CZ/home.html
88	***General Motors Mfg Poland***	Poland	Mfg	1.8286	http://www.opel.pl/poznaj-opla/gmmp-gliwice/fabryka-opla-w-gliwicach/start.html
89	***Jastrzębska Spółka Węglowa***	Poland	E&R	1.8125	http://www.jsw.pl/
90	***Makro Cash and Carry Polska***	Poland	CB&T	1.8107	http://www.makro.pl/public/strona-glowna
91	***E.ON Hungária***	Hungary	E&R	1.8005	http://www.eon-hungaria.com/en
92	***OWG Group***	Ukraine	E&R	1.7920	http://owgplc.com/
93	***TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY***	Czech Republic	Mfg	1.7417	http://www.trz.cz/web/trzocel.nsf/link/homepage_cz
94	***Pelion***	Poland	LS&HC	1.7340	http://www.pelion.eu/
95	***HEP***	Croatia	E&R	1.7316	http://www.hep.hr/hep/en/news/default.aspx
96	***Ukrtatnafta***	Ukraine	E&R	1.7288	http://www.ukrtatnafta.com/
97	***Tesco Stores ČR***	Czech Republic	CB&T	1.6902	http://www.itesco.cz/cs/
98	***Carrefour Polska***	Poland	CB&T	1.6694	http://www.carrefour.pl/
99	***Energa-Obrót***	Poland	E&R	1.6424	http://www.energa.pl/dla-domu/strona_glowna/dom
100	***PANRUSGÁZ***	Hungary	E&R	1.6415	http://www.panrusgaz.hu/
101	***Kaufland Romania***	Romania	CB&T	1.6312	https://www.kaufland.ro/Home/index.jsp
102	***Flextronics International***	Hungary	TM&T	1.6302	http://www.flextronics.com/global_locations/Hungarian/default.aspx
103	***E.ON Energiaszolgáltató***	Hungary	E&R	1.6279	http://www.eon-hungaria.com/vallalat/eoncsoport/energiaszolgaltato/
104	***Energoatom***	Ukraine	E&R	1.6197	http://www.energoatom.kiev.ua/en/
105	***Konzum***	Croatia	CB&T	1.6087	http://www.konzum.hr/
106	***Polkomtel***	Poland	TM&T	1.5868	http://www.polkomtel.com.pl/
107	***T-Mobile Polska***	Poland	TM&T	1.5787	http://www.t-mobile.pl/
108	***Samsung Electronics Polska***	Poland	CB&T	1.5740	http://www.samsung.com/pl/home
109	***Magyar Suzuki***	Hungary	Mfg	1.5674	http://www.suzuki.hu/pages/display/kapuoldal
110	***BAT (Romania) Trading***	Romania	CB&T	1.5672	http://www.bat.com/group/sites/UK__9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DO9FCCBT?opendocument&SKN=1

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 3 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část třetí*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
111	***Auchan Polska***	Poland	CB&T	1.5650	http://www.auchan.pl/
112	***HSE Group***	Slovenia	E&R	1.5623	http://www.hse.si/en/
113	***Epicentr K***	Ukraine	CB&T	1.5542	http://epicentrk.com.ua/
114	***Poczta Polska***	Poland	PS	1.5001	http://www.poczta-polska.pl/
115	***Fiat Automobili Srbija***	Serbia	Mfg	1.4864	http://www.fiatsrbija.rs/
116	***Kaufland Polska***	Poland	CB&T	1.4863	http://www.kaufland.pl/Home/index.jsp
117	***PS Mercator***	Slovenia	CB&T	1.4643	http://www.mercator.si/
118	***PPHU Specjał***	Poland	CB&T	1.4576	http://www.specjal.com.pl/
119	***AHOLD CR***	Czech Republic	CB&T	1.4407	http://www.albert.cz/
120	***VWGP***	Poland	Mfg	1.4211	http://www.volkswagen.pl/pl.html
121	***Tauron Dystrybucja***	Poland	E&R	1.4177	http://www.tauron-dystrybucja.pl/Strony/start.aspx
122	***Asseco***	Poland	TM&T	1.4006	http://asseco.com/pl/
123	***BorsodChem***	Hungary	Mfg	1.3854	http://www.borsodchem-group.com/#
124	***PSE***	Poland	E&R	1.3788	http://www.pse.pl/?lang_id=2
125	***Neuca***	Poland	LS&HC	1.3762	http://www.neuca.pl/en/strona-glowna
126	***Galnaftogaz***	Ukraine	E&R	1.3651	http://galnaftogas.com/en/
127	***Ericsson Eesti***	Estonia	TM&T	1.3530	http://www.ericsson.com/ee
128	***TVK***	Hungary	Mfg	1.3506	http://www.tvk.hu/en/
129	***Donetskstal***	Ukraine	Mfg	1.3414	http://dmz.donetsksteel.com/en
130	***Tesco Stores SR***	Slovakia	CB&T	1.3400	http://www.tesco.sk/
131	***Shell Polska***	Poland	E&R	1.3316	http://www.shell.pl/
132	***ArcelorMittal Ostrava***	Czech Republic	Mfg	1.3164	http://ostrava.arcelormittal.com/
133	***BAT Polska Trading***	Poland	CB&T	1.3100	http://www.bat.com.pl/
134	***Castorama Polska***	Poland	CB&T	1.3061	http://www.castorama.pl/
135	***SPAR Magyarország***	Hungary	CB&T	1.2906	http://www.spar.hu/hu_HU.html
136	***AB***	Poland	CB&T	1.2896	http://abpoland.com/
137	***GEN-I Group***	Slovenia	E&R	1.2804	http://www.gen-i.si/eng
138	***Synthos***	Poland	Mfg	1.2727	http://synthosgroup.com/en/
139	***České dráhy***	Czech Republic	CB&T	1.2620	http://www.cd.cz/default.htm
140	***Statoil Fuel & Retail Polska***	Poland	E&R	1.2593	http://www.statoil.pl/pl_PL
141	***Petrotel-Lukoil***	Romania	E&R	1.2480	http://www.lukoil.ro/
142	***Gorenje Group***	Slovenia	CB&T	1.2405	http://www.gorenje.si/
143	***Farmacol***	Poland	LS&HC	1.2363	http://www.farmacol.com.pl/en/
144	***Kyivstar***	Ukraine	TM&T	1.2094	http://www.kyivstar.ua/zp/mm/
145	***Krka Group***	Slovenia	LS&HC	1.2008	http://www.krka.si/sl/
146	***Robert Bosch Elektronika***	Hungary	Mfg	1.1927	http://www.corporate.bosch.hu/hu/hu/startpage_8/country-landingpage.php
147	***Penny Market ČR***	Czech Republic	CB&T	1.1887	http://www.penny.cz/Homepage/Homepage_Ne_2_2_/pe_Home.aspx
148	***LG Electronics Wrocław***	Poland	CB&T	1.1881	http://www.lg.com/pl
149	***Ferrexpo Group***	Ukraine	Mfg	1.1877	http://www.ferrexpo.com/
150	***Michelin Polska***	Poland	Mfg	1.1799	http://www.michelin.pl/
151	***Richter Gedeon***	Hungary	LS&HC	1.1792	https://www.richter.hu/hu-HU/Pages/default.aspx
152	***MAKRO Cash & Carry ČR***	Czech Republic	CB&T	1.1700	http://www.makro.cz/
153	***Electrica***	Romania	E&R	1.1678	http://www.electrica.ro/
154	***Grupa Muszkieterów***	Poland	CB&T	1.1613	http://www.muszkieterowie.pl/
155	***Philips Lighting Poland***	Poland	Mfg	1.1508	http://www.lighting.philips.pl/
156	***Boryszew***	Poland	Mfg	1.1485	http://www.boryszew.com.pl/?page=en-home
157	***PCE Paragon Solutions***	Hungary	Mfg	1.1481	http://paragon.foxconn.com/
158	***ABC Data***	Poland	CB&T	1.1452	http://www.abcdata.com.pl/
159	***TPCA CZECH***	Czech Republic	Mfg	1.1434	http://www.tpca.cz/
160	***Interpipe***	Ukraine	Mfg	1.1421	http://www.interpipe.biz/
161	***Rossmann***	Poland	CB&T	1.1377	http://www.rossmann.com.pl/
162	***Chinoin***	Hungary	LS&HC	1.1316	http://en.sanofi.com/our_company/worldwide/Hungary.aspx
163	***Budimex***	Poland	RE	1.1279	http://www.budimex.pl/pl/site.html
164	***Action***	Poland	TM&T	1.1278	http://www.action.pl/pl/
165	***Can-Pack***	Poland	Mfg	1.1275	http://www.canpack.eu/
166	***Lukoil Romania***	Romania	E&R	1.1267	http://www.lukoil.ro/
167	***MHP***	Ukraine	CB&T	1.1237	http://www.mhp.com.ua/en/home
168	***Uralchem LV***	Latvia	CB&T	1.1234	http://www.uralchem.com/
169	***Nibulon***	Ukraine	CB&T	1.1201	http://www.nibulon.com/
170	***Ford Romania***	Romania	Mfg	1.0968	http://www.ford.ro/
171	***Tauron Wytwarzanie***	Poland	E&R	1.0959	http://www.tauron-wytwarzanie.pl/Strony/start.aspx

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 4 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část čtvrtá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
172	***Real Polska***	Poland	CB&T	1.0915	http://www.real.pl/
173	***TRW Polska***	Poland	Mfg	1.0895	http://www.trw.pl/
174	***Mobis Slovakia***	Slovakia	Mfg	1.0891	http://www.mobis.sk/
175	***PKP Cargo***	Poland	CB&T	1.0814	https://pkp-cargo.pl/EN
176	***PKP PLK***	Poland	CB&T	1.0752	http://www.plk-sa.pl/
177	***Volkswagen Motor Polska***	Poland	Mfg	1.0719	http://www.volkswagen.pl/pl.html
178	***Koncernas Achemos grupė***	Lithuania	Mfg	1.0681	http://www.achemosgrupe.lt/
179	***Jabil Circuit Magyarország***	Hungary	Mfg	1.0655	http://www.jabil.hu/default.php
180	***Metrostav***	Czech Republic	RE	1.0611	http://www.metrostav.cz/cz/
181	***Kolporter***	Poland	CB&T	1.0604	http://www.kolporter.com.pl/
182	***EDF Polska***	Poland	E&R	1.0568	http://polska.edf.com/edf-w-polsce-45764.html
183	***Fibria Trading International***	Hungary	CB&T	1.0544	http://www.fibria.com/en/
184	***Slovnaft Česká republika***	Czech Republic	E&R	1.0483	http://www.slovnaft.cz/
185	***Cargill Poland***	Poland	CB&T	1.0462	http://www.cargill.com.pl/pl/index.jsp
186	***Západoslovenská energetika***	Slovakia	E&R	1.0366	http://www.zse.sk/
187	***BaDM***	Ukraine	CB&T	1.0345	http://ooobadm.dp.ua/
188	***Enel Romania***	Romania	E&R	1.0328	http://www.enel.ro/ro/
189	***E.ON Energie Romania***	Romania	E&R	1.0324	http://www.eon-energie-romania.ro/cps/rde/xchg/eon-energie-romania/hs.xsl/index.htm?rdeLocaleAttr=ro
190	***ISD Dunaferr***	Hungary	Mfg	1.0202	http://www.dunaferr.hu/en/
191	***OKD***	Czech Republic	E&R	1.0196	http://www.okd.cz/cs
192	***Telekom Srbija***	Serbia	TM&T	1.0156	http://www.telekom.rs/
193	***Nokia Komárom***	Hungary	TM&T	1.0110	http://www.nokia.com/hu-hu/
194	***Skanska Polska***	Poland	RE	9 987	http://www.skanska.pl/
195	***Orange Romania***	Romania	TM&T	9 822	http://www.orange.ro/
196	***Mol Romania***	Romania	E&R	9 795	http://molromania.ro/ro/
197	***Metro Cash & Carry Romania***	Romania	CB&T	9 777	http://www.metro.ro/public/Home
198	***LPP***	Poland	CB&T	9 775	http://www.lppsa.com/
199	***Žabka Polska***	Poland	CB&T	9 770	http://zabka.pl/pl
200	***Carrefour Romania***	Romania	CB&T	9 713	http://carrefour.ro/
201	***Węglokoks***	Poland	CB&T	9 713	https://www.weglokoks.com.pl/
202	***Animex***	Poland	CB&T	9 684	http://www.animex.pl/
203	***Eesti Energia***	Estonia	E&R	9 664	https://www.energia.ee/et/avaleht
204	***T-Mobile CR***	Czech Republic	TM&T	9 655	https://www.t-mobile.cz/
205	***Electrolux Lehel***	Hungary	CB&T	9 624	http://www.electrolux.hu/
206	***Swedwood***	Poland	Mfg	9 604	http://www.ikea.com/pl/pl/
207	***Roshen***	Ukraine	CB&T	9 524	http://www.roshen.ua/
208	***Panasonic AVC Networks Czech***	Czech Republic	CB&T	9 506	http://www.panasonic.com/cz/consumer.html
209	***Lidl Česká Republika***	Czech Republic	CB&T	9 495	http://www.lidl.cz/cs/index.htm
210	***KHW***	Poland	E&R	9 473	http://www.khw.pl/
211	***Latvenergo***	Latvia	E&R	9 444	http://www.latvenergo.lv/
212	***Tallink***	Estonia	CB&T	9 420	http://www.tallinksilja.com/et/web/ee/vali-reis
213	***Lukoil Ukraine***	Ukraine	E&R	9 406	http://www.lukoil.com.ua/
214	***MTS Ukraine***	Ukraine	TM&T	9 364	http://www.mts.ua/
215	***Dalkia Polska***	Poland	E&R	9 359	http://www.veolia.pl/
216	***GDF Suez Energy Romania***	Romania	E&R	9 347	https://www.gdfsuez.ro/
217	***T-HT Group***	Croatia	TM&T	9 296	http://www.t.ht.hr/eng/group/
218	***European Data Project***	Czech Republic	CB&T	9 254	http://www2.edpsro.cz/cs/
219	***Zakłady Azotowe Puławy***	Poland	Mfg	9 228	http://www.pulawy.com/
220	***OMV Hungária***	Hungary	E&R	9 219	http://www.omv.hu/portal/01/hu/private
221	***Foxconn Slovakia***	Slovakia	TM&T	9 198	http://www.foxconnslovakia.sk/
222	***OMV Bulgaria***	Bulgaria	E&R	9 173	http://www.omv.bg/portal/01/bg/private
223	***Auchan Magyarország***	Hungary	CB&T	9 132	http://www.auchan.hu/
224	***PHOENIX lékárenský velkoobchod***	Czech Republic	LS&HC	9 053	http://www.phoenix.cz/j-cz-phoenix/index.php
225	***Faurecia Polska***	Poland	Mfg	9 038	http://www.faurecia.com/
226	***Energa-Operator***	Poland	E&R	9 015	http://www.energa-operator.pl/index.xml
227	***LG Electronics Mława***	Poland	CB&T	9 007	http://www.lg.com/pl
228	***Delhaize Serbia***	Serbia	CB&T	8 926	http://sustainabilityreport.delhaizegroup.com/local-performance/delhaize-serbia/
229	***POLOmarket***	Poland	CB&T	8 905	http://www.polomarket.pl/

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

***Příloha 5** Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část pátá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
230	***PCA LOGISTIKA CZ***	Czech Republic	Mfg	8 888	N/A
231	***P4 (Play)***	Poland	TM&T	8 834	http://p4.play.pl/en/
232	***GLOBUS***	Czech Republic	CB&T	8 831	https://www.globus.cz/
233	***Romgaz***	Romania	E&R	8 819	http://www.romgaz.ro/
234	***PKP Energetyka***	Poland	E&R	8 766	http://www.pkpenergetyka.pl/pl/
235	***Grupa Saint-Gobain w Polsce***	Poland	Mfg	8 691	http://www.saint-gobain.pl/
236	***Media-Saturn***	Poland	CB&T	8 668	http://www.media-saturn.com/sites/pl/EN/Pages/Default.aspx
237	***Southern GOK***	Ukraine	E&R	8 648	N/A
238	***Basell Orlen Polyolefins***	Poland	Mfg	8 620	http://www.basellorlen.pl/
239	***Shell CR***	Czech Republic	E&R	8 617	http://www.shell.cz/
240	***WIZZ Air Hungary***	Hungary	CB&T	8 603	https://wizzair.com/hu-HU/Search
241	***OMV Česká republika***	Czech Republic	E&R	8 529	http://www.omv.cz/portal/01/cz/private
242	***EP ENERGY TRADING***	Czech Republic	E&R	8 529	http://www.epet.cz/
243	***Kompania Piwowarska***	Poland	CB&T	8 525	http://www.kp.pl/
244	***Mobis Automotive Czech***	Czech Republic	Mfg	8 521	http://www.mobis-auto.cz/
245	***MLEKPOL***	Poland	CB&T	8 494	http://www.mlekpol.com.pl/
246	***GlaxoSmithKline Pharmaceuticals***	Poland	LS&HC	8 492	http://www.gsk.com.pl/
247	***Szerencsejáték***	Hungary	CB&T	8 429	http://www.szerencsejatek.hu/
248	***ArcelorMittal Galati***	Romania	Mfg	8 410	http://galati.arcelormittal.com/
249	***Roglić Group***	Croatia	CB&T	8 386	http://www.orbico.com/homepage
250	***Pražská energetika***	Czech Republic	E&R	8 381	https://www.pre.cz/cs/domacnosti/
251	***BSH Poland***	Poland	CB&T	8 367	https://www.bsh-group.com/laender/pl/
252	***Fiat Powertrain***	Poland	Mfg	8 360	http://www.fiatgroup.pl/
253	***Inter Cars***	Poland	Mfg	8 342	http://www.intercars.com.pl/
254	***Grupa Żywiec***	Poland	CB&T	8 318	http://www.grupazywiec.pl/
255	***Ciech***	Poland	Mfg	8 314	http://www.ciechgroup.com/EN/CiechGroup/Soda_Polska_Ciech_SA/Pages/default.aspx
256	***Slovak Telekom***	Slovakia	TM&T	8 276	http://www.telekom.sk/
257	***Continental Matador Rubber***	Slovakia	Mfg	8 219	http://www.matador.sk/
258	***BILLA CR***	Czech Republic	CB&T	8 179	https://www.billa.cz/StartPage/Start_Page/dd_bi_mainpage.aspx
259	***Indesit Poland***	Poland	CB&T	8 177	http://www.indesit.pl/indesit/entryPoint.do
260	***Unilever Polska***	Poland	CB&T	8 176	http://www.unilever.pl/
261	***EFT Investments***	Serbia	E&R	8 142	http://www.etf.europa.eu/web.nsf/pages/Serbia
262	***Baltic International Trading***	Estonia	CB&T	8 129	N/A
263	***Lietuvos energija***	Lithuania	E&R	8 072	http://www.le.lt/
264	***Motor Sich***	Ukraine	Mfg	8 066	http://www.motorsich.com/eng
265	***Stredoslovenská energetika***	Slovakia	E&R	8 026	http://www.sse.sk/portal/page/portal/stranka_SSE#
266	***OTE***	Czech Republic	E&R	7 984	https://www.ote-cr.cz/
267	***Prirodni plin***	Croatia	E&R	7 974	N/A
268	***Anwil***	Poland	Mfg	7 927	http://www.anwil.pl/pl/Strony/default.aspx
269	***MLEKOVITA***	Poland	CB&T	7 915	http://www.mlekovita.com.pl/php/
270	***TIGÁZ***	Hungary	E&R	7 862	https://www.tigaz.hu/
271	***Optima Pharm***	Ukraine	CB&T	7 840	http://www.optimapharm.ua/
272	***Foxtrot***	Ukraine	CB&T	7 817	http://www.foxtrot.com.ua/
273	***MET Magyarország***	Hungary	E&R	7 812	http://hugas.met.com/
274	***Telekom Slovenije Group***	Slovenia	TM&T	7 794	http://www.telekom.si/zasebni-uporabniki
275	***Selgros Poland***	Poland	CB&T	7 778	http://www.selgros.pl/
276	***Hungaropharma***	Hungary	LS&HC	7 778	http://www.hungaropharma.hu/
277	***Totalizator Sportowy***	Poland	CB&T	7 772	http://www.totalizator.pl/
278	***Lek Group***	Slovenia	LS&HC	7 764	http://www.lek.si/en/
279	***SYNTHOS KRALUPY***	Czech Republic	Mfg	7 762	http://synthosgroup.com/cz/domaci/
280	***BNK-Ukraine***	Ukraine	E&R	7 715	http://www.beloil.com.ua/
281	***Orlen Latvija***	Latvia	E&R	7 700	http://www.orlen.lv/
282	***Bulgargaz***	Bulgaria	E&R	7 697	http://www.bulgargaz.bg/
283	***Cargill Ukraine***	Ukraine	CB&T	7 668	http://www.cargill.com/worldwide/ukraine/
284	***Shell Hungary***	Hungary	E&R	7 660	http://www.shell.hu/
285	***Leroy Merlin Polska***	Poland	CB&T	7 648	http://www.leroymerlin.pl/
286	***Glencore Polska***	Poland	CB&T	7 625	http://www.glencorepolska.pl/
287	***ELMŰ***	Hungary	E&R	7 526	http://www.elmu.hu/
288	***Gazprom sbut Ukraina***	Ukraine	E&R	7 489	http://www.gazpromukrainefacts.com/
289	***Sokołów***	Poland	CB&T	7 480	http://sokolow.pl/

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 6 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část šestá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
290	***PLL LOT***	Poland	CB&T	7 480	http://www.lot.com/
291	***Vodafone Romania***	Romania	TM&T	7 469	https://www.vodafone.ro/personal/index.htm#tab-1
292	***Flextronics International Poland***	Poland	TM&T	7 464	http://www.flextronics.com/global_locations/Poland/default.aspx
293	***Česká pošta***	Czech Republic	PS	7 442	https://www.ceskaposta.cz/index
294	***BOSCH DIESEL***	Czech Republic	Mfg	7 384	http://www.bosch.cz/cs/cz/startpage_7/country-landingpage.php
295	***Mediplus***	Romania	LS&HC	7 374	http://www.mediplus.ro/en/index.aspx
296	***Arctic Paper***	Poland	Mfg	7 373	http://www.arcticpaper.com/pl/Start/
297	***Porsche Hungaria***	Hungary	Mfg	7 357	http://www.porschehungaria.hu/
298	***Maspex***	Poland	CB&T	7 331	http://maspex.com/
299	***Kaufland Slovakia***	Slovakia	CB&T	7 300	http://www.kaufland.sk/Home/index.jsp
300	***Lukoil Baltija***	Lithuania	E&R	7 281	http://www.lukoil.lt/
301	***GECO***	Czech Republic	CB&T	7 273	http://www.geco.cz/
302	***Spar Slovenija***	Slovenia	CB&T	7 273	https://www.spar.si/sl_SI.html
303	***CEZ Electro Bulgaria***	Bulgaria	E&R	7 265	http://www.cez.bg/en/home.html
304	***FŐGÁZ***	Hungary	E&R	7 257	https://www.fogaz.hu/
305	***BASF***	Poland	Mfg	7 220	http://www.basf.pl/ecp1/Poland/pl/#
306	***Empik Media & Fashion***	Poland	CB&T	7 213	http://www.emf-group.eu/
307	***Enea Wytwarzanie***	Poland	E&R	7 162	http://www.elko.com.pl/elkoweb/site2/site.php
308	***Hidroelectrica***	Romania	E&R	7 142	http://www.hidroelectrica.ro/
309	***Neonet***	Poland	CB&T	7 126	http://www.neonet.pl/
310	***Sanofi-Aventis Hungary***	Hungary	LS&HC	7 098	http://www.sanofi.hu/l/hu/hu/index.jsp
311	***Tuš Holding***	Slovenia	CB&T	7 089	http://www.tus.si/
312	***Ferrero Polska***	Poland	CB&T	7 085	http://www.ferrero.pl/
313	***Inventec***	Czech Republic	TM&T	7 078	http://www.inventec.com/
314	***OMV Slovenia***	Slovenia	E&R	7 071	http://www.omv.si/portal/01/si/private
315	***Phoenix Pharma Hungary***	Hungary	LS&HC	7 055	http://www.phoenix.hu/j-hu-phoenix/index.php
316	***LESTO***	Lithuania	E&R	7 041	http://www.lesto.lt/lt/titulinis.html
317	***Lidl Romania***	Romania	CB&T	7 005	http://www.lidl.ro/ro/index.htm#
318	***Centrenergo***	Ukraine	E&R	7 004	http://www.centrenergo.com/en/
319	***Selgros Romania***	Romania	CB&T	6 998	http://www.selgros.ro/
320	***Continental Automotive Hungary***	Hungary	Mfg	6 979	http://www.conti-online.com/generator/www/start/hu/hu/index_hu.html
321	***eustream***	Slovakia	E&R	6 970	http://www.eustream.sk/
322	***KGHM Metraco***	Poland	CB&T	6 942	http://www.metraco.pl/
323	***Cyfrowy Polsat***	Poland	TM&T	6 912	http://www.cyfrowypolsat.pl/
324	***Ferona***	Czech Republic	CB&T	6 845	http://www.ferona.cz/cze/index.php
325	***VÍTKOVICE***	Czech Republic	Mfg	6 841	http://www.vitkovice.cz/
326	***Lidl Slovakia***	Slovakia	CB&T	6 765	http://www.lidl.sk/sk/index.htm
327	***GEN Energija Group***	Slovenia	E&R	6 760	http://www.gen-energija.si/
328	***Lidl Magyarország***	Hungary	CB&T	6 741	http://www.lidl.hu/hu/index.htm
329	***Creativ***	Ukraine	CB&T	6 702	http://www.creativegroup.ua/
330	***Lear Corporation Hungary***	Hungary	Mfg	6 702	http://www.lear.com/
331	***JTI Ukraine***	Ukraine	CB&T	6 675	http://www.jti.com/
332	***Atlantic Grupa***	Croatia	CB&T	6 668	http://www.atlantic.hr/en/
333	***Stalprodukt***	Poland	Mfg	6 665	http://www.stalprodukt.com.pl/
334	***KITE***	Hungary	CB&T	6 663	http://www.kite.hu/
335	***Škoda Praha Invest***	Czech Republic	Mfg	6 661	http://www.spinvest.cz/
336	***Mondi Świecie***	Poland	Mfg	6 645	http://www.mondijobs.pl/pl/desktopdefault.aspx/tabid-1806
337	***Strabag Poland***	Poland	RE	6 626	http://www.strabag.pl/
338	***Moltrade-Mineralimpex***	Hungary	E&R	6 613	http://mol.hu/hu/
339	***Mercedes-Benz Polska***	Poland	Mfg	6 604	http://www.mercedes-benz.pl/content/poland/mpc/mpc_poland_website/pl/home_mpc/passengercars.flash.html
340	***MAXIMA***	Latvia	CB&T	6 600	http://www.maxima.lv/
341	***ČEPS***	Czech Republic	E&R	6 599	http://www.ceps.cz/CZE/Stranky/default.aspx
342	***SIJ***	Slovenia	E&R	6 587	http://sij.si/sl/
343	***Palink***	Lithuania	CB&T	6 568	http://iki.lt/lt.php
344	***ZE PAK***	Poland	E&R	6 563	http://zepak.com.pl/en/
345	***Nestle***	Poland	CB&T	6 559	http://www.nestle.pl/pl
346	***Revoz***	Slovenia	CB&T	6 544	http://www.revoz.si/en/

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 7 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část sedmá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
347	***BENZINA***	Czech Republic	E&R	6 540	http://www.benzina.cz/CS/Stranky/main.aspx
348	***Orlen Petrotank***	Poland	E&R	6 530	http://www.orlenpetrotank.pl/PL/Strony/default.aspx
349	***E. Leclerc***	Poland	CB&T	6 527	http://www.e-leclerc.pl/
350	***Samsung Electronics Romania***	Romania	CB&T	6 526	http://www.samsung.com/ro/home
351	***Alstom Power***	Poland	Mfg	6 486	http://www.alstom.com/countries/poland/
352	***Impexmetal***	Poland	Mfg	6 480	http://www.impexmetal.com.pl/
353	***PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ***	Czech Republic	E&R	6 474	http://www.ppas.cz/
354	***ČGS***	Czech Republic	Mfg	6 431	http://www.cgs.cz/
355	***ADM Romania***	Romania	CB&T	6 423	http://www.admfarm.ro/
356	***Michelin Hungária***	Hungary	Mfg	6 421	http://www.michelin.hu/
357	***Magyar Posta***	Hungary	PS	6 417	https://www.posta.hu/
358	***Sanitex***	Lithuania	CB&T	6 415	http://www.sanitex.lv/
359	***AmRest***	Poland	CB&T	6 414	https://www.amrest.eu/pl
360	***Elko***	Latvia	CB&T	6 405	http://www.elko.lv/
361	***Azovmash Group***	Ukraine	Mfg	6 396	http://www.azovmash.com/
362	***Alba Ukraine***	Ukraine	CB&T	6 368	http://alba-ukraine.com/en/
363	***PHP Polski Tytoń***	Poland	CB&T	6 365	http://www.polskityton.pl/
364	***METALIMEX***	Czech Republic	CB&T	6 360	http://www.metalimex.cz/
365	***Vodafone CR***	Czech Republic	TM&T	6 341	http://www.vodafone.cz/
366	***Kruszwica***	Poland	CB&T	6 337	http://www.ztkruszwica.pl/
367	***Volvo Polska***	Poland	Mfg	6 332	http://www.volvocars.com/pl/pages/default.aspx
368	***Valeo Autosystemy***	Poland	Mfg	6 326	http://www.valeo.com.pl/
369	***Netto***	Poland	CB&T	6 319	http://www.netto.pl/
370	***Electrolux Poland***	Poland	CB&T	6 301	http://www.electrolux.pl/
371	***Optima Grupa***	B&H	E&R	6 297	http://optimagrupa.net/
372	***CMC Poland***	Poland	Mfg	6 257	https://www.cmc.com/pl/europe/Strony/home.aspx
373	***Johnson Matthey***	Rep of Macedonia	Mfg	6 229	http://www.matthey.com/
374	***MVM Paksi Atomerőmű***	Hungary	E&R	6 225	http://www.atomeromu.hu/
375	***Orange Slovensko***	Slovakia	TM&T	6 220	https://www.orange.sk/
376	***Robert Bosch Energy and Body Systems***	Hungary	Mfg	6 195	http://www.corporate.bosch.hu/en/hu/our_company_8/locations_8/locations-detail_14276.html
377	***GDF SUEZ Energia Magyarország***	Hungary	E&R	618.3	https://www.gdfsuez-energia.hu/
378	***Johnson Controls International***	Slovakia	Mfg	6 175	http://www.johnsoncontrols.sk/content/sk/sk.html
379	***Philip Morris Magyarország***	Hungary	CB&T	6 170	http://www.pmi.com/marketpages/Pages/market_hu_hu.aspx#
380	***Dedeman***	Romania	CB&T	6 158	http://www.dedeman.ro/
381	***Esppol***	Poland	CB&T	6 132	http://www.esppol.pl/
382	***JTI Romania***	Romania	CB&T	6 131	http://www.jti.com/
383	***Veolia***	Czech Republic	E&R	6 110	http://www.veolia.cz/cs
384	***TZMO***	Poland	CB&T	6 105	http://tzmo.pl/pl_PL
385	***Romtelecom***	Romania	TM&T	6 100	https://www.telekom.ro/
386	***Rimi Latvia***	Latvia	CB&T	6 090	https://www.rimi.lv/
387	***JP Srbijagas***	Serbia	E&R	6 070	http://www.srbijagas.com/naslovna.1.html
388	***DPP***	Czech Republic	CB&T	6 031	http://www.dpp.cz/
389	***Delphi Poland***	Poland	Mfg	6 015	http://www.delphikrakow.pl/
390	***SE-CEE Schneider Electric***	Hungary	E&R	6 013	http://www.schneider-electric.com/site/home/index.cfm/hu/
391	***CEN Oltenia***	Romania	E&R	5 998	http://www.cenoltenia.ro/
392	***EDF Paliwa***	Poland	E&R	5 991	http://www.edfpaliwa.pl/
393	***HEP - Operator***	Croatia	E&R	5 959	http://www.hep.hr/ods/dp/default.aspx
394	***Ukrtelecom***	Ukraine	TM&T	5 952	http://www.ukrtelecom.ua/
395	***Philips Industries Magyarország***	Hungary	CB&T	5 925	http://www.philips.hu/
396	***Linas Agro***	Lithuania	CB&T	5 917	http://www.linasagro.lt/
397	***Avon***	Poland	CB&T	5 913	https://www.avon.pl/
398	***Samsung Electronics Ukraine***	Ukraine	CB&T	5 903	http://www.samsung.com/ua/home
399	***CCS Česká společnost pro platební karty***	Czech Republic	CB&T	5 896	http://www.ccs.cz/
400	***RWE Polska***	Poland	E&R	5 887	https://www.rwe.pl/web/cms/pl/621782/start/
401	***Zagrebački holding***	Croatia	PS	5 875	http://www.zgh.hr/
402	***Zakłady Chemiczne Police***	Poland	Mfg	5 852	http://zchpolice.grupaazoty.com/
403	***Compal Electronics***	Poland	CB&T	5 835	http://www.compal-europe.com/index.php

Zdroj:Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 8 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část osmá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
404	***SEPS***	Slovakia	E&R	5 815	http://www.sepsas.sk/seps/index.asp
405	***Anwim***	Poland	E&R	5 793	http://anwim.pl/
406	***Magneti Marelli***	Poland	Mfg	5 752	http://www.magnetimarelli-checkstar.pl/
407	***HEP - Proizvodnja***	Croatia	E&R	5 748	http://www.hep.hr/proizvodnja/
408	***RWE Energie***	Czech Republic	E&R	5 748	http://www.rwe.cz/o-rwe/rwe-energie/
409	***International Paper - Kwidzyn***	Poland	Mfg	5 741	http://www.ipaper.com.pl/
410	***Continental Automotive Romania***	Romania	Mfg	5 740	http://www.continental-corporation.com/www/hr_ro_ro/
411	***Latvijas Gaze***	Latvia	E&R	5 740	http://www.lg.lv/
412	***Philip Morris Polska***	Poland	CB&T	5 726	http://www.pmi.com/marketpages/pages/market_en_pl.aspx
413	***Continental Matador Truck Tires***	Slovakia	Mfg	5 726	http://www.continental-corporation.com/www/portal_sk_sk/cm_uvod_sk.html
414	***Petrol Croatia***	Croatia	E&R	5 723	http://www.petrol.hr/
415	***Engrotuš***	Slovenia	CB&T	5 664	http://www.tus.si/
416	***Transelectrica***	Romania	E&R	5 650	http://www.transelectrica.ro/web/tel/home
417	***Indorama Polymers Europe***	Lithuania	Mfg	5 647	http://www.indoramapolymers.eu/
418	***Tarkett Bačka Palanka***	Serbia	CB&T	5 646	http://www.tarkett.rs/naslovna-strana.1930.html
419	***SAS Automotive***	Slovakia	Mfg	5 636	http://www.sas-automotive.com/
420	***Krajowa Spółka Cukrowa***	Poland	CB&T	5 634	http://www.polski-cukier.pl/
421	***ADMIRAL GLOBAL BETTING***	Czech Republic	CB&T	5 613	http://agbas.cz/
422	***Polimex Mostostal***	Poland	RE	5 611	http://www.polimex-mostostal.pl/en/
423	***ABB Poland***	Poland	Mfg	5 597	http://new.abb.com/pl
424	***Ukraine International Airlines***	Ukraine	CB&T	5 579	http://flyuia.com/
425	***PHARMOS***	Czech Republic	LS&HC	5 574	http://www.pharmos.cz/
426	***Hankook Tire Magyarország***	Hungary	Mfg	5 557	http://www.hankooktire-eu.com/hu/
427	***Mercator-S***	Serbia	CB&T	5 517	http://www.mercator.rs/
428	***ŠKODA TRANSPORTATION***	Czech Republic	Mfg	5 509	http://www.skoda.cz/cs/
429	***Alliance Oil Ukraine***	Ukraine	E&R	5 506	http://www.nk-alliance.com.ua/index.php
430	***Slovnaft Polska***	Poland	E&R	5 483	http://www.slovnaft.pl/
431	***CARGILL AGRICULTURA***	Romania	CB&T	5 461	http://www.cargill.ro/ro/index.jsp
432	***CNH Industrial Polska***	Poland	Mfg	5 461	http://www.cnhindustrial.com/en-US/Pages/HomePage.aspx
433	***LuK Savaria***	Hungary	Mfg	5 443	http://www.schaeffler.hu/content.schaeffler.hu/hu/index.jsp
434	***Holdina***	B&H	E&R	5 439	http://www.holdina.ba/
435	***ALLIANCE HEALTHCARE***	Czech Republic	LS&HC	5 429	https://www.alliance-healthcare.cz/
436	***SUNGWOO HITECH***	Czech Republic	Mfg	5 406	http://www.swhitech.cz/
437	***Východoslovenská energetika***	Slovakia	E&R	5 401	http://www.vse.sk/
438	***Naftex***	Bulgaria	E&R	5 401	http://www.naftex.bg/
439	***Travel Service***	Czech Republic	CB&T	5 399	http://www.travelservice.aero/
440	***P&G Trading Ukraine***	Ukraine	CB&T	5 384	http://www.pgtradingco.com/
441	***Penny-Market***	Hungary	CB&T	5 374	http://www.penny.hu/
442	***Oscar Downstream***	Romania	E&R	5 342	http://www.oscars.ro/
443	***Donbasenergo***	Ukraine	E&R	5 338	http://www.de.com.ua/
444	***Philip Morris Ukraine***	Ukraine	CB&T	5 333	http://www.pmi.com/marketpages/Pages/market_en_ua.aspx
445	***Ruch***	Poland	CB&T	5 302	http://ruch.com.pl/
446	***Mega Image***	Romania	CB&T	5 299	http://www.mega-image.ro/
447	***Celsa Huta Ostrowiec***	Poland	Mfg	5 299	http://www.celsaho.com/
448	***Alcoa-Köfém***	Hungary	Mfg	5 290	http://www.alcoa.com/hungary/en/info_page/home.asp
449	***SPAR CR***	Czech Republic	CB&T	5 250	http://www.interspar.cz/cs_CZ.html
450	***GDF Suez Energia Polska***	Poland	E&R	5 241	http://www.gdfsuez-energia.pl/Strona-glowna
451	***Porsche CR***	Czech Republic	Mfg	5 226	http://auto.porsche.cz/
452	***Gaz System***	Poland	E&R	5 222	http://en.gaz-system.pl/
453	***ČD Cargo***	Czech Republic	CB&T	5 214	https://www.cdcargo.cz/
454	***Auchan Romania***	Romania	CB&T	5 210	http://www.auchan.ro/
455	***Telenor Magyarország***	Hungary	TM&T	5 210	https://www.telenor.hu/
456	***OMV Slovensko***	Slovakia	E&R	5 196	http://www.omv.sk/portal/01/sk/private
457	***Plzeňský Prazdroj***	Czech Republic	CB&T	5 194	http://www.prazdroj.cz/
458	***Tank ONO***	Czech Republic	E&R	5 194	http://www.tank-ono.cz/cz/index.php
459	***Ikea Retail***	Poland	CB&T	5 156	http://www.ikea.com/pl/pl/
460	***Real Romania***	Romania	CB&T	5 148	http://www.real-hyper-magazine.ro/
461	***MG Baltic***	Lithuania	CB&T	5 134	http://www.mgbaltic.lt/
462	***Iveco CR***	Czech Republic	Mfg	5 126	http://www.iveco.com/czech/Pages/HomePage.aspx
463	***Achema***	Lithuania	Mfg	5 107	http://www.achema.lt/

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 9 *Žebříček CE TOP 500 a testované weby firem, část devátá*

Pořadí	Název společnosti	Země	Odvětví	Tržby (2013)	Webová stránka
464	***Farmexpert***	Romania	LS&HC	5 098	http://www.farmexpert.ro/
465	***Nitrogénművek***	Hungary	Mfg	5 080	http://www.nitrogen.hu/nat/index.php
466	***BAT Magyarország***	Hungary	CB&T	5 079	http://www.bat.hu/
467	***EUROVIA CS***	Czech Republic	RE	5 065	http://www.eurovia.cz/cs/home
468	***ABB CR***	Czech Republic	Mfg	5 061	http://new.abb.com/cz
469	***TEVA Magyarország***	Hungary	LS&HC	5 057	https://www.teva.hu/
470	***Coal of Ukraine***	Ukraine	E&R	5 052	http://www.coalukraine.com/
471	***Continental Automotive Systems Romania***	Romania	Mfg	5 047	http://www.continental-corporation.com/www/hr_ro_ro/
472	***Dalkia Česká republika***	Czech Republic	E&R	5 023	http://www.veoliaenergie.cz/
473	***Remontowa Holding***	Poland	Mfg	5 020	http://www.remontowaholding.pl/
474	***Tallinna Kaubamaja***	Estonia	CB&T	4 990	http://www.kaubamaja.ee/
475	***Nestle Ukraine***	Ukraine	CB&T	4 990	http://www.nestle.ua/
476	***Auchan Ukraine***	Ukraine	CB&T	4 990	http://www.auchan.ua/
477	***PHOENIX Zdravotnícke zásobovanie***	Slovakia	LS&HC	4 978	http://www.phoenix.sk/
478	***ZRP Farmutil HS***	Poland	CB&T	4 969	http://farmutil-hs.pl/
479	***Rewe Romania***	Romania	CB&T	4 969	http://www.penny.ro/Homepage/Homepage/pe_Home.aspx
480	***JP Elektroprivreda BiH***	B&H	E&R	4 968	http://www.elektroprivreda.ba/
481	***Avangard***	Ukraine	CB&T	4 966	http://avangard.co.ua/
482	***Mondi SCP***	Slovakia	Mfg	4 956	http://www.safescp.sk/
483	***Furshet***	Ukraine	CB&T	4 948	http://furshet.ua/
484	***Zakłady Azotowe Kędzierzyn***	Poland	Mfg	4 938	http://zak.grupaazoty.com/
485	***Interagro***	Romania	CB&T	4 919	http://www.interagro.ro/
486	***Evraz-Sukha Balka***	Ukraine	Mfg	4 912	http://ukr.evraz.com/
487	***Philip Morris ČR***	Czech Republic	CB&T	4 904	http://www.pmi.com/cs_cz/pages/homepage.aspx
488	***Serna***	Ukraine	CB&T	4 890	http://58386.ua.all.biz/
489	***ThyssenKrupp Energostal***	Poland	Mfg	4 881	http://www.thyssenkrupp-energostal.pl/
490	***Idea Beograd***	Serbia	CB&T	4 878	http://www.idea.rs/Naslovna.html
491	***Magyar Áramszolgáltató***	Hungary	E&R	4 860	http://www.masz.co.hu/
492	***Bunge Ukraine***	Ukraine	CB&T	4 856	http://oleina.ua/
493	***PINI Polonia***	Poland	CB&T	4 855	http://www.pinipolonia.com/
494	***Cargill Magyarország***	Hungary	CB&T	4 855	http://www.cargill.hu/hu/index.jsp
495	***STRABAG CR***	Czech Republic	RE	4 815	http://www.strabag.cz/
496	***ŽSR***	Slovakia	PS	4 810	http://www.zsr.sk/
497	***Michelin Romania***	Romania	Mfg	4 809	http://www.michelin.ro/
498	***ALTA Invest***	Czech Republic	Mfg	4 802	http://www.alta-invest.cz/
499	***Autoliv Romania***	Romania	Mfg	4 800	http://www.autoliv.com/Pages/default.aspx
500	***Renault Polska***	Poland	Mfg	4 767	http://www.renault.pl/

Zdroj: Deloitte Global (2014), Autor

Příloha 10 *Hodnocení CSR reportování firem, část první*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
1	***PKN Orlen***	Poland	E&R	5	5	4	5	19	3	2	4	5	14	4	4	3	5	16	5	4	4	3	16	65
2	***MOL***	Hungary	E&R	3	2	2	4	11	2	1	4	2	9	4	1	5	5	15	5	5	3	3	16	51
3	***ŠKODA AUTO***	CR	Mfg	-2	1	-1	4	2	1	-1	1	4	5	4	2	4	5	15	4	4	2	4	14	36
4	***Metinvest***	Ukraine	Mfg	4	1	2	2	9	2	2	-3	5	6	3	2	4	4	13	3	5	3	3	14	42
5	***DTEK***	Ukraine	E&R	5	3	4	5	17	3	2	5	4	14	5	3	5	4	17	4	5	5	4	18	66
6	***ČEZ***	CR	E&R	5	4	4	4	17	4	3	5	5	17	4	5	4	5	18	4	4	5	3	16	68
7	***Energorynok***	Ukraine	E&R	-4	-3	-5	2	-10	-2	-5	-5	1	-11	2	-1	1	1	3	1	1	2	2	6	-12
8	***Jeronimo Martins Polska***	Poland	CB&T	5	4	2	5	16	4	2	4	4	14	5	5	4	5	19	5	5	2	5	17	66
9	***PGNiG***	Poland	E&R	4	2	3	5	14	2	1	3	4	10	3	4	2	3	12	4	2	2	1	9	45
10	***PGE***	Poland	E&R	2	1	-1	3	5	4	1	3	4	12	3	4	4	5	16	3	3	2	4	12	45
11	***Naftogaz of Ukraine***	Ukraine	E&R	-5	-4	-5	2	-12	-4	-4	-3	-2	-13	2	1	-3	-2	-2	-1	2	-3	-4	-6	-33
12	***RWE Supply & Trading CZ***	CR	E&R	1	3	2	5	11	2	1	2	2	7	3	3	2	4	12	4	3	3	5	15	45
13	***Lotos***	Poland	E&R	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	3	4	17	5	5	4	3	17	73
14	***Volkswagen Slovakia***	Slovakia	Mfg	1	2	-1	3	5	3	5	4	4	16	4	2	2	4	12	4	4	4	5	17	50
15	***Orlen Lietuva***	Lithuania	E&R	2	2	1	4	9	4	3	2	1	10	2	2	-3	4	5	4	2	2	3	11	35
16	***AUDI Hungaria Motor***	Hungary	Mfg	3	2	-1	4	8	5	4	3	4	16	3	2	1	3	9	4	5	3	3	15	48
17	***AGROFERT***	CR	Mfg	-2	-3	-2	5	-2	1	1	3	3	8	5	4	2	5	16	3	5	1	3	12	34
18	***KGHM***	Poland	E&R	4	3	5	5	17	4	4	5	5	18	4	3	4	5	16	5	4	4	4	17	68
19	***Petrom***	Romania	E&R	5	5	5	5	20	5	3	3	2	13	5	4	3	5	17	5	5	4	5	19	69
20	***GE Infrastructure CEE***	Hungary	Mfg	1	2	2	3	8	3	1	3	4	11	4	5	4	4	17	2	3	4	3	12	48
21	***Ukrzaliznytsia***	Ukraine	CB&T	-5	-5	-3	4	-9	-5	-5	-5	-5	-20	-2	-3	-1	-3	-9	-5	-5	-4	3	-11	-49
22	***Slovnaft***	Slovakia	E&R	1	1	2	4	8	-4	-4	-3	-3	-14	-2	-2	1	5	2	5	3	3	5	16	12
23	***Lotos Paliwa***	Poland	E&R	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	3	4	17	5	5	4	3	17	73
24	***Tauron***	Poland	E&R	-3	-4	-2	4	-5	-4	-3	-4	4	-7	3	4	1	2	10	4	3	1	3	11	9
25	***Kia Motors Slovakia***	Slovakia	Mfg	2	3	2	5	12	3	4	5	4	16	4	5	4	3	16	3	5	3	5	16	60
26	***Automobile-Dacia***	Romania	Mfg	1	2	-1	4	6	4	3	3	1	11	4	4	2	4	14	1	3	-2	5	7	38
27	***Agrokor***	Croatia	CB&T	4	4	3	5	16	2	2	3	3	10	5	5	5	4	19	3	5	5	4	17	62
28	***Petrol Group***	Slovenia	E&R	2	2	2	4	10	3	4	4	5	16	3	4	3	4	14	3	4	4	5	16	56
29	***Eurocash***	Poland	CB&T	2	-2	1	5	6	-5	-5	-5	-5	-20	4	4	2	5	15	4	4	5	5	18	19
30	***Lukoil Neftochim***	Bulgaria	E&R	2	3	1	5	11	2	1	2	3	8	3	3	2	4	12	4	5	4	4	17	48
31	***UNIPETROL***	CR	E&R	3	4	2	5	14	5	4	4	4	17	4	5	3	4	16	5	3	5	4	17	64
32	***Hyundai Motor Mfg Czech***	CR	Mfg	-4	-1	-4	4	-5	-4	-5	-5	-3	-17	3	4	1	1	9	2	2	3	5	12	-1
33	***FOXCONN CZ***	CR	TM&T	-3	2	-2	4	1	-5	-5	1	-3	-12	4	5	1	5	15	5	3	5	2	15	19
34	***INA***	Croatia	E&R	3	4	1	5	13	5	3	4	2	14	3	4	4	5	16	5	1	4	4	14	57
35	***Metro Group***	Poland	CB&T	-4	-3	-2	2	-7	-5	-5	-4	-5	-19	3	4	-3	2	6	1	-3	4	2	4	-16
36	***Alpiq Energy SE***	CR	E&R	1	2	-1	3	5	3	3	2	3	11	3	4	2	4	13	1	3	4	2	10	39
37	***ČEZ Prodej***	CR	E&R	-4	-2	-3	3	-6	4	3	5	1	13	3	4	3	4	14	4	4	3	3	14	35
38	***Energetický a průmyslový holding***	CR	E&R	-5	-3	-5	2	-11	4	-3	-3	-5	-7	2	3	-5	-3	-3	-4	-4	1	2	-5	-26
39	***Samsung Electronics Slovakia***	Slovakia	CB&T	4	4	2	5	15	5	1	3	4	13	3	3	4	4	14	3	5	2	3	13	55
40	***Fiat Auto Poland***	Poland	Mfg	-4	-3	-5	3	-9	3	-1	1	1	4	4	2	-2	1	5	1	1	2	4	8	8
41	***Chimimport***	Bulgaria	CB&T	-5	-3	-5	4	-9	-5	-5	-5	-5	-20	3	2	-5	5	5	4	-4	2	4	6	-18
42	***MVM***	Hungary	E&R	5	5	3	5	18	5	4	5	2	16	5	5	3	5	18	4	2	3	4	13	65
43	***Orange Polska***	Poland	TM&T	5	3	4	5	17	5	3	5	4	17	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	70
44	***Tesco Polska***	Poland	CB&T	3	2	3	5	13	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	3	5	2	5	15	64
45	***VP***	Lithuania	CB&T	-5	-5	-5	-3	-18	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	1	-5	-14	-5	-4	-5	-4	-18	-70
46	***Orlen Paliwa***	Poland	E&R	-2	-3	-5	1	-9	-5	-5	-5	-5	-20	2	1	-5	-1	-3	-3	1	-1	2	-1	-33
47	***BP Poland***	Poland	E&R	3	4	4	4	15	3	4	5	4	16	4	5	4	5	18	5	5	4	3	17	66
48	***Rompetrol Rafinare***	Romania	E&R	-3	-2	-5	2	-8	3	4	3	-2	8	3	1	-1	1	4	1	-3	2	4	4	8
49	***Slovenské elektrárne***	Slovakia	E&R	3	4	4	3	14	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	3	16	67
50	***Čepro***	CR	E&R	3	2	1	4	10	3	1	3	2	9	4	5	2	5	16	2	2	5	4	13	48
51	***Mercator Group***	Slovenia	CB&T	5	5	4	5	19	5	3	3	4	15	5	5	5	5	20	5	4	5	3	17	71
52	***Energa***	Poland	E&R	5	4	5	5	19	5	4	5	3	17	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	70
53	***Megapolis Ukraine***	Ukraine	CB&T	-5	-5	-5	1	-14	-5	-5	-5	-5	-20	3	1	-4	1	1	-2	-3	1	3	-1	-34
54	***ATB Market***	Ukraine	CB&T	-4	-4	-5	1	-12	-5	-5	-5	-5	-20	3	3	-1	2	7	1	2	1	4	8	-17
55	***ArcelorMittal Poland***	Poland	Mfg	5	5	5	5	20	5	4	4	3	16	4	5	4	5	18	5	4	5	3	17	71
56	***ArcelorMittal Kryvyi Rih***	Ukraine	Mfg	3	5	4	5	17	5	3	4	1	13	4	5	3	5	17	4	3	5	5	17	64
57	***MAXIMA group***	Lithuania	CB&T	-4	-4	-5	-3	-16	-4	-5	-4	-4	-17	-2	-2	-3	1	-6	-1	-4	-5	-3	-13	-52
58	***Lidl Polska***	Poland	CB&T	3	4	1	4	12	3	4	4	3	14	4	5	2	5	16	5	5	3	4	17	59
59	***PKP***	Poland	CB&T	-3	-2	1	4	0	-4	-3	2	1	-4	3	2	4	4	13	3	4	1	4	12	21
60	***Fozzy Group***	Ukraine	CB&T	-4	-3	-5	2	-10	-5	-5	-5	-5	-20	4	1	-5	1	1	-1	-4	-2	3	-4	-33
61	***Kompania Węglowa***	Poland	E&R	1	2	-1	4	6	3	2	1	-2	4	2	3	1	2	8	3	2	2	4	11	29

Zdroj: Autor

Příloha 11 *Hodnocení CSR reportování firem, část druhá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
62	***Grupa Azoty***	Poland	Mfg	4	3	4	4	15	5	3	5	4	17	4	5	4	4	17	5	4	3	3	15	64
63	***NIS***	Serbia	E&R	4	5	5	5	19	4	3	4	4	15	5	5	4	5	19	4	5	2	3	14	67
64	***Samsung Electronics Hungary***	Hungary	CB&T	-4	-3	-3	5	-5	-3	-4	-1	-4	-12	3	2	-1	1	5	1	-3	1	5	4	-8
65	***Aurubis***	Bulgaria	E&R	3	3	2	4	12	5	4	5	4	18	3	5	4	4	16	3	3	3	4	13	59
66	***Magyar Földgázkereskedő***	Hungary	E&R	1	1	2	3	7	3	1	2	-1	5	2	3	-1	4	8	4	2	1	4	11	31
67	***Volkswagen Poznań***	Poland	Mfg	3	4	4	5	16	4	4	5	3	16	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19	70
68	***U.S. Steel Košice***	Slovakia	Mfg	4	3	4	5	16	5	5	5	1	16	3	5	4	5	17	4	5	4	4	17	66
69	***ČEZ Distribuce***	CR	E&R	2	3	3	4	12	4	2	5	2	13	4	4	3	4	15	5	3	4	4	16	56
70	***PCA Slovakia***	Slovakia	Mfg	2	3	2	4	11	5	4	4	3	16	3	4	3	4	14	4	1	4	5	14	55
71	***Enea***	Poland	E&R	-4	-3	-5	4	-8	-5	-5	1	-5	-14	3	3	-4	1	3	2	-2	1	5	6	-13
72	***Magyar Telekom***	Hungary	TM&T	5	3	5	3	16	4	2	4	4	14	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	67
73	***Kernel***	Ukraine	CB&T	2	3	-1	3	7	3	-1	3	1	6	4	3	2	4	13	5	2	2	3	12	38
74	***Mercedes-Benz Mfg Hungary***	Hungary	Mfg	-4	-3	-3	4	-6	-4	-5	-5	2	-12	4	2	1	-1	6	1	2	2	4	9	-3
75	***Continental Barum***	CR	Mfg	-5	-5	-5	5	-10	-5	-5	-5	-3	-18	3	1	-4	1	1	1	-4	2	5	4	-23
76	***MVM Partner***	Hungary	E&R	2	2	-3	3	4	-4	-5	-4	-5	-18	3	4	4	4	15	4	5	2	3	14	15
77	***TESCO-GLOBAL Áruházak***	Hungary	CB&T	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	3	5	17	74
78	***Ostchem***	Ukraine	Mfg	3	4	4	3	14	5	2	3	4	14	5	4	4	4	17	3	5	4	3	15	60
79	***Lewiatan***	Poland	CB&T	1	1	2	3	7	-5	-5	-5	-4	-19	2	4	4	4	14	3	1	1	5	10	12
80	***MORAVIA STEEL***	CR	Mfg	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	76
81	***SPP***	Slovakia	E&R	3	4	2	5	14	5	3	4	4	16	4	4	5	5	18	4	5	3	5	17	65
82	***EP Energy***	CR	E&R	-4	-4	-5	3	-10	-5	-5	-5	-5	-20	1	1	-5	-3	-6	-4	-5	1	3	-5	-41
83	***O2 CR***	CR	TM&T	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19	77
84	***Lasy Państwowe***	Poland	PS	2	3	3	5	13	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	2	5	4	5	16	67
85	***JP EPS***	Serbia	E&R	5	5	4	3	17	5	4	4	3	16	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	71
86	***Kaufland Česká Republika***	CR	CB&T	3	5	3	5	16	5	4	5	5	19	4	5	1	5	15	5	5	3	5	18	68
87	***Eni Česká republika***	CR	E&R	2	3	4	5	14	2	2	3	1	8	3	4	2	5	14	5	3	4	5	17	53
88	***General Motors Mfg Poland***	Poland	Mfg	1	2	-1	4	6	2	4	4	1	11	4	4	2	3	13	1	2	1	5	9	39
89	***Jastrzębska Spółka Węglowa***	Poland	E&R	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	75
90	***Makro Cash and Carry Polska***	Poland	CB&T	1	1	2	4	8	-3	1	-1	-1	-4	2	4	1	4	11	4	-2	2	5	9	24
91	***E.ON Hungária***	Hungary	E&R	3	3	3	4	13	5	3	5	4	17	4	4	5	5	18	4	3	4	5	16	64
92	***OWG Group***	Ukraine	E&R	-3	-4	1	-2	-8	-4	-4	-3	-3	-14	1	3	-1	2	5	1	-3	-2	2	-2	-19
93	***TŘINECKÉ ŽELEZÁRNY***	CR	Mfg	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	76
94	***Pelion***	Poland	LS&HC	5	4	3	4	16	3	2	3	4	12	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	65
95	***HEP***	Croatia	E&R	5	3	5	5	18	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	72
96	***Ukrtatnafta***	Ukraine	E&R	3	2	2	4	11	5	4	5	3	17	4	4	4	3	15	4	3	2	5	14	57
97	***Tesco Stores ČR***	CR	CB&T	2	2	3	5	12	4	4	5	5	18	3	3	4	5	15	4	5	5	4	18	63
98	***Carrefour Polska***	Poland	CB&T	3	4	5	4	16	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	3	4	3	5	15	61
99	***Energa-Obrót***	Poland	E&R	5	4	5	5	19	5	4	5	3	17	4	5	4	5	18	5	5	4	3	17	71
100	***PANRUSGÁZ***	Hungary	E&R	-5	-5	-5	-3	-18	-5	-5	-5	-5	-20	-3	-4	-5	-5	-17	-5	-5	-5	-5	-20	-75
101	***Kaufland Romania***	Romania	CB&T	2	3	3	4	12	4	3	4	3	14	4	5	4	4	17	2	3	3	4	12	55
102	***Flextronics International***	Hungary	TM&T	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	78
103	***E.ON Energiaszolgáltató***	Hungary	E&R	3	3	3	4	13	5	3	5	4	17	4	4	5	5	18	4	3	4	5	16	64
104	***Energoatom***	Ukraine	E&R	2	3	3	5	13	4	4	5	3	16	3	4	2	4	13	4	-3	-1	2	2	44
105	***Konzum***	Croatia	CB&T	2	2	1	4	9	2	3	2	4	11	2	3	2	3	10	2	2	3	5	12	42
106	***Polkomtel***	Poland	TM&T	2	3	3	4	12	3	3	4	2	12	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	61
107	***T-Mobile Polska***	Poland	TM&T	3	4	4	5	16	4	2	5	3	14	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18	67
108	***Samsung Electronics Polska***	Poland	CB&T	3	3	4	5	15	4	5	5	3	17	4	5	4	4	17	5	5	3	4	17	66
109	***Magyar Suzuki***	Hungary	Mfg	3	5	3	4	15	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	67
110	***BAT (Romania) Trading***	Romania	CB&T	5	5	5	1	16	3	2	3	2	10	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	63
111	***Auchan Polska***	Poland	CB&T	4	3	4	5	16	4	3	5	5	17	4	4	4	5	17	4	5	3	5	17	67
112	***HSE Group***	Slovenia	E&R	4	3	3	5	15	5	4	5	3	17	4	5	5	4	18	4	3	4	4	15	65
113	***Epicentr K***	Ukraine	CB&T	1	2	1	3	7	-3	-4	1	1	-5	2	1	2	3	8	2	4	1	3	10	20
114	***Poczta Polska***	Poland	PS	2	2	3	5	12	-4	-3	-3	2	-8	4	4	3	5	16	4	3	4	4	15	35
115	***Fiat Automobili Srbija***	Serbia	Mfg	-5	-5	-2	4	-8	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-1	-2	1	-3	1	-1	2	4	6	-25
116	***Kaufland Polska***	Poland	CB&T	3	4	2	5	14	5	4	5	5	19	4	5	3	5	17	5	4	3	5	17	67
117	***PS Mercator***	Slovenia	CB&T	3	3	3	4	13	5	5	4	4	18	4	4	4	3	15	4	4	3	5	16	62
118	***PPHU Specjał***	Poland	CB&T	2	1	1	4	8	-4	-4	-3	-1	-12	1	2	4	5	12	5	1	5	2	13	21
119	***AHOLD CR***	CR	CB&T	4	4	5	5	18	3	3	3	2	11	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	66
120	***VWGP***	Poland	Mfg	2	3	3	4	12	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14	58
121	***Tauron Dystrybucja***	Poland	E&R	3	3	2	5	13	-1	-1	1	-4	-5	3	4	4	5	16	5	5	2	5	17	41
122	***Asseco***	Poland	TM&T	3	4	3	4	14	1	1	2	-4	0	4	2	4	4	14	3	4	3	3	13	41
123	***BorsodChem***	Hungary	Mfg	1	1	2	2	6	1	1	-1	2	3	1	2	2	3	8	2	2	-2	1	3	20

Zdroj: Autor

Příloha 12 *Hodnocení CSR reportování firem, část třetí*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
124	***PSE***	Poland	E&R	2	3	2	5	12	3	2	3	1	9	4	4	1	3	12	4	2	4	5	15	**48**
125	***Neuca***	Poland	LS&HC	2	2	2	4	10	-5	-5	-5	-5	-20	2	3	2	4	11	2	3	1	4	10	**11**
126	***Galnaftogaz***	Ukraine	E&R	5	3	4	3	15	5	4	5	3	17	3	4	5	5	17	5	4	5	5	19	**68**
127	***Ericsson Eesti***	Estonia	TM&T	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	**75**
128	***TVK***	Hungary	Mfg	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	3	4	5	5	17	5	4	5	5	19	**74**
129	***Donetskstal***	Ukraine	Mfg	3	2	1	4	10	3	2	2	1	8	3	3	4	2	12	2	3	2	4	11	**41**
130	***Tesco Stores SR***	Slovakia	CB&T	5	4	4	4	17	3	1	2	4	10	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18	**63**
131	***Shell Polska***	Poland	E&R	5	5	5	5	20	5	3	4	2	14	3	2	3	4	12	3	4	4	4	15	**61**
132	***ArcelorMittal Ostrava***	CR	Mfg	4	5	5	5	19	5	3	5	2	15	3	4	3	5	15	4	3	5	3	15	**64**
133	***BAT Polska Trading***	Poland	CB&T	3	4	4	4	15	4	3	4	5	16	4	3	3	4	14	5	2	4	2	13	**58**
134	***Castorama Polska***	Poland	CB&T	2	1	2	4	9	2	2	2	-3	3	2	3	-1	5	9	3	1	2	3	9	**30**
135	***SPAR Magyarország***	Hungary	CB&T	-1	1	1	4	5	-1	1	2	2	4	4	3	-2	3	8	2	2	3	5	12	**29**
136	***AB***	Poland	CB&T	-3	-4	-5	3	-9	-5	-5	-5	2	-13	3	2	-4	2	3	1	1	-3	5	4	**-15**
137	***GEN-I Group***	Slovenia	E&R	-3	-3	1	3	-2	-3	-3	-1	-4	-11	2	3	-1	3	7	3	1	-2	3	5	**-1**
138	***Synthos***	Poland	Mfg	2	3	3	5	13	1	2	2	-1	4	4	4	2	4	14	3	2	3	4	12	**43**
139	***České dráhy***	CR	CB&T	-2	-2	-3	4	-3	-3	-3	1	-2	-7	3	4	-1	2	8	1	2	-1	4	6	**4**
140	***Statoil Fuel & Retail Polska***	Poland	E&R	3	3	4	5	15	3	2	4	-1	8	5	3	2	4	14	3	2	4	5	14	**51**
141	***Petrotel-Lukoil***	Romania	E&R	3	3	2	4	12	2	1	2	2	7	4	4	1	3	12	2	1	1	5	9	**40**
142	***Gorenje Group***	Slovenia	CB&T	-5	-5	-5	4	-11	-5	-5	-5	-5	-20	-1	1	-3	1	-2	1	1	-3	4	3	**-30**
143	***Farmacol***	Poland	LS&HC	-5	-5	-5	3	-12	-5	-5	-5	-5	-20	-3	-3	-5	-2	-13	-3	-5	-2	-2	-12	**-57**
144	***Kyivstar***	Ukraine	TM&T	5	4	4	4	17	3	3	4	5	15	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19	**68**
145	***Krka Group***	Slovenia	LS&HC	3	5	4	5	17	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	**73**
146	***Robert Bosch Elektronika***	Hungary	Mfg	3	4	4	5	16	4	3	4	1	12	3	4	4	5	16	4	4	3	4	15	**59**
147	***Penny Market ČR***	CR	CB&T	2	1	-1	4	6	-3	-3	-2	-4	-12	2	3	3	3	11	2	2	-1	5	8	**13**
148	***LG Electronics Wrocław***	Poland	CB&T	3	4	4	4	15	4	4	5	3	16	4	4	2	5	15	5	1	5	5	16	**62**
149	***Ferrexpo Group***	Ukraine	Mfg	3	3	4	4	14	2	2	3	-2	5	3	4	2	4	13	4	3	3	4	14	**46**
150	***Michelin Polska***	Poland	Mfg	1	2	2	5	10	1	1	2	1	5	3	3	1	3	10	3	2	2	4	11	**36**
151	***Richter Gedeon***	Hungary	LS&HC	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	**69**
152	***MAKRO Cash & Carry ČR***	CR	CB&T	2	3	2	4	11	2	1	2	4	9	5	5	4	4	18	4	4	2	5	15	**53**
153	***Electrica***	Romania	E&R	1	2	-3	3	3	3	2	3	-1	7	3	3	1	2	9	1	-2	-1	4	2	**21**
154	***Grupa Muszkieterów***	Poland	CB&T	3	4	3	4	14	1	1	2	2	6	1	2	4	4	11	3	4	2	3	12	**43**
155	***Philips Lighting Poland***	Poland	Mfg	3	5	4	5	17	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18	**69**
156	***Boryszew***	Poland	Mfg	3	2	3	3	11	2	3	3	-1	7	3	3	1	4	11	4	1	2	4	11	**40**
157	***PCE Paragon Solutions***	Hungary	Mfg	-2	-3	2	-1	-4	2	2	1	-3	2	-2	-3	-4	1	-8	-1	-3	-5	-2	-11	**-21**
158	***ABC Data***	Poland	CB&T	2	2	1	4	9	3	4	3	-3	7	3	2	1	2	8	1	1	2	4	8	**32**
159	***TPCA CZECH***	CR	Mfg	3	4	5	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	**66**
160	***Interpipe***	Ukraine	Mfg	3	3	4	5	15	5	4	4	2	15	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	**59**
161	***Rossmann***	Poland	CB&T	2	2	1	4	9	1	2	2	-4	1	3	2	2	3	10	2	2	4	4	12	**32**
162	***Chinoin***	Hungary	LS&HC	3	3	4	3	13	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	**67**
163	***Budimex***	Poland	RE	3	4	5	4	16	4	5	5	5	19	3	5	5	4	17	4	3	3	5	15	**67**
164	***Action***	Poland	TM&T	2	2	3	3	10	3	2	2	1	8	4	5	4	4	17	3	5	4	4	16	**51**
165	***Can-Pack***	Poland	Mfg	3	3	2	4	12	2	2	2	-1	5	3	4	4	5	16	5	3	3	4	15	**48**
166	***Lukoil Romania***	Romania	E&R	3	3	2	4	12	2	1	2	2	7	4	4	1	3	12	2	1	1	5	9	**40**
167	***MHP***	Ukraine	CB&T	3	5	1	5	14	3	2	4	-1	8	3	4	3	4	14	3	3	2	4	12	**48**
168	***Uralchem LV***	Latvia	CB&T	3	3	2	2	10	4	4	5	2	15	3	5	2	3	13	3	4	4	4	15	**53**
169	***Nibulon***	Ukraine	CB&T	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	**72**
170	***Ford Romania***	Romania	Mfg	-3	-4	-5	4	-8	-5	-5	-5	-5	-20	3	2	-3	1	3	2	-3	-2	5	2	**-23**
171	***Tauron Wytwarzanie***	Poland	E&R	2	3	2	5	12	5	4	5	2	16	4	4	4	3	15	4	2	1	4	11	**54**
172	***Real Polska***	Poland	CB&T	3	3	2	4	12	3	4	4	3	14	3	3	2	5	13	2	3	2	4	11	**50**
173	***TRW Polska***	Poland	Mfg	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	4	3	5	5	17	**73**
174	***Mobis Slovakia***	Slovakia	Mfg	1	2	-1	3	5	1	2	1	-3	1	2	3	2	2	9	2	2	2	3	9	**24**
175	***PKP Cargo***	Poland	CB&T	-4	-4	-3	3	-8	-5	-5	-5	-5	-20	2	2	-1	1	4	-1	-5	-1	2	-5	**-29**
176	***PKP PLK***	Poland	CB&T	1	1	1	5	8	4	3	4	2	13	3	3	2	4	12	3	2	1	3	9	**42**
177	***Volkswagen Motor Polska***	Poland	Mfg	2	3	3	4	12	5	4	4	4	17	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14	**58**
178	***Koncernas Achemos grupė***	Lithuania	Mfg	4	3	4	4	15	4	2	4	4	14	4	4	3	3	14	3	5	3	4	15	**58**
179	***Jabil Circuit Magyarország***	Hungary	Mfg	3	2	-2	2	5	2	1	-1	1	3	2	2	1	3	8	2	2	-1	2	5	**21**
180	***Metrostav***	CR	RE	1	2	2	5	10	2	1	1	-3	1	2	3	2	2	9	2	4	-1	2	7	**27**
181	***Kolporter***	Poland	CB&T	-1	1	-3	4	1	-5	-5	-5	-5	-20	1	2	-2	4	5	4	-3	4	2	7	**-7**
182	***EDF Polska***	Poland	E&R	4	3	5	4	16	5	5	4	3	17	4	4	3	5	16	5	5	4	4	18	**67**
183	***Fibria Trading International***	Hungary	CB&T	3	4	3	1	11	5	5	5	5	20	5	5	3	4	17	3	3	2	3	11	**59**
184	***Slovnaft Česká republika***	CR	E&R	2	1	1	4	8	-1	1	1	-4	-3	2	2	1	5	10	5	1	4	4	14	**29**
185	***Cargill Poland***	Poland	CB&T	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	5	5	3	5	18	**72**

Zdroj: Autor

Příloha 13 *Hodnocení CSR reportování firem, část čtvrtá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
186	***Západoslovenská energetika***	Slovakia	E&R	3	4	4	4	15	4	2	4	5	15	3	4	3	4	14	4	5	5	5	19	63
187	***BaDM***	Ukraine	CB&T	-1	-2	1	1	-1	-4	-4	-4	-5	-17	1	2	-1	2	4	1	1	-2	1	1	-13
188	***Enel Romania***	Romania	E&R	3	2	4	4	13	4	2	4	4	14	3	4	4	4	15	4	5	3	5	17	59
189	***E.ON Energie Romania***	Romania	E&R	2	2	1	4	9	4	1	3	3	11	4	3	2	5	14	2	2	4	5	13	47
190	***ISD Dunaferr***	Hungary	Mfg	3	4	4	5	16	2	2	3	-4	3	5	3	2	4	14	3	2	4	5	14	47
191	***OKD***	CR	E&R	3	4	5	5	17	5	2	5	3	15	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	70
192	***Telekom Srbija***	Serbia	TM&T	2	1	1	3	7	-1	-5	1	-4	-9	3	3	1	5	12	4	3	2	4	13	23
193	***Nokia Komárom***	Hungary	TM&T	-5	-5	-5	-2	-17	-5	-5	-5	-5	-20	1	-3	-5	-1	-8	-3	-5	-5	2	-11	-56
194	***Skanska Polska***	Poland	RE	3	4	3	5	15	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	3	3	5	2	13	62
195	***Orange Romania***	Romania	TM&T	4	3	4	4	15	2	1	3	2	8	3	4	2	5	14	4	3	2	4	13	50
196	***Mol Romania***	Romania	E&R	3	4	2	4	13	2	2	2	3	9	3	2	4	4	13	4	4	3	3	14	49
197	***Metro Cash & Carry Romania***	Romania	CB&T	1	1	-1	3	4	-2	3	-1	2	2	2	3	1	1	7	1	-2	2	3	4	17
198	***LPP***	Poland	CB&T	3	3	1	4	11	-3	-3	-3	-5	-14	2	3	4	5	14	4	3	4	3	14	25
199	***Żabka Polska***	Poland	CB&T	2	1	2	2	7	-2	1	1	-3	-3	2	2	2	3	9	1	2	2	4	9	22
200	***Carrefour Romania***	Romania	CB&T	1	1	-2	4	4	-4	-2	-2	-3	-11	1	1	-2	1	1	2	1	2	4	9	3
201	***Węglokoks***	Poland	CB&T	2	1	2	5	10	1	1	2	1	5	3	3	1	2	9	1	2	1	3	7	31
202	***Animex***	Poland	CB&T	3	3	3	4	13	3	2	3	-1	7	4	3	3	4	14	4	3	5	5	17	51
203	***Eesti Energia***	Estonia	E&R	2	2	1	5	10	5	4	5	2	16	4	5	4	3	16	4	3	4	5	16	58
204	***T-Mobile CR***	CR	TM&T	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	64
205	***Electrolux Lehel***	Hungary	CB&T	1	1	2	4	8	2	1	1	-2	2	3	4	2	5	14	3	1	3	5	12	36
206	***Swedwood***	Poland	Mfg	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	78
207	***Roshen***	Ukraine	CB&T	2	2	1	3	8	-1	-1	-3	-2	-7	3	3	2	3	11	2	4	4	3	13	25
208	***Panasonic AVC Networks Czech***	CR	CB&T	3	4	5	4	16	4	2	4	4	14	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	67
209	***Lidl Česká Republika***	CR	CB&T	3	3	2	4	12	2	3	3	2	10	3	3	3	4	13	4	3	2	4	13	48
210	***KHW***	Poland	E&R	5	4	5	5	19	4	4	5	3	16	4	5	3	5	17	5	4	4	4	17	69
211	***Latvenergo***	Latvia	E&R	5	4	4	4	17	1	2	2	3	8	3	5	4	5	17	5	5	5	5	20	62
212	***Tallink***	Estonia	CB&T	5	5	4	5	19	5	2	5	3	15	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	73
213	***Lukoil Ukraine***	Ukraine	E&R	-3	-4	-4	3	-8	-5	-5	-5	-5	-20	1	1	-2	1	1	1	-3	-1	3	0	-27
214	***MTS Ukraine***	Ukraine	TM&T	3	4	3	4	14	4	3	4	2	13	5	4	4	5	18	5	3	4	5	17	62
215	***Dalkia Polska***	Poland	E&R	3	2	3	3	11	4	4	3	5	16	4	4	4	4	16	4	5	4	3	16	59
216	***GDF Suez Energy Romania***	Romania	E&R	3	4	4	5	16	2	2	2	3	9	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	63
217	***T-HT Group***	Croatia	TM&T	5	4	5	4	18	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	71
218	***European Data Project***	CR	CB&T	-4	-4	-5	3	-10	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-1	-5	-3	-10	-3	-4	-1	1	-7	-47
219	***Zakłady Azotowe Puławy***	Poland	Mfg	3	5	3	5	16	4	3	3	4	14	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	67
220	***OMV Hungária***	Hungary	E&R	3	2	3	4	12	1	-1	1	1	2	4	3	2	5	14	5	3	3	4	15	43
221	***Foxconn Slovakia***	Slovakia	TM&T	2	3	3	3	11	2	3	3	3	11	3	2	3	5	13	4	2	4	5	15	50
222	***OMV Bulgaria***	Bulgaria	E&R	1	-1	-1	3	2	-1	-2	-1	-5	-9	2	1	2	5	10	5	2	2	3	12	15
223	***Auchan Magyarország***	Hungary	CB&T	2	2	1	5	10	5	5	5	3	18	4	4	3	4	15	3	2	4	5	14	57
224	***PHOENIX lékárenský velkoobchod***	CR	LS&HC	-5	-5	-5	1	-14	-5	-5	-5	-5	-20	1	1	-2	1	1	-1	-1	-2	2	-2	-35
225	***Faurecia Polska***	Poland	Mfg	4	3	2	2	11	2	2	3	1	8	2	3	3	4	12	4	3	4	4	15	46
226	***Energa-Operator***	Poland	E&R	3	2	1	5	11	2	1	3	5	11	4	3	4	4	15	4	3	2	4	13	50
227	***LG Electronics Mława***	Poland	CB&T	3	5	5	5	18	5	4	5	2	16	3	4	4	5	16	5	5	5	5	20	70
228	***Delhaize Serbia***	Serbia	CB&T	4	3	3	2	12	4	5	4	2	15	4	3	2	4	13	4	3	3	4	14	54
229	***POLOmarket***	Poland	CB&T	3	4	4	4	15	2	1	2	-2	3	4	4	5	5	18	4	4	3	4	15	51
230	***PCA LOGISTIKA CZ***	CR	Mfg	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-80
231	***P4 (Play)***	Poland	TM&T	3	2	2	2	9	1	1	2	2	6	2	1	1	3	7	2	1	1	2	6	28
232	***GLOBUS***	CR	CB&T	2	2	1	5	10	-5	-5	-3	-5	-18	3	3	2	2	10	2	3	2	5	12	14
233	***Romgaz***	Romania	E&R	3	3	4	5	15	5	4	5	2	16	3	4	4	4	15	3	5	3	4	15	61
234	***PKP Energetyka***	Poland	E&R	3	4	3	5	15	5	5	5	1	16	3	4	2	4	13	4	2	3	5	14	58
235	***Grupa Saint-Gobain w Polsce***	Poland	Mfg	2	1	1	2	6	-2	-3	-1	-5	-11	1	1	2	2	6	2	3	1	2	8	9
236	***Media-Saturn***	Poland	CB&T	2	1	-1	-1	1	1	1	2	2	6	2	1	2	2	7	2	3	2	1	8	22
237	***Southern GOK***	Ukraine	E&R	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-80
238	***Basell Orlen Polyolefins***	Poland	Mfg	3	4	3	4	14	4	4	4	3	15	3	4	3	5	15	4	3	4	3	14	58
239	***Shell CR***	CR	E&R	5	3	4	4	16	5	3	4	3	15	5	2	3	5	15	4	3	4	4	15	61
240	***WIZZ Air Hungary***	Hungary	CB&T	-5	-5	-4	2	-12	-5	-5	-5	-5	-20	2	3	-4	1	2	-1	-5	-5	3	-8	-38
241	***OMV Česká republika***	CR	E&R	4	4	5	5	18	4	3	4	1	12	4	4	2	5	15	5	2	4	5	16	61
242	***EP ENERGY TRADING***	CR	E&R	2	1	1	3	7	1	1	1	-5	-2	3	2	2	4	11	2	2	1	3	8	24
243	***Kompania Piwowarska***	Poland	CB&T	5	5	4	5	19	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17	4	4	3	5	16	66
244	***Mobis Automotive Czech***	CR	Mfg	3	2	1	2	8	1	2	1	-5	-1	3	2	2	2	9	1	3	3	2	9	25
245	***MLEKPOL***	Poland	CB&T	-4	-4	-5	2	-11	-3	-4	1	-4	-10	1	3	-1	2	5	1	1	1	2	5	-11

Zdroj: Autor

Příloha 14 *Hodnocení CSR reportování firem, část pátá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
246	***GlaxoSmithKline Pharmaceuticals***	Poland	LS&HC	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	**76**
247	***Szerencsejáték***	Hungary	CB&T	4	4	3	4	15	2	2	3	1	8	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	**53**
248	***ArcelorMittal Galati***	Romania	Mfg	3	4	3	2	12	2	2	3	4	11	4	3	4	5	16	4	5	4	3	16	**55**
249	***Roglić Group***	Croatia	CB&T	-1	-4	1	1	-3	-5	-5	-5	-5	-20	1	-1	-3	-1	-4	-1	-4	-3	1	-7	**-34**
250	***Pražská energetika***	CR	E&R	1	2	-1	5	7	3	3	3	2	11	2	3	1	3	9	2	-1	2	2	5	**32**
251	***BSH Poland***	Poland	CB&T	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15	4	4	3	5	16	5	4	3	4	16	**62**
252	***Fiat Powertrain***	Poland	Mfg	-4	-3	-1	3	-5	1	-1	1	-3	-2	4	3	2	2	11	2	1	2	3	8	**12**
253	***Inter Cars***	Poland	Mfg	1	1	-2	3	3	1	3	2	3	9	2	3	2	3	10	2	1	1	3	7	**29**
254	***Grupa Żywiec***	Poland	CB&T	5	4	4	3	16	3	2	3	3	11	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	**65**
255	***Ciech***	Poland	Mfg	2	1	-1	3	5	1	1	2	1	5	1	2	-1	2	4	1	-1	2	3	5	**19**
256	***Slovak Telekom***	Slovakia	TM&T	5	5	5	5	20	4	4	4	3	15	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	**73**
257	***Continental Matador Rubber***	Slovakia	Mfg	2	2	-1	3	6	2	1	2	-5	0	3	3	-3	1	4	1	-2	4	3	6	**16**
258	***BILLA CR***	CR	CB&T	2	1	3	4	10	1	2	1	1	5	4	4	3	3	14	1	4	2	4	11	**40**
259	***Indesit Poland***	Poland	CB&T	-4	-4	-5	2	-11	-1	-4	-1	-5	-11	-1	-1	-1	1	-2	-1	2	2	3	6	**-18**
260	***Unilever Polska***	Poland	CB&T	5	4	5	5	19	4	5	4	2	15	3	4	4	5	16	5	2	5	4	16	**66**
261	***EFT Investments***	Serbia	E&R	1	2	2	5	10	1	1	-1	1	2	5	5	4	5	19	5	2	2	4	13	**44**
262	***Baltic International Trading***	Estonia	CB&T	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	**-80**
263	***Lietuvos energija***	Lithuania	E&R	3	3	3	4	13	2	2	3	3	10	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	**53**
264	***Motor Sich***	Ukraine	Mfg	1	2	-1	5	7	1	1	1	2	5	2	2	3	4	11	3	3	4	3	13	**36**
265	***Stredoslovenská energetika***	Slovakia	E&R	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	**73**
266	***OTE***	CR	E&R	-4	-4	-5	4	-9	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-1	-2	-2	-6	-2	-5	-3	1	-9	**-44**
267	***Prirodni plin***	Croatia	E&R	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	**-80**
268	***Anwil***	Poland	Mfg	3	4	4	4	15	3	4	4	5	16	5	4	3	5	17	5	4	4	4	17	**65**
269	***MLEKOVITA***	Poland	CB&T	1	-1	2	3	5	1	1	2	-1	3	2	2	-3	2	3	2	3	1	3	9	**20**
270	***TIGÁZ***	Hungary	E&R	4	4	2	4	14	4	3	3	-1	9	4	4	3	5	16	5	4	5	5	19	**58**
271	***Optima Pharm***	Ukraine	CB&T	-5	-5	-5	2	-13	-5	-5	-5	-5	-20	-3	-1	-3	2	-5	2	-3	-2	2	-1	**-39**
272	***Foxtrot***	Ukraine	CB&T	3	3	2	4	12	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	**53**
273	***MET Magyarország***	Hungary	E&R	2	2	2	3	9	-2	-2	-1	-4	-9	1	2	3	2	8	1	3	1	2	7	**15**
274	***Telekom Slovenije Group***	Slovenia	TM&T	-4	-4	-5	3	-10	-5	-5	-5	-5	-20	-2	-3	-3	1	-7	1	-2	-3	2	-2	**-39**
275	***Selgros Poland***	Poland	CB&T	-3	-2	-4	3	-6	-4	-3	-3	-5	-15	1	-1	-3	2	-1	1	-2	1	4	4	**-18**
276	***Hungaropharma***	Hungary	LS&HC	2	1	1	4	8	1	-1	-1	-5	-6	2	1	-2	3	4	3	1	-2	3	5	**11**
277	***Totalizator Sportowy***	Poland	CB&T	5	4	4	5	18	-4	-3	-2	-4	-13	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	**40**
278	***Lek Group***	Slovenia	LS&HC	5	5	3	5	18	4	5	5	1	15	4	5	4	4	17	4	3	5	4	16	**66**
279	***SYNTHOS KRALUPY***	CR	Mfg	3	2	2	1	8	1	-1	2	-3	-1	-1	1	2	5	7	5	2	4	2	13	**27**
280	***BNK-Ukraine***	Ukraine	E&R	-5	-5	-5	1	-14	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-3	-18	-3	-4	-4	1	-10	**-62**
281	***Orlen Latvija***	Latvia	E&R	-2	-2	1	-1	-4	1	1	2	-2	2	-3	-4	-1	3	-5	3	-1	2	1	5	**-2**
282	***Bulgargaz***	Bulgaria	E&R	-4	-4	-5	2	-11	-5	-5	-5	-5	-20	1	1	-4	1	-1	-1	-5	-1	2	-5	**-37**
283	***Cargill Ukraine***	Ukraine	CB&T	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	5	5	3	5	18	**72**
284	***Shell Hungary***	Hungary	E&R	5	4	5	4	18	5	3	5	4	17	3	3	4	5	15	4	4	5	4	17	**67**
285	***Leroy Merlin Polska***	Poland	CB&T	3	4	4	5	16	3	4	3	4	14	5	4	4	5	18	4	5	3	4	16	**64**
286	***Glencore Polska***	Poland	CB&T	4	3	2	2	11	3	3	4	2	12	3	3	4	5	15	5	4	4	3	16	**54**
287	***ELMŰ***	Hungary	E&R	3	3	4	3	13	4	4	3	3	14	3	4	5	4	16	3	5	2	3	13	**56**
288	***Gazprom sbut Ukraina***	Ukraine	E&R	-5	-5	-5	-1	-16	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-2	-5	-5	-13	-5	-5	-5	-3	-18	**-67**
289	***Sokołów***	Poland	CB&T	-1	1	-3	3	0	-5	-5	-4	-5	-19	2	1	2	3	8	2	3	4	5	14	**3**
290	***PLL LOT***	Poland	CB&T	1	1	-2	4	4	3	2	4	3	12	3	2	-1	2	6	1	-1	2	5	7	**29**
291	***Vodafone Romania***	Romania	TM&T	2	1	1	4	8	-3	-3	-2	1	-7	2	4	5	3	14	1	5	2	5	13	**28**
292	***Flextronics International Poland***	Poland	TM&T	3	4	5	2	14	5	5	4	3	17	3	3	2	5	13	4	2	5	3	14	**58**
293	***Česká pošta***	CR	PS	1	2	-1	5	7	2	-1	2	-5	-2	3	2	2	4	11	3	3	3	5	14	**30**
294	***BOSCH DIESEL***	CR	Mfg	3	3	4	5	15	4	4	4	1	13	4	5	3	5	17	5	4	3	5	17	**62**
295	***Mediplus***	Romania	LS&HC	2	1	3	2	8	-5	-5	-4	-3	-17	2	3	4	4	13	3	3	2	3	11	**15**
296	***Arctic Paper***	Poland	Mfg	3	3	-1	2	7	4	4	5	-1	12	3	3	1	4	11	3	-1	2	4	8	**38**
297	***Porsche Hungaria***	Hungary	Mfg	1	1	-2	3	3	-4	3	1	-5	-5	4	2	1	3	10	3	-2	1	4	6	**14**
298	***Maspex***	Poland	CB&T	3	3	2	4	12	3	3	2	2	10	2	4	4	4	14	4	4	3	3	14	**50**
299	***Kaufland Slovakia***	Slovakia	CB&T	3	4	3	4	14	3	4	5	2	14	2	3	4	5	14	4	3	4	5	16	**58**
300	***Lukoil Baltija***	Lithuania	E&R	3	3	2	3	11	2	1	3	-2	4	3	3	4	3	13	2	3	1	3	9	**37**
301	***GECO***	CR	CB&T	-5	-5	-5	1	-14	-5	-5	-5	-5	-20	-4	-3	-5	-2	-14	-5	-5	-3	1	-12	**-60**
302	***Spar Slovenija***	Slovenia	CB&T	3	4	-1	2	8	2	4	3	-1	8	2	3	3	3	11	3	5	1	3	12	**39**
303	***CEZ Electro Bulgaria***	Bulgaria	E&R	-2	-3	-5	3	-7	-2	-5	1	-4	-10	3	1	-4	1	1	-1	-2	-2	3	-2	**-18**
304	***FŐGÁZ***	Hungary	E&R	3	2	1	4	10	2	3	2	3	10	2	3	3	4	12	3	2	2	4	11	**43**
305	***BASF***	Poland	Mfg	4	4	4	3	15	4	3	4	5	16	4	5	5	4	18	3	4	2	5	14	**63**
306	***Empik Media & Fashion***	Poland	CB&T	1	1	2	5	9	-2	-2	-1	-3	-8	2	3	4	2	11	1	4	1	4	10	**22**

Zdroj: Autor

Příloha 15 *Hodnocení CSR reportování firem, část šestá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
307	***Enea Wytwarzanie***	Poland	E&R	5	4	4	5	18	5	5	5	2	17	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15	67
308	***Hidroelectrica***	Romania	E&R	3	2	4	4	13	4	2	3	1	10	3	3	2	5	13	4	3	3	3	13	49
309	***Neonet***	Poland	CB&T	1	1	-2	3	3	1	1	1	-3	0	2	1	-3	1	1	-1	1	1	4	5	9
310	***Sanofi-Aventis Hungary***	Hungary	LS&HC	4	4	3	4	15	4	4	5	3	16	3	4	4	5	16	5	4	3	4	16	63
311	***Tuš Holding***	Slovenia	CB&T	3	4	4	4	15	3	4	4	2	13	4	3	5	4	16	3	5	3	5	16	60
312	***Ferrero Polska***	Poland	CB&T	5	4	3	4	16	3	3	4	2	12	3	5	3	5	16	5	4	3	4	16	60
313	***Inventec***	CR	TM&T	1	1	2	-3	1	1	1	2	-4	0	-2	-3	-3	1	-7	1	2	1	1	5	-1
314	***OMV Slovenia***	Slovenia	E&R	3	3	4	3	13	4	2	4	3	13	3	3	4	5	15	3	4	2	4	13	54
315	***Phoenix Pharma Hungary***	Hungary	LS&HC	2	1	1	1	5	2	2	2	-3	3	3	1	-1	2	5	2	2	1	1	6	19
316	***LESTO***	Lithuania	E&R	4	4	5	4	17	4	2	4	3	13	4	4	3	4	15	3	2	3	5	13	58
317	***Lidl Romania***	Romania	CB&T	3	3	2	1	9	1	2	2	4	9	2	3	3	4	12	4	3	2	4	13	43
318	***Centrenergo***	Ukraine	E&R	3	4	2	5	14	4	-1	4	-5	2	3	3	2	2	10	1	2	4	3	10	36
319	***Selgros Romania***	Romania	CB&T	3	3	1	3	10	1	1	-1	4	5	3	3	4	3	13	2	4	1	4	11	39
320	***Continental Automotive Hungary***	Hungary	Mfg	3	4	3	5	15	4	3	2	1	10	4	4	3	5	16	5	1	2	3	11	52
321	***eustream***	Slovakia	E&R	2	2	1	4	9	5	1	4	-1	9	3	4	4	5	16	4	-2	5	3	10	44
322	***KGHM Metraco***	Poland	CB&T	2	1	-1	3	5	-1	2	2	-4	-1	3	1	1	2	7	1	2	2	3	8	19
323	***Cyfrowy Polsat***	Poland	TM&T	2	2	4	5	13	2	1	2	2	7	2	2	3	3	10	2	3	3	4	12	42
324	***Ferona***	CR	CB&T	1	2	1	4	8	2	4	4	-3	7	2	2	-1	2	5	1	2	3	3	9	29
325	***VÍTKOVICE***	CR	Mfg	2	3	3	5	13	3	2	1	2	8	4	2	4	3	13	2	5	2	3	12	46
326	***Lidl Slovakia***	Slovakia	CB&T	3	4	2	4	13	3	4	3	4	14	3	4	4	3	14	3	4	2	4	13	54
327	***GEN Energija Group***	Slovenia	E&R	5	5	3	5	18	5	2	5	3	15	5	5	5	5	20	4	3	4	4	15	68
328	***Lidl Magyarország***	Hungary	CB&T	3	2	2	5	12	1	2	2	2	7	2	3	3	4	12	3	3	1	5	12	43
329	***Creativ***	Ukraine	CB&T	2	2	1	4	9	1	2	2	-3	2	1	3	1	2	7	2	2	3	3	10	28
330	***Lear Corporation Hungary***	Hungary	Mfg	-1	-2	1	-3	-5	1	-1	1	-3	-2	-1	-2	1	3	1	1	-1	2	3	5	-1
331	***JTI Ukraine***	Ukraine	CB&T	5	5	4	1	15	4	1	3	-2	6	4	4	5	4	17	5	1	2	4	12	50
332	***Atlantic Grupa***	Croatia	CB&T	4	4	3	3	14	5	5	5	3	18	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19	68
333	***Stalprodukt***	Poland	Mfg	3	2	2	5	12	3	2	3	1	9	2	3	2	3	10	2	-2	-1	2	1	32
334	***KITE***	Hungary	CB&T	-4	-4	-5	1	-12	-4	-5	-4	-5	-18	1	2	-4	-1	-2	-2	-3	1	2	-2	-34
335	***Škoda Praha Invest***	CR	Mfg	3	2	2	2	9	2	2	3	-4	3	3	5	1	5	14	3	1	3	4	11	37
336	***Mondi Świecie***	Poland	Mfg	3	2	1	3	9	3	2	3	3	11	4	5	2	5	16	4	2	5	4	15	51
337	***Strabag Poland***	Poland	RE	5	4	4	3	16	3	4	4	2	13	4	5	5	5	19	5	4	5	3	17	65
338	***Moltrade-Mineralimpex***	Hungary	E&R	3	2	2	4	11	2	1	4	2	9	4	1	5	5	15	5	5	3	3	16	51
339	***Mercedes-Benz Polska***	Poland	Mfg	2	3	3	4	12	4	3	5	2	14	2	4	3	3	12	2	2	2	4	10	48
340	***MAXIMA***	Latvia	CB&T	1	-1	-5	3	-2	-1	-1	-2	-1	-5	2	1	1	-1	3	-2	3	1	3	5	1
341	***ČEPS***	CR	E&R	3	2	2	4	11	3	2	4	-1	8	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	49
342	***SIJ***	Slovenia	E&R	3	3	3	5	14	2	-1	3	-4	0	2	3	3	3	11	2	3	4	3	12	37
343	***Palink***	Lithuania	CB&T	3	3	2	3	11	1	2	2	-3	2	3	3	4	4	14	2	3	3	3	11	38
344	***ZE PAK***	Poland	E&R	2	2	1	4	9	4	3	4	-1	10	2	3	2	1	8	-1	-3	-1	1	-4	23
345	***Nestle***	Poland	CB&T	3	4	5	4	16	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	69
346	***Revoz***	Slovenia	CB&T	3	2	1	3	9	3	2	3	-4	4	3	2	2	3	10	2	3	2	4	11	34
347	***BENZINA***	CR	E&R	2	2	1	3	8	3	4	3	-1	9	3	2	3	3	11	2	2	2	4	10	38
348	***Orlen Petrotank***	Poland	E&R	2	1	2	4	9	-1	2	-1	-5	-5	2	2	1	1	6	1	2	3	3	9	19
349	***E. Leclerc***	Poland	CB&T	2	2	2	3	9	3	4	4	3	14	3	3	2	2	10	2	3	1	4	10	43
350	***Samsung Electronics Romania***	Romania	CB&T	3	3	4	5	15	4	4	5	3	16	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	66
351	***Alstom Power***	Poland	Mfg	3	1	2	2	8	-1	-2	1	-4	-6	2	1	1	1	5	1	1	1	2	5	12
352	***Impexmetal***	Poland	Mfg	-3	-4	-5	2	-10	-5	-5	-5	-5	-20	2	2	-4	-2	-2	-3	-2	-2	1	-6	-38
353	***PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ***	CR	E&R	3	2	3	3	11	-2	-3	-2	-4	-11	3	4	3	3	13	2	5	1	5	13	26
354	***ČGS***	CR	Mfg	3	2	2	5	12	5	5	5	1	16	4	4	3	2	13	2	2	3	3	10	51
355	***ADM Romania***	Romania	CB&T	2	2	-1	3	6	-4	-4	-4	-5	-17	2	3	4	2	11	1	3	4	2	10	10
356	***Michelin Hungária***	Hungary	Mfg	3	4	5	4	16	2	3	4	3	12	3	4	4	3	14	3	3	2	4	12	54
357	***Magyar Posta***	Hungary	PS	2	2	1	4	9	4	2	4	-1	9	3	4	3	3	13	2	3	3	5	13	44
358	***Sanitex***	Lithuania	CB&T	-5	-5	-5	-2	-17	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-2	-4	-2	-9	-3	-3	-5	-1	-12	-58
359	***AmRest***	Poland	CB&T	1	2	2	5	10	-4	-3	-2	-5	-14	3	2	2	3	10	3	2	4	4	13	19
360	***Elko***	Latvia	CB&T	-4	-3	-5	3	-9	-5	-5	-5	-5	-20	1	-2	-3	-1	-5	-1	-3	-2	1	-5	-39
361	***Azovmash Group***	Ukraine	Mfg	3	5	4	4	16	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	68
362	***Alba Ukraine***	Ukraine	CB&T	3	2	3	2	10	1	1	2	-3	1	2	3	3	3	11	3	2	2	3	10	32
363	***PHP Polski Tytoń***	Poland	CB&T	-3	-3	-4	1	-9	-5	-5	-5	-5	-20	1	-1	-2	3	1	-1	-1	-2	1	-3	-31
364	***METALIMEX***	CR	CB&T	-4	-3	-5	3	-9	-5	-5	-5	-5	-20	2	1	-4	1	0	-3	-4	2	2	-3	-32
365	***Vodafone CR***	CR	TM&T	4	5	3	5	17	4	4	5	4	17	3	4	4	5	16	4	5	3	4	16	66
366	***Kruszwica***	Poland	CB&T	3	4	4	3	14	4	3	3	1	11	3	3	2	4	12	3	2	3	4	12	49
367	***Volvo Polska***	Poland	Mfg	-3	-2	-4	3	-6	-2	-4	-2	-5	-13	1	2	1	-2	2	-1	2	-1	5	5	-12

Zdroj: Autor

Příloha 16 *Hodnocení CSR reportování firem, část sedmá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
368	***Valeo Autosystemy***	Poland	Mfg	-5	-5	-5	-3	-18	-5	-5	-5	-5	-20	-3	-1	-4	-4	-12	-3	-5	-4	-3	-15	**-65**
369	***Netto***	Poland	CB&T	3	3	3	4	13	-3	-3	-2	1	-7	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	**40**
370	***Electrolux Poland***	Poland	CB&T	3	4	2	3	12	3	2	4	3	12	2	2	3	4	11	3	1	3	4	11	**46**
371	***Optima Grupa***	B&H	E&R	3	2	2	4	11	2	-1	2	-2	1	2	2	2	3	9	3	2	2	3	10	**31**
372	***CMC Poland***	Poland	Mfg	3	3	4	4	14	3	4	3	1	11	3	3	1	4	11	3	2	2	3	10	**46**
373	***Johnson Matthey***	Rep of Macedonia	Mfg	5	3	5	5	18	4	5	5	2	16	4	3	4	5	16	5	4	4	4	17	**67**
374	***MVM Paksi Atomerőmű***	Hungary	E&R	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	4	5	3	5	17	4	5	5	4	18	**70**
375	***Orange Slovensko***	Slovakia	TM&T	5	4	5	4	18	3	4	4	2	13	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	**70**
376	***Robert Bosch Energy and Body Systems***	Hungary	Mfg	3	4	4	1	12	4	3	4	1	12	3	4	4	5	16	4	4	3	4	15	**55**
377	***GDF SUEZ Energia Magyarország***	Hungary	E&R	4	3	2	5	14	2	2	2	1	7	4	3	3	2	12	2	5	2	5	14	**47**
378	***Johnson Controls International***	Slovakia	Mfg	3	3	2	5	13	-3	-3	-2	1	-7	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	**43**
379	***Philip Morris Magyarország***	Hungary	CB&T	3	2	1	1	7	4	2	3	3	12	2	1	2	4	9	3	3	4	2	12	**40**
380	***Dedeman***	Romania	CB&T	1	-1	-2	2	0	1	1	1	-5	-2	1	-1	-1	3	2	2	-2	3	4	7	**7**
381	***Esppol***	Poland	CB&T	-5	-5	-5	-2	-17	-5	-5	-5	-5	-20	-2	-4	-4	-5	-15	-5	-5	-4	2	-12	**-64**
382	***JTI Romania***	Romania	CB&T	5	5	4	1	15	4	1	3	-2	6	4	4	5	4	17	5	1	2	4	12	**50**
383	***Veolia***	CR	E&R	4	4	2	4	14	3	2	3	-1	7	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	**55**
384	***TZMO***	Poland	CB&T	3	4	2	2	11	2	1	2	1	6	3	3	4	3	13	3	5	2	4	14	**44**
385	***Romtelecom***	Romania	TM&T	2	1	2	3	8	-2	-1	-2	-4	-9	2	1	2	5	10	5	1	4	5	15	**24**
386	***Rimi Latvia***	Latvia	CB&T	-1	-2	-1	1	-3	-4	-3	-4	-5	-16	-1	-2	-2	1	-4	1	1	-1	2	3	**-20**
387	***JP Srbijagas***	Serbia	E&R	3	1	2	3	9	2	1	2	-2	3	3	3	1	2	9	1	2	3	3	9	**30**
388	***DPP***	CR	CB&T	2	2	1	3	8	-2	-3	-2	1	-6	3	2	3	2	10	1	5	2	4	12	**24**
389	***Delphi Poland***	Poland	Mfg	4	2	1	2	9	2	2	2	1	7	4	2	3	5	14	4	3	4	2	13	**43**
390	***SE-CEE Schneider Electric***	Hungary	E&R	3	3	2	3	11	3	2	2	2	9	3	3	2	3	11	1	1	1	3	6	**37**
391	***CEN Oltenia***	Romania	E&R	3	3	2	3	11	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15	2	5	2	4	13	**53**
392	***EDF Paliwa***	Poland	E&R	-4	-4	-5	2	-11	-3	-1	-4	-5	-13	1	-1	-3	-2	-5	-3	-4	-3	-1	-11	**-40**
393	***HEP - Operator***	Croatia	E&R	3	3	2	2	10	4	2	3	4	13	5	4	4	5	18	3	4	3	4	14	**55**
394	***Ukrtelecom***	Ukraine	TM&T	3	3	3	4	13	-3	-2	-2	-4	-11	4	2	4	4	14	3	2	4	3	12	**28**
395	***Philips Industries Magyarország***	Hungary	CB&T	4	4	5	3	16	4	4	5	2	15	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18	**68**
396	***Linas Agro***	Lithuania	CB&T	-2	1	-1	2	0	1	2	1	1	5	-1	-1	1	-1	-2	-1	-2	1	3	1	**4**
397	***Avon***	Poland	CB&T	2	3	-1	2	6	-4	-4	-4	-5	-17	3	4	5	4	16	2	3	4	4	13	**18**
398	***Samsung Electronics Ukraine***	Ukraine	CB&T	3	5	5	4	17	3	3	2	2	10	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	**63**
399	***CCS Česká společnost pro platební karty***	CR	CB&T	-2	-4	-5	3	-8	-5	-5	-5	-5	-20	-2	-2	-3	-1	-8	-2	-3	-1	4	-2	**-38**
400	***RWE Polska***	Poland	E&R	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	**74**
401	***Zagrebački holding***	Croatia	PS	3	2	2	4	11	3	2	2	-1	6	4	5	4	4	17	4	4	2	3	13	**47**
402	***Zakłady Chemiczne Police***	Poland	Mfg	3	4	4	4	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	**63**
403	***Compal Electronics***	Poland	CB&T	-3	-2	1	1	-3	1	1	1	-5	-2	-2	-3	-2	1	-6	2	-2	1	-2	-1	**-12**
404	***SEPS***	Slovakia	E&R	2	2	3	5	12	2	2	3	1	8	5	4	4	3	16	2	3	2	3	10	**46**
405	***Anwim***	Poland	E&R	-4	-4	-5	2	-11	-4	-5	-4	-5	-18	1	-1	-2	-1	-3	-3	-4	-4	3	-8	**-40**
406	***Magneti Marelli***	Poland	Mfg	5	4	4	2	15	1	2	2	-1	4	2	3	2	5	12	5	2	5	4	16	**47**
407	***HEP - Proizvodnja***	Croatia	E&R	2	2	-1	2	5	3	1	3	-2	5	3	3	2	3	11	2	1	2	3	8	**29**
408	***RWE Energie***	CR	E&R	1	2	2	-1	4	2	1	2	2	7	3	3	2	3	11	4	3	2	2	11	**33**
409	***International Paper - Kwidzyn***	Poland	Mfg	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	**77**
410	***Continental Automotive Romania***	Romania	Mfg	2	2	-1	3	6	-3	-3	-3	-5	-14	3	2	1	3	9	3	2	4	4	13	**14**
411	***Latvijas Gaze***	Latvia	E&R	3	3	2	4	12	1	2	2	-1	4	3	3	3	2	11	3	4	3	3	13	**40**
412	***Philip Morris Polska***	Poland	CB&T	-1	-2	1	1	-1	1	2	1	-2	2	4	1	2	3	10	1	2	1	1	5	**16**
413	***Continental Matador Truck Tires***	Slovakia	Mfg	3	4	1	2	10	4	4	4	3	15	2	2	2	5	11	4	4	4	3	15	**51**
414	***Petrol Croatia***	Croatia	E&R	3	2	2	2	9	1	3	2	1	7	1	2	2	1	6	-1	1	1	3	4	**26**
415	***Engrotuš***	Slovenia	CB&T	3	4	4	4	15	3	4	4	2	13	4	3	5	4	16	3	5	3	5	16	**60**
416	***Transelectrica***	Romania	E&R	4	3	3	5	15	4	3	5	-1	11	4	2	3	4	13	3	2	3	3	11	**50**
417	***Indorama Polymers Europe***	Lithuania	Mfg	3	2	1	3	9	4	5	4	1	14	2	4	2	1	9	-1	-4	1	3	-1	**31**
418	***Tarkett Bačka Palanka***	Serbia	CB&T	3	2	2	4	11	-1	4	2	1	6	2	3	2	2	9	1	1	2	2	6	**32**
419	***SAS Automotive***	Slovakia	Mfg	-4	-4	-2	-2	-12	-4	-4	-3	-5	-16	-3	-2	-3	-1	-9	-3	-4	-3	-1	-11	**-48**
420	***Krajowa Spółka Cukrowa***	Poland	CB&T	-1	-3	-3	1	-6	-2	-1	2	-1	-2	1	2	1	2	6	1	1	2	2	6	**4**
421	***ADMIRAL GLOBAL BETTING***	CR	CB&T	-4	-4	-5	-4	-17	-5	-5	-5	-5	-20	-4	-3	-5	-5	-17	-4	-4	-4	-1	-13	**-67**
422	***Polimex Mostostal***	Poland	RE	3	3	2	4	12	2	3	3	2	10	3	4	3	3	13	2	4	3	4	13	**48**
423	***ABB Poland***	Poland	Mfg	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	3	5	4	5	17	5	4	4	4	17	**71**
424	***Ukraine International Airlines***	Ukraine	CB&T	-4	-4	-5	3	-10	-5	-5	-5	-5	-20	3	2	-1	1	5	-1	1	2	5	7	**-18**

Zdroj: Autor

Příloha 17 *Hodnocení CSR reportování firem, část osmá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
425	***PHARMOS***	CR	LS&HC	-5	-5	-5	3	-12	-5	-5	-5	-5	-20	-2	-4	-5	-4	-15	-4	-5	-4	-1	-14	**-61**
426	***Hankook Tire Magyarország***	Hungary	Mfg	3	3	1	3	10	-3	-2	-1	-3	-9	3	1	-1	5	8	3	1	3	3	10	**19**
427	***Mercator-S***	Serbia	CB&T	3	3	2	3	11	3	3	3	2	11	1	2	2	4	9	3	2	4	3	12	**43**
428	***ŠKODA TRANSPORTATION***	CR	Mfg	3	5	3	4	15	4	4	5	2	15	5	4	5	5	19	3	5	4	4	16	**65**
429	***Alliance Oil Ukraine***	Ukraine	E&R	-4	-5	-5	2	-12	-5	-5	-5	-5	-20	-4	-4	-5	-4	-17	-4	-5	-4	-2	-15	**-64**
430	***Slovnaft Polska***	Poland	E&R	5	4	5	2	16	3	3	4	1	11	2	3	2	5	12	5	1	4	3	13	**52**
431	***CARGILL AGRICULTURA***	Romania	CB&T	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	5	5	3	5	18	**72**
432	***CNH Industrial Polska***	Poland	Mfg	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	**-80**
433	***LuK Savaria***	Hungary	Mfg	3	2	2	5	12	3	3	3	3	12	4	2	1	4	11	5	1	4	4	14	**49**
434	***Holdina***	B&H	E&R	2	4	3	2	11	-1	-1	1	-2	-3	2	-1	1	5	7	5	1	4	3	13	**28**
435	***ALLIANCE HEALTHCARE***	CR	LS&HC	4	4	3	4	15	3	4	2	1	10	2	3	2	5	12	3	3	4	3	13	**50**
436	***SUNGWOO HITECH***	CR	Mfg	3	2	3	2	10	-1	-1	1	1	0	3	4	3	3	13	2	5	3	3	13	**36**
437	***Východoslovenská energetika***	Slovakia	E&R	3	5	4	3	15	4	3	4	4	15	4	5	5	5	19	4	5	3	4	16	**65**
438	***Naftex***	Bulgaria	E&R	-5	-5	-5	-3	-18	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-4	-19	**-77**
439	***Travel Service***	CR	CB&T	-5	-5	-5	-1	-16	-5	-5	-5	-5	-20	1	-1	-5	-5	-10	-2	-5	1	2	-4	**-50**
440	***P&G Trading Ukraine***	Ukraine	CB&T	-2	-4	1	1	-4	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-3	-4	1	-7	-3	-4	-2	1	-8	**-39**
441	***Penny-Market***	Hungary	CB&T	2	2	-1	3	6	-1	2	2	-1	2	2	1	1	5	9	5	1	4	5	15	**32**
442	***Oscar Downstream***	Romania	E&R	1	-2	2	2	3	1	1	1	-4	-1	2	1	3	-1	5	-1	4	-2	2	3	**10**
443	***Donbasenergo***	Ukraine	E&R	-1	-3	-1	5	0	3	1	2	-2	4	3	-1	-3	-2	-3	1	-2	1	2	2	**3**
444	***Philip Morris Ukraine***	Ukraine	CB&T	1	1	-3	1	0	1	2	1	-3	1	2	-2	1	3	4	2	2	1	2	7	**12**
445	***Ruch***	Poland	CB&T	-3	-4	-5	1	-11	-5	-5	-4	-4	-18	1	-1	-1	-2	-3	-4	-4	-1	3	-6	**-38**
446	***Mega Image***	Romania	CB&T	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	3	4	3	14	4	4	3	5	16	**69**
447	***Celsa Huta Ostrowiec***	Poland	Mfg	4	2	5	4	15	4	5	4	3	16	3	4	2	5	14	4	2	3	4	13	**58**
448	***Alcoa-Köfém***	Hungary	Mfg	3	4	5	3	15	4	5	5	4	18	3	5	5	4	17	3	3	4	4	14	**64**
449	***SPAR CR***	CR	CB&T	-1	-2	-4	2	-5	-2	-2	-1	-2	-7	2	1	2	-1	4	-3	2	-3	4	0	**-8**
450	***GDF Suez Energia Polska***	Poland	E&R	2	3	2	4	11	5	3	4	-1	11	4	2	1	2	9	1	1	2	3	7	**38**
451	***Porsche CR***	CR	Mfg	1	2	2	2	7	4	2	3	2	11	2	3	1	1	7	-1	2	-1	4	4	**29**
452	***Gaz System***	Poland	E&R	3	5	3	4	15	3	2	3	4	12	3	4	4	5	16	5	5	5	5	20	**63**
453	***ČD Cargo***	CR	CB&T	2	2	1	3	8	1	1	1	2	5	3	4	2	3	12	2	2	3	3	10	**35**
454	***Auchan Romania***	Romania	CB&T	5	3	2	3	13	2	3	3	2	10	2	3	2	4	11	3	3	2	3	11	**45**
455	***Telenor Magyarország***	Hungary	TM&T	5	4	2	2	13	2	3	2	4	11	3	4	4	5	16	5	5	4	5	19	**59**
456	***OMV Slovensko***	Slovakia	E&R	2	2	2	3	9	3	3	4	-1	9	4	2	2	4	12	4	3	3	3	13	**43**
457	***Plzeňský Prazdroj***	CR	CB&T	5	5	5	4	19	4	5	4	4	17	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20	**74**
458	***Tank ONO***	CR	E&R	-5	-5	-5	-2	-17	-5	-5	-5	-5	-20	-3	-4	-5	-5	-17	-5	-5	-5	-3	-18	**-72**
459	***Ikea Retail***	Poland	CB&T	5	4	5	4	18	4	5	5	3	17	4	3	4	5	16	5	5	5	4	19	**70**
460	***Real Romania***	Romania	CB&T	3	2	1	1	7	2	3	3	-1	7	1	1	2	2	6	-1	4	-1	2	4	**24**
461	***MG Baltic***	Lithuania	CB&T	3	2	2	2	9	-4	-3	-3	-2	-12	-1	1	2	3	5	2	3	3	2	10	**12**
462	***Iveco CR***	CR	Mfg	4	3	3	1	11	4	3	3	-3	7	3	3	-1	3	8	2	-2	2	5	7	**33**
463	***Achema***	Lithuania	Mfg	3	3	1	4	11	3	3	4	2	12	2	4	4	4	14	2	4	2	3	11	**48**
464	***Farmexpert***	Romania	LS&HC	2	2	3	2	9	1	1	2	-1	3	1	-1	3	2	5	-1	3	2	4	8	**25**
465	***Nitrogénművek***	Hungary	Mfg	3	2	1	2	8	4	4	4	2	14	3	2	-1	3	7	2	1	1	3	7	**36**
466	***BAT Magyarország***	Hungary	CB&T	3	3	4	4	14	2	2	2	1	7	4	1	2	4	11	4	4	5	5	18	**50**
467	***EUROVIA CS***	CR	RE	2	2	2	5	11	1	1	2	2	6	4	4	4	3	15	1	3	2	5	11	**43**
468	***ABB CR***	CR	Mfg	3	4	4	3	14	4	1	2	2	9	3	5	4	5	17	5	5	4	4	18	**58**
469	***TEVA Magyarország***	Hungary	LS&HC	3	2	-1	4	8	-5	-5	-4	-4	-18	2	-1	2	3	6	3	2	-2	2	5	**1**
470	***Coal of Ukraine***	Ukraine	E&R	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	**-80**
471	***Continental Automotive Systems Romania***	Romania	Mfg	2	2	-1	3	6	-3	-3	-3	-5	-14	3	2	1	3	9	3	2	4	4	13	**14**
472	***Dalkia Česká republika***	CR	E&R	3	4	-1	4	10	3	2	2	1	8	2	3	5	3	13	2	4	2	2	10	**41**
473	***Remontowa Holding***	Poland	Mfg	3	2	1	3	9	2	1	1	-2	2	2	1	-2	2	3	-2	-1	2	2	1	**15**
474	***Tallinna Kaubamaja***	Estonia	CB&T	3	3	2	3	11	-5	-5	-5	-5	-20	2	1	2	2	7	1	4	2	3	10	**8**
475	***Nestle Ukraine***	Ukraine	CB&T	4	3	3	4	14	3	4	3	2	12	4	3	4	5	16	5	4	5	5	19	**61**
476	***Auchan Ukraine***	Ukraine	CB&T	3	2	1	2	8	-4	-4	-3	-5	-16	-1	1	1	3	4	2	1	2	5	10	**6**
477	***PHOENIX Zdravotnícke zásobovanie***	Slovakia	LS&HC	2	1	-1	2	4	-5	-5	-4	-5	-19	-1	-2	-3	1	-5	-1	-4	1	2	-2	**-22**
478	***ZRP Farmutil HS***	Poland	CB&T	-3	-4	-5	-1	-13	-5	-5	-5	-5	-20	-3	-2	-4	-1	-10	-2	-4	-3	2	-7	**-50**
479	***Rewe Romania***	Romania	CB&T	-4	-5	-5	-1	-15	-5	-5	-5	-5	-20	-1	-2	-4	1	-6	-1	-3	-1	3	-2	**-43**
480	***JP Elektroprivreda BiH***	B&H	E&R	4	3	2	5	14	5	5	5	3	18	4	3	4	4	15	3	2	2	4	11	**58**
481	***Avangard***	Ukraine	CB&T	2	3	2	5	12	1	3	2	-1	5	3	3	1	3	10	2	2	2	3	9	**36**
482	***Mondi SCP***	Slovakia	Mfg	3	4	4	-2	9	3	4	5	2	14	3	5	5	4	17	3	3	3	2	11	**51**
483	***Furshet***	Ukraine	CB&T	2	1	1	3	7	-4	-4	-3	-5	-16	2	1	1	1	5	1	1	1	3	6	**2**
484	***Zakłady Azotowe Kędzierzyn***	Poland	Mfg	3	4	4	2	13	3	1	2	1	7	2	3	2	3	10	3	3	4	3	13	**43**
485	***Interagro***	Romania	CB&T	-2	-4	-4	2	-8	-5	-5	-3	-2	-15	1	-1	2	1	3	1	2	-2	1	2	**-18**

Zdroj: Autor

Příloha 18 *Hodnocení CSR reportování firem, část devátá*

Poř.	Název společnosti	Země	Odvětví	Všeob. kr.					Envir. kr.					Ekon. kr.					Soc. kr.					Celk.
				V1	V2	V3	V4	V	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	E1	E2	E3	E4	E	S1	S2	S3	S4	S	
486	***Evraz-Sukha Balka***	Ukraine	Mfg	3	4	3	1	11	3	2	3	3	11	5	3	1	4	13	5	2	5	3	15	**50**
487	***Philip Morris ČR***	CR	CB&T	3	2	1	3	9	3	2	2	4	11	3	4	5	4	16	4	4	3	4	15	**51**
488	***Serna***	Ukraine	CB&T	-5	-5	-5	-3	-18	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-5	-20	-5	-5	-5	-4	-19	**-77**
489	***ThyssenKrupp Energostal***	Poland	Mfg	2	1	1	3	7	-2	-1	1	-4	-6	2	-2	-3	1	-2	-1	1	1	2	3	**2**
490	***Idea Beograd***	Serbia	CB&T	2	1	-2	2	3	-4	-4	-3	-5	-16	1	-2	2	1	2	-1	2	2	3	6	**-5**
491	***Magyar Áramszolgáltató***	Hungary	E&R	1	1	-3	-1	-2	-4	-5	-5	-5	-19	-2	-3	-2	3	-4	1	-3	-1	-1	-4	**-29**
492	***Bunge Ukraine***	Ukraine	CB&T	-1	-3	-4	-2	-10	-2	1	1	-2	-2	-3	-4	-3	-3	-13	-4	-4	-5	-2	-15	**-40**
493	***PINI Polonia***	Poland	CB&T	-3	-4	-5	1	-11	-5	-5	-5	-5	-20	-4	-4	-5	-5	-18	-5	-5	-5	-3	-18	**-67**
494	***Cargill Magyarország***	Hungary	CB&T	4	3	2	3	12	4	4	4	2	14	2	3	3	3	11	4	5	4	4	17	**54**
495	***STRABAG CR***	CR	RE	4	3	4	5	16	-3	-2	-1	-3	-9	4	3	1	5	13	4	2	4	4	14	**34**
496	***ŽSR***	Slovakia	PS	2	2	-1	4	7	2	-1	2	-3	0	3	2	2	1	8	1	2	3	2	8	**23**
497	***Michelin Romania***	Romania	Mfg	2	1	3	2	8	3	1	3	-2	5	3	2	2	2	9	2	2	-1	4	7	**29**
498	***ALTA Invest***	CR	Mfg	1	1	-1	4	5	-5	-5	-5	-4	-19	2	-1	1	2	4	2	2	1	1	6	**-4**
499	***Autoliv Romania***	Romania	Mfg	3	2	3	1	9	4	1	3	-2	6	1	2	1	3	7	4	1	4	2	11	**33**
500	***Renault Polska***	Poland	Mfg	3	4	5	3	15	5	3	5	5	18	4	3	4	5	16	5	3	3	5	16	**65**

Zdroj: Autor

Příloha 19 *Zadání diplomové práce z informačního systému ISIT*

FIM UHK
UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ
Fakulta informatiky a managementu
Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové, tel: 493 331 111, fax: 493 332 235

Zadání k závěrečné práci

Jméno a příjmení studenta: **Jan Kment**

Obor studia: Informační management (2)
Jméno a příjmení vedoucího práce: **Pavel Bachmann**

Název práce:
Znaky společenské odpovědnosti firem prezentované na internetu

Název práce v AJ:
Aspects of CSR presented on the internet

Podtitul práce:

Podtitul práce v AJ:

Cíl práce: Zhodnotit úroveň společenské odpovědnosti ve významných společnostech střední a východní Evropy, zejména s ohledem na reportování.

Osnova práce:
1) Úvod
2) Cíl práce
3) Teoretická východiska
4) Metodika
5) Výsledky
6) Diskuse
7) Závěr
8) Použitá literatura

Projednáno dne: 13.10.2014

Podpis studenta

Podpis vedoucího práce