

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Diplomová práce

Společenská odpovědnost vysokých škol

Alena Kulhánková

© 2024 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Alena Kulhánková

Ekonomika a management

Název práce

Společenská odpovědnost vysokých škol

Název anglicky

Social Responsibility of Universities

Cíle práce

Hlavním cílem této diplomové práce je komplexní zhodnocení společenské odpovědnosti vybraných veřejných vysokých škol na území České republiky a tvorba návrhu na zlepšení. Dílčím cílem práce je zhodnotit zapojení vysokých škol do řešení uprchlické krize v souvislosti s válkou na Ukrajině.

Metodika

Práce bude vypracována pomocí vědeckých metod v níže uvedených krocích.

1. Formulace cílů a metodiky práce.
2. Syntéza výchozí znalostní báze.
5. Komparační analýza společenské odpovědnosti státních a veřejných vysokých škol v České republice.
4. Realizace kvantitativního výzkumu.
5. Agregace získaných poznatků a vlastní tvorba návrhů.
6. Formální dokončení práce.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

CSR, odpovědná škola, vysoká škola, třetí role, sociální oblast, ekonomická oblast, enviromentální oblast, organizace

Doporučené zdroje informací

- JONES, David. Společensky odpovědné chování se firmám vyplácí. Praha: Management Press, 2014. ISBN 978-80-7261-269-7.
- KAŠPAROVÁ, Klára; KUNZ, Vilém. *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4480-3.
- KUNZ, Vilém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 9788024739830
- PAVLÍK, Marek; BĚLČÍK, Martin. *Společenská odpovědnost organizace : CSR v praxi a jak s ní dál*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3157-5.
- PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody: etický a sociální audit*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.
- RASCHE, Andreas, Mette MORSING a Jeremy MOON. *Corporate social responsibility: strategy, communication, governance*. New York: Cambridge University Press, 2017. ISBN 978-1-107-11487-6.
- TETŘEVOVÁ, Liběna. *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-271-0285-3.
- ZADRAŽILOVÁ, Dana. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 9788074001925.

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Lucie Kvasničková Stanislavská, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 28. 6. 2022

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 2. 11. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Dekan

V Praze dne 30. 09. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Společenská odpovědnost vysokých škol" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2024

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Lucii Kvasničkové Stanislavské, Ph.D. za množství inspirativních a cenných rad, doporučení, připomínek, podnětů a zároveň za velkou ochotu a trpělivost při konzultacích poskytnutých při vedení mé diplomové práce. Dále bych také ráda poděkovala všem respondentům, kteří mi ochotně poskytli potřebné informace pro zdárné dopracování této práce.

Společenská odpovědnost vysokých škol

Abstrakt

Diplomová práce se věnuje komplexnímu zhodnocení společenské odpovědnosti na vybraných veřejných vysokých školách na území České republiky, ve kterých byl uskutečněn kvantitativní výzkum. Na základě shrnutých výsledků výzkumu byl následně vytvořen i návrh na zdokonalení společensky odpovědného chování vybraných vysokých škol. Dílčím cílem práce je zhodnocení zapojení vybraných vysokých škol do řešení uprchlické krize v souvislosti s válkou na Ukrajině.

Teoretická východiska diplomové práce se zabývají definicí společenské odpovědnosti a jejím rozdělením na tři oblasti. Dále je zde uvedena studie Carrollovy pyramidy, sloužící k lepšímu porozumění společenské odpovědnosti. V této části jsou definovány i pojmy etika v podnikání a udržitelný rozvoj související se společenskou odpovědností. Jsou zde uvedeny koncepty jako stakeholderi, moderní trendy, normy a také kritika CSR. Poslední část teoretické části se zabývá představením vysokého školství na území České republiky.

Vlastní práce pak obsahuje výsledky provedeného výzkumu. Nejprve jsou představeny vybrané vysoké školy a poté jsou zde uvedeny a zhodnoceny výsledky dotazníkového šetření. Na základě získaných výsledků z dotazníkového šetření byl následně vytvořen návrh na zlepšení společensky odpovědného chování vybraných škol.

Klíčová slova: CSR, odpovědná škola, vysoká škola, třetí role, sociální oblast, ekonomická oblast, enviromentální oblast, organizace

Social Responsibility of Universities

Abstract

The diploma thesis is devoted to a comprehensive evaluation of social responsibility at selected public universities in the Czech Republic, in which quantitative research was carried out. Based on the summarized results of the research, a proposal was subsequently created to improve the socially responsible behaviour of selected universities. The partial goal of this thesis is to evaluate the involvement of selected universities in solving the refugee crisis in connection with the war in Ukraine.

The theoretical basis of the thesis deals with the definition of social responsibility and its division into three areas. Furthermore, there is a study of Carroll's pyramid, which serves for a better understanding of social responsibility. This section also defines the terms ethics in business and sustainable development related to social responsibility. Concepts such as stakeholders, modern trends, norms, and criticism of CSR are presented here. The last part of the theoretical part deals with the presentation of higher education in the territory of the Czech Republic.

The work itself then contains the results of the research carried out. First, the selected universities are presented, and then the results of the questionnaire survey are presented and evaluated. Based on the results obtained from the questionnaire survey, a proposal for improving the socially responsible behaviour of selected universities was subsequently created.

Keywords: CSR, responsible school, university, third role, the social area, the economic area, the environmental area, organization

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika	12
3 Teoretická východiska	15
3.1 Definice a význam společenské odpovědnosti.....	15
3.2 Triple Bottom Line.....	18
3.2.1 Sociální odpovědnost (people).....	19
3.2.2 Ekonomická odpovědnost (profit)	20
3.2.3 Enviromentální odpovědnost (planet).....	21
3.3 CSR a Carrollova pyramida.....	23
3.4 Etika v podnikání	26
3.5 CSR a udržitelný rozvoj	28
3.6 Stakeholderi.....	30
3.7 Moderní trend (aktivity) CSR	33
3.7.1 Work-Life Balance	33
3.7.2 Corporate community involvement	34
3.7.3 Společenské investování (odpovědné investování)	37
3.7.4 Sdílená hodnota (corporate shared value).....	38
3.8 Příklady norem CSR	38
3.9 Kritika CSR.....	40
3.10 Vysoké školy na území České republiky	41
3.10.1 Třetí role univerzit	42
3.10.2 Univerzity a jejich společenská odpovědnost.....	43
3.10.3 Konstrukce USR aktivit vysokých škol	45
4 Vlastní práce	48
4.1 Česká zemědělská univerzita v Praze	48
4.1.1 Společenská odpovědnost ČZU	48
4.1.2 Třetí role ČZU	50
4.1.3 Aktivity ČZU v kontextu s dopady války na Ukrajině	51
4.2 Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích	52
4.2.1 Společenská odpovědnost JU.....	52
4.2.2 Třetí role JU	53
4.2.3 Aktivity JU v kontextu s dopady války na Ukrajině.....	54
4.3 Vysoká škola polytechnická Jihlava	55
4.3.1 Společenská odpovědnost VŠPJ	55

4.3.2	Třetí role VŠPJ.....	56
4.3.3	Aktivity VŠPJ v kontextu s dopady války na Ukrajině	56
4.4	Shrnutí představení škol	57
4.5	Dotazníkové šetření.....	60
4.5.1	Struktura respondentů	60
4.5.2	Výsledky dotazníkového řešení	63
4.6	Testování hypotéz.....	85
5	Zhodnocení a doporučení	95
5.1	Dotazníkové šetření.....	95
5.2	Návrhy a doporučení pro vysoké školy	99
5.2.1	Zlepšení komunikace CSR.....	99
5.2.2	Webové stránky a sociální sítě.....	99
5.2.3	Středisko/zaměstnanec zabývající se CSR.....	100
5.2.4	CSR strategie a report	100
5.2.5	CSR do výuky	101
5.2.6	Zvyšování ochoty zapojení se do CSR aktivit	102
5.2.7	Členství v Asociaci společenské odpovědnosti	102
6	Závěr.....	104
7	Seznam použitých zdrojů.....	106
	Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk.....	118
7.1	Seznam obrázků	118
7.2	Seznam tabulek.....	118
7.3	Seznam grafů.....	119
7.4	Seznam použitých zkratk.....	119
	Přílohy	121

1 Úvod

Společenská odpovědnost je pojem, který je velmi aktuálním tématem a který se neustále vyvíjí. Společnost čím dál víc řeší otázky společenské odpovědnosti, ekologie, udržitelnosti nebo ochrany životního prostředí. Uplatňování společensky odpovědného chování může mít totiž značný vliv na celkovou prospěšnost podnikání. Dříve bylo pohlíženo na podniky pouze jako na ekonomické útvary, avšak v současné době se bere v potaz i jejich sociální a občanská role.

Rozvoj tohoto konceptu se dostává i do zájmu státní správy a veřejných institucí, jako například vysokých škol a univerzit. I když není společenská odpovědnost daná zákonem a jedná se o dobrovolný závazek jednotlivých subjektů, na akademické půdě bývá tento koncept uplatňován čím dál výrazněji. Vysoké školy představují nejvyšší oddíl vzdělávacího systému, který vykonává hlavní funkci v rámci ekonomického, kulturního a sociálního vývoje společnosti. Přispívají nejen v rámci své činnosti vzdělávání, ale také díky činnosti vědecko-výzkumné, kdy se stávají původcem nových znalostí v tomto oboru. Proto by se měly chovat společensky odpovědně a být vzorem a příkladem široké veřejnosti. Vzdělávání studentů o této problematice může vést i k následné realizaci společenské odpovědnosti do jejich firem a organizací, tak i do svého osobního života. Vysoké školy uplatňující společenskou odpovědnost navíc nejen přispívají ke zvyšování životního blahobytu občanů i celé společnosti, ale zároveň tím podporují a zvyšují svoji konkurenceschopnost vůči ostatním vysokým školám.

Diplomová práce se zabývá zhodnocením společenské odpovědnosti na vybraných vysokých školách v České republice. Cílem je poukázat na postoj studentů k této problematice a jaké uplatňované aktivity jsou podle nich pro společnost nejdůležitější. Úkolem bude také posoudit ochotu zájmové skupiny se zapojit do aktivit v rámci společenské odpovědnosti. Dílčím cílem je i poukázat na zapojení škol v případě vypuknutí celosvětové krize, v tomto případě v rámci ukrajinské krize, která souvisí s vypuknutím války na Ukrajině. Na závěr budou získaná data a poznatky zhodnoceny a na základě zjištěných informací bude navrženo doporučení, které může přispět k novému a lepšímu uplatňování tohoto konceptu.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce bylo komplexně zhodnotit společenskou odpovědnost tří vybraných českých vysokých škol. Výsledky v rámci dotazníkového šetření byly pak následně použity k zhodnocení obecného pohledu vybrané zájmové skupiny na tuto problematiku a k vytvoření případných návrhů na zlepšení. Tyto návrhy mohou vybraným vysokým školám posloužit jako podklady k zjištění přístupu a povědomí jejich zájmových skupin ke společenské odpovědnosti a také celkový postoj těchto zájmových skupin.

Dílčím cílem této práce je zjistit zapojení těchto vybraných tří vysokých českých škol do uprchlické krize, která je ve spojení s válkou na Ukrajině.

2.2 Metodika

Teoretická část byla vypracována na základě studie odborných tuzemských a zahraničních zdrojů. Literární rešerše zjišťuje a prozkoumává současný stav CSR na území České republiky v souvislosti se školstvím. Nejdříve se teoretická část zabývá definicí společenské odpovědnosti a jejím rozdělením na určité oblasti. Dále byla definována Carrollova pyramida napomáhající společnostem lépe integrovat, porozumět CSR v rámci obchodní činnosti. V práci jsou vymezeny také různé pojmy související se společenskou odpovědností jako etika v podnikání, udržitelný rozvoj, stakeholdeři, moderní trendy, příklady norem či kritika CSR pro lepší pochopení této problematiky. Poslední kapitola je věnována představení vysokého školství na území České republiky v kontextu CSR.

Praktická část byla vytvořena především na základě získaných podnětů a informací z realizovaného průzkumu, jehož cílem bylo zhodnocení společenské odpovědnosti na vysokých školách. Průzkum byl realizován pomocí kvantitativního výzkumu ve formě dotazníkového šetření.

Kvantitativní výzkum byl zvolen z důvodu možného získání velkého množství potřebných dat v relativně krátkém časovém segmentu (Černý, 2018). Šetření bylo realizováno v únoru roku 2024 a účastnili se ho pouze studenti vybraných vysokých škol. Dotazník byl vytvořen za pomoci webové stránky www.survio.cz. Tento internetový portál umožňuje tvoření a distribuci online dotazníků za pomoci různorodých typů otázek dle přání

samotného autora. Jedná se o otázky typu: jedna nebo více odpovědí, textová odpověď, sémantická diferencíál, hvězdičkové hodnocení, řazení odpovědí a jiné. V anonymním dotazníku byly zvoleny převážně uzavřené otázky s jednou možností odpovědi a s více možnými odpověďmi, neboť tyto varianty jsou pro oslovené respondenty nejméně časově náročné. Respondent nemusí nad odpovědi dlouho přemýšlet. Byly zde použity jednak otázky dichotomické, které obsahují pouze dvě možné odpovědi, trichotomické (tři možné odpovědi) tak i polytomické, které nabízejí více než tři možné odpovědi. Dotazník kvůli úsilí získat co nejvíce pravdivých informací obsahuje i otázky polootevřené (Černý, 2018).

Jestliže se respondent neshoduje ani s jednou nabízených možností, je žádoucí jim nabídnout v případě odlišného názoru možnost se vyjádřit. V dotazníku byla použita také Likertova škála na základě které, respondenti hodnotili zapojení školy a přístup studentů v rámci ukrajinské krize (Černý, 2018). Zde si respondenti mohli prostřednictvím hvězdiček vybrat hodnotu od 1 do 5 podle toho, jak spokojeni se zapojením a přístupem byli. Čím více hvězdiček dotazovaný přiřadil, tím více byl spokojený.

Dotazník obsahuje 21 otázek, kdy první tři otázky byly zaměřené převážně na identifikační charakter dotazovaných respondentů. Další otázka je zaměřená na zjištění toho, zda se s pojmem společenská odpovědnost respondenti vůbec někdy setkali. Pro ty, kteří se s pojmem neseťkali bylo na začátku dotazníku krátce definováno, co společenská odpovědnost znamená. Respondenti pak mohli snáze dotazník na základě svých myšlenek vyplnit. Další část dotazníku zjišťuje, co pro dotazované společenská odpovědnost znamená, jak k ní přistupují, jaké aktivity CSR považují za nejdůležitější a zda by byli ochotni se do některých zapojit. Poslední část dotazníku je zaměřena na zhodnocení zapojení vybraných škol do uprchlické krize v kontextu s válkou na Ukrajině. Online dotazník byl umístěn na studentské sociální síti vybraných škol a prostřednictvím přímého odkazu.

Byl vyplněn 307 respondenty z toho čtyři respondenti byli z dotazníku vyřazeni kvůli neadekvátním odpovědím. Podařilo se tedy získat 303 relevantních odpovědí, které byly přesunuty do MS Excel, kde byly znázorněny v tabulkách, procentuálně a číselně zpracovány a formulovány do grafické podoby.

Aby se zabránilo zbytečným chybám, které by dotazníkové šetření mohlo obsahovat, byla realizována tzv. pilotáž na vzorku 5 studentů z cílové skupiny respondentů. Získaná

zpětná vazba z tohoto vzorku byla posbírána, zpracována a dotazník byl následně šířen mezi ostatní respondenty. Jelikož se jednalo spíše o stylistické chyby dotazníku byly odpovědi vzorku 5 studentů také započítány do celkového součtu odpovědí. Kromě slovního, tabulkového a grafického vyhodnocení dotazníkového šetření byl použit i statistický test nezávislosti pomocí chí-kvadrát testu. Pro vytyčení nezávislosti byly stanoveny následující nulové hypotézy (Tabulka 1).

Tabulka 1 Stanovené nulové hypotézy

H ₀ :	Pohlaví nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost
H ₀ :	Věk nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost
H ₀ :	Pohlaví nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit
H ₀ :	Věk nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Ke každé z výše uvedených hypotéz byla stanovena nulová hypotéza (H₀) a hypotéza alternativní (H_n). Nulová hypotéza vychází z předpokladu, že zjišťované proměnné jsou nezávislé. Naopak alternativní hypotéza vychází z předpokladu, že zjišťované proměnné jsou závislé. Pro všechny testy byla zvolena hladina významnosti $\alpha = 5 \%$. P-hodnoty, které jsou menší než 0,05 se pokládají jako statisticky významné. Analýzu kvalitativních znaků lze provést pomocí asociační a kontingenční tabulky. Asociační tabulka se používá v případě, kdy je nutné rozhodnout mezi dvěma zjišťovanými volbami. V případě potřeby rozhodnout mezi více zjišťovanými volbami se používá kontingenční tabulka. Pro oba druhy tabulek následuje zjištění, zda existuje závislost mezi zjišťovanými volbami a pokus existuje, je určena síla této závislosti (Hošková, Jindrová, Procházková, 2014).

3 Teoretická východiska

V této části jsou obsaženy poznatky, které se vztahují k tématu diplomové práce. Jsou zde definovány základní pojmy a související koncepty vedoucí k pochopení problematiky, kterou se diplomová práce zabývá. Následný provedený výzkum se opírá o poznatky, které jsou obsažené v teoretické části, kdy tyto poznatky jsou dále použity i v ostatních částech diplomové práce.

3.1 Definice a význam společenské odpovědnosti

Podle Kunze (2012) společenská odpovědnost představuje v aktuální době oblíbený a rychle se rozvíjející pojem. Počátky společenské odpovědnosti jsou v odborných literaturách definovány již od poloviny 20. století, kdy společenská odpovědnost firem je přeložena z anglického termínu Corporate Social Responsibility (CSR). Tento pojem se vyvíjí již celá desetiletí, proto existuje celá řada definic.

Kunz (2020) ve své knize uvádí, že základy této problematiky v roce 1953 položil Howard Rothmann Bowen, který se pokusil tento koncept definovat jako první. Tvrdil, že tato problematika je závazek podnikatele, který má povinnost realizovat postupy, jít směrem jednání a přijmout rozhodnutí, která jsou z hlediska hodnot a cílů v rámci společnosti žádoucí.

Gundlach a Bloom (2000) vidí společenskou odpovědnost jako strategickou povinnost organizace vůči skupinám a jednotlivcům neboli jinak řečeno zainteresovaným stranám, které firma přímo ovlivňuje svými postupy nebo politikami. Nebo také vůči stranám, které mají na firmu vliv. Jedná se o akci ze strany firmy, která signalizuje ochotu firmy prosazovat své cíle vůči zainteresovaným stranám, jako jsou například dodavatelé, zaměstnanci, nevládní organizace, místní komunita a přispívat tak ekonomickému, sociálnímu a enviromentálnímu zlepšení (Örtenblad, 2016).

Podle Kunze a Kašparové (2013) se otázkou pro jednomyslné vymezení konceptu CSR zabývala velká řada autorů, jak u nás, tak i v zahraničí. Alexandr Dahlsrud, který analyzoval velké množství definic, přišel se zajímavou teorií. Výstupem tohoto analyzování bylo vyzdvižení pěti základních oblastí, nejvíce se objevujících v definicích společenské odpovědnosti. Jedná se o oblast sociální, enviromentální, ekonomickou, dobrovolnost a stakeholders. Dle Dahlsruda nejméně 80 % definic obsahují čtyři uvedené oblasti z pěti

a 97 % definic obsahuje dokonce alespoň tři této oblasti. Na základě této skutečnosti předpokládá, že i když jsou stávající definice společenské odpovědnosti definovány rozdílně, tak jsou shodné.

O vymezení pojmu této problematiky se snažila také celá řada institucí, kdy například Evropská komise (2011) představuje Zelenou knihu, která definuje CSR jako návrh, kde společnosti na dobrovolné úrovni zapojují sociální otázky a také otázky týkající se životního prostředí do svého podnikání a vzájemné vztahy mezi zúčastněnými stranami. Tento návrh právě vyzdvihuje dobrovolný profil CSR, kdy cílem Zelené knihy bylo spustit debatu o pojmu CSR a najít tak možnosti, které povedou k další podpoře tohoto konceptu na evropské úrovni.

Dalšími organizacemi, které ve své knize uvádí Kunz (2012) je například Business Leaders Forum ČR, která charakterizuje koncept CSR jako dobrovolný slib firem, které se ve vztahu ke společnosti tak i ve vztahu k prostředí budou chovat odpovědně v rámci svého podnikání. Business for Social Responsibility definuje tuto problematiku jako řízení své podnikatelské činnosti tak, které uskutečňuje nebo předstihuje právní, komerční, společenská a etická očekávání od podnikání. Nebo například instituce World Business Council for Sustainable Development, ta vymezuje pojem CSR jako závazek firem přispívat k ekonomickému udržitelnému růstu, chovat se eticky a také přispívat ke zlepšování kvality životů pracovníků a jejich rodin.

Podle Vrabcové (2021) CSR může také představovat kritérium, na jehož základě si klient firmy bude vybírat společnost, od které bude odebírat zboží či služby. Jedná se o obměnu přístupu, která v hojném smyslu připomíná filozofii souhrnného managementu kvality, kde hlavním cílem je ubránit se konkurenci a být v podnikání co možná nejlepší a výjimeční. Pokud chtějí, jak malé, tak i střední podniky vzkvétat, nemohou se již spokojit jen s produkcí služeb, které při užívání uspokojují zákazníky. Musejí být svým okolím vnímány pozitivně. Tomuto právě napomáhá uplatnění odpovědného podnikání.

I v ČR se v posledních letech začínají výzkumníci zabývat otázkou různého způsobu definování pojmu společenská odpovědnost, kdy reagují na již zmíněnou nejasnost a uspořádanost různých definic společenské odpovědnosti, ale také z hlediska vzrůstajícího zájmu o tuto problematiku v ČR (Kašparová, Kunz, 2013).

Podle Pokorné (2012) lze společenskou odpovědnost definovat jako projev způsobu aktivit a přístupu, který je sjednocený s hlavními cíli v rámci existence organizace a zároveň také s aktivitami, které se od hlavních cílů zcela odlišují. Z hlediska společenské odpovědnosti je účelem všech aktivit šířit dobré jméno podniku zejména v rámci vnějšího prostředí a šířit také dobro, které je prospěšné v rámci celé společnosti.

Avšak ani v současné době není pro tento pojem jednotná celosvětově známá definice. To může být způsobeno především tím, že společenská odpovědnost se zakládá na dobrovolnosti, nemá přesně stanovené hranice, což vede k širokému chápání tohoto konceptu a také k široké diskusi (Pavlík, Bělčík, 2010).

Örtenblad (2016) vidí problém i v tom, že CSR nelze redukovat na jeden jednoduchý koncept, neboť nezodpovědné chování může mít řadu podob, stejně tak je i velmi obtížné definovat odpovědné chování. CSR je složenina činností, které pocházejí z různých profesních a akademických oborů a pochopení této problematiky se tak může v jednotlivých zemích lišit.

Podle Koudelkové (2022) důvod rostoucího zájmu o CSR může být nedodržování pravidel, rostoucí ekonomické skandály, zvětšující se korupční činnost či průmyslová činnost, která má na naše životní prostředí špatný vliv, což se pak dále odráží i na našem zdraví. Zvýšený zájem o tuto problematiku je možné sledovat převážně v dobách krize, kdy firmy se značněji angažují v oblasti filantropie, a i zájem tvůrců o toto téma značně vzrostl. Příkladem takové krize může být nedává událost COVID-19, která vypukla na jaře roku 2020. Tato událost způsobila globální sociální, zdravotní a ekonomickou krizi, která vyžadovala odhodlání a spolupráci nás všech. Ale vedla také k udržitelnějšímu chování, kdy jedním z příkladů bylo snížení počtu letů a s tím související menší znečištění v rámci leteckého průmyslu. COVID-19 ukázal, že je čas investovat do CSR aktivit, abychom se mohli po této události posunout, ponaučit a zajistit budoucnost udržitelnější (Sörensson, Tesfaye, Lundström, Grigore, Stancu, 2021).

Aktuálnější krizovou událostí je rusko-ukrajinská válka, která má také za následek řadu negativních dopadů na společnost, kdy důsledkem tohoto sporu jsou například masivní přílivy prchajících lidí před válkou do zemí EU, zabezpečení a dostupnost potravin, energií a jiné (Evropská rada, Rada Evropské unie, 2023).

Definiční pojetí této problematiky spojují obvykle tři společné prvky, kdy první společný prvek zmiňuje skupiny či zainteresované strany neboli jinak řečeno stakeholdery, vůči kterým by podnik měl své odpovědné chování projevovat, druhým prvkem je dobrovolná aplikace svých společensky odpovědných aktivit a poslední třetí prvek je zmínění oblastí, na základě, kterých by měl podnik své společenské chování uplatňovat (Tetřevová, Midttun a kol., 2022).

Významný vědec v oboru CSR Carroll (1991) firemní odpovědnost rozdělil na čtyři oblasti, a to právní, etickou, ekonomickou a filantropickou. Podle Tetřevová (2017) lze vymezit pět oblastí společenské odpovědnosti. Jsou jimi odpovědnost sociální, etická, enviromentální, ekonomická a filantropická. Avšak zásadní koncepce CSR vychází přitom z tzv. pojmu 3P neboli „Tripple Bottom Line“ (Tetřevová, Midttun a kol., 2022).

3.2 Triple Bottom Line

V cizojazyčné literatuře se také tedy lze setkat s pojmem „Triple Bottom Line“, kdy hlavní myšlenkou tohoto pojmu je to, že organizaci lze řídit způsobem, kdy je schopna vydělat finanční prostředky, zlepšovat blahobyt a životy osob a zároveň také zlepšovat životní prostředí planety (Michalová, 2022).

Podle Stephanuse (2023) byl prvotním autorem tohoto termínu v roce 1994 John Elkington, kdy tento termín je často považován za základ pojmu CSR. Tuto teorii lze znát také pod pojem 3P společenské odpovědnosti neboli tři pilíře, která zahrnuje tři oblasti, a to lidé (people), planeta (planet) a zisk (profit). Těmto oblastem se poté přiřazuje sociální, environmentální a ekonomická odpovědnost a pokud podnik chce své podnikání nazývat udržitelným, musí se o tyto tři spojené oblasti starat.

Tetřevová, Midttun a kol. (2022) uvádí, že z hlediska velkého apelování na tyto oblasti se v dnešní době očekává společenské odpovědné chování nejen od firem, ale i od ostatních ekonomických subjektů. Mohou jimi být obce, neziskové organizace či univerzity. CSR je koncept, který vznikl jako první, čímž vznikly základy pro rozvoj a studium nových konceptů, jako například pojetí společenské odpovědnosti univerzit. Je tedy zřejmé, že tento koncept vychází z poznatků návrhu společenské odpovědnosti firem, z jeho formulovaných oblastí, modifikovaných praktik a aktivit.

Podle Koudelkové a kol. (2022) každá oblast zahrnuje aktivity, které jsou pro ni charakteristické. Aktivity v každé z těchto tří oblastí lze definovat rozhodnutím Evropské komise v roce 2004. Společenská odpovědnost představuje tedy propojení těchto tří oblastí, které právě utváří Triple Bottom Line. Účelem podniku by tak mělo být vytvoření takové strategie CSR, sledující všechny tyto tři oblasti, které se mohou také překrývat. Avšak zajisté pouze eventuálně, pokud je to pro podnik finančně přístupné a uskutečňuje to smysluplně jeho očekávání tohoto pojmu a také to zároveň logicky zapadá do strategie firmy. Ono jisté překrývání je žádoucí, neboť může pomoci nastavit samotnou strategii lépe a být lépe pochopitelná pro veškeré zainteresované strany.

3.2.1 Sociální odpovědnost (people)

Kunz (2012) uvádí, že sociální odpovědnost se zaměřuje především na péči svých zaměstnanců a pracovních podmínek, které pro své zaměstnance produkuje firma, neboť motivovaný a spokojený zaměstnanec je v dnešní době klíčovým faktorem k úspěšnému fungování organizace, kdy řada výzkumů dokazuje, že pokud má podnik odpovědný přístup ke svým zaměstnancům, může to mít řadu výhod, v podobě dobrého jména zaměstnavatele, nižší fluktuace a vyšší loajality pracovníků, získání předních pozic na trhu práce a jiné.

Podle Tetřevové a kol. (2017) každý zaměstnanec potřebuje uspokojivou pracovní motivaci, aby do práce chodil rád každý den. Důvody každého člověka, proč chodí do práce jsou různé. Někdo chodí do práce kvůli finančnímu zabezpečení, někoho náplň práce baví a naplňuje, někdo za tím vidí karierní růst. Avšak podnik nemůže očekávat, že své stanovené cíle dosáhne s nespokojenými zaměstnanci. Proto by firmy měly realizovat nejen obvyklou stimulaci zaměstnanců, ale provádět i jiné aktivity přesahující jejich zákonnou povinnost, které do této oblasti spadají.

Objem aktivit, které spadají do této oblasti je velmi rozsáhlý a odvíjející se z řady okolností, včetně dané situace na trhu práce či oblasti podnikání. Tato odpovědnost zahrnuje například rozvoj a péči o vzdělávání zaměstnanců, bezpečnost a ochranu zdraví při výkonu práce, zapojení svých zaměstnanců do rozhodovacího procesu, zabezpečení zdravé firemní kultury, bojování proti mobbingu, obstarání work-life balance a řadu dalších aktivit (Tetřevová, Midttun a kol., 2022).

Kunz (2012) definuje work-life balance jako firmou vytváření takových podmínek, aby mohli pracovníci skloubit svůj osobní život s pracovním. Příkladem může být práce z domova, pružná pracovní doba či případná úprava pracovní doby, sdílení informací, udržování vzájemného kontaktu i v případě, kdy zaměstnanec čerpá rodičovskou dovolenou, poskytovat právní a poradenské služby, pokud se zaměstnanec ocitne v krizové situaci jako například při finanční tísně či rozvodu, pomáhat zaměstnancům v případě změny bydliště a jiné. Moderním trendem je i zřizování firemních školek, kterých si pracovníci velice cení, avšak vzhledem k vysokým nákladům na jejich provoz si tento benefit mohou dovolit pouze větší firmy.

Dále například mobbing lze definovat podle Bisela (2020) jako psychologický teror (šikanu) na pracovišti s úmyslem napadat jednotlivce a znepříjemnit mu tak život na pracovišti. Mezi typické výroky této šikany lze uvést vyhrožování, násilné útoky, neustálá kritika v práci, šíření nesprávných informací o šikanované osobě, sociální izolace a tak dále. Jedná se o opakovaný, pravidelný a neustálý teror, týrání či citové vydírání a ubližování druhým lidem. Například ve sportovních klubech, ve školách, pečovatelských domech, ve věznicích či v práci, ale lze se setkat také například s mobbingem na internetu neboli kybernetickým mobbingem.

Sociální oblast lze dále rozdělit na externí a interní, kdy externí oblast se zaměřuje převážně na dopady podniku na společnost obecně i na místní komunity a interní oblast se zabývá aspekty, které se odehrávají uvnitř firmy, jako například gender, well-being zaměstnanců, lidská práva a jejich dodržování v rámci dodavatelského řetězce či další otázky týkající se nerovnosti (Koudelková a kol., 2022).

3.2.2 Ekonomická odpovědnost (profit)

Výkonnost podniku závisí především na strategickém vedení a řízení, jež je uplatňováno zdravou politikou. Měníci se nákupní chování, technologické změny, silná konkurence na trhu a řada dalších faktorů ovlivňují přímo i nepřímo rozhodovací procesy podniku i CSR. V rámci teorie stakeholder podnik zvažuje zapojení zainteresovaných stran s cílem zvýšit finanční i nefinanční výkonnost. Velké mezinárodní a národní nevládní organizace, místní orgány nebo sociální média navíc vyvíjí tlak na podniky z hlediska dodržování předpisů a vykonávání aktivit CSR (Masud, Rashid, Khan, Bae, Kim, 2019).

Podle Millerové (2020) úspěch firem v rámci současné kapitalistické ekonomiky závisí na výsledku hospodaření nebo na jeho finanční výkonnosti. Strategické plánování každého podniku a s ním spojená podstatná obchodní prohlášení a iniciativy se navrhuji tak, aby co nejvíce maximalizovaly zisk firmy. Avšak řada firem díky těmto cílům v minulosti zkrachovala. Manažeři jednotlivých firem totiž objevili nové příležitosti, jak využít podnikání vedoucí k pozitivním změnám v oblastech, ve kterých firma působí, a to tak, aniž by nějak omezovaly finanční výkonnost podniku. Obchodního úspěchu lze dosáhnout i díky přijetí podnětů udržitelnosti.

Tetřevová, Midttun a kol. (2022) uvádí, že podstatou ekonomické odpovědnosti je zajištění užitečných služeb či výrobků pro danou společnost, a to v požadované kvalitě a v požadovaném množství za racionální cenu v rámci současné realizaci odpovídajícího zisku pro majitele firmy. Do aktivit této oblasti lze zařadit například inovaci produktů firmy, péče o bezpečnost a kvalitu produktů, posílení vztahů s odběrateli a dodavateli, posilování vztahů s investory a vlastníky, rozvíjet vztahy s veřejností, posilovat vztahy se svými zákazníky, uplatnit principy dobrého řízení, podporovat rozvoj s veřejností nebo spolupracovat se vzdělávacími institucemi.

Podle Koudelkové (2022) ekonomická oblast však vzbuzuje jisté pochybnosti, neboť si ji každý autor může vyložit jinak. Tato oblast se vyznačuje jako profit, avšak čím dál více se překlání k pojetí prosperity. Koncept profit se definuje jako generování finančního zisku, který firma potřebuje. V tomto chápání se nicméně zcela přehlíží prospěch v rámci ekonomiky, který firma může mít, což může být právě to nejdůležitější. Díky tomu se zavedl pojem prosperity, který se vztahuje v ekonomickém prostředí k nepeněžním benefitům. Skutečnými tématy, kterými se firmy zabírají jsou transparentnost, etika tržního chování či podpora malých, středních a lokálních podniků.

3.2.3 Enviromentální odpovědnost (planet)

Nejlépe pochopitelnou oblastí je oblast enviromentální, která se někdy označuje jako ekologická. Zahrnuje otázky, týkající se efektivního využívání energií a zdrojů, ochrana biodiverzity či změny klimatu. Firmy svou činností budou mít vždy nějaké dopady na životní prostředí. Snahou je tyto dopady snížit na přijatelnou míru, aby nedocházelo k narušení schopnosti planety se neustále regenerovat (Koudelková a kol., 2022).

Této oblasti se v posledních letech věnuje čím dál více pozornosti z hlediska nerecyklovaného odpadu, který devastuje naši planetu (pevninu a oceány). Organizace se zde zaměřují především na ochranu životního prostředí a jejich snahou je minimalizovat negativní dopady své činnosti na životní prostředí (Bláha a Černek, 2015).

Společnosti v současné době čelí několika enviromentálním výzvám, nevyjímaje vyčerpání přírodních zdrojů, změny klimatu, znečištění ovzduší či selhání celého ekosystému. Tyto aktivity mohou způsobit ohrožení lidské bezpečnosti, blahobytu a zdraví společnosti. Jak sociální, tak i enviromentální odpovědnost je hlavním předpokladem pro prosperitu lidských bytostí a také velmi klíčovým aspektem společenské odpovědnosti (Filho, 2019).

Vedení podniku si musí uvědomit, že v této oblasti je uplatňování odpovědnosti firmy důležité, a to nejen uvnitř samotné firmy, ale i v rámci vnějšího prostředí, které firma svou podnikatelskou činností ovlivňuje. Příkladem může být hluchnost, odpady, emise, dopravní zátěž či vzhled krajiny. Podniky by měly vynaložit úsilí k eliminaci těchto nepříznivých dopadů, nejlépe zavedením systematické proaktivní politiky týkající se této oblasti. Dále by také podniky měly pravdivě a otevřeně poskytovat informace široké veřejnosti (Kunz, 2012).

Podle Kunze (2012) aktivity spojené s enviromentální oblastí se vytvářejí podle daných norem, týkajících se ochrany životního prostředí, které vydává stát a také podle povinností, které jsou definovány v legislativě. Mezi aktivity spadající do této oblasti může zařadit například:

Odpady a recyklace – v současnosti se recykluje pouze 7 % materiálu. Zbytek tedy pochází ze zdrojů přírodních. Firma by měla preferovat při výběru materiálů obnovitelné materiály (dřevo, biomasa) a také recyklované materiály. Plasty mají klíčovou roli v rámci životního prostředí, a to jak pozitivní, tak i negativní. Plasty se využívají hlavně kvůli tomu, že jsou odolné a lehké. Díky nízké váze plastů došlo k velkému poklesu spotřeby paliva při transportu zboží a přepravě obecně. Odolnost plastu přináší jak výhodu, tak i problém. Plasty se téměř nerozkládají, pouze se rozlamují na drobné části, které na planetě přečkají až stovky let (Koudelková a kol., 2022).

Investování firem do ekologických technologií – zavádění nových technologií je bohužel velice nákladné, ale firmy by měly mít na paměti, že vysoce účinné nové technologie mohou získat jak pro podnik, tak i pro jeho výrobky značnou konkurenční výhodu (Kunz, 2012).

Předcházení vzniku nežádoucích odpadů – je zřejmé, že aktivita každého podniku má negativní dopad na životní prostředí a přináší řadu přírodních negativních sporů, v podobě, jak už bylo zmíněno, zhoršení ovzduší, půdy nebo vody. Podniky, které svojí aktivitou mohou škodit životnímu prostředí by si tak měly stanovit a uplatňovat včasné postupy, které povedou k napravení a ochraně případných dopadů (Tetřevova a kol., 2017).

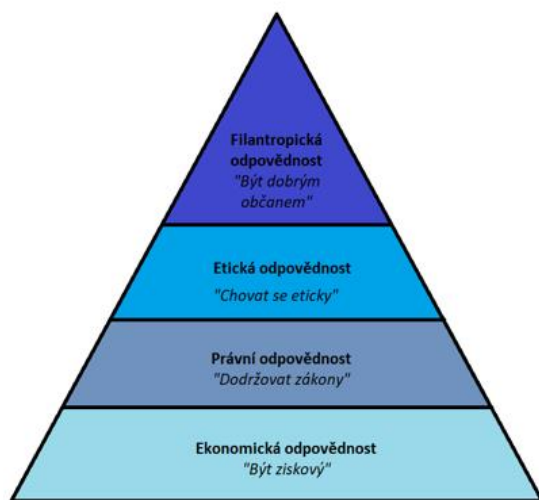
Přírodní zdroje – podnik by měl chránit přírodní zdroje a být opatrný při manipulaci s nimi, snižovat spotřebu vody a energie, používat alternativní obnovitelné zdroje energie, minimalizovat užívání fosilních paliv (Kunz, 2012).

Dodržování pravidel – v případě, že podnik manipuluje s nebezpečnými látkami, měl by striktně dodržovat předepsaná pravidla a předcházet tak katastrofám (Kunz, 2012).

3.3 CSR a Carrollova pyramida

V roce 1979 bývalý profesor Archie B. Carroll navrhl světově nejznámější pyramidu CSR. Podle něj CSR nezahrnuje pouze 3P teorii, ale zahrnuje etické, právní, ekonomické a filantropické očekávání, které je kladeno na organizaci v daném okamžiku. Účelem pyramidy bylo vyzdvihnout aspekty konceptu CSR a zobrazit typy struktury kamenů, jako čtyř klíčových druhů odpovědnosti organizace. Důležitost jednotlivých oblastí je vyznačená v pyramidě odzdoła směrem nahoru (Crane, Matten a Spence, 2014).

Obrázek 1 Carrollova pyramida



Zdroj: vlastní zpracování dle Carrola, 1991

Jeho cílem bylo vyvrácení tvrzení, že společenské a ekonomické cíle podniku nemohou být shodné, neboť si již z jádra věci odporují vzájemně. Podle něj se firmy musejí stále více uchylovat směrem od uplatňování ekonomických cílů podniku k sociální oblasti specializované na zájem celé široké veřejnosti (Srpková, Řehoř a kol., 2010).

Základ pyramidy stojí na ekonomické odpovědnosti, která je pro každou firmu klíčovým cílem. Tato oblast podporuje a provádí ostatní tři kameny pyramidy proveditelnými, neboť tyto tři sektory jsou založeny na ekonomické odpovědnosti firmy. Podnik by měl být užitečný pro společnost a také být ziskový, na základě produkování výrobků a prodávání služeb za spravedlivé ceny (Mazur, Walczyna, Cichorzewska, 2023).

Tato část pyramidy přikládá důležitost udržení vlivného konkurenčního postavení, maximalizaci zisku či snažit se dosahovat dlouhodobého zisku. Vlastníci, akcionáři i manažeři kladou důraz na tuto oblast, neboť v této oblasti vznikají odměny, které získávají v rámci ziskovosti firmy. Pokud by podnik nedosahoval žádného zisku, tak by zanikl (Yang, Wang, Marešová, Akbar, 2022).

Právní neboli zákonná odpovědnost zahrnuje dodržování předpisů a práv, neboť veškeré aktivity firmy by měly být v souladu s legislativou. Jedná se o soulad přijatých opatření a jejich právními normami, které stanovuje vláda, dále regulačními

agenturami, normativními a legislativními orgány ostatních států. V rámci ekonomického kamene to znamená to, že firmy usilují o dosahování svých cílů v rámci dodržování zákonů (Mazur, Walczyna, Cichorzewska, 2023).

Koudelková (2022) tvrdí, že podnikatelská etika má jak ve světě, tak i na našem území důležité postavení. Etiku řešila jak řada významných myslitelů, tak i ve středověku křesťanství. Byla hodnotná a přínosná v jakékoliv době, neboť díky ní šly nastavit přijatelné standardy. Lze jí chápat jako řešení určitých morálních problémů, které vznikly na základě podnikatelské činnosti. Etika v rámci podnikání je velmi důležitá, neboť svými principy kryje takovou část podnikání, která legislativně upravená není. Podnikatelskou etiku a její důležitost podtrhuje etický kodex, představující odmítání korupce a etické chování, který v současné době má převážná část mezinárodních firem.

Do etické části pyramidy spadá to, že se podniky budou chovat v rámci sociálních norem, hodnot a také principů (Yang, Wang, Marešová, Akbar, 2022).

Poslední vrstvou pyramidy je filantropická odpovědnost. Někteří autoři uvádějí zvlášť filantropickou oblast a zvlášť CSR, avšak v řadě různých formách a definicích chápání konceptu CSR je oblast filantropie právě jeho součástí. Pod pojetím filantropie se ukrývá spousta aktivit, avšak týká se hlavně dárcovství. Filantropii lze chápat i jako alternativní způsoby určité podpory od neziskových organizací (Koudelková a kol., 2022).

Podle Carrola (2016) se jedná o všechny formy obchodního dárcovství. Jsou řízeny přáním firem účastnit se společenských aktivit, které nestanovuje zákon, ani nejsou nařízeny z etického hlediska, a tudíž se od firem obecně neočekávají. Aby podniky plnily svoji filantropickou činnost, zapojují se do různých forem darování, jako například dary peněžních fondů, dary v podobě zboží a služeb, rozvoj komunity či dobrovolný příspěvek komunitě. Primárním rozdílem filantropické a etické oblasti je to, že obchodní dárcovství se nutně neočekává v rámci etického nebo morálního smyslu. Společnost takové dary očekává, ale podnik nebude označován za neetický na základě požadované úrovně či vzorce darování. Proto je tato oblast považována za dobrovolnou nebo diskreční.

Podle Koudelkové a kol. (2022) se často také lze setkat s názorem, že filantropie se týká pouze velkých korporací a firem. Avšak lze je brát jako lídry této oblasti, ale je nutné si uvědomit, že na území ČR máme cca 99,8 % podniků, které se řadí do skupiny malých

a středních podniků, tedy lze z této skupiny najít velké množství podniků, které se filantropií zabývají a věnují se jí. V dnešní době se prosazují i moderní přístupy, které vedou k realizaci filantropie. Jedná se o zavádění nových technologií, které budou napomáhat k větší pravděpodobnosti, že někdo zažádá o filantropické příspěvky či bude zařazen do firemních programů, které se koncentrují na filantropickou pomoc.

3.4 Etika v podnikání

Seknička a Putnová (2016) uvádí, že společenská odpovědnost s etikou podnikání úzce souvisí. Máme dva hlavní pojmy, které mají velký význam na definici etiky v podnikání. Jsou jimi podnikání a podnikavost. Do podnikavosti lze zařadit jednak výkonový potenciál, který představují vědomosti, dovednosti a schopnosti, tak i osobní vlastnosti, které vystihují osobnost podnikatele. Typickými jsou vlastnosti specifické, jako například svědomitost, cílevědomost, zodpovědnost, rovnost apod. a nspecifické, kam spadá poctivost, důvěryhodnost, zdvořilost, bezúhonnost, důslednost apod. Pojem podnikání souvisí s podnikavostí, kdy na tento pojem se lze dívat z různých rozměrů, například sociologické, právní, psychologické, ekonomické a jiné.

Podle Kunze (2012) podniky, které aplikují tento koncept jsou přesvědčeni o tom, že úspěšný rozvoj organizace je předpokladem podnikatelské etiky. Proto usilují o eliminaci každodenních nepřiměřených, nelegálních nebo neetických situací. U celé řady manažerů se lze setkat s názorem, že etika představuje přepych, který bude pro ně dostupný, až v případě, kdy budou ekonomicky silní. Jiný problém může představovat autentičnost přístupu podniků z hlediska podnikatelské etiky neboli nesoulad mezi skutečným používáním etických principů v rámci každodenní podnikatelské praxe a mezi tím, co podnik prezentuje.

Obchodní etika podle Twina (2023) zkoumá vhodné postupy a obchodní politiky, které se týkají případná sporná témata, včetně sociální odpovědnosti podniku, diskriminace, úplatkářství, řízení a správy společností a řada dalších. Obchodní etiku řídí obvykle zákon, avšak mimo jiné obchodní etika může sloužit jako klíčový směr, který mohou firmy následovat, aby od veřejnosti získaly souhlas. Podnikatelská etika je neustále se vyvíjející téma. Jejím úsilím je to, co musí firmy vykonávat legálně, včetně udržení dané konkurenční výhody nad ostatními. Projev podnikatelské etiky vyjadřují firmy různými způsoby. V současné době existuje všeobecně 12 etických pravidel: respekt k ostatním, loajalita,

spravedlnost, integrita, soucit, ekologické zájmy, odpovědnost, vedení, poctivost, transparentnost, upřímnost a dodržování zákonů.

Etika v podnikání je úvahou etických pravidel, standardů a principů v rámci podnikání neboli podnikatelských činností. Orientuje se tedy na koordinaci podnikatelských činností a etických principů, kdy hlavní roli zastávají etické hodnoty. Tradičními nástroji, které jsou již celá staletí ověřené, ačkoliv dostaly v průběhu času mezinárodní označení nebo moderní názvy jsou týmové práce, leadership nebo předběžné opatření. Nicméně hlavním nástrojem je etický kodex (Seknička a Putnová, 2016).

Etický kodex představuje soubor předpisů a norem, který upravuje a definuje vztahy členů určité komunity. Slouží ke kultivaci organizační kultury a podnikového klimatu. Tvorba a uplatňování tohoto kodexu vykresluje danou implementaci etických hodnot v rámci organizační kultury. Zhotovené kodexy mají písemnou podobu dokumentu, jehož výsledkem jsou klíčové zásady etického chování (Horváthová, Bláha, Čopíková, 2016).

Podle Nečadové (2013) etický kodex v rámci veřejné správy ČR vznikl v roce 2001 v dobách reformních procesů. Důvodem toho vzniku byly veřejností rostoucí požadavky po větší efektivnosti, integritě odpovědnosti a aby ve veřejné správě byly etické standardy zavedeny. Hlavním smyslem kodexu je z hlediska očekávaného profesionálního přístupu veřejné správy ze strany občanů, podporovat jednání pracovníků a požadované standardy chování.

Na základě tvorby etického kodexu lze odlišit tři různé hlavní přístupy: regulatorní, aspirační (principiální) a výchovný. Etický kodex se rozlišuje obvykle podle oblasti, ve které má být aplikován (Bohatá a kol., 2021).

Podle Bohaté (2020) jsou kodexy nástrojem pro seberegulaci, tedy pro dobrovolné přijímání etických závazků dané profese či organizace. Dodržování závazku je však samozřejmé a profese či organizace by měly přispívat k jednání, které je shodné s kodexem, motivovat pracovníky nebo členy k dodržování daného kodexu a také zavést sankce v případě porušení kodexu. Avšak praxe již několikrát ukázala, že existence určitého kodexu či jiné formy etických a jiných postojů nevede k etickému jednání. I když se etický kodex pokládá za jádro etické politiky, svoji funkci bude plnit výhradně v případě, že pro danou firmu je efektivně uplatněn a zároveň je adekvátní.

Vedle etického kodexu existují podle Bohatého a Žáka (2018) další dva nástroje etické politiky. Jsou jimi řízení rizik a vnitřní oznamovací mechanismy neboli „whistleblowing“. Řízení rizik se zaměřuje na snižování a analýzu rizik, kdy cílem je snižování pravděpodobnosti možného výskytu rizik a snižovat jejich dopad, za pomoci různých technik a metod, které odhadují a eliminují případné budoucí rizikové vlivy.

Whistleblowing se definuje jako prozrazení určitého protiprávního jednání například nevhodného chování nebo nezákonných praktik současných či bývalých členů dané organizace. Hraje důležitou roli při zastavování a odhalování neustále rostoucího protiprávního chování, které vede k významným finančním i nefinančním ztrátám organizací (Cheema, Munir, Su, 2023).

3.5 CSR a udržitelný rozvoj

V počátečních etapách vývoje, jak již bylo zmíněno bylo CSR zkoumáno jako hledisko obchodního nebo podnikového chování, které mělo dopad na životní prostředí a život společnosti. V průběhu let se však tento koncept vyvíjel pod pojetím „udržitelný rozvoj“, kdy podniková udržitelnost je výsledkem, které zvyšuje povědomí jednotlivců a organizací o sociálních a environmentálních otázkách. První rozsáhlou definici podnikové udržitelnosti či udržitelného rozvoje poskytla Světová komise pro životní prostředí a rozvoj. Tvrdí, že udržitelnost je rozvoj, který neomezuje schopnost uspokojovat potřeby budoucích generací a zároveň vyhoví potřebám současné společnosti (Dimitropoulos, Chatzigianni, 2022).

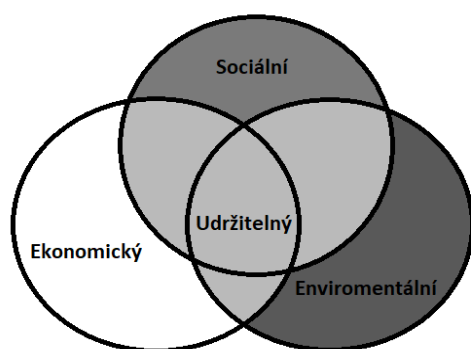
Podle Koudelkové a kol. (2022) udržitelný rozvoj není obsažen pouze v oblasti environmentální, ale i v ekonomické a sociální oblasti. Už v roce 1998 bylo poukázáno Johnem Elingtonem na to, že hlavní myšlenkou je mnohem rozsáhlejší definování pojmu udržitelnosti, do kterého spadá jak environmentální plnění, tak i společenské (sociální) a ekonomické. Jinými slovy řečeno, udržitelný rozvoj zachovává přirozenou diverzitu a přirozený ekosystém, umožňuje budoucím i současným generacím uspokojovat tak osobní, tak i ekonomické potřeby a je vůči životnímu prostředí ohleduplný.

Jedná se tedy o cílený proces změn chování v rámci lidské společnosti, který je založený na rovnováze a integraci těchto tří oblastí. Cílem udržitelnosti je dosahovat vyváženého sociálního stavu, životního prostředí a také ekonomického rozvoje,

se soudobým důrazem na přednostní smysl rozvíjení lidské osobnosti z hlediska podmínek demokracie. Tento trojdimenzionální obraz je právě výhodou pojetí udržitelnosti, neboť jednotlivé oblasti nejsou chápány odděleně, ale jako jedna stavba neboli tento obraz zasahuje vzájemně se působící faktory rozvoje a oblasti (Kunz, 2012).

Vrabcová (2021) uvádí, že různé definice udržitelného rozvoje lze také vysvětlit graficky, například pomocí Vennova diagramu. Jedná se o interpretaci příslušnosti elementů do množiny a také vztahy mezi množinami. Jak je zjevné z obrázku 2, Vennův diagram se skládá z uzavřených křivek, kdy body uvnitř reprezentují prvky množiny. Je tedy jasné, že všechny tři hlediska, která již byla uvedena v kapitole „Triple bottom line“ jsou naprosto nezbytná, neboť enviromentální udržitelnost představuje ekosféru, která chrání a podporuje život, sociální udržitelnost představuje záruku pro dodržování lidských práv a funkční společnost a v neposlední řadě ekonomická udržitelnost která představuje budoucí zdroje, příjmy a stabilní prostředí pro případné investory.

Obrázek 2 Vennův diagram udržitelnosti



Zdroj: vlastní zpracování dle Vrabcové, 2021

Podle Hopkinse (2016) je definice společenské odpovědnosti a udržitelnosti totožná, avšak společenská odpovědnost umožňuje metodologii, kdežto udržitelnost se zabývá péčí o příští generaci. Ostatní vědci se spíše přiklánějí k definici enviromentální. Společenská odpovědnost je obecným pojmem či procesem k tomu, aby bylo chování institucí a firem zodpovědné a zároveň aby cílily k udržitelnosti. Hlavním konceptem je společenská

odpovědnost a udržitelnost slábnou, díky nadměrné průbojnosti problematiky týkající se životního prostředí. Společenská odpovědnost a udržitelný rozvoj mají stejné zaměření (sociální, enviromentální, ekonomické), díky tomu mohou vznikat rozepře vzhledem k jejich spojitosti. Lze se tedy setkat s názorem, že jsou tyto dva koncepty synonymy, nebo s odlišným názorem, kdy součástí udržitelného rozvoje je společenská odpovědnost. Avšak existují i takový odborníci, kteří vnímají společenskou odpovědnost jako nástroj, který je nutný pro dosahování trvalé udržitelnosti. V rámci praxe ale platí, že firmy by se měly chovat odpovědně a tím napomáhat udržitelnému rozvoji k dosahování cílů (Křečková Kroupová, 2018).

3.6 Stakeholderi

Důležitou otázkou je, nejen proč má být firma společensky odpovědná, ale hlavně vůči komu má být odpovědná. Touto otázkou se již v roce 1966 zabývali Blomstrom a Davis, kteří uvádějí, že firmy by měly být společensky odpovědné vůči těm, kteří jsou či mohou být jejich aktivitami ovlivněni. Neboli jak už bylo zmíněno v soudobém pojetí se jedná o tzv. stakeholdery, jinak řečeno zainteresované strany nebo zájmové skupiny (Tetřevová a kol., 2017).

Bohatá (2020) uvádí, že pojem „stakeholder“ se již v roce 1963 poprvé objevil v souvislosti se strategickým řízením. Dříve se týkal těch skupin, které měly hmotný zájem ve firmě („stake“), avšak postupem času se toto chápání rozšířilo i na ty skupiny, které jsou nějakým způsobem dotčeny aktivitou firmy. V rámci podnikatelské etiky s prvním vymezením tohoto konceptu přišel v osmdesátých letech 20. století R. Edward Freeman, který definoval zainteresované strany neboli stakeholdery, jako celou skupinu, jednotlivce či subjekty, kteří chodem podniku přímo či nepřímo nějakým způsobem ovlivňují, nebo jak již bylo zmíněno, byli přímo či nepřímo dotčeni aktivitou firmy.

Každý podnik, pokud chce být na trhu dlouhodobě úspěšný, by se měl podle Kunze (2012) zabývat analýzou svých stakeholderů. Měl by zjišťovat, kdo jsou jeho stakeholderi, jaké mají zájmy a očekávání, jak moc jsou důležití, respektive jací jsou jeho hlavní stakeholderi, jaký mají vliv na jeho podnikání, jak s nimi komunikovat atd. Snaha podniku rozvíjet spolupráci a více naslouchat stakeholderům může poskytnout celou řadu výhod v podobě získání větší odpovědnosti a transparentnosti, většího porozumění stakeholderů, předcházení, respektive řízení rizik, získání důležitých informací a vzájemných podnětů.

Díky této snaze může podnik také budovat dlouhodobou spolupráci nebo zdolat vzájemnou nedůvěru.

Firma stakeholdery potřebuje k tomu, aby mohla vůbec existovat. Je řada přístupů, jak lze členit stakeholdery. Například bývají rozdělení na primární a sekundární stakeholdery. Do primárních lze zařadit ty, jejichž podpora je důležitá pro samotnou existenci podniku a ke kterým mají podniky určité povinnosti. Neboli mají významný vliv na činnost podniku. Do této skupiny lze zařadit například zákazníky, zaměstnance, dodavatele, vlastníky nebo investory. Sekundární jsou ti, kteří jsou ovlivňováni činností firmy, avšak naopak nemají vůči podniku žádné speciální povinnosti, nejsou pro existenci firmy klíčoví. Podnik může mít v tomto případě morální povinnost takovou, že nebude způsobovat újmu. Příkladem může být vláda, obchodní a občanská sdružení nebo nátlakové skupiny (Bohatá, 2020).

Postavení stakeholderů z pohledu firmy je doposud stále nevyřešenou otázkou. Někteří tvůrci tvrdí, že všichni stakeholderi jsou pro podnik stejně důležití a měli by mít tedy rovné postavení. Jiní tvrdí, že jednotlivé zainteresované strany mají v rámci podniku odlišné úrovně vlivu nebo pravomocí, proto by přístup podniku vůči nim měl být diferencovaný. Hlavní je soustředit se na řízení vztahů se zainteresovanými skupinami, kdy na základě tohoto procesu by podniky měly zainteresovaným stranám umožnit aktivní podílení se na vybraných podnikových rozhodovacích procesech. Důležitou roli v rámci řízení těchto vztahů představuje zveřejňování nepovinných a nefinančních informací (Tetřevová, Middtun a kol., 2022).

Pro použití této teorie v praxi firma musí znát, jak již bylo výše zmíněno své stakeholdery, hodnotit jejich důležitost tak, aby byla schopna zvolit efektivní strategii. Tomu napomáhá soustava tří znaků, kterými jsou legitimita, naléhavost a moc (Mitchell a kol., 1997).

Legitimita je založena na základě, kdy společnost může odebrat právo firmě působit v ní, pakliže dojde ze strany firmy o porušení tzv. společenské smlouvy. Díky tomu je snahou firmy to, aby byla společností vnímána jako ta, která v dané společnosti podniká podle stanovených norem a na základě stanovených hranic. Výsledkem je udržování či získávání oprávnění firmy i nadále ve společnosti působit a vyhýbá se případným sankcím, které ji společnost může v případě porušení udělit. Příkladem takové sankce může

být zvýšení daní či pokut, snížení poptávky po produktech firmy nebo například zastavení proudu finančního kapitálu (Kašparová, 2012).

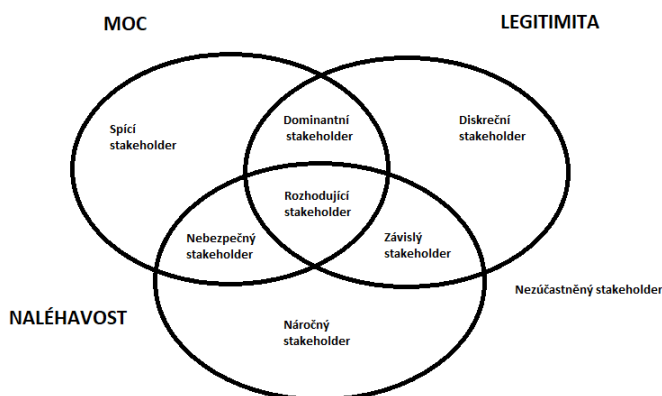
Legitimita představuje předpoklad, že mezi veřejností a firmou existuje určitá společenská smlouva, která platí pouze v případě, že má podnikatelský činitel souhlas od společnosti ke své aktivitě. Na řízení CSR lze hledět jako na účel organizace o usilování morální legitimacy. Tomuto účelu přispívají jak externí, tak i v některých případech interní faktory obchodní strategie společensky prospěšných stránek (Wang a Sarkis, 2017).

Naléhavost představuje největší přínos pro identifikace stakeholderů. Obsahuje dvě hlediska, která musí být splněna pro její existenci. Jsou jimi kritičnost a časová citlivost. Jinak řečeno nakolik je pro stakeholdery předpoklad kritický a nakolik je pro stakeholdery nepřijatelná prodleva v rámci plnění určitého předpokladu. Naléhavost také představuje míru, v jaké se dovolávají stakeholderi okamžité pozornosti (Mitchell a kol., 1997).

Moc charakterizuje schopnost pro dosahování svých daných cílů. Lze ji rozdělit na moc donucovací, která používá násilí, omezování či fyzickou sílu. Moc utilitaristkou, která používá materiální nebo finanční prostředky a moc normativní, která používá symbolické prostředky, jako je láska, prestiž nebo úcta (Částek, 2010).

Stakeholder s nejvyšším počtem těchto atributů je pro firmu důležitější a firma tak zvyšuje svoji pozornost k tomuto stakeholderovi (Mitchell a kol., 1997).

Obrázek 3 Typologie stakeholderů



Zdroj: vlastní zpracování dle Mitchella a kol., 1997

Na základě výše uvedených tří znaků (moc, legitimita a naléhavost) se stakeholderi člení dále do tří skupin a jejich dílčích podskupin. Jsou jimi latentní stakeholderi, vyčkávající stakeholderi a definitivní stakeholderi (Mitchell a kol., 1997).

Do **latentních stakeholderů** lze zařadit podskupiny spících, diskrečních a náročných stakeholderů. Tato skupina se vyznačuje jenom jedním zkoumaným atributem. Hlavním znakem této skupiny je chybějící síla a význam urgency v rámci jejich jednání. Nejsou považováni za důležitou a prioritní skupinu stakeholderů, kdy pozornost jim bude věnována až po uspokojení předpokladů jiných subjektů (Mladá veda, 2017).

Vyčkávající stakeholderi představují skupinu stakeholderů, kteří očekávají pozornost. Jsou jim připisovány dva atributy. Tuto skupinu lze dále rozdělit na stakeholdery závislé, nebezpečné a vlivné. Závislými stakeholdery (naléhavost, legitimita) mohou být organizace zaměřující se na ochranu životního prostředí. Jako nebezpečný (naléhavost, moc) stakeholder lze představit například nedovolenou stávku, v extrémním případě terorismus. Vlivným stakeholderům (legitimita, moc) je věnována největší pozornost z hlediska manažerského zájmu. Lze si pod touto skupinou představit například investory, vlastníky či věřitele (Mitchell a kol., 1997).

Definitivní stakeholderi představují skupinu stakeholderů, kterým jsou připisovány atributy všechny tři. Jejich požadavky představují pro podnik nejvyšší prioritu (Částek, 2010).

3.7 Moderní trend (aktivity) CSR

3.7.1 Work-Life Balance

Jak už bylo výše zmíněno, pojmem Work-Life Balance lze rozumět skloubení svého pracovního a osobního života. V reakci na zvyšující se problémy s produktivitou a zdravím, které vyplývají z nedostatečné rovnováhy mezi soukromým a pracovním životem pracovníků podniká mnoho organizací vážné kroky ke snižování konfliktů v pracovních i rodinných záležitostech svých pracovníků. Organizace, které flexibilitu soukromého a pracovního života neumožňují, negativně ovlivňují pracovní výkon svých pracovníků, zatímco zlepšování rovnováhy mezi soukromým a pracovním životem může být prospěšné nejen pro pracovníky, ale také pro organizace (Haider, S., Jabeen, S. & Ahmad, J., 2018).

Podle Kašparové a Kunze (2013) mezi hlavní nástroje Work-Life Balance patří například práce z domova, flexibilní pracovní doba, stlačený pracovní týden, sdílení pracovního místa nebo také zkrácené úvazky, které ocení převážně studenti či ženy, které se vrací z rodičovské nebo mateřské dovolené. Novějším nástrojem je například sick days, který představuje placené volno. Toto volno může zaměstnanec využít v případě, pokud dojde ke zhoršení jeho zdravotního stavu. Zaměstnavatel se svým zaměstnancem se v pracovní smlouvě dohodnou na počtu dní, avšak v průměru se jedná o 3-5 dní za kalendářní rok (Jouza, 2019).

Nepřítomnost Work-Life Balance může vést k narušení pohody a duševního zdraví každého zaměstnance, což zároveň může vést k ovlivnění výkonnosti, odhodlání, produktivity, spokojenosti s prací či k ovlivnění fluktuace zaměstnanců. Je tedy jasné že Work-Life Balance přispívá k produktivní a zdravé organizaci a blahobytu lidí. Případná nerovnováha mezi rodinou a prací může významně ovlivnit duševní, psychický fyziologický stav každého jedince (Nwagbara, 2020).

3.7.2 Corporate community involvement

Kašparová a Kunz (2013) tento pojem chápou jako základní koncept aktivit, kterými se firmy zapojují do přímého okolí, ve kterém firmy působí neboli do života komunity. Pokud se firmy budou zaměřovat v externím prostředí na činitele, jsou jejich výrazy veřejnosti nejviditelnější ze všech dílů CSR. Aktivity spadající pod tento pojem jsou například firemní dobrovolnictví, firemní dárcovství, firemní sponzoring, cause promotion či cause related marketing.

Firemní dobrovolnictví je jednou z filantropických aktivit, kde firmy podporují a podněcují pracovníky k zapojení se do určité činnosti neziskové organizace. Pracovníci se mohou během své pracovní doby například podílet na zabezpečení veřejně prospěšných prací, kdy za tento úkon dostávají mzdu, která odpovídá výši průměrné mzdy (Tetřevová, 2017).

Podle Legnerové a Dohnalové (2018) je podpora spokojenosti a motivace zaměstnanců ze stran zaměstnavatelů realizovaná hlavně díky pozitivnímu postoji k zájmu na rozvoji společnosti. Zúčastněné osoby a jejich zapojení do firemní strategie

je považováno za politiku, která bude podniku přinášet hlavně udržitelnou konkurenční výhodu.

Firemní dárcovství je aktivita, díky které firma poskytuje finanční nebo nefinanční podporu neziskové organizaci. Tato aktivita se dále může dělat na mecenášství, kdy firmy přispívají opakovaně anebo na donátorství, kdy firma poskytne jednorázový příspěvek. Příklady firemního dárcovství jsou například věcné dary, finanční příspěvky, poskytnutí služeb nebo zapůjčení majetku podniku (Tetřevová, 2017).

Firemní dárcovství v rámci České republiky neustále roste, avšak podíl individuálních a firemních dárců v neziskových organizacích v porovnání se světem je stále velmi nízký. Nejvíce podporovanou skupinou jsou studenti, děti a mládež. Naopak nejméně podporovanou skupinou jsou národní menšiny, drogově závislí či lidé bez domova. Z pohledu dárcovství firem je nejvíce podporován výzkum, veřejná politika a lidská práva (Kašparová, Kunz, 2013).

Firemní sponzoring je určitý nástroj, který má zabezpečit dostatečné kvantum finančních prostředků na uskutečnění sportovních, charitativních, kulturních a jiných společenských akcí. Obě strany hledají takovou formu sponzoringu, díky kterému budou prosperovat oba činitelé a vzájemně si poskytnou pomoc. Sponzoři poskytují finanční zdroje či služby druhé straně, ta na oplátku poskytne svým sponzorům například naplnění a propagaci svých daných komunikačních cílů nebo reklamu (Čáslavová, 2020).

Cause promotion je marketingová aktivita, kdy podniky poskytují in-kind příspěvky v podobě například pronájmu vlastního zařízení či jiné podnikové zdroje pro realizaci reklamní kampaně, která má zvýšit zájem a povědomí o sociálním tématu či podporovat činnosti pro získání finančních či dalších prostředků pro obecně prospěšnou činnost jednotlivců či organizací nebo také podporuje získání nových dobrovolníků v rámci tohoto tématu. Podstatou tedy propagace a strategií je komunikační přesvědčování. Výhodou této aktivity může být například posílení postavení značky nebo vytvoření loajality svých zákazníků. Naopak možnou nevýhodou může být časová náročnost, ztrát viditelnosti pro podnik nebo nesnadné sledování výnosů a výdajů v rámci propagace (Kadeřábková, 2021).

Cause related marketing je další marketingová aktivita, která přináší určité benefity jak zapojeným firmám, tak i jejím zákazníkům. Podniky a neziskové organizace, které vzájemně spolupracují se tak snaží docílit společenské změny, která ve velké míře závisí na důvěře a loajalitě jejich zákazníků (Zhang, Scodellaro, Pang, Lo, Xu, 2020).

Pokud je cause related marketing navázán na kompetence podniku a strategické záměry, dochází tak k propojení ekonomických cílů s cíli sociálními. Jde v podstatě o peněžní podobu dárcovství, která je vázaná na prodej daného produktu, kdy firma z každého prodaného výrobku odvádí předem stanovenou částku na zvolený charitativní projekt (Kašparová a Kunz, 2013).

Mezi výhody této aktivity patří například přilákání nových potenciálních zákazníků nebo zvýšení prodejů. Na druhé straně nevýhodami mohou být organizační náročnost na realizaci nebo vazba na frekvenci transakcí či transakce, neboť individuální příspěvky bývají velmi nízké (Kadeřábková, 2021).

Sociální marketing představuje také marketingovou aktivitu. Podle Bačuvčíka a Harantové (2016) je sociální marketing téma, o kterém se v poslední době relativně hodně mluví. Stává se tak v úrovni nekomerčního i komerčního marketingu. Komerční podniky se již nespokojí s nabízením a prodáváním výrobků a služeb, ale chtějí být členem v diskusi či řešení určitého společenského problému či tématu, jinak řečeno, chtějí být společensky zodpovědní. Nejen že svým klientům poskytují služby, ale zároveň se zapojují i do veřejného života, kdy proti něčemu bojují či něco prosazují. Do této oblasti se také zapojuje veřejná správa, tedy obecní a krajské úřady či ministerstva, kteří tyto společenské problémy a témata komunikují a řeší v rámci svého postavení.

Sociální marketing zahrnuje plánování a provádění kampaní s cílem získat finanční či hmotné prostředky, na řešení určitého problému, jako například pomoci obětem v případě přírodních katastrof, donutit společnost dělat věci jinak, například dodržovat maximální povolenou rychlost nebo zavést diskusi na dané téma neboli upozornit na určitý společenský problém. V širším slova smyslu se jedná o marketingové principy a postupy pro komunikaci, vytváření a poskytnutí hodnoty, která má za cíl změnit chování určitého obyvatelstva. Změna chování tomuto obyvatelstvu a zároveň i společnosti přináší užitek (Kadeřábková, 2021).

3.7.3 Společenské investování (odpovědné investování)

Společensky odpovědné investování lze definovat jako přístup k investování, kdy o držení, uskutečňování a o výběru určitých investic se v tomto přístupu rozhoduje na základě zvažování rozsáhlejší palety kritérií. Volba těchto kritérií se v čase mění. Vybraná kritéria pokaždé odrážejí současné hodnoty a normy uznávané společností. Církevní instituce byly první, které zvažovaly i jiná než finanční kritéria v rámci svého investičního rozhodování. Podle svých zásad se stranili od investování do tabákového a poté i do zbrojního průmyslu nebo do lihovin (Kašparová a Kunz, 2013).

Impact investing je určitá forma společensky odpovědného investování, která monitoruje jak činnosti podniku, tak objektem pozornosti je i využívání finančních prostředků. Jako příklad lze uvést financování udržitelné dopravy, ekologických staveb či recyklačních projektů (Hayat a Orsagh, 2015).

Green investing je takové investování, týkající se trvale udržitelného rozvoje. Zdůrazňuje sladění ekonomického rozvoje a životního prostředí. Většinou se tedy jedná o investice, které se týkají ochrany životního prostředí (Rizzello, 2022).

Greenwashing lze formulovat jako úmyslné šíření dezinformací podnikem, což má za cíl představit veřejnosti environmentálně odpovědný pohled sama sebe. Jedná se o určitý druh parazitování na dobré věci. Greenwashing je negativní nevídané chování, kdy důvodem, proč se firmy k němu uchylují jsou zelení zákazníci. Avšak nejen oni, neboť poslední dobou se eko výrobky a tzv. green výrobky staly vyhledávané mezi všemi skupinami zákazníků. Firma se tak přirozeně snaží svým klientům nabídnout to, co zákazníci chtějí a po čem touží. Problémem je, že ne všechny firmy mají dostatečnou kapacitu, ať už personální, časovou či finanční. Některým firmám chybí i know-how a potřebné znalosti (Koudelková a kol., 2022).

Pinkwashing představuje marketingovou strategii, které uplatňují například velké produkční filmové společnosti. Používají jí v důsledku toho, aby byly vnímány jako odvětví, které toleruje sexuální rozmanitost. Neboli jinak řečeno, jejich snahou je očistit se od negativních stížností, v důsledku neostatečné sexuální rozmanitosti (Sánchez-Soriano, Jiménez, 2020).

Whitewashing je praktika, díky které se jednotlivci či organizace usilují úmyslně zkreslit nebo zaměnit pravdivé informace, aby zmenšili nebo skryli svoji negativní současnost či minulost. Tyto organizace zakrývají v rámci svých aktivit nepoctivost, která hraničí se zákony, a to převážně ve sféře politické. Příkladem může být prezentování nepravdivých statistik a čísel (Kašparová a Kunz 2013).

3.7.4 Sdílená hodnota (corporate shared value)

Podle Kadeřábkové (2021) tento koncept již v roce 2006 definovali Mark Kramer a Michael Porter, jako další chápání vztahu mezi sociálními a ekonomickými stránkami businessu, včetně souvislosti na kritizovaný tradiční pojem CSR. Propojení sociální a ekonomické hodnoty je zahrnuto právě ve sdílené hodnotě neboli ekonomická hodnota je tvořena takovými prostředky, že společně vytváří i hodnotu pro společnost, neboť řeší její problémy a potřeby. Sdílená hodnota je považována za nový způsob pro dosahování ekonomického úspěchu, tedy nástroj pro zvyšování konkurenceschopnosti. Jedná se tedy o postupy a politiky, které zlepšují sociální a ekonomické podmínky společnosti, ve které podnik působí a zároveň zvyšuje konkurenceschopnost firmy. Hodnotu lze definovat jako užitek v poměru k nákladům.

Podle Kašparové a Kunze (2013) existují tři cesty pro vytvoření sdílené hodnoty:

Redefinování hodnotových řetězců, kterým firmy mohou zlepšovat množstevní, spolehlivostní, nákladové a kvalitativní hlediska svých vstupů, včetně distribuce a působit současně jako hybná síla společenského a ekonomického rozvoje nebo dobrý správce klíčových přírodních zdrojů;

Zlepšování místních podmínek se rozumí provázanost firem s jejich okolím. Podnikům je jasné, že pro svoji existenci potřebují například fungující telekomunikační nebo dopravní infrastrukturu, či nalézat kvalifikované pracovníky ve své oblasti působení.

Rekonfigurace (inovace) produktů a služeb zahrnuje poskytování lepších produktů a služeb na dosavadních trzích, hledání případných nových možností, snižování nákladů za pomoci inovací či uspokojování potřeb komunity.

3.8 Příklady norem CSR

I přes to, že je implementace CSR na dobrovolné úrovni, tedy zda se organizace rozhodnou pro implementaci tohoto konceptu, existuje řada norem, respektive standardů,

díky kterým lze firmu označit jako společensky odpovědnou. Lze říct, že se jedná o fungující rozcestník. Institut etické a sociální odpovědnosti tvrdí, že v současné době existuje přes 300 nástrojů, standardů, norem pro kontrolu, stanovení a regulaci určitých podmínek pro realizaci aktivit týkající se společenské odpovědnosti a jejich oblastí (Putnová a Seknička, 2016).

ISO 26000 představuje nejznámější normu. Normu vydala Mezinárodní organizace ISO, která provádí společenskou odpovědnost pro organizace a společnosti z veřejného, tak i ze soukromého sektoru bez ohledu na umístění nebo velikost společnosti. Cílem této normy je zvyšovat odpovědnost společnosti a zvyšovat tak i její podíl v rámci udržitelného rozvoje. Pokud společnost přijme požadavky ISO 26000, zavazuje se tak dodržovat pravidla v rámci CSR. Součástí jsou i pracovní postupy pro zlepšování ekonomické, společenské a enviromentální oblasti. Tato norma pomáhá zlepšovat pověst organizace, produktivitu, angažovanost či kulturu (Formánková, Vajčnerová, 2018).

SA8000 je celosvětovou uznávanou certifikační normou pro zvládání požadavků v sociální oblasti odpovědnosti. Je stanovená pro všechny druhy organizací bez ohledu na umístění a velikost. Tato norma je úzce provázána s předchozí normou ISO 26000. Nespadá do ISO norem, ale je vydávána nevládní mezinárodní organizací SAI (Social Accountability International), která sídlí v USA, New Yorku (Management Mania, 2016).

GRI – Global Reporting Initiative je v poslední době čím dál používanější a rozšířenější norma. Cílem této normy je vytvořit model, který bude měřit a reportovat enviromentální, sociální a ekonomické stránky podnikání. V těchto oblastech stanovuje GRI základní indikátory, jejich dodržování při sestavování zpráv je nutné. Jedná se o kvalitativní a kvantitativní indikátory. Indikátory nejsou striktně dané. Organizace si je může sama vhodně vybrat ze seznamů, který je uvedený ve směrnici GRI (Seknička a Putnová, 2016).

ISO 14001 představuje uplatňování požadavků na systém enviromentálního managementu. Důraz je kladen na přijatelné využívání zdrojů, identifikování opatření a podporování udržitelných postupů, které povedou ke snižování negativních dopadů na životní prostředí v rámci vykonávání ekonomické činnosti každé společnosti (Molina-Reyes, Cervera-Cárdenas, Pulido-Rojano, 2022).

ISO 9001 je norma, která představuje model na systém řízení kvality, který se zakládá na definování pokynů, jejichž dodržování organizace podléhá interně, aby uspokojila požadavky svých klientů (Martínez, Carabel, García, 2021).

Požadavky v rámci řízení kvality ve všech společnostech jsou prokazování schopnosti organizace poskytovat takové produkty, které budou splňovat platné právní předpisy a splňovat požadavky svých klientů. Dalším požadavkem je v rámci zajištění shody a neustálého vylepšování systému zvyšovat spokojenost svých klientů (Benzaquen-de Las Casas, Pérez-Cepeda, 2016).

3.9 Kritika CSR

CSR si v rámci svého vývoje získal řadu zastánců, ale také i kritiků. Prvním známým kritikem tohoto konceptu byl nositel Nobelovy ceny a zastánce liberální ekonomie Milton Friedman. Ten během svého života publikoval řadu příspěvků a knih, v nichž kritizoval jak koncept CSR, tak i jeho zastánce. Domníval se, že pokud se firma zapojí do společensky prospěšných činností, odvádí jí to od splnění svého hlavního cíle, rozdrucuje její hlavní poslání a zvyšuje tak i její náklady. Ty se poté přesouvají nepříznivě na firemní stakeholdery, jednak ve formě nižších dividend a výnosů pro akcionáře, tak i v podobě vyšších cen podnikových výrobků a služeb nebo se to také odrazí u nižších platů pracovníků (Kunz, 2012).

Věřil, že společnosti svoji společenskou odpovědnost plní jednoduše prostřednictvím produkování výrobků a služeb za příznivé ceny či v rámci tradičních obchodních aktivit. Jeho argumentem bylo to, že dodatečný koncept CSR by znamenal utrácení peněz například zákazníků nebo akcionářů, tedy peněz někoho jiného, což by banalizovalo zaměření na zisk, čímž by se organizace ocitla v nevhodné pozici (Maurice, 2022).

Dalším kritikem byla Elaine Sternberg, která nebyla zastáncem teorie zainteresovaných stran. Podle ní není tato teorie slučitelná s byznysem, se správou a řízením, neboť vyžaduje neospravedlnitelnou odpovědnost v rámci veřejnosti a ničí jádro soukromého vlastnictví. Tvrdí, že teorie je špatně vykládána a mylná. Avšak není úplně nelegitimní. V této teorii vidí dva pozitivní aspekty. První je ten, že teorie upozorňuje na jednotlivce a skupiny, které je nutné brát v úvahu. Druhým aspektem je užitečnost pro chápání společenské odpovědnosti (Bohatá, 2020).

Koncept CSR kritizuje také Robert Reich, profesor z Kalifornské univerzity. Domnívá se, že zástupci komerčního sektoru by se v CSR neměli účastnit v takové rozsahu, jako tomu bylo dosud a vůbec ne v oblastech, které jim nepřísluší, dokonce by od CSR měly firmy zcela upustit. Tvrdí, že se CSR aktivisté nechávají odvést od stěžejnějšího a reálnějšího úkolu, kterým je vládu přinutit k tomu, aby začali řešit sociální problémy. Předpokládá, že povinností vlády je právě stanovit pravidla, která budou zachovávat volný trh pro podniky, které se soustředí na maximalizaci zisku. Tohoto zisku by však neměly firmy dosahovat na úkor veřejného zájmu v rámci celé společnosti (Kunz, 2012).

Jelikož koncept CSR je stále rostoucím problémem, věří se, že pohled některých kritiků této problematiky je do určité míry neúčinné v souvislosti s vnímáním tohoto konceptu jako negativního vlivu podnikání na společnost a vedoucí k nedostatku veřejných statků (Thottoli, Thomas, 2023).

3.10 Vysoké školy na území České republiky

Univerzity neboli obecnější termín vysoké školy jsou jedny z nejsložitějších institucí společnosti. Složitost lze nalézt převážně v jejich rozmanitých zakládajících strukturách, vlastnictví, formách, funkčních a organizačních jednotkách, kvalitě, aktivitách a následně i v jejich velikosti a specializaci. Tato složitost se také týká různých sociálních skupin, jako jsou učitelé, výzkumní a administrativní pracovníci nebo studenti. Z toho vyplývá, že v rámci této složitosti je jak vědecké pozorování, tak i řízení univerzit prováděno na základě mnoha složitých metod a na mnoha organizačních úrovních (Bogacz-Wojtanowska, Jedynek, Wrona a Pluszyńska, 2022).

Vysoké školy jsou klíčovým dílem vzdělávací soustavy, jsou nejvyššími centry vzdělanosti, tvůrčí činnosti a nezávislého poznání. Věnovat pozornost této problematice pramení již ze samotného poslání univerzit, kdy plní hlavní úlohu v ekonomickém, kulturním a sociálním rozvoji společnosti. Měly by prosazovat zákonitosti společensky odpovědného chování, z hlediska nejen své vzdělávací aktivity, vedoucí ke vzdělávání k udržitelnosti, kdy nabývají přenosu znalostí, které respektují současné tendence udržitelného rozvoje a společenské odpovědnosti. Neboť vysoké školy vzdělávají a vyjadřují tak pohledy budoucích tvůrců politiků a manažerů (Larrán Jorge a Andrades Peña, 2017).

Vysoké školy lze členit na univerzitní a neuniverzitní. Vysoké školy univerzitní tzv. univerzita je druh školy, která se dále dělí na fakulty. Univerzita je oprávněna realizovat všechny druhy studijních programů a s nimi souvisejících činností jako je činnost výzkumná, vědecká, vývojová, umělecká, inovační nebo jiná tvůrčí činnost. Vysoké školy neuniverzitní se na fakulty nečlení a jsou oprávněny realizovat pouze studijní programy magisterské a bakalářské. Z hlediska možného způsobu financování, dále lze členit vysoké školy na soukromé, státní a veřejné. Vysoké školy veřejné, jsou hrazeny ponejvíc ze státního rozpočtu ČR a jsou vytvořeny či rušeny zákonem. Stejně tomu je u státních škol, které jsou také hrazeny ze státního rozpočtu. Do vysokých škol státních spadají policejní a vojenské vysoké školy, které slouží ke vzdělání odborníků pro bezpečnostní sbory a ozbrojené síly. Vysoké školy soukromé jsou hrazeny soukromými zdroji, avšak mohou i přijímat dotace v rámci veřejných zdrojů (Tetřevová a kol., 2017).

V současné době máme 26 veřejných, 2 státní a 30 soukromých vysokých škol (MŠMT ČR, 2023).

3.10.1 Třetí role univerzit

Vedle výzkumu a vzdělávání má univerzita ještě další tzv. třetí roli, která představuje službu společnosti, její rovné společenské působení. Univerzita se zajímá o současný společenský vývoj a také významně přispívá k rozšiřování nejaktuálnějších vědeckých hodnot a poznatků různými způsoby. Cílem je být oboustranně a v těsném celospolečenském dotyku na národní, mezinárodní i lokální úrovni. Hlavním úkolem je přenášení nejaktuálnějších technologií a poznatků formou analýz, licencí, patentů nebo studií, poskytování vědeckých služeb, konzultací nebo výzkumu v hlavních oblastech. Což přímo ovlivňuje rozvoj služeb a průmyslu pomocí inovací, zaměstnanost či kapacit sociální péče (Univerzita Karlova, 2022).

Univerzity a její třetí role se začala vyvíjet v závislosti na odrazu ekonomické krize. Z tohoto důvodu se důraz kladl především na spolupráci s průmyslem a také komercializaci výzkumu. V první řadě šlo především o odezvu vysokých škol na současný ekonomický stav, avšak postupem času se role formulovala širěji. Autory třetí role vysokých škol jsou OECD a UNESCO, kdy Česká republika je členem těchto mezinárodních organizací, proto je nutné brát jejich vysvětlení v potaz (Mikulová, 2018).

Propojení aplikované a akademické sféry zdůrazňuje Evropská unie a proces přenosu znalostí spojuje tradičně s jejími ekonomickými výhodami. V rámci tohoto chápání univerzitní instituce slouží jako hlavní element pro rozvoj. Univerzity mají kriticky zkoumat důsledky a příčiny vzniku globálních sociálních problémů, kdy získané znalosti na univerzitách by měly aplikovat na zmírňování a řešení ekonomických a sociálních rozdílů mezi rozvojovými a rozvinutými zeměmi UNESCO. Zapojení výzkumných veřejných organizací do přenosu znalostí a do ochrany duševního vlastnictví považuje Evropská komise za zásadní pro přilákání výzkumných pracovníků, studentů a jiného financování nebo zásadní pro vytváření socioekonomických výhod (Štemberková, Škodová-Parmová, Marešová, Očko, 2021).

Zda obchodní využití výzkumných a vzdělávacích služeb vysokoškolských organizací pro soukromý zisk, aniž by obsahovala záruku udržitelného zacházení v rámci přírodních zdrojů nebo dodržování lidských práv uvnitř celého cyklu produkce lze pokládat za třetí roli vysokých škol je otázkou. Problematický je zejména předpoklad, že rozvoj trhu práce nebo ekonomický rozvoj automaticky přispívá nebo nezabraňuje kulturnímu, sociálnímu a enviromentálnímu rozvoji (Krčmářová, 2010).

3.10.2 Univerzity a jejich společenská odpovědnost

Problematika USR („university social responsibility“) neboli v překladu společenská odpovědnost univerzit, stojí mimo hlavní tok zkoumání, oproti problematice týkající se společenské odpovědnosti firem. Počet publikací na téma CSR je o přibližně sto krát více než počet publikací na téma USR. Avšak počet publikací na téma společenské odpovědnosti univerzit stále roste, neboť tato problematika nabývá na významu. Pokud vysoké školy budou společensky odpovědné, mohou tak přispět ke zlepšení životní úrovně v rámci celé společnosti a k posílení užitků občanů. I pro jednotlivé vysoké školy může být odpovědnost přínosem v podobě zlepšení reputace a image vysoké školy nebo zvýšení atraktivity pro budoucí uchazeče (Tetřevová, Midttun a kol., 2022).

Vysoké školy, které jsou převážně veřejné instituce se sociálním posláním a také s ambicí sociálního dopadu jsou prostorem k hlubšímu zkoumání jejich společenské odpovědnosti, kde technologický pokrok a rychle se měnící společnost vytvářejí nátlak na univerzity k přezkoumání metod a obsahu výuky a dále nutí také k posunům v rámci měření (Tauginienė a Pučėtaitė, 2021).

Tedy stejně jak podniky, tak i vysoké školy musejí čelit novým globálním a tržním podmínkám. Díky vzrůstajícímu vzniku škol soukromých a také zlepšování dostupnosti vzdělávání, se postavení vysokých škol přibližuje spíše k oblasti služeb, ve které probíhá obvyklý konkurenční boj. Hojnost těchto škol přináší konkurenci do akademického sektoru, ať už se jedná o školy soukromé, státní či veřejné. Právě ve všech těchto tří případech jsou to vysoké školy, které ovlivňují utváření generace studentů, z toho důvodu by měly dbát na společenské hodnoty, například v rámci konceptu CSR (Dahan, Senol, 2012).

Podle Marušákové (2020) univerzity jako Cambridge, Harvard či Oxford již několik let řeší otázku udržitelnosti, snižují svoji ekologickou stopu a zároveň se soustředí na řešení globálních problémů, jak je například klimatická krize. České vysoké školy jsou v zavádění různých principů společenské odpovědnosti stále na počátku. V ČR existuje řada firem, které se chovají podle zásad CSR, kdy zároveň o sobě mluví jako o „slušných podnicích“. I školy se mohou chovat ekologicky nebo se mohou věnovat charitě. Avšak jejich role v rámci společnosti je odlišná, neboť nevyrábějí produkty, ale poskytují vzdělání. I přes to by se měly koncentrovat ve své společenské odpovědnosti na naplňování očekávání svých potenciálních zaměstnavatelů a celé komunity. Avšak i vědecká práce může z velké části přispívat k rozvoji komunity a zároveň v tom spolupracovat se samosprávou či soukromými firmami. Nejvýznamnější ale je práce se studenty, tedy příznivý vzor škol v rámci odpovědného chování.

Asociace společenské odpovědnosti podporuje rozvoj udržitelného podnikání a společenské odpovědnosti, kdy cílem je to, aby se udržitelnost a společenská odpovědnost stala naprosto přirozenou složkou každé organizace v ČR ve svém podnikání. Asociace vede také projekt „Odpovědná škola“ ve které se mohou školy naučit, jak podporovat své studenty ve vzdělávání vedoucí ke společenské odpovědnosti a zvýšit tak povědomí o této problematice. Cílem projektu je inspirovat ostatní tím, že jim budou představeny příklady z praxe a že se odpovědné chování stane každodenní a přirozenou základní nezbytností. Asociace představuje největší CSR základnu, která sdružuje organizace ze všech odvětví, jako například vzdělávací, neziskové, veřejné nebo korporátní (Asociace společenské odpovědnosti, 2015).

3.10.3 Konstrukce USR aktivit vysokých škol

Na konstrukci, ve které jsou USR aktivity komplexně spojovány v individuálních oblastech USR, navazuje konstrukce aktivit v rámci sledovaných již zmiňovaných pěti oblastí, jsou jimi oblast ekonomická, enviromentální, etická, sociální a filantropická. V rámci **ekonomické oblasti** se veřejné české vysoké školy věnují v rámci USR komunikování převážně na aktivity pro zavádění a tvorbu inovací, rozvíjení vztahů v rámci veřejnosti či posilování vztahů s uchazeči o studium i se stávajícími studenty (Tetřevová, Midttun a kol., 2022).

Mezi další aktivity vysokých škol Tetřevová (2013) v této oblasti zahrnuje například:

- podporu rozvoje univerzitního partnerství, s cílem zvyšovat vědecko-výzkumný a vzdělávací proces či prohloubit propojení teoretických východisek s praxí;
- posilovat dobré vztahy s relevantními stakeholdery, jako například s absolventy, studenty, zaměstnanci, uchazeči o studium, ministerstvem školství, dodavateli a další;
- zavádět nové moderní výukové metody (řízení projektového, problémového a individuálního studia);
- uplatnit principy dobrého řízení (transparentnost, kontrolní mechanismy atd.);
- vytvářet kvalitní studijní plány pro všechny typy studijních oborů a programy, podle potřeb zájmů studentů a trhu práce.

Podle Komárkové (2023) výzkumy na univerzitách mohou vést k udržitelnosti díky rozvoji nových inovací a technologií. Avšak v současnosti naprostá většina zemí nemá dostatečnou vědeckou kapacitu, aby byla schopna uspokojovat globální poptávku týkající se nových technologií. Navíc inovace vyžadují i vysoké investice do potřebných vysoce kvalitních výzkumných programů či vědeckého výzkumu. Tento problém lze řešit pomocí zvyšování potřebných prostředků na určitý výzkum, více se zaměřit na obory, které jsou nápomocné při řešení globálních problémů či budování kvalitních výzkumných kapacit. Nedostatečné investice do univerzitního vědeckého výzkumu v rámci veřejných financí mohou vést k ochromení ekonomického a sociálního rozvoje na řadu let dopředu.

V rámci **sociální odpovědnosti** se české vysoké školy nejvíce soustředí na aktivity týkající se rozvoje a péče o vzdělávání zaměstnanců, naopak nejmenší pozornost věnují aktivitě zajišťující zdravou organizační strukturu (Tetřevová, Midtuun a kol., 2022).

Aktivity dle Tetřevové (2013), kterým se vysoké školy v této oblasti mohou dále věnovat jsou například:

- zapojení pracovníků do rozhodovacího procesu;
- přijetí opatření, vedoucí k eliminaci různých typů diskriminace na pracovišti;
- vytvářet vysoce kvalitní pracoviště odpovídající ochraně zdraví a bezpečnosti pracovníků;
- stanovit spravedlivá a jasná pravidla týkající se odměňování pracovníků a pravidla týkající se participace zaměstnanců (snižování nerovnosti pracovníků);
- vytvářet podmínky s ohledem na souhru osobního a pracovního života;
- poskytovat jistotu práce pro perspektivní pracovníky;
- poskytovat zaměstnancům benefity (auto, notebook, home-office atd.);
- vytvářet rovnovážné příležitosti jak pro mladé zaměstnance, tak i pro ženy a muže;
- vytvářet předpoklady pro vzdělávání pracovníků a jejich možný kariérní růst.

Vzdělávání je důležitou součástí k rozvíjení znalostí a dovedností jedinců, kdy v rámci tohoto rozvoje dochází i ke společenskému učení, které lze chápat jako proces, který přináší změnu na úrovni společnosti, založený na získání nových znalostí, změně společenských norem či hodnotových struktur, které dále vedou k praktickým výsledkům, což je vzhledem k udržitelnému rozvoji nutné (Komárová, 2023).

Enviromentální (ekologická) odpovědnost je dle Tetřevové a Midttuna (2022) v rámci českých veřejných škol nejvíce propagována v rámci přístupu k životnímu prostředí nebo nápravou a prevencí nepříznivých dopadů aktivit na životní prostředí. Naopak nejméně se věnují podpoře zachování zdrojů nebo biodiverzity.

Podle Tetřevové (2013) mezi další aktivity spadající do enviromentální oblasti spadá:

- prosazovat ekologickou politiku, tedy minimalizovat odpady, recyklovat, usilovat o úsporu vody a energie, používat ekologické výrobky;
- chránit životní prostředí a podporovat podněty, které propagují odpovědný směr k životnímu prostředí;

- propagovat a vyvíjet nové ekologické technologie;
- být v souladu s mezinárodními a národními standardy (EMAS, ISO atd.).

Vysoké školy vykonávají činnosti, které se týkají dopadů na životní prostředí. Tyto činnosti však byly donedávna s ohledem na enviromentální odpovědnost do určité míry přehlíženy. Náleží mezi ně údržba pozemků a budov, využívání laboratoří, taktéž užívání materiálů a energie. Vysoké školy lze přirovnat k souhrnným budovám, jako jsou hotelové komplexy nebo nemocnice, pokud se jedná o spotřebu zdrojů a produkci odpadů. Z toho vyplývá, že role činnosti kampusu dostává stále větší pozornost (Komárková, 2023).

Aktivitám v **etické oblasti** v rámci vysokých škol je nejvíce věnovaná pozornost instalaci etického kodexu či vytvoření etického výboru a ve **filantropické oblasti** se pak jedná o aktivity spojené s dobrovolnictvím či spolupráce s neziskovými organizacemi (Tetřevová, Middtun a kol., 2022).

Dle Tetřevové (2013) v rámci etické oblasti jsou důležité i činnosti týkající se ochrany duševního vlastnictví, převážně autorských práv, vytvářet spolehlivé mechanismy, které odhalí a postihnou plagiátorství studentů a také akademických pracovníků.

4 Vlastní práce

Na začátku této kapitoly budou uvedeny a představeny tři vybrané vysoké školy a bude zde uveden i důvod výběru těchto škol. Poté bude tabulkově, graficky i slovně vyhodnocen kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření a zkoumána závislost mezi některými otázkami dotazníkového šetření, pro které byly stanoveny statistické hypotézy. Cílovou skupinu respondentů tvořili studenti vybraných vysokých škol.

4.1 Česká zemědělská univerzita v Praze

Česká zemědělská univerzita (dále jen „ČZU“) je veřejná vysoká škola, která sídlí v Praze-Suchbale. Byla založena v roce 1906, kdy císař František Josef I. schválil zřízení zemědělského odboru na České vysoké škole technické, čímž položil základ, ze kterého po dlouholetém vývoji vznikla dnešní ČZU. Skládá se z šesti fakult a jednoho institutu vzdělávání a poradenství. V řadě různých oborů nabízí bakalářské, magisterské a doktorské programy. Řadí se mezi jednu z nejvýraznějších českých vzdělávacích institucí v environmentálních vědách, lesnictví, zemědělství, ekonomiky a managementu. Klade důraz i na inovace a výzkum v ochraně životního prostředí a udržitelného zemědělství. Spolupracuje jak s českými, tak i zahraničními partnerskými institucemi a organizacemi a aktivně se podílí na různých projektech, které podporují udržitelný rozvoj. Tato škola byla vybrána z důvodu, že již několikátým rokem drží první pozici v žebříčkách udržitelnosti a společenské odpovědnosti mezi vysokými školami na území ČR (ČZU, 2021).

4.1.1 Společenská odpovědnost ČZU

ČZU si je velmi dobře vědoma svou odpovědností vzhledem ke svému okolí a společnosti, proto se zavazuje k předcházení nepříznivých dopadů, které by mohly hrozit budoucím generacím. Své studenty vzdělává a vede k rozvoji udržitelnosti, přináší řešení týkající se sociálních a environmentálních problémů a snahou je, i co největší minimalizace nepříznivých dopadů na životní prostředí v souvislosti s výkonem své činnosti. Svým vystupováním a hodnotami je vzorem pro řadu dalších vzdělávacích institucí jak ve veřejném, tak i soukromém odvětví (ČZU, 2021).

Realizace zásad CSR je dlouhodobým cílem ČZU, což lze chápat jako důraz na udržitelný rozvoj a přijetí odpovědnosti z hlediska důsledků při výkonu jejich činnosti.

Jedná se především o záležitost osobního postoje, proto je cílem rozvíjet tento pojem v povědomí, zahrnovat, rozvíjet a sledovat ho ve strategických dokumentech. Tento pojem je odražen ve všech řídicích, vědecko-výzkumných, pedagogických činnostech a také v enviromentální a sociální oblasti politiky ČZU. Specifickými cíli v oblasti sociální politiky lze uvést například rozvoj a posilování dovedností a vnitřní mobility, podpora sociální politiky a podpora politiky zaměstnanosti, jejímž záměrem je rozmanitost z hlediska pracovní síly a rovnost podmínek nebo například také prosazovat politiky vedoucí k rovným příležitostem pro studující. Co se týče vědecko-výzkumných činností, jedná se například o přenos výzkumných a vědeckých poznatků a jejich vyhodnocování či přenos výstupů výzkumu. Vhodné a dostupné informace v určité míře zajišťuje i pro veřejnost s cílem společnost připravit a přizpůsobit novým trendům a výzvám (ČZU, 2020).

V rámci enviromentální oblasti jsou to pak cíle podporující rozvoj na snížení emisí v rámci skleníkových plynů, omezování spotřeby zdrojů a jejich udržitelné využívání nebo také vhodné zpracování elektrického odpadu a elektronického vybavení. Areál ČZU zahrnuje jedno specializované místo pro nebezpečný odpad a 22 míst obsahující kontejnery pro tříděný odpad. V areálu lze najít i solární elektrárny, kdy se ČZU ve své Strategii 2030 zavázala, že bude zvyšovat podíl obnovitelných zdrojů. Misí ČZU je již zmiňované snižování dopadů své činnosti a také přinášet z hlediska výzkumu a vědy řešení vedoucí k udržitelnému rozvoji a poznatky poté propojovat do praxe. Chytrá krajina a Živá krajina je výzkumným projektem, který začal již v roce 2018 a byl nadále rozvíjen v roce 2022. Cílem projektu je adaptovat komplexně krajinu na dnešní klimatické změny za pomoci nových technologií (ČZU, 2020).

V roce 2022 byla také pořádána studentská soutěž s názvem ČZU Campus Sustainability Challeng, ve které zaměstnanci a studenti ČZU představovali vlastní projekty, které měly šířit odpovědné chování mezi návštěvníky, studenty a zaměstnanci ČZU nebo pozvednout udržitelnost kampusu. Mezi další aktivity spojené s tímto tématem je například akce Do práce na kole, kdy cílem je podpořit udržitelnou mobilitu nebo Nábor hrdinů zahrnující náborovou akci dárců kostní a nespočet dalších akcí, výzkumů a cílů podporující udržitelnost a společenskou odpovědnost (ČZU, 2020).

Vzhledem k rostoucím potřebám neustále a komplexně řešit cíle udržitelného a společenského rozvoje bylo zřízeno samostatné oddělení pro udržitelnost a rozvoj

s názvem Rada pro udržitelný rozvoj, která byla jmenována rektorem ČZU v roce 2022. V oblasti společenské odpovědnosti ČZU každoročně vydává nefinanční CSR report, ve kterém uvádí své strategické řízení, činnosti fakult, vnější vztahy, zhodnocení aktuálních pozic ČZU, doporučení pro případný další rozvoj CSR aktivit a řadu dalších zajímavostí týkajících se této problematiky (ČZU, 2023a).

ČZU je členem různých profesních organizací, sdružení a asociací, které sídlí na území ČR a které se řada z nich zabývá udržitelným rozvojem. Jedná se například o Asociaci společenské odpovědnosti. Společenská odpovědnost a udržitelnost je téma, které ČZU řadí jako hlavní bod strategického univerzitního záměru. Již několikátým rokem je absolutní jedničkou v hodnocení CSR a je také lídrem v propagování principů udržitelného provozu a společenské odpovědnosti, a to jak na půdě univerzity, tak i do praxe. Zapojení zaměstnanců, studentů, široké veřejnosti, tak i jednotlivců a šíření povědomí o této problematice je zajištěno realizováním různých akcí, jako například pořádání přednášek, konferencí nebo setkání absolventů. Tyto akce se snaží realizovat s ohledem na Strategii 2030, ve které si stanovila ČZU prioritní cíle, kterým se primárně věnuje. Jedná se například o cíl zvýšit počet školení, zvýšit bezpečnost zaměstnanců, zlepšovat pracovní prostředí pro své zaměstnance a snižovat dopady na životní prostředí (ČZU, 2023b).

Jak již bylo zmíněno, tato škola si vede velice dobře v žebříčkách hodnocení udržitelnosti a společenské odpovědnosti, kdy se celkově v UI GreenMetric Ranking jak v roce 2021 tak i v roce 2022 umístila na 45. místě ze 1050 univerzit v rámci celosvětového hlediska a na 1. místě v rámci vysokých škol na území ČR, tak i v žebříčku QS World University Rankings se umístila na výborném 158. místě z celkových sedmi set zúčastněných. Avšak z těchto žebříčků hodnocení vyplynulo, že oblast sociálního dopadu, již tak dobré výsledky neobsahuje. Avšak možnou cestu pro změnu k lepšímu má přinést přijatý a akceptovaný Plán genderové rovnosti ČZU 2022, který obsahuje strategické změny, návrhy na konkrétní opatření a také časový harmonogram možného zavedení (ČZU, 2023b).

4.1.2 Třetí role ČZU

Vedle vzdělávací a výzkumné činnosti mají univerzity i třetí roli. Jedná se o prostou složku aktivit všech univerzitních pracovišť a představuje spolupráci s praxí, přenos znalostí, technologií a inovací. Spolupráce v souvislosti s ČZU probíhá hlavně ve třech úrovních,

a to spolupráce probíhající ve vědě a výzkumu, komerční spolupráce zahrnující například smluvní a zakázkový výzkum nebo licenční smlouvy a poslední úrovní je partnerství s univerzitou. ČZU pro uskutečňování třetí role používá prostředek OTT (Oddělení transferu technologií), jehož cílem je sloučení výzkumných a technologických ambicí univerzity v rámci potřeb komerční sféry (ČZU, 2023a).

OTT vede grantové celouniverzitní projekty, které jsou zaměřené na aplikovaný výzkum a svým zaměstnancům zajišťuje služby zahrnující souhrnné poradenství v odvětví průmyslového vlastnictví nebo správě duševního vlastnictví. Významná činnost centra tkví ve vnějším působení univerzity na základě spolupráce s praxí. Jedná se především o představení univerzity v podobě aktivního šíření výsledků aplikovaného výzkumu, pravidelné spojení s podnikatelskou sférou, spolupráce s různými ostatními transferovými centry napříč ČR i Evropou, a řadu dalších činností. Cílem je přenést znalosti a zkušenosti z akademického prostředí do společnosti (ČZU, 2023a).

Určitou formou pro přenos vědomostí a znalostí jsou školní podniky, které zároveň zajišťují praxi pro studenty ČZU a umožňují jim realizovat exkurze a praktická cvičení. Jedním z nich je například Školní zemědělský podnik. Ten se v roce 2023 přejmenoval na Statky ČZU a zajišťuje všechnu účelovou činnost. Poznatky z vývojové a výzkumné činnosti, které vznikly na ČZU se zároveň přesouvají do činnosti tohoto podniku. Podnik chová v rámci živočišné výroby cca 750 dojnic a obhospodařuje kolem 2 700 ha půdy. Spolupracuje na řešení výzkumných projektů a poskytuje i v oblasti živočišné a rostlinné výroby podklady pro disertační, diplomové i bakalářské práce (ČZU, 2023a).

4.1.3 Aktivity ČZU v kontextu s dopady války na Ukrajině

ČZU byla jednou z prvních, která ihned na válečnou krizi reagovala a zahájila ukrajinským studentům, jejich příbuzným a také blízkým adresnou pomoc. Zahájila několik veřejných sbírek na pomoc ukrajinským lidem a bylo zřízeno i středisko Ukrajina Help, které lidem prchajícím před válkou zajišťovalo ubytování na kolejích ČZU. Kromě ubytování byly i zajišťovány tímto střediskem potřebné jazykové překlady nebo také pomáhalo v případě komunikace s úřady či v rámci lékařského ošetření ve formě tlumočení. Lidem prchajícím před válkou byl zároveň poskytnut i základní balíček první pomoci, který obsahoval základní potraviny a nápoje, hygienické potřeby a také letáček s kontakty a důležitými informacemi (ČZU, 2023a).

Univerzita také zajišťovala lidem postiženým válkou bezplatné stravování, psychologickou pomoc a vyplácela jim finanční podporu, která byla kontrolována vedením a akademickým senátem ČZU. Velký počet ukrajinských osob získalo také pracovní pozici a ukrajinským studentům, kteří si zažádali bylo vyplaceno stipendium z fondu MŠMT. Univerzita také organizovala bezplatné kurzy českého jazyka, kurzy šití a v prostorách Akademického klubu byla zajištěna také péče o ukrajinské děti v ranném a předškolním věku. ČZU také poskytovala ošetření domácích zvířat zdarma a byly pořádány i dva benefiční koncerty pro Ukrajinu studenty univerzity (ČZU, 2023a).

4.2 Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Jihočeská univerzita (dále jen „JU“) je veřejná vysoká škola, která sídlí v Českých Budějovicích. Byla založena v roce 1991 a navázala zejména na tradice odborníků v zemědělském a technologickém odvětví, výchovy učitelů a také rybářství. Jedná se o moderní univerzitu, která se skládá z osmi fakult. V rámci těchto fakult jsou nabízeny bakalářské, magisterské, a i doktorské programy s různými studijními obory. Univerzita je prvotřídním vědecko-výzkumným střediskem, které se zaměřuje na výzkum a vzdělávání ve zdravotnických, přírodních, humanitních oblastí a také se zaměřením na sociální vědy (JU, 2021).

Snahou univerzity je být konkurenceschopnou a přátelskou univerzitou jak v motivačním, tak i pracovním prostředí napříč celým světem, být také prospěšnou univerzitou pro svůj region a město, a také univerzitou, která bude podporovat své zaměstnance a studenty. Posláním univerzity je provádění nezávislého základního a aplikovaného výzkumu či experimentálního výzkumu a získané poznatky pak šířit v podobě publikací, výuky nebo přenosem znalostí. Tato univerzita byla vybrána z toho důvodu, neboť je jednou z nejmladších rychle se rozvíjejících univerzit, která již přijímá zásady CSR, ale neustále pracuje na hlubším rozvoji a informovanosti v oblasti společenské odpovědnosti (JU, 2021).

4.2.1 Společenská odpovědnost JU

JU si je také vědoma důležitostí společenské odpovědnosti, proto se stala členem Asociace společenské odpovědnosti v roce 2022. Univerzita má ve svém strategickém záměru zakořeněny pravidla udržitelnosti, které také uskutečňují díky několika svým úspěšným projektům. Díky členství v asociaci bude moci univerzita v budoucnu

vytvářet a přispívat k odpovědnější společnosti, která z hlediska svého jednání se navrácí k hodnotám a tradicím (JU, 2022).

JU v rámci získaných finančních prostředků z Operačního programu Životního prostředí, MŠMT a také ze svých zdrojů realizovala výstavbu fotovoltaických systémů na několika svých budovách a fakultách. Jelikož snahou univerzity je co nejvíce posilovat udržitelný provoz, jsou projekty na úsporu energií maximálně podporovány. Zároveň jsou podporovány aktivity, které mají dopad na účinné vedení provozních agend, které jsou ve spojení se správou budov. Například Zdravotně sociální fakulta investovala skoro půl milionu korun na modernizaci osvětlení. Vzhledem k nárustu spotřeby pitné vody v rámci provozu, ale také ve výuce a výzkumu univerzita v roce 2021 realizovala projekt na výstavbu vrtaných studní, které budou vhodné pro potřeby experimentálních působišť (JU, 2022).

Vybudování těchto studen probíhalo prostřednictvím ekologicky šetrných metod a jsou vybaveny technologií, která upravuje kvalitu vody. Univerzita vzhledem ke snižování uhlíkové stopy také vlastní elektromobily. Na základě Strategického záměru JU byl v roce 2022 uskutečněn projekt Smart udržitelná JU – etapa I. Cílem tohoto projektu je vybudovat „chytré lavičky“, které pomocí solární energie poskytnou nabití elektronického zařízení (JU, 2022).

Univerzita se také nově zapojila do spolupráce s Charitou České Budějovice, kdy bude nevydané jídlo dále posílat lidem, kteří to potřebují. I když vedení kolejí a menz JU udělala jistá opatření proti plýtvání, i tak vznikají z věcných provozních důvodů přebytky jídla každý den. Proto se s charitou domluvilo vydávání přebytků jídla sociálně potřebným, za dodržení všech hygienických podmínek. Tato spolupráce přinesla řadu výhod. Jednak se předchází plýtvání jídlem, ale především to pomůže lidem, kteří to ocení nejvíce (JU, 2024).

4.2.2 Třetí role JU

Přenos zjištěných poznatků do praxe na JU probíhá v souladu a ve spolupráci s Kanceláří transferu technologií (KTT). Mezi aktivity toho pracoviště, které zajišťuje kromě jiného uplatňování výsledků výzkumu, také zajišťování ochrany duševního vlastnictví a s ním spojené hlídání důležitých časových lhůt nebo také právní servis. Na základě

utvářených výsledků výzkumu a vývoje se poté postupem času navazovaly kontakty s případnými investory a podnikatelskými subjekty (JU, 2023).

Univerzita má působnost ve svém regionu a také spolupracuje s regionálními subjekty, jako například s magistrátem města České Budějovice či krajským úřadem Jihočeského kraje. Mimo jiné jsou zástupci JU příslušníky statutárních a jiných orgánů, které mají působnost v přenosu technologií a inovací v tomto regionu. Nadregionální působení se promítá především v oblasti vědy, kde výsledky řady kolegů určitě překračují sféru regionu (JU, 2023).

4.2.3 Aktivity JU v kontextu s dopady války na Ukrajině

Univerzita po vypuknutí války na Ukrajině zaznamenala až třikrát více přijatých ukrajinských studentů do prezenční formy studia prvního ročníku. Veškeré informace směřující ukrajinských studentů i potenciálním ukrajinským zájemcům byly zveřejňovány na internetových stránkách univerzity a byla i zřízena útvar pro zahraniční vztahy oprávněna osoba, která ukrajinským lidem poskytovala všechny informace o možnosti studia a podpory na univerzitě. Informace byly zároveň poskytovány na webových stránkách jednotlivých fakult, o eventuálních vzdělávacích kurzech a možnostech studia. Byly realizovány kurzy českého jazyka a byl zřízen i dvousemestrální kurz českého jazyka, který byl pro ukrajinské příslušníky se sníženou cenou (JU, 2023).

Univerzita se také podílela na projektu MŠMT, který spočíval v podpoře studentů ukrajinské národnosti formou stipendií. JU také poskytovala ukrajinským studentům a ostatním lidem ukrajinské národnosti ubytování na univerzitních kolejích a bytech fakult. Byly realizovány různé přednášky, sbírky a benefiční akce v rámci jednotlivých fakult, tak i na celouniverzitním stupni na podporu lidí prchajících před válkou. Pomáhat se rozhodli i zaměstnanci a studenti formou dobrovolnických aktivit. Pořádali například sbírku oblečení, potravin, zdravotních a ostatních pomůcek. Byly dobrovolníky v Krajském asistenčním centru pro uprchlíky z Ukrajiny (KACPU) sídlícím v Českých Budějovicích, ve kterém se zapojovali do pořádání organizačních akcí a charitativních činností, a také pomáhali s tlumočením a s překlady (JU, 2023).

4.3 Vysoká škola polytechnická Jihlava

Vysoká škola polytechnická (dále jen „VŠPJ“) je veřejná vysoká škola, která byla založena v roce 2004. Jedná se o první neuniverzitní školu, která vznikla na území ČR a zároveň je jedinou vysokou školou v Kraji Vysočina. Neuniverzitní vysoké školy se od univerzitních vysokých škol odlišují ve třech bodech a to, že se nedělí na fakulty, nemohou poskytovat doktorské programy a vědecká rada je pojmenována jako akademická rada. VŠPJ je nedílnou součástí terciárního systému vzdělávání v ČR a je zaměřená na aplikovanou vzdělanost (VŠPJ, 2021).

Posláním VŠPJ je poskytování různorodých odborných studijních programů ve zdravotnické, ekonomické a technické oblasti. Kromě bakalářského a magisterského studijního programu pro získání vysokoškolského vzdělání se navíc VŠPJ aktivně účastní i řadě kreativních projektů a také spolupracuje s krajskými podniky i organizacemi veřejné správy v odvětví aplikovaného výzkumu. Cílem je studentům poskytnout možnost k získání profesního vzdělání se zřetelnými praktickými výsledky (VŠPJ, 2021).

VŠPJ je také jedinou školou v ČR, která provozuje svou vlastní cestovní kancelář. Důvod výběru této školy byl takový, že oproti předchozím dvěma univerzitám se jedná o neuniverzitní vysokou školu, která ale také přijímá principy společenské odpovědnosti, avšak veškeré informace o této problematice na svých webových stránkách a sociálních sítích sdílí velice stroze (VŠPJ, 2021).

4.3.1 Společenská odpovědnost VŠPJ

Snahou VŠPJ je být zodpovědnou vysokou školou, která podporuje akademickou ucelenost, sdílí vnitřní kulturu, respektuje důležitost společenské odpovědnosti a posiluje její aktivity. Zajímá se i o celospolečenské výzvy, tvoří respektovaný vliv na základě národní a regionální sféry a snaží se být centrem vzdělanosti v oblasti Kraje Vysočina. Další snahou je posilování činností sociálního sjednocení studentů a akademické půdy (VŠPJ, 2023).

VŠPJ také podporuje individuální dobrovolnické činnosti svých zaměstnanců a studentů například v podobě charitativních činností, jako jsou například Vánoce na VŠPJ, kdy materiální sbírkou škola podpoří určitou neziskovou organizaci na území Kraje Vysočina (VŠPJ, 2023).

Vzhledem ke svému provozu škola také bere v úvahu ekologickou udržitelnost v podobě ekologicky odpovědného chování svých zaměstnanců a studentů, třídění odpadu, zapojení školy do různých akcí, které se zaměřují na úklid veřejného prostranství, jako je například Čistá Vysočina. Snahou je i zohlednit opakované využití zdrojů a posuzovat z enviromentálního hlediska rekonstrukce a nové výstavby (VŠPJ, 2023).

VŠPJ se stala také držitelem ceny za společenskou odpovědnost od hejtmána kraje Vysočina, a to za roky 2020-2021. Jedná se o ocenění, které spadalo do kategorie nestátní neziskové organizace a veřejný sektor. Tato cena se uděluje každoročně a jejím záměrem je ohodnotit krajské organizace a firmy, které do svého podnikání a svých provozních aktivit zapojují sociální, etické, environmentální a lidskoprávní činnosti (VŠPJ, 2022).

4.3.2 Třetí role VŠPJ

Přenos získaných poznatků do praxe je možné realizovat převážně díky úzké spolupráci s aplikační oblastí. Spolupráce probíhá především formou aplikovaného výzkumu a vývoje uvnitř regionálních a národních grantových programů. Tato spolupráce předkládá společné výsledky, které jsou nadále uplatňovány na vnitrostátních tak i mezinárodních trzích. Některé výsledky jsou zároveň kryty v podobě užitečných vzorů a patentů. Díky dlouhodobé a úspěšné spolupráci lze dosahovat budoucího dlouhodobého rozvoje školy. Zástupci VŠPJ se účastní konferencí na stupni statutárního města Jihlava a Kraje Vysočina, a to například v oblastech uplatňování absolventů na trhu práce, podpory výzkumu, vývoje, inovací, v oblastech rozvoje a vzdělávání lidských zdrojů (VŠPJ, 2023).

Řada odborníků je také Krajem Vysočina pobízena, aby se vyjádřila k strategickým dokumentům zahrnující například obecný strategický záměr, inovační strategii nebo program rozvoje Kraje Vysočina. Jelikož jak již bylo zmíněno, jedná se o jedinou vysokou školu v kraji Vysočina, proto má elementární dosah právě uvnitř tohoto kraje. Své projekty uplatňuje i s partnery po celé ČR a v omezeném rozsahu uplatňuje i mezinárodní spolupráci (VŠPJ, 2023).

4.3.3 Aktivity VŠPJ v kontextu s dopady války na Ukrajině

Rektor VŠPJ ustanovil mimořádná pravidla pro ukrajinské studenty a osoby s dočasnou ochranou v ČR. V případě těchto pravidel byly osoby, žádající o studium

osvobození od poplatku v souvislosti s přijímacím řízením. Osvobození se také týkalo poplatku za překročení běžné doby studia, které bylo navýšeno o jeden rok a také v případě přerušení studia v důsledku válečného konfliktu se přerušená doba nepřičítá do souhrnné doby studia, jak je uvedeno ve Studijním a zkušebním řádu VŠPJ (VŠPJ, 2023).

Pro osoby, které byly pod dočasnou ochranou vysoká škola pořádala kurz českého jazyka. Pro studenty ukrajinské národnosti byl na počátku studia zahrnut předmět Čeština pro Ukrajince. Byly taktéž vypláceny stipendia hrazená z fondů MŠMT. Ve spolupráci s Potravinovou bankou Vysočina škola pořádala veřejnou sbírku potřebných surovin pro lidi zasažené válečným konfliktem. Jednalo se především o trvanlivé potraviny, hygienické prostředky a drogerie (VŠPJ, 2023).

Také ve spolupráci s Vodafone proběhla sbírka telefonů, které byly následně rozdány lidem zasažené válkou. Zakarpatská oblast Ukrajiny je partnerem Kraje Vysočina, proto se VŠPJ rozhodla zahájit partnerství s Užhorodskou národní univerzitou (UžNU). Na základě tohoto partnerství byly na kolejích této ukrajinské univerzity ubytování lidé prchající před válkou z východu Ukrajiny. Na základě této skutečnosti byla zorganizovaná další sbírka směřující pro ubytované lidi na UžNU. Za pomoci kraje Vysočina byla pak sbírka dopravena do konečné destinace. Tak jako na dalších školách se i zde zapojili zaměstnanci i studenti do individuálních dobrovolnických činností (VŠPJ, 2023).

4.4 Shrnutí představení škol

Dle veřejně dostupných zdrojů vybraných vysokých škol lze říct, že všechny tři se společenskou odpovědností zabývají. Některé se touto problematikou zabývají více a jsou jedničkou v žebříčkách hodnocení, jiné se do soutěží spojených s CSR a udržitelností teprve zapojují a prohlubují svůj rozvoj CSR. V následující tabulce jsou hodnocena kritéria dle jednotlivých škol.

Tabulka 2 Shrnutí zvolených kritérií CSR dle jednotlivých škol

Kritérium	ČZU	JU	VŠPJ
Triple Bottom Line	Ano	Ano	Ano
Členství v Asociaci společenské odpovědnosti	Ano	Ano	Ne
Samostatné centrum/pracovník CSR	Ano	Ne	Ne
Report CSR	Ano	Ne	Ne
Zapojení se do pomoci Ukrajině	Ano	Ano	Ano

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Česká zemědělská univerzita

O své společenské odpovědnosti nejlépe informuje ČZU, která jako jediná z těchto tří škol vydává a sdílí report CSR za jednotlivé roky, a je zde i dokument o Strategii CSR, kde je spousta informací o krocích a aktivitách, kterými se tato univerzita zabývá. Bere v potaz široký rozsah stakeholderů ve svých aktivitách. Má dokonce i středisko, které se orientuje na tuto problematiku. Jedná se o univerzitu, která je již řadu let naprostou jedničkou v hodnocení společenské odpovědnosti a udržitelnosti mezi všemi vysokými školami na území ČR. I v porovnání se zahraničím, je na velmi dobrém umístění. Má z těchto tří škol jako jediná zpracovanou a sdělovanou strategii CSR, jsou zde uvedeny všechny tři oblasti, má stanovené jasné cíle a klíčové je to, že o tom informuje i veřejnost. Úroveň společenské odpovědnosti je na této univerzitě značně vysoká.

Jihočeská univerzita

Jihočeská univerzita je mladou ale rychle se rozvíjející univerzitou. V roce 2021 přijala Strategický záměr, ve kterém se zavázala dodržovat různé hodnoty a také odpovědnost. Je novým členem Asociace společenské odpovědnosti.

Na svých stránkách informuje o svém strategickém záměru v rámci výročních zpráv a uvádí zde i články týkající se společenské odpovědnosti, jako například zmiňovaná výstavba fotovoltaických panelů. Poslání univerzity je definováno stručně a obsahuje vše důležité, avšak webové stránky školy postrádají informace o Strategii CSR a vypracovaný pravidelný report, jako v případě ČZU. Není ani uvedeno středisko nebo zaměstnanec, který by se touto problematikou zabýval.

Vysoká škola polytechnická

Vysoká škola polytechnická je neuniverzitního typu a není členem Asociace společenské odpovědnosti. Snahou školy je však také přijímat odpovědnost za dopady svého provozu, připívat ke společenskému rozvoji a chránit životní prostředí. Získala cenu od hejtmána Kraje Vysočina za společenskou odpovědnost, ale jaké aktivity pro získání této ceny bohužel již uveden není. Celkově je společenská odpovědnost na stránkách této školy nejméně detailní. Například enviromentální oblast zde není uvedena. Škola se sice podílí na spolupráci projektu Čistá Vysočina, ale bližší informace o této akci nebo o recyklaci v rámci svého provozu vůbec neuvádí. Stejně jako JU ani zde není vypracovaný CSR report za jednotlivé roky, a i zde nejsou informace o středisku či zaměstnanci, který by se zaměřoval na tento koncept.

Obecně lze tedy říct, že všechny tři vysoké školy mají společensky odpovědně chování na uspokojivé úrovni, ČZU na výborné a vysoké úrovni, neboť všechny tři uplatňují její zásady, ale určitě se najdou způsoby pro zlepšení zejména pro VŠPJ a JU. Konkurenční prostředí vysokých škol je velké a provádění aktivit společenské odpovědnosti právě mohou dané škole přinést odlišení se od ostatních škol a působit tak pozitivně na širokou veřejnost, proto je důležité o svém odpovědném chování společnost informovat. Z části představení škol lze konstatovat, že ČZU je naprostou jedničkou společenské odpovědnosti a udržitelnosti, což dokazuje i spousta informací uvedených na jejich webových stránkách. Ostatní dvě školy také přijímají principy CSR a uplatňují několik aktivit, ale informovanost o bližších krocích v tomto tématu chybí.

Pro další rozvoj CSR by školy určitě uvítaly i zájem ze strany svých zájmových skupin, jako například ze strany studentů. To, jaké mají povědomí o společenské odpovědnosti

studenti těchto vybraných tří škol byl realizován výzkum pomocí dotazníkového šetření v následující kapitole.

4.5 Dotazníkové šetření

Pro diplomovou práci byl vytvořen dotazník, který obsahoval 21 otázek, kdy počet těchto otázek byl stanoven z důvodu, aby respondent neztratil zájem a chuť v půlce dotazníku jej vyplnit. Dotazník měl ukázat, zda se vybraná zájmová skupina s pojmem CSR již setkala, jak k tomu konceptu přistupuje a jaké aktivity jsou v tomto pojetí nejdůležitější. Na závěru dotazníku byly i položeny otázky, týkající se zapojení vysokých škol respondentů do řešení válečného konfliktu na Ukrajině. Pro vyplnění tohoto dotazníku byli zvoleni studenti vybraných vysokých škol.

4.5.1 Struktura respondentů

První tři otázky byly zaměřeny na identifikační strukturu respondentů.

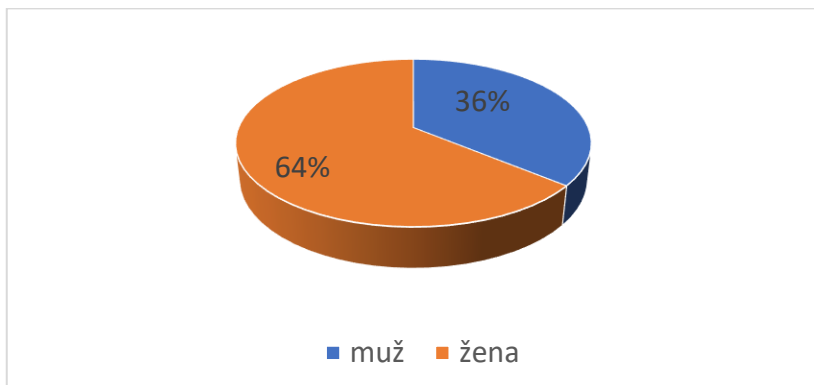
Tabulka 3 Pohlaví respondentů

Odpověď	Muž	Žena	Celkem
Absolutní počet	109	194	303
Relativní počet v %	35,97	64,03	100

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Otázkou 1 lze identifikovat pohlaví respondentů. Jak je patrné z tabulky 3 dotazník vyplnilo více žen, než mužů. Z celkových 303 respondentů byly z 64,03 % ženy a z 35,97 % muži. To lze vysvětlit tím, že v posledních letech na vysokých školách studuje více procent žen než mužů.

Graf 1 Pohlaví respondentů



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

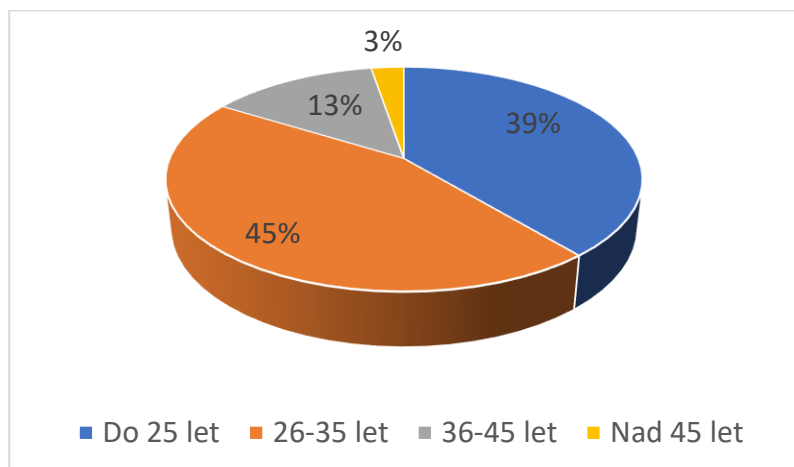
Tabulka 4 Věková skupina respondentů

Odpověď	Do 25 let	26-35 let	36-45 let	Nad 45 let	Celkem
Absolutní počet	118	136	41	8	303
Relativní počet v %	38,94	44,88	13,53	2,64	100

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Otázkou č. 2 lze identifikovat respondenty do určité věkové kategorie. Jak je z tabulky 4 jasné, velké zastoupení tvořili spíše mladší respondenti. Jedná se konkrétně 38,94 % osob do 25 let a 44,88 % osob ve věku 26-35 let. Do výzkumu byli zapojeni v menším rozmezí i osoby, které spadají do věkové kategorie 36-45 let. Nejmenší zastoupení respondentů představovali osoby starší 45 let.

Graf 2 Věková skupina respondentů



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

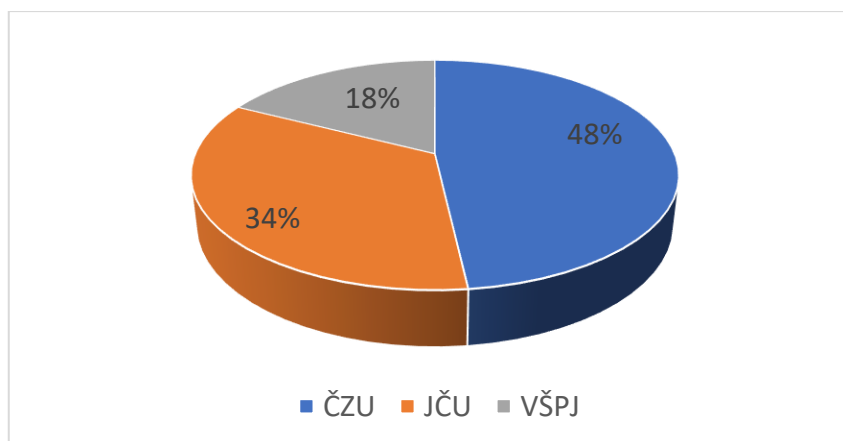
Tabulka 5 Rozdělení respondentů dle jednotlivých škol

Odpověď	ČZU	JČU	VŠPJ	Celkem
Absolutní počet	146	104	53	303
Relativní počet v %	48,19	34,32	17,49	100

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Otázkou č. 3 jsme identifikovali respondenty podle toho na jaké vysoké škole studují. Jak je patrné z tabulky 5 nejmenší zastoupení respondentů ve výzkumu měla VŠPJ. Což lze předpokládat vzhledem k celkovému počtu studentů na této škole oproti ostatníma dvěma univerzitami. Největší zastoupení má v tomto výzkumu ČZU s 146 respondenty.

Graf 3 Rozdělení respondentů dle jednotlivých škol



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

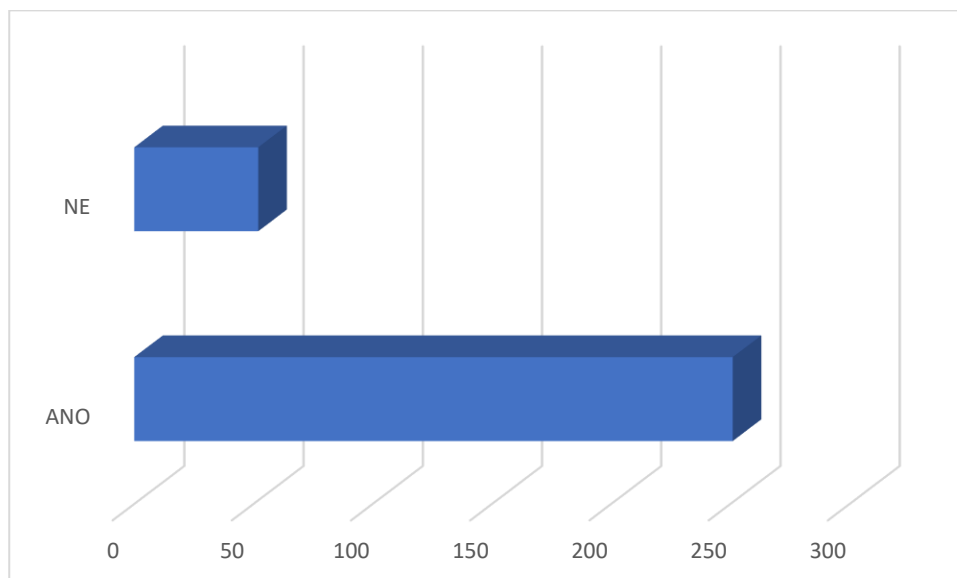
4.5.2 Výsledky dotazníkového řešení

Tabulka 6 Setkání se s pojmem

Odpověď	Ano	Ne	Celkem
Absolutní počet	251	52	303
Relativní počet v %	82,84	17,16	100
Rozdělení dle jednotlivých škol			
ČZU	129	17	146
JČU	83	21	104
VŠPJ	39	14	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 4 Setkání se s pojmem



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

První výzkumná otázka se zabývala zjištěním, zda se respondenti s pojmem CSR vůbec někdy setkali. Většina dotazovaných 83 % odpovědělo, že se pojmem CSR již někdy setkala. Našli se i tací, kteří se s tímto pojmem doposud neseťkali, a to konkrétně 17 % dotazovaných. Tato skutečnost, že 52 respondentů se s pojmem neseťkali však nemusí tento výzkum nijak ohrozit ani omezit, neboť pro eliminaci neznalosti tohoto pojmu byl koncept CSR na začátku dotazníku definován. I když se dotazovaní s pojmem doposud neseťkali, mohli i tak dotazník vyplnit dle svého názoru a preferencí, neboť byli informováni, co tento pojem znamená.

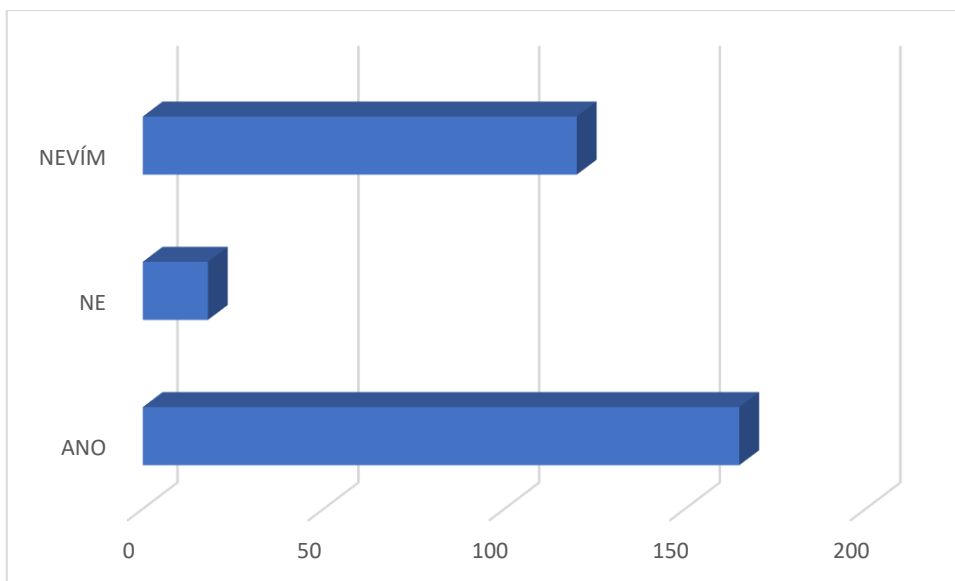
Není divu, že se většina respondentů s tímto pojmem již někdy setkala, neboť se jedná o velmi aktuální téma, které je probíráno každý den.

Tabulka 7 Specializované centrum/pracovník CSR

Odpověď	Ano	Ne	Nevím	Celkem
Absolutní počet	165	18	120	303
Relativní počet v %	58,75	5,94	35,31	100
Rozdělení dle jednotlivých škol				
ČZU	95	2	49	146
JČU	56	6	42	104
VŠPJ	14	10	29	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 5 Specializované centrum/pracovník CSR



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Další otázka se zabývala tím, zda je na škole speciální centrum nebo pracovník, který se věnuje společenské odpovědnosti. Většina respondentů, konkrétně 54 % odpovědělo, že mají pracovníka nebo centrum zabývající se tímto konceptem. Dalších 40 % respondentů odpovědělo, že neví a 6 % odpovědělo, že škola nemá pracovníka nebo centrum věnující se CSR. Je možné, že tyto odpovědi byly od respondentů, kteří se pojmem CSR příliš nezabývají a není pro ně jasné, kdo se tím na jejich škole zabývá.

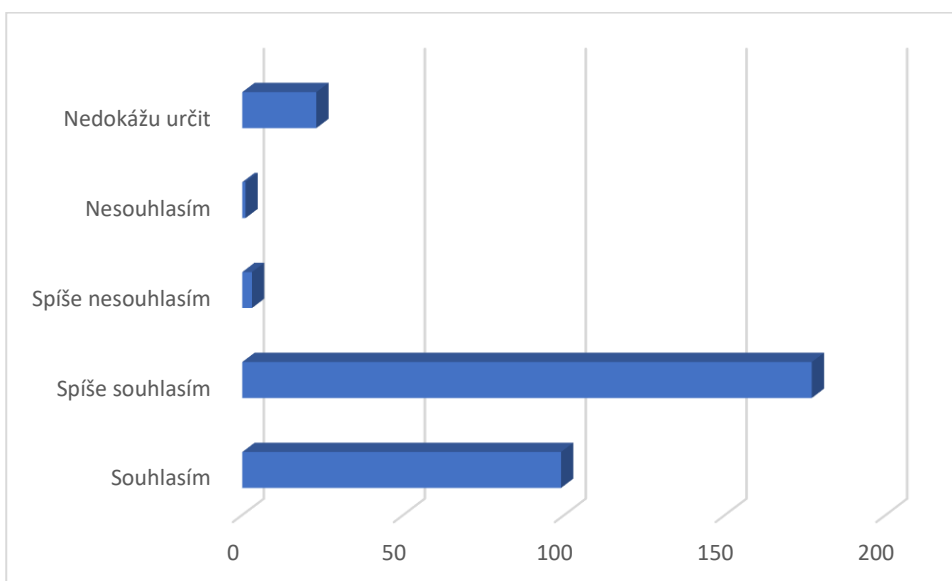
Další možnou verzí je nedostatečná informovanost ze strany škol, kdo se tímto pojetí na škole zabývá a jestli vůbec někdo, neboť dle webových stránek všech tří škol se každá snaží, chovat odpovědně a uplatňovat principy CSR.

Tabulka 8 Míra souhlasu: "Společenská odpovědnost vysokých škol je velmi důležitá a je potřeba se jí věnovat".

Odpověď	Souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu určit	Celkem
Absolutní počet	99	177	3	1	23	303
Relativní počet v %	32,67	58,42	0,99	0,33	7,59	100
Rozdělení dle jednotlivých škol						
ČZU	49	85	1	1	10	146
JČU	38	64	0	0	2	104
VŠPJ	12	28	2	0	11	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 6 Míra souhlasu: "Společenská odpovědnost vysokých škol je velmi důležitá a je potřeba se jí věnovat".



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

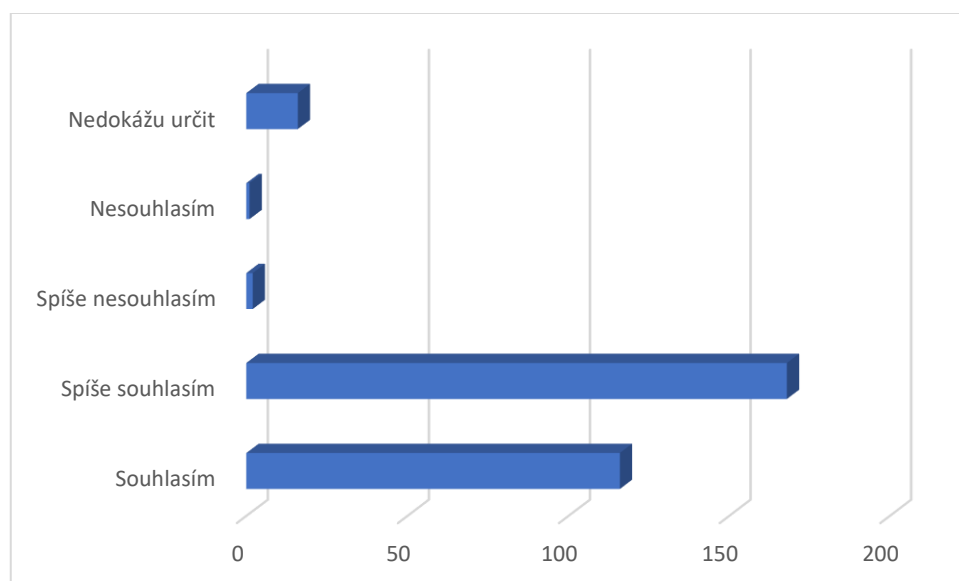
Na otázku, do jaké míry respondenti souhlasí/nesouhlasí s tvrzením, že společenská odpovědnost vysokých škol je důležitá a je potřeba se jí věnovat odpověděla naprostá většina, že s tímto tvrzením souhlasí (33 %) nebo spíše souhlasí (58 %). Respondenti, kteří nedokázali určit, zda je nebo není důležitá bylo 8 %. Pouze tři respondenti s tímto tvrzením spíše nesouhlasili a jeden nesouhlasil vůbec.

Tabulka 9 Míra souhlasu: "Moje škola se aktivně zapojuje do činností týkajících se společenské odpovědnosti".

Odpověď	Souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu určit	Celkem
Absolutní počet	116	168	2	1	16	303
Relativní počet v %	38,28	55,45	0,66	0,33	5,28	100
Rozdělení dle jednotlivých škol						
ČZU	58	81	1	0	6	146
JČU	43	56	0	0	5	104
VŠPJ	15	31	1	1	5	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 7 Míra souhlasu: "Moje škola se aktivně zapojuje do činností týkajících se společenské odpovědnosti".



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

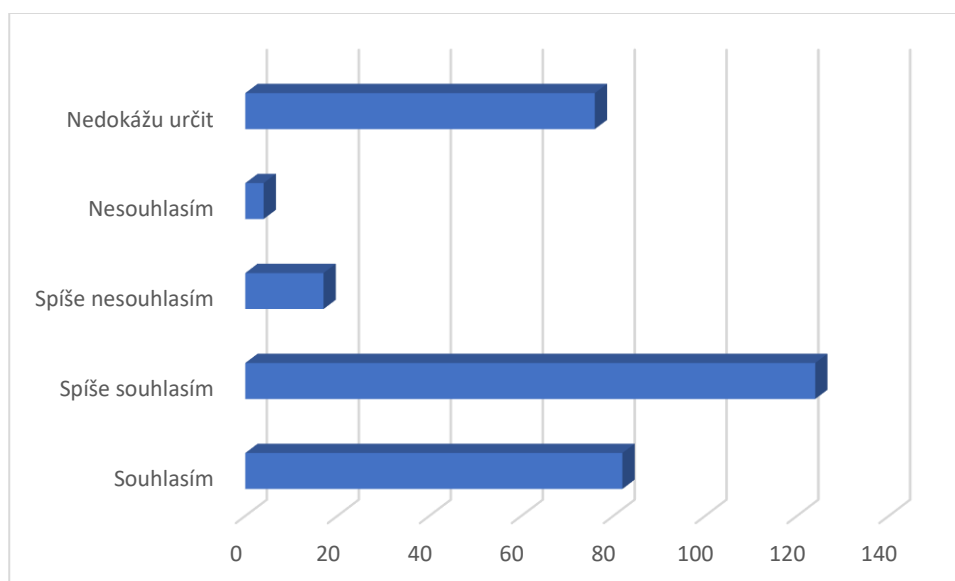
Zdali mají respondenti ponětí, že se jejich škola aktivně zapojuje do činností společenské odpovědnosti znázorňuje graf 7 a tabulka 9. Drtivá většina, konkrétně 38 % dotazovaných s tímto tvrzením souhlasí a 56 % spíše souhlasí. Pouze 5 % respondentů nedokázalo určit, jestli je jejich škola aktivní v činnostech CSR. Našli se zde i tací, kteří s tvrzením spíše nesouhlasí (1 %) a jeden člověk nesouhlasí.

Tabulka 10 Míra souhlasu: "Moje škola zahrnuje společenskou odpovědnost do svých strategických plánů".

Odpověď	Souhlasím	Spíše souhlasím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím	Nedokážu určit	Celkem
Absolutní počet	82	124	17	4	76	303
Relativní počet v %	27,06	40,92	5,61	1,32	25,08	100
Rozdělení dle jednotlivých škol						
ČZU	39	63	4	1	39	146
JČU	26	45	4	2	27	104
VŠPJ	17	16	9	1	10	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 8 Míra souhlasu: "Moje škola zahrnuje společenskou odpovědnost do svých strategických plánů".



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Tabulka 11 Důležité aktivity CSR

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Etika a odmítání korupce	86	8,71		43	29	14
Zodpovědnost v plnění povinností	50	5,06		25	18	7
Duševní vlastnictví	77	7,79		31	22	24
Ochrana životního prostředí	169	17,11		78	61	30
Vzdělávání v ekologii a udržitelnosti	113	11,44		55	29	29
Dobré pracovní podmínky	103	10,43		41	39	23
Mezilidské vztahy	94	9,51		44	33	17
Věda, výzkum a vzdělání	91	9,21		32	35	24
Lidská práva	110	11,13		52	38	20
Genderová rovnost, zákaz diskriminace	81	8,20		36	30	15
Jiné	14	1,41		7	4	3

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 9 Důležité aktivity CSR



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Smyslem dotazníku bylo také zjistit, které činnosti v CSR považují respondenti za nejvíce důležité. V grafu 9 je vidět, že všechny v dotazníku uvedené aktivity byly respondenty vybrány, a dokonce je i jejich důležitost dle respondentů vyrovnaná. Největší zastoupení však měla aktivita ochrany životního prostředí, a to konkrétně 17,11 %. Druhou nejvíce podporovanou aktivitou bylo vzdělávání v ekologii a udržitelnosti, kterou označilo 11,44 %. Těsně za touto aktivitou byla označena i ochrana lidských práv, která měla 11,13 %. Poté následovaly aktivity dobré pracovní podmínky (10,43 %), mezilidské vztahy (9,51 %), podpora vědy, výzkumu a vzdělání (9,21 %), chovat se eticky a odmítat korupci (8,71 %), genderová rovnost a zákaz diskriminace (8,20 %), ochrana duševního vlastnictví (7,79 %) a být zodpovědný v plnění svých daňových povinností (5,06 %). Čtrnáct respondentů, které tvoří 1,41 %, zvolilo aktivity, dle vlastního uvážení.

Mezi tyto aktivity patří:

1. Snižování chudoby (zvoleno 3x)
2. Vzdělávat ve všech oblastech CSR a zařadit předměty spojené s CSR (zvoleno 4x)
3. Spolupráce s neziskovými organizacemi (zvoleno 2x)
4. Odpad využívat pro další zpracování (zvoleno 2x)
5. Pomáhat lidem v těžkých situacích (zvoleno 1x)
6. Správně nastavené zákony a jejich dodržování (zvoleno 1x)

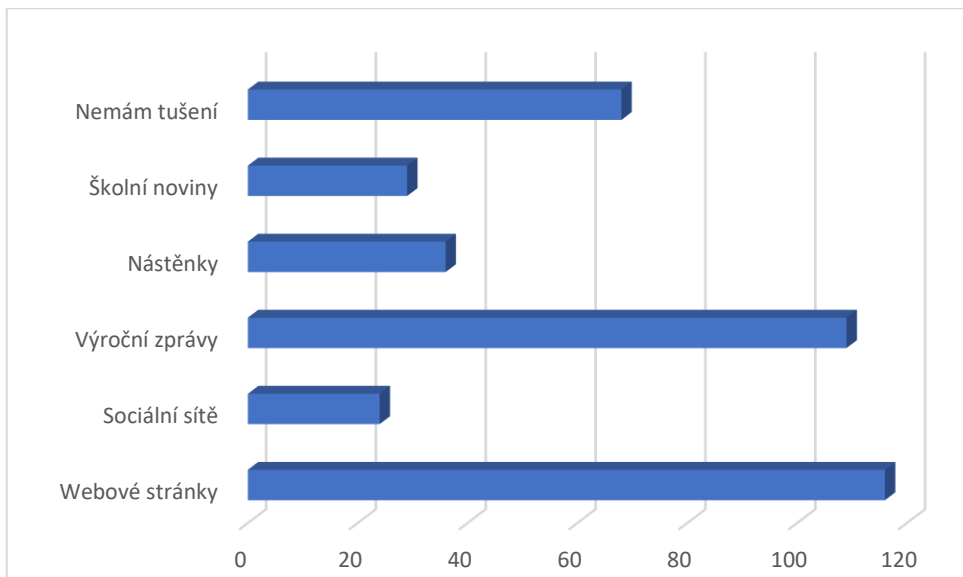
7. Pořádání veřejných akcí (zvoleno 1x)

Tabulka 12 Informace o CSR

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Webové stránky	116	30,37		53	38	25
Sociální síť	24	6,28		6	9	9
Výroční zprávy	109	28,53		62	33	14
Nástěnky	36	9,43		11	15	10
Školní noviny	29	7,59		8	12	9
Nemám tušení	68	17,80		23	29	16

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 10 Informace o CSR



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Další otázka se zabývala zjištěním, zda respondenti mají tušení, jakým způsobem jejich škola informuje o své společenské odpovědnosti. Jak je z grafu 10 patrné, většina respondentů zvolila nejčastější odpověď webové stránky (30,37 %) a výroční zprávy

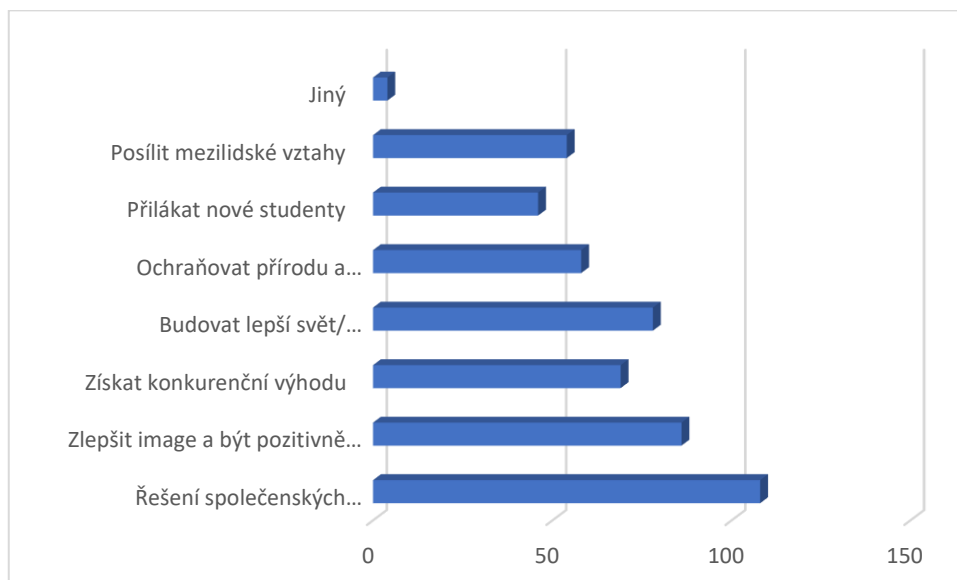
(28,53 %). Dalších 9,43 % zvolilo nástěnky, 7,59 % školní noviny, 6,28 % sociální sítě a 17,80 % zvolilo odpověď, že nemají tušení, kde se informace zveřejňují.

Tabulka 13 Důvod vysoké školy pro uplatňování CSR

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Řešení společenských problémů	108	21,47		51	43	14
Zlepšit image a být pozitivně vnímán	86	17,10		33	25	28
Získat konkurenční výhodu	69	13,72		27	23	19
Budovat lepší svět/ předávat hodnoty	78	15,51		35	26	17
Ochraňovat přírodu a planetu	58	11,53		29	16	13
Přilákat nové studenty	46	9,14		16	15	15
Posílit mezilidské vztahy	54	10,73		25	19	10
Jiný	4	0,80		3	1	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 11 Důvod vysoké školy pro uplatňování CSR



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

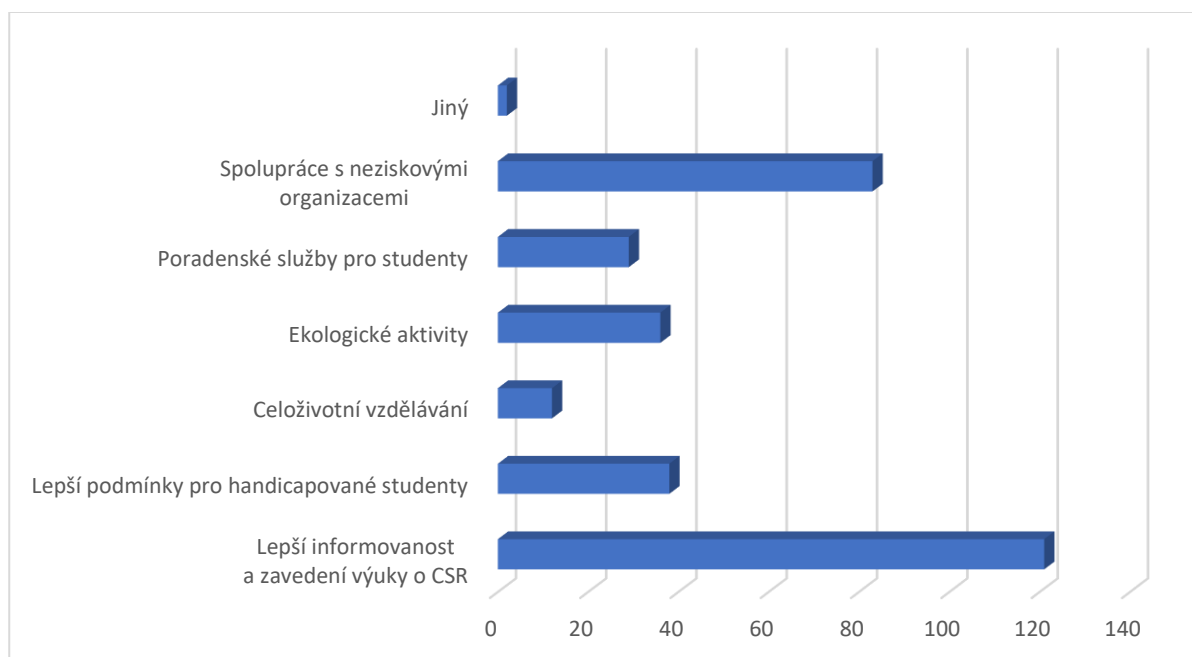
Podle dotazovaných důvodem, proč se vysoké školy chovají společensky odpovědně je převážně řešení společenských problémů, kterou zvolilo 21,47 % respondentů. Jak graf 11 uvádí, všechny uvedené důvody jsou zastoupeny a opět jsou celkem vyrovnané. Mezi další nejvíce volené odpovědi patřilo zlepšování image vysoké školy a její kladné vnímání veřejností (17,10 %), budovat lepší svět a předávat hodnoty (15,51 %) a získat konkurenční výhodu (13,72 %). Menší zastoupení (ale i tak významné) měly důvody vedoucí k ochraně přírody a planety (11,53 %), posilování mezilidských vztahů (10,73 %) a přilákání nových studentů (9,14 %). Čtyři respondenti uvedli svoje vlastní důvody, kterými byly přilákat nové zaměstnance (zvoleno 2x), podpora regionálního rozvoje, nátlak z vnějšího prostředí.

Tabulka 14 Zaměření vysokých škol pro lepší CSR

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Lepší informovanost a zavedení výuky o CSR	121	37,70		63	48	10
Lepší podmínky pro handicapované studenty	38	11,84		15	12	11
Celoživotní vzdělávání	12	3,74		2	4	6
Ekologické aktivity	36	11,21		12	15	9
Poradenské služby pro studenty	29	9,03		11	8	10
Spolupráce s neziskovými organizacemi	83	25,86		44	27	12
Jiný	2	0,62		1	0	1

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 12 Zaměření vysokých škol pro lepší CSR



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

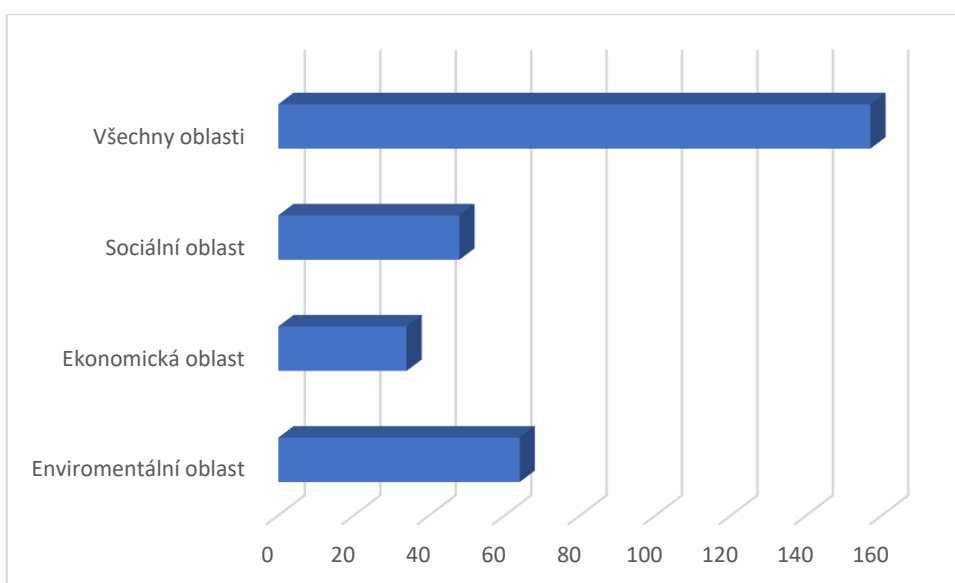
Další otázka se zabývala tím, jestli by se vysoká škola měla zaměřit na nějakou aktivitu, aby mohla být ještě více společenská. Zde v naprosté přesile byly zvoleny aktivity lepší informovanost a zavedení výuky o CSR (37,70 %) a spolupráce s neziskovými organizacemi (25,86 %). Méně zastoupenými aktivitami pak byly lepší podmínky pro handicapované studenty (11,84 %), ekologické aktivity (11,21 %), poradenské služby pro studenty (9,03 %) a celoživotní vzdělávání s pouze 3,74 %. Dva respondenti navrhli vlastní aktivity a těmi jsou snižování emisí a větší pořádání veřejných akcí.

Tabulka 15 Nejdůležitější oblast CSR

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Enviromentální oblast	64	21,12		35	21	8
Ekonomická oblast	34	11,22		12	9	13
Sociální oblast	48	15,84		18	21	9
Všechny oblasti	157	51,82		81	53	23

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 13 Nejdůležitější oblast CSR



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

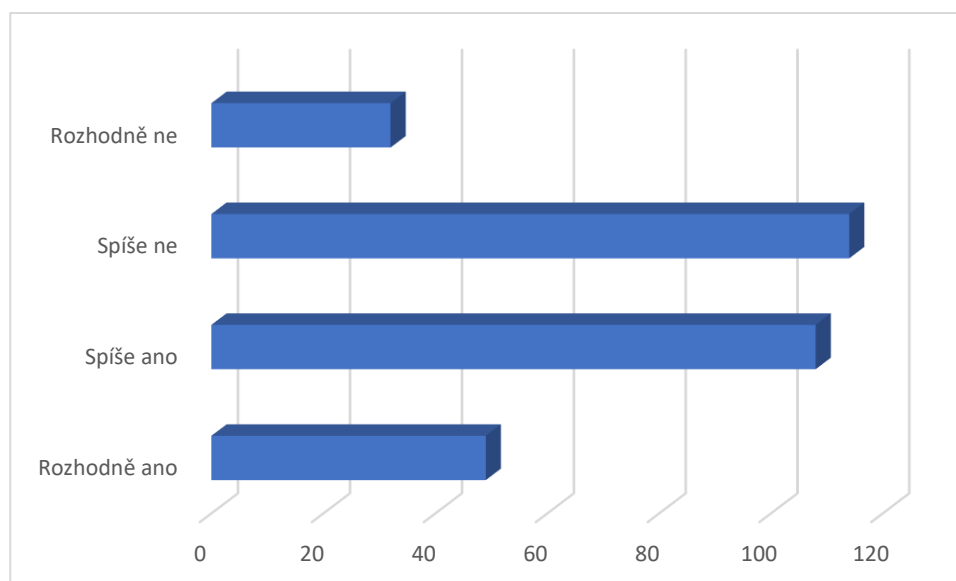
Dotazník se také zabýval tím, zda respondenti vnímají rozdíl v důležitosti jednotlivých oblastí CSR. Pro lepší pochopení byly v dotazníku uvedeny příklady ke každé oblasti. Tedy na otázku, která oblast CSR je podle respondentů nejdůležitější drtivá většina odpověděla, že všechny tři oblasti jsou stejně důležité, kterým je třeba se věnovat. Tuto odpověď zvolilo 51,82 % respondentů. Další nejčastěji zvolenou odpovědí byla enviromentální oblast, kterou označilo 21,12 % dotazovaných. Poté následovala oblast sociální s 15,84 % a na závěr oblast ekonomická, kterou označilo 11,22 % respondentů.

Tabulka 16 Ochota zapojit se do CSR aktivit

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Rozhodně ano	49	16,17		21	17	11
Spíše ano	108	35,65		57	35	16
Spíše ne	114	37,62		56	44	14
Rozhodně ne	32	10,56		12	8	12

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 14 Ochota zapojit se do CSR aktivit



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

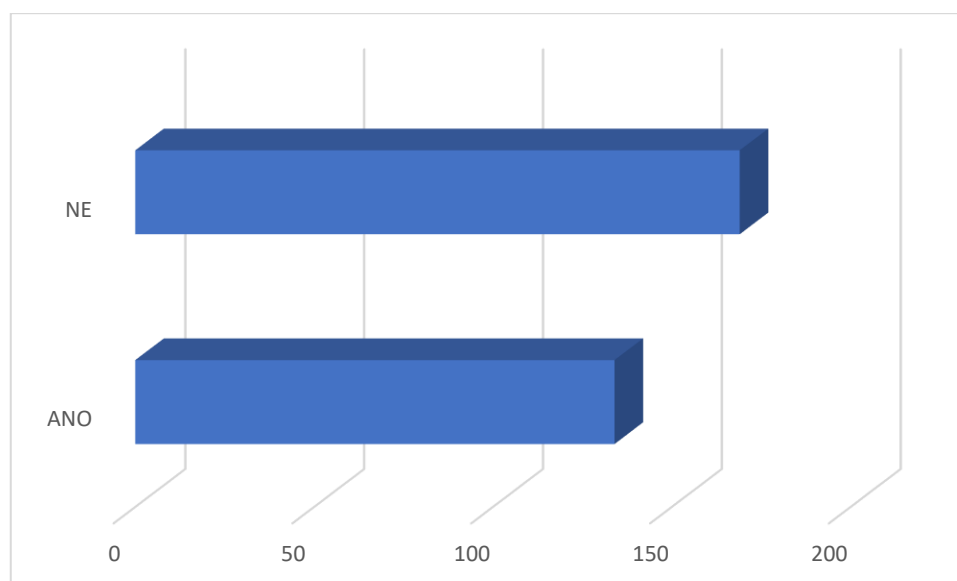
Další otázka byla zaměřena na zjištění, jestli jsou respondenti ochotni se do určitých aktivit CSR zapojit. Jak je z grafu 14 zřejmé, jsou zde vyrovnané dvě odpovědi, konkrétně 37,62 % spíše ne a 36,65 % spíše ano. Respondenti jsou zde rozděleny na dvě půlky, kdy jedna by byla ochotna se zapojit do CSR aktivit a druhá spíše ne. Jsou zde i dotazovaní, kteří by se rozhodně chtěli zapojit do aktivit CSR a to 16,17 % respondentů. Naopak 10,56 % rozhodně nestojí o zapojení se do činností společenské odpovědnosti.

Tabulka 17 Znalost o možnosti zapojení se do CSR aktivit

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Ano	134	44,22		64	45	25
Ne	169	55,78		82	59	28

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 15 Znalost o možnosti zapojení se do CSR aktivit



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

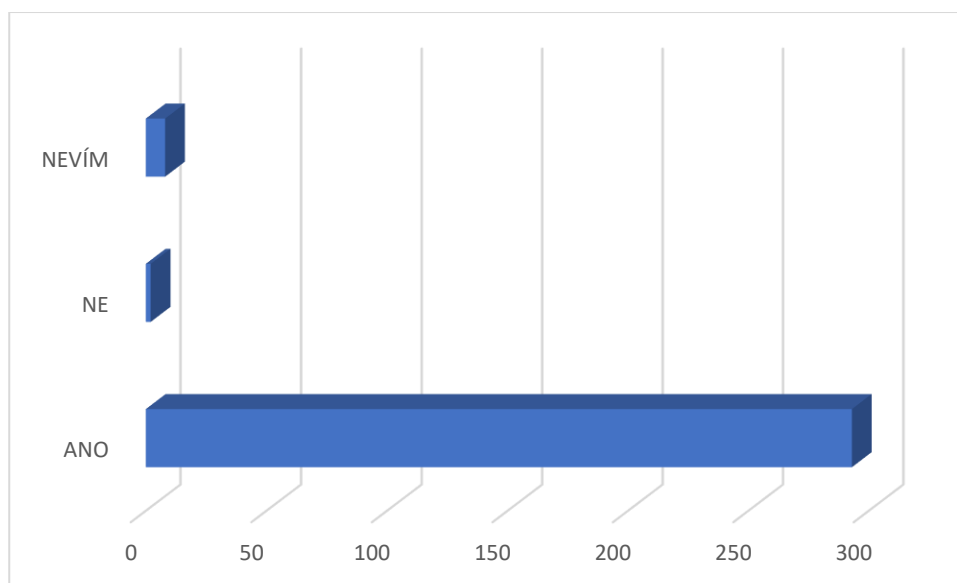
Následující otázka se zabývala tím, pokud by měli respondenti zájem se zapojit do aktivit CSR, jestli by věděli jak. Zde bohužel většina (55,78 %) odpovědělo, že neví, jakým způsobem by se mohli zapojit. Naopak 44,22 % respondentů označilo že ví.

Tabulka 18 Zapojení se do válečné krize na Ukrajině

Odpověď	ANO	NE	NEVÍM	Celkem
Absolutní počet	293	2	8	303
Relativní počet v %	96,70	0,66	2,64	100
Rozdělení dle jednotlivých škol				
ČZU	145	0	1	146
JČU	101	1	2	104
VŠPJ	47	1	5	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 16 Zapojení se do válečné krize na Ukrajině



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

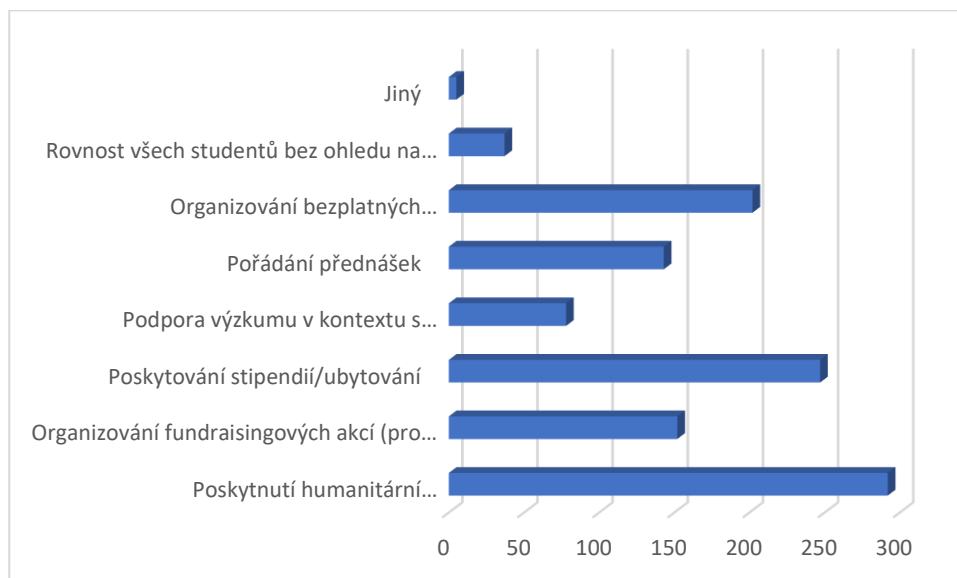
Smyslem dotazníku bylo také zjistit povědomí respondenti o tom, jak se jejich školy zapojili do řešení uprchlické krize spojené s válkou na Ukrajině. Jak je z grafu 16 naprosto jasné, drtivá většina (293 z celkových 303) respondentů si je vědoma pomocí Ukrajine ze strany školy, a to 97 % dotazovaných. Osm respondentů (2 %) si nejsou jistí, zda se škola zapojila a dva respondenti (1 %) si nejsou vědomi žádnou pomocí.

Tabulka 19 Podpora rusko-ukrajinské krize

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
Poskytnutí humanitární pomoci	292	25,26		142	101	49
Organizování fundraisingových akcí (pro získání finančních prostředků)	152	13,15		68	62	22
Poskytování stipendií/ubytování	247	21,37		106	85	56
Podpora výzkumu v kontextu s konfliktem	78	6,75		36	31	11
Pořádání přednášek	143	12,37		53	57	33
Organizování bezplatných jazykových kurzů	202	17,47		88	72	42
Rovnost všech studentů bez ohledu na původ	37	3,20		12	18	7
Jiný	5	0,43		2	3	0

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 17 Podpora rusko-ukrajinské krize



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Na otázku, čím mohly vysoké školy přispět při řešení ukrajinské krize lze opět v grafu 17 vidět, že všechny aktivity jsou respondenty zastoupeny. Největší počet má činnost poskytnutí humanitární činnosti a to 25,26 %, dále poskytování stipendií (21,37 %), organizování bezplatných jazykových kurzů (17,47 %), organizování akcí pro získání finančních prostředků (13,15 %), pořádání přednášek (12,37 %), podpora výzkumu v kontextu s konfliktem (6,75 %), rovnost všech studentů bez ohledu na původ (3,20 %).

Pět respondentů přišlo s vlastními aktivitami, které jsou:

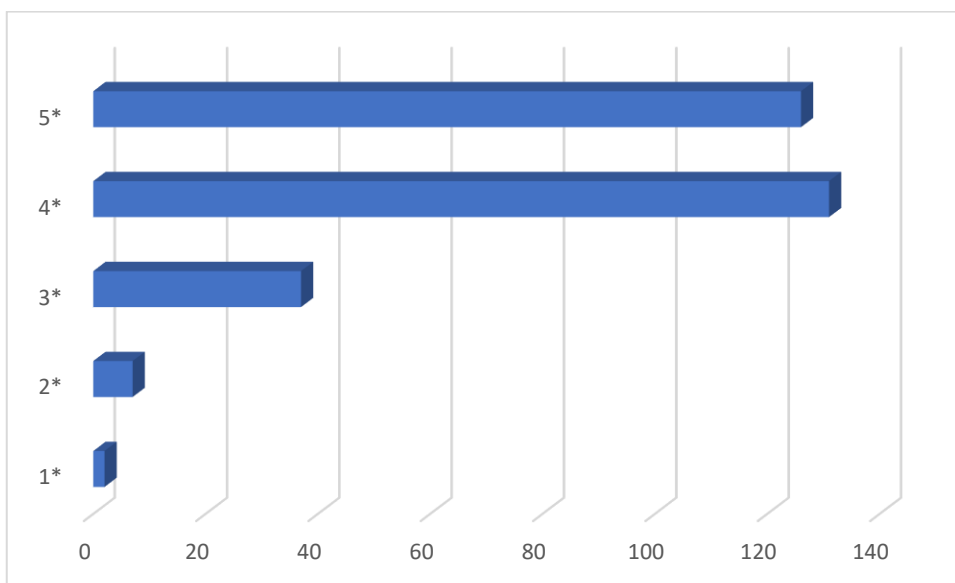
1. Zřízení středisek, kde byly veškeré informace a poradny pro ukrajinské osoby (zaznamenáno 3x)
2. Spolupráce s místními firmami (pomoc při hledání zaměstnání pro lidi prchající před válkou (zaznamenáno 1x))
3. Školení uprchlíků k získání a zlepšení svých dovedností (zaznamenáno 1x)

Tabulka 20 Hodnocení podpory rusko-ukrajinské krize?

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
1*	2	0,66		0	2	0
2*	7	2,31		1	3	3
3*	37	12,21		13	19	5
4*	131	43,23		54	51	26
5*	126	41,59		78	29	19

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 18 Hodnocení podpory rusko-ukrajinské krize?



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Následující otázku měli respondenti ohodnotit podle toho, jak si myslí, že se jejich škola zapojila a jejich aktivity byly účinné při pomoci v průběhu válečného konfliktu. Pět hvězdiček znamenalo, že jsou naprosto spokojeni se zapojením a aktivitami, které škola pořádala. Naopak jedna hvězdička znamenala zklamání. Jak je z grafu č.18 patrné, respondenti byli velice spokojeni se zapojením jejich škol při pomoci ukrajinským lidem. Konkrétně 43,23 % označilo čtyři hvězdičky a 41,59 % označilo naprostou spokojenost, tedy pět hvězdiček. Našli se i respondenti, kteří byli spokojeni jen z poloviny, a to 12,21 %

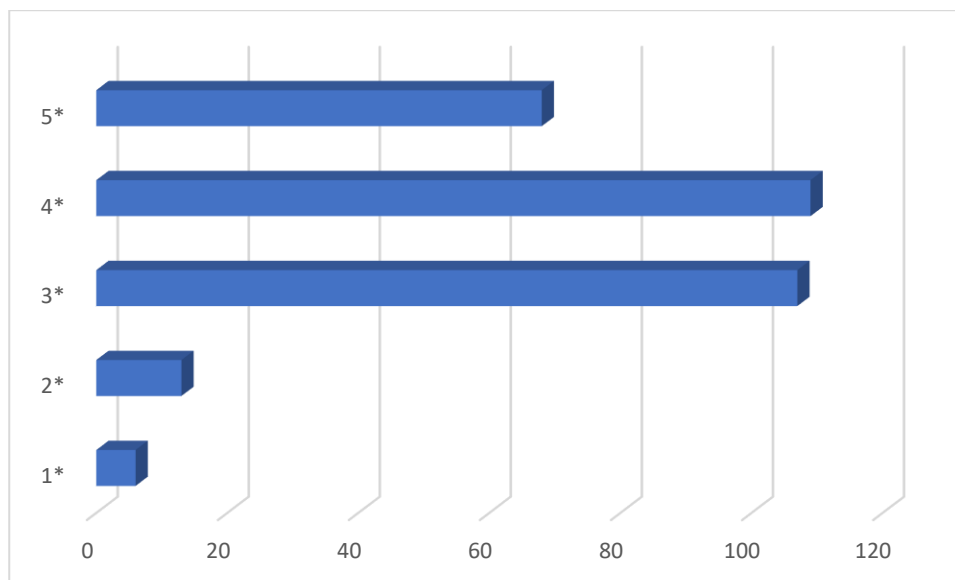
dotazovaných. Byli i zde tací, kteří spokojeni nebyli, a to 2,31 %, kteří označili dvě hvězdičky a dva respondenti (0,66 %) označili pouze jednu hvězdičku.

Tabulka 21 Přístup českých studentů k ukrajinským studentům

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet v %	Rozdělení dle jednotlivých škol	ČZU	JU	VŠPJ
1*	6	1,98		1	1	4
2*	13	4,29		2	7	4
3*	107	35,31		48	42	17
4*	109	35,98		56	34	19
5*	68	22,44		39	20	9

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 19 Přístup českých studentů k ukrajinským studentům



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Další otázka byla stanovena také na hodnocení přístupu českých studentů k ukrajinským studentům pomocí hvězdiček. Opět, pokud respondenti zvolili 5 hvězdiček, znamenalo to, že s přístupem byli naprosto spokojeni. Jedna hvězdička znamenala, že přístup podle nich nebyl vůbec dobrý. Podle grafu 19 lze konstatovat, že většina

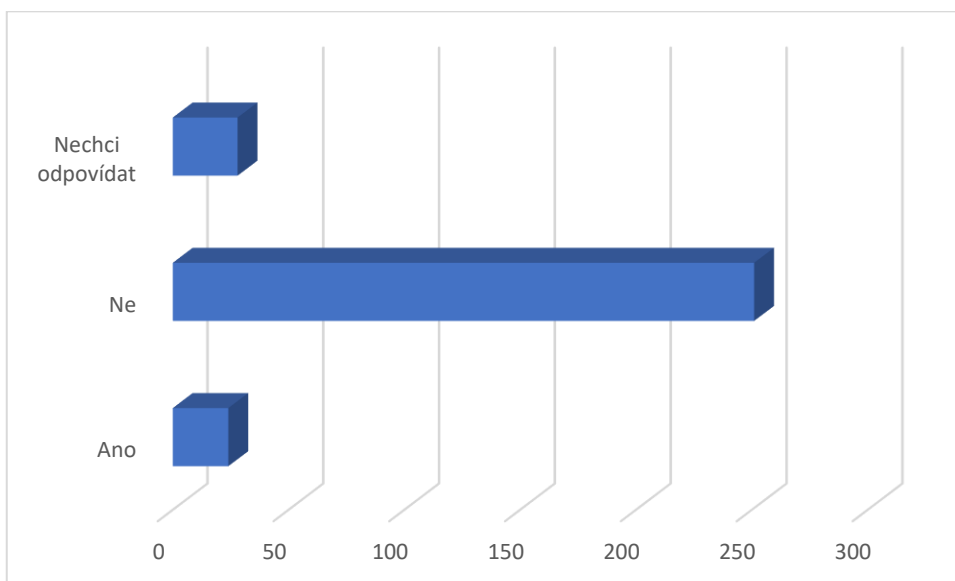
respondentů s přístupem byla spíše spokojena nebo k tomu mají neutrální (střední) postoj. 35,98 % značilo čtyři hvězdičky a 35,31 % označilo tři hvězdičky. Další nejčastější odpovědí bylo pět hvězdiček, které označilo 22,44 % dotazovaných. Byly zde i respondenti, kteří s přístupem spokojeni nebyly a kteří označili dvě hvězdičky (4,29 %) a šest respondentů označilo jen jednu hvězdičku (1,98 %).

Tabulka 22 Konflikty vůči ruským studentům

Odpověď	Ano	Ne	Nechci odpovídat	celkem
Absolutní počet	24	251	28	303
Relativní počet v %	6,93	83,83	9,24	100
Rozdělení dle jednotlivých škol				
ČZU	8	129	9	146
JČU	12	83	9	104
VŠPJ	4	39	10	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 20 Konflikty vůči ruským studentům



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

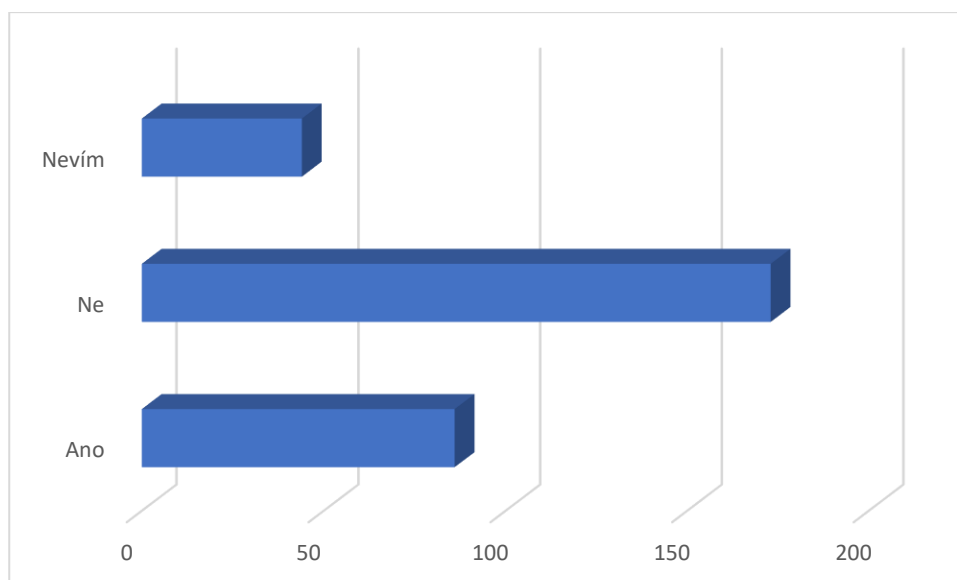
Na otázku, zda byli respondenti svědky nějakého konfliktu nebo vyčlenění ruských studentů, kvůli napadení Ukrajiny naprostá většina odpovědělo že nebyli svědky, a to 83,83 % respondentů. 9,24 % na tuto otázku nechtělo odpovídat a bohužel se zde našlo i pár dotazovaných, konkrétně 6,93 %, kteří svědky byli.

Tabulka 23 Pokračování podpory ukrajinským studentům

Odpověď	Ano	Ne	Nevím	celkem
Absolutní počet	86	173	44	303
Relativní počet v %	28,38	57,10	14,52	100,00
ČZU	43	86	17	146
JČU	34	53	17	104
VŠPJ	9	34	10	53

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Graf 21 Pokračování podpory ukrajinským studentům



Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Smyslem dotazníku bylo i zjištění, zda si respondenti myslí, že by podpora Ukrajiny měla nadále pokračovat. 57,10 % dotazovaných si myslí, že podpora by již pokračovat neměla a 28,38 % respondentů naopak by s podporou pokračovala. Jsou zde i tací, konkrétně 14,52 %, kteří k tomuto mají neutrální názor a neví, zda by se s pomocí pokračovat mělo či nikoliv.

4.6 Testování hypotéz

Pro definici vztahů mezi některými otázkami dotazníkového šetření byly stanoveny nulové hypotézy, které byly následně vypočteny pomocí chí-kvadrát testu. Pro testování jednotlivých hypotéz byla stanovena hladina významnosti $\alpha = 0,05$, tedy hodnoty, které byly menší než 0,05 byly označeny jako statisticky významné.

Vybrané nulové hypotézy:

1. Pohlaví nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost
2. Věk nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost
3. Pohlaví nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit
4. Věk nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

Pro každou hypotézu byla vytvořena kontingenční tabulka. V další tabulce byly vypočteny očekávané četnosti a poté bylo přes vzorec vypočteno testovací kritérium. Následně byla porovnána hodnota testového kritéria s hodnotou tabulkovou, kdy výsledkem bylo buď zamítnutí nebo nezamítnutí nulové hypotézy. V případě, že byla prokázána závislost, byla síla této závislosti poté měřena pomocí Pearsonova koeficientu.

1. H_0 : Pohlaví nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost

Tabulka 24 Kontingenční tabulka pro první nulovou hypotézu

Pohlaví	Znalost pojmu		Celkový počet
	Ano	Ne	
Žena	157	37	194
Muž	94	15	109
Celkový počet	251	52	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Výpočet očekávaných četností:

$$o_{ij} = \frac{n_i * n_j}{n} \quad (1)$$

kde: n_i jsou absolutní hodnoty v řádku;

n_j jsou absolutní hodnoty ve sloupci;

n je celková absolutní četnost (Hošková, Jindrová, Procházková, 2014).

Tabulka 25 Očekávané četnosti pro první nulovou hypotézu

	Znalost pojmu	Neznalost pojmu	Celkem
Žena	157 (160,71)	37 (33,29)	194
Muž	94 (90,29)	15 (18,71)	109
Celkem	251	52	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Pro výpočet χ^2 byla splněna kritéria: celková hodnota vzorku je větší než čtyřicet, 80 % očekávaných hodnot je větší než 5 a všechny jsou větší než 2. Nebylo tedy potřeba sloučit řádky a sloupce a lze stanovit a ověřit nulovou hypotézu.

Stanovení hypotéz H_0 a H_1 :

H_0 : Pohlaví nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost

H_1 : Pohlaví má vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost

Testové kritérium pomocí chí-kvadrát testu (χ^2):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}} \quad (2)$$

kde: n_{ij} je pozorovaná četnost;

o_{ij} je očekávaná četnost;

r je počet řádků;

s je počet sloupců;

i je index řádků;

j je index sloupců (Hošková, Procházková, Jindrová, 2014).

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}} = \mathbf{1,387}$$

Kritický obor:

$$W\alpha = (\chi^2 \geq \chi_{1-\alpha}^2(r-1) * (s-1)) \quad (3)$$

kde: χ^2 je testové kritérium pomocí chí-kvadrát testu;

$\chi_{1-\alpha}^2$ je chí-kvadrát jedna minus alfa;

r je počet řádků;

s je počet sloupců (Hošková, Jindrová, Procházková, 2014).

$$W\alpha = (\chi^2 \geq \chi_{1-\alpha}^2(r-1) * (s-1)) = \mathbf{3,841}$$

Porovnání a výsledek:

$1,387 \leq 3,841$, kritický obor je splněn, tedy zamítáme nulovou hypotézu

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se prokázala závislost vztahu mezi pohlavím a znalostí pojmu společenská odpovědnost. Pohlaví má vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost.

Síla závislosti:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}} \quad (4)$$

kde: χ^2 je testové kritérium pomocí chí-kvadrát testu;

n je celková absolutní četnost (Hošková, Jindrová, Procházková, 2014).

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}} = \mathbf{0,068}$$

Síla závislosti vypočtena Pearsonovým koeficientem vyšla 0,068, tedy jedná se o velmi slabou až zanedbatelnou závislost.

2. H_0 : Věk nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost

Tabulka 26 Kontingenční tabulka pro druhou nulovou hypotézu

Věk	Znalost pojmu		Celkový počet
	Ano	Ne	
Do 25 let	84	34	118
26-35 let	124	12	136
36-45 let	36	5	41
Nad 45 let	7	1	8
Celkový počet	251	52	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Vypočet očekávaných četností:

$$o_{ij} = \frac{n_i * n_j}{n} = \text{červené hodnoty}$$

Tabulka 27 Očekávané četnosti pro druhou nulovou hypotézu

Věk	Znalost pojmu	Neznalost pojmu	Celkem
Do 25 let	84 (97,75)	34 (20,25)	118
26-35 let	124 (112,66)	12 (23,34)	136
36-45 let	36 (33,96)	5 (7,04)	41
Nad 45 let	7 (6,63)	1 (1,37)	8
Celkem	251	52	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Pro výpočet χ^2 nebyla splněna kritéria: v jednom poli tabulky se objevuje očekávaná četnost menší než 2. Je třeba sloučit řádky nebo sloupce.

Tabulka 28 Kontingenční tabulka pro druhou nulovou hypotézu po sloučení

Věk	Znalost pojmu		Celkový počet
	Ano	Ne	
Do 35 let	208	46	254
Nad 36 let	43	6	49
Celkový počet	251	52	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Tabulka 29 Očekávané četnosti pro druhou nulovou hypotézu po sloučení

Věk	Znalost pojmu	Neznalost pojmu	Celkem
Do 35 let	208 (210,41)	46 (43,59)	254
Nad 36 let	43 (40,59)	6 (8,41)	49
Celkem	251	52	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Pro výpočet χ^2 byla splněna kritéria: celková velikost vzorku je větší než čtyřicet, 80 % očekávaných hodnot je větší než 5 a všechny jsou větší než 2. Nyní lze stanovit a ověřit nulovou hypotézu.

Stanovení hypotéz H_0 a H_1 :

H_0 : Věk nemá vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost

H_1 : Věk má vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost

Testové kritérium pomocí chí-kvadrát testu (χ^2):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}} = \mathbf{0,995}$$

Kritický obor:

$$W\alpha = (\chi^2 \geq \chi_{1-\alpha}^2(r-1) * (s-1)) = \mathbf{3,841}$$

Porovnání a výsledek:

$0,995 \leq 3,841$, kritický obor byl splněn, tedy zamítáme nulovou hypotézu

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se prokázala závislost vztahu mezi věkem a znalostí pojmu společenská odpovědnost. Věk má vliv na znalost pojmu společenská odpovědnost.

Síla závislosti:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n+\chi^2}} = \mathbf{0,057}$$

Síla závislosti vypočtena Pearsonovým koeficientem vyšla 0,057, tedy jedná se o velmi slabou až zanedbatelnou závislost.

3. H₀: Pohlaví nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

Tabulka 30 Kontingenční tabulka pro třetí nulovou hypotézu

Pohlaví	Ochota se zapojit do aktivit CSR				Celkový počet
	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	
Žena	33	67	76	18	194
Muž	16	41	38	14	109
Celkový počet	49	108	114	32	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Vypočet očekávaných četností:

$$o_{ij} = \frac{n_i * n_j}{n} = \text{červené hodnoty}$$

Tabulka 31 Očekávané četnosti pro třetí nulovou hypotézu

Věk	Ochota				Celkem
	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	
Žena	33 (31,37)	67 (69,15)	76 (72,99)	18 (20,49)	194
Muž	16 (17,63)	41 (38,85)	38 (41,00)	14 (11,51)	109
Celkem	49	108	114	32	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Pro výpočet χ^2 byla splněna kritéria: 80 % očekávaných hodnot je větší než 5 a všechny jsou větší než 2. Nebylo tedy potřeba sloučit řádky a sloupce a lze stanovit a ověřit nulovou hypotézu.

Stanovení hypotéz H_0 a H_1 :

H_0 : Pohlaví nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

H_1 : Pohlaví má vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

Testové kritérium pomocí chí-kvadrát testu (χ^2):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}} = 1,606$$

Kritický obor:

$$W\alpha = (\chi^2 \geq \chi_{1-\alpha}^2(r-1) * (s-1)) = 7,815$$

Porovnání a výsledek:

$1,606 \leq 7,815$, kritický obor byl splněn, tedy zamítáme nulovou hypotézu

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se prokázala závislost vztahu mezi pohlavím a ochotou zapojit se do CSR aktivit. Pohlaví má vliv na ochotou zapojit se do CSR aktivit.

Síla závislosti:

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}} = \mathbf{0,073}$$

Síla závislosti vypočtena Pearsonovým koeficientem vyšla 0,073, tedy jedná se o velmi slabou až zanedbatelnou závislost.

4. H₀: Věk nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit.

Tabulka 32 Kontingenční tabulka pro čtvrtou nulovou hypotézu

Věk	Ochota se zapojit do aktivit CSR				Celkový počet
	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	
Do 25 let	12	36	58	12	118
26-35 let	18	50	51	17	136
36-45 let	18	18	3	2	41
Nad 45 let	1	4	2	1	8
Celkový počet	49	108	114	32	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Vypočet očekávaných četností:

$$o_{ij} = \frac{n_i * n_j}{n} = \text{červené hodnoty}$$

Tabulka 33 Očekávané četnosti pro čtvrtou nulovou hypotézu

Věk	Ochota				Celkem
	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	
Do 25 let	12 (19,08)	36 (42,06)	58 (44,40)	12 (12,46)	118
26-35 let	18 (21,99)	50 (48,48)	51 (51,17)	17 (14,36)	136
36-45 let	18 (6,63)	18 (14,61)	3 (15,43)	2 (4,33)	41
Nad 45 let	1 (1,29)	4 (2,85)	2 (3,00)	1 (0,85)	8
Celkem	49	108	114	32	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Pro výpočet χ^2 nebyla splněna kritéria: v polích tabulky se objevují očekávané četnosti menší než 2. Je třeba sloučit řádky nebo sloupce.

Tabulka 34 Kontingenční tabulka pro čtvrtou nulovou hypotézu po sloučení

Věk	Ochota se zapojit do aktivit CSR				Celkový počet
	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	
Do 35 let	30	86	109	29	254
Nad 36 let	19	22	5	3	49
Celkový počet	49	108	114	32	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Tabulka 35 Očekávané četnosti pro čtvrtou nulovou hypotézu po sloučení

Věk	Ochota				Celkem
	Rozhodně ano	Spíše ano	Spíše ne	Rozhodně ne	
Do 35 let	30 (41,08)	86 (90,54)	109 (95,56)	29 (26,83)	254
Nad 36 let	19 (7,92)	22 (17,47)	5 (18,44)	3 (5,18)	49
Celkem	49	108	114	32	303

Zdroj: vlastní zpracování, 2024

Pro výpočet χ^2 byla splněna kritéria: 80 % očekávaných hodnot je větší než 5 a všechny jsou větší než 2. Nyní lze stanovit a ověřit nulovou hypotézu.

Stanovení hypotéz H_0 a H_1 :

H_0 : Věk nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

H_1 : Věk má vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit

Testové kritérium pomocí chí-kvadrát testu (χ^2):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - o_{ij})^2}{o_{ij}} = 32,671$$

Kritický obor:

$$W\alpha = (\chi^2 \geq \chi_{1-\alpha}^2(r-1) * (s-1)) = 7,815$$

Porovnání a výsledek:

$32,671 \geq 7,815$, kritický obor není splněn, tedy nezamítáme nulovou hypotézu

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ se neprokázala závislost vztahu mezi věkem a ochotou zapojit se do CSR aktivit. Věk nemá vliv na ochotu zapojit se do CSR aktivit. Sílu závislosti tedy není nutné počítat, neboť zde závislost není.

5 Zhodnocení a doporučení

V této části práce budou definovány výsledky kvantitativního výzkumu a na základě zjištěných skutečností budou navržena doporučení pro zdokonalení aktivit CSR ve školství.

5.1 Dotazníkové šetření

Jelikož se odpovědi studentů jednotlivých škol shodovaly v rovnovážném poměru, byly výsledky dotazníkového šetření zhodnoceny jako celek z pohledu studentů. Zhodnocení dle jednotlivých škol by nemělo v tomto případě smysl, neboť zhodnocení by bylo relativně totožné. Nedošlo zde k výkyvu názoru studentů jedné školy oproti ostatním školám v žádné z uvedených otázek v dotazníku.

Poněť o tom, co společenská odpovědnost znamená měla většina dotazovaných, ale našli se i tací, kteří se s tímto pojmem nesetkali. Z tohoto důvodu byla také definice společenské odpovědnosti na začátku dotazníku uvedena tak, aby i ti, co se pojmem nesetkali mohli dotazník vyplnit. Vzhledem k tomu, že jsou zde i studenti, kteří se s pojmem nesetkali, může to být i impuls pro vysoké školy zajistit větší informovanost o tomto pojmu. Celková informovanost ze strany škol o CSR je velice důležitá, neboť tím mohou podpořit angažovanost studentů o možnostech účastnit se dobrovolnických a dobročinných akcí, rozvíjet své hodnoty a dovednosti, které jsou důležité pro aktivní zapojení společnosti, zvyšovat vědomí o důležitosti sociálních a ekologických otázek a řadu dalších činností.

Dotazník také zjišťoval povědomí o tom, zda jsou si studenti vědomi, jestli je na škole nějaké specializované středisko nebo zaměstnanec, který se CSR věnuje. Zde 120 studentů z celkového počtu 303 odpovědělo, že neví, zda na škole existuje nějaký zaměstnanec či středisko, které by se specializovalo na CSR. Dle zjištěných informací pouze ČZU uvádí, že má své středisko zabývající se touto problematikou. Tato skutečnost by mohla být pobídkou pro školy směrem k lepší informovanosti studentů o tom, zda existuje nějaké specializované centrum nebo pracovník či nikoliv a celkově lépe studenty informovat o všech činnostech CSR. Zároveň by to mohlo být pobídkou pro ostatní dvě školy o zvážení možného zavedení takového střediska či odpovědného zaměstnance.

Další tři otázky dotazníku byly stanoveny tak, aby studenti určili míru souhlasu s určitým námětem. První se zabírala tím, jak studenti vnímají důležitost společenské odpovědnosti. Zde drtivá většina spíše souhlasila s názorem, že je tato problematika důležitá

a je třeba se jí věnovat. Výsledek tohoto tvrzení je velice pozitivní, neboť lze konstatovat, že studenti mají ponětí o důležitosti tohoto konceptu a mohou se o něj v rámci jeho důležitostí více zajímat a zařadit ho i do svého každodenního života. Neboť společensky odpovědný člověk pozitivně působí na společnost a může regulovat svůj vliv na životní prostředí. To by pro školy mohl být také podnět studenty vzdělávat v tomto oboru nejen v rámci školy, ale aby si studenti odnesli poznatky odpovědného chování a mohli jej uplatňovat i ve svém osobním životě.

Druhá otázka zjišťovala míru souhlasu s tím, zda se vysoké školy aktivně zapojují do činností společenské odpovědnosti. Výsledek této otázky dopadl obdobně pozitivně, neboť naprostá většina souhlasí s tím, že se jejich vysoká škola zapojuje do činností CSR čili jsou si vědomi, že jejich školy podnikají určité kroky vedoucí ke společensky odpovědnému chování.

Třetí otázka spojená s mírou souhlasu se věnovala zjištění, jestli by vysoké školy měly principy CSR zahrnout do svých strategických plánů. Zde drtivá většina opět souhlasila s tímto tvrzením. Je dobré, že studenti souhlasí s tím, že by měly školy CSR principy zařadit do svých strategických plánů. Neboť pokud chce být vysoká škola z dlouhodobého hlediska úspěšná, měla by si stejně jako firmy stanovit své strategické plány, ve kterých by měly být zahrnuty zásady CSR a udržitelnost. S tím souvisí i pravidelné reportování dosažených výsledků. Proto pro školy, které doposud neprovádí pravidelné reporty by tento souhlas studentů mohl být podnětem pro zavedení.

Jako nejvíce důležitou aktivitu studenti zvolili ochranu životního prostředí. Nejčastější zvolení této odpovědi není asi překvapivým jevem. Ochrana životního prostředí se v minulých letech, a i v současnosti neustále řeší ve všech kontinentech světa a celkově lze uvést, že tato aktivita je důležitá pro zachování života na Zemi a pro zachování zdravého a udržitelného prostředí i pro budoucí generace. S tím souvisí druhá nejčastěji zvolená aktivita, a to vzdělávání v ekologii a udržitelnosti. Třetí nejčastější odpovědí byla ochrana lidských práv. Je zřejmé, že studenti tuto odpověď zvolili právě v kontextu s nedávnou událostí válečného konfliktu na Ukrajině, která otřásla celým světem.

Další otázkou bylo, zda studenti ví, kde jejich škola informuje o svých CSR aktivitách. Většina z nich uvedla webové stránky a výroční zprávy. Avšak bylo zde i 68 dotazovaných, kteří nemají tušení, kde by hledali informace o CSR. Je patrné, že studenti ví, kde hledat

informace o CSR, ale najdou se i tací, kteří to bohužel nevědí. Proto by vysoké školy mohly více informovat o svém společensky odpovědném chování nebo alespoň na viditelnějším místě, například vytvořit vlastní záložku o CSR na svých internetových stránkách. Dnešním trendem je i zasílání newsletterů prostřednictvím e-mailu, sloužící pro informování jakékoliv události či skutečnosti. Školy by mohly využít i tuto cestu.

Studenti také odpovídali na to, jaký důvod si myslí, že mají školy k tomu, aby se chovaly společensky odpovědně. Zde byly všechny navržené důvody poměrně vysokým zastoupením zvoleny. Největší zastoupení měly důvody řešení společenských problémů a zlepšení image a být tak pozitivně vnímán veřejností. Tím, že se školy budou chovat odpovědně mohou na veřejnost působit pozitivním dojmem a zvyšovat tak její důvěru tím, že se účastní řešení sociálních a enviromentálních problémů.

Další otázka se zabývala tím, na co by se školy měly více zaměřit, aby byly ještě více společensky odpovědné. Zde studenti při výběru odpovědí opět nebyli nijak ustálený a všechny aktivity byly opět zvoleny. Určitou převahu zde ale měla aktivita spojená s lepší informovaností a se zavedením výuky o CSR. Je patrné, že studenti o tuto problematiku mají zájem, jsou si vědomi její důležitosti a mají zájem i o zavedení do výuky. Opět by to mohlo pro školy představovat stimul o zavedení více tohoto pojmu do výuky, které by mohlo připravit studenty na úspěšný pracovní život a přispět k etickému přístupu podnikání.

Dotazník se zaměřil i na to, zda studenti přiklánějí větší nebo naopak menší důležitost určité oblasti společenské odpovědnosti. Zde naprostá většina zvolila, že všechny oblasti CSR jsou důležité. Dá se předpokládat, že určit jednu nejdůležitější oblast je obtížné, neboť záleží na mnoha okolnostech. I tak studenti volili spíše enviromentální oblast, která je jednou z klíčových oblastí CSR. Důvodem může být opět každodenní řešení ekologických problémů. Nejméně volenou byla ekonomická oblast, což lze pravděpodobně vysvětlit tím, že pod slovem ekonomická oblast si nejprve každý vybaví generování zisku, což smyslem vysokých škol není.

Na otázku, zda by byli studenti ochotni se do aktivit CSR zapojit a jestli ví jak, bylo tak půl napůl. Polovina by se spíše zapojila a o něco větší polovina spíše ne. Studenti si uvědomují důležitost aktivit CSR, ale impuls pro zapojení jim chybí. To opět může školy vyzvat k větší motivaci studentů o účastnění se činností a přispívat tak k lepšímu světu.

V případě ochoty se zapojit, navíc studenti v naprosté většině ani neví, jak se zapojit. Školy by tedy mohly opět více informovat nebo pořádat náborové akce dobrovolníků.

Na závěr byl zjišťován přístup a informovanost studentů, jak se jejich školy zapojily do řešení válečného konfliktu na Ukrajině. Celkově lze říct, že výsledky dotazníku ohledně zapojení a pomoci ukrajinským studentům a lidem byly pozitivní. Naprostá většina studentů si je vědoma podpory svých škol i o aktivitách, které organizovala a pořádala. Nejvíce zastoupenou aktivitou byla asi dle očekávání humanitární pomoc, která je naprosto klíčová ve všech válečných i živelních pohrom. Studenti také velmi kladně ohodnotili spokojenost se zapojením a účastí svých škol při této krizi a přístup českých studentů k ukrajinským studentům. Smyslem dotazníku bylo také zjištění přístupu k ruským studentům, kdy většina studentů nebyla svědky nějakého konfliktu či vyčlenění. Bohužel se našli ale i tací, kteří svědky byli. Obětí válečného konfliktu je sice Ukrajina, ale na našem území může být agrese směřována k ruským a běloruským lidem. Je důležité studentům připomínat, že jak ruští, tak i běloruští studenti a lidé nemají s vyvoláním války nic společného a rozhodně za ni nenesou žádnou zodpovědnost.

Dobré by bylo zaměřit se na poskytování psychologické pomoci i těmto lidem nejen ukrajinským. Překvapivým výsledkem byla poslední otázka, která se ptala studentů, zda by podpora ukrajinských studentů měla nadále pokračovat. Zde většina odpovědělo, že by podpora již pokračovat neměla. Vysvětlením může být například vyčerpání a únava lidí, neboť války trvají několik let. Důvodem mohou být i ekonomické důvody, kdy se lidé bojí o vyčerpání individuálních zdrojů, což může mít negativní dopad na vlastní ekonomickou situaci. Příčiny tohoto výsledku mohou mít různé podoby. To, jestli v podpoře pokračovat či nikoliv záleží individuálně na každém z nás. Avšak pokračování v podpoře Ukrajiny a lidí prchající před válkou je důležité z politických, humanitárních, bezpečnostních a morálních důvodů. Je důležité pokračovat na řešení válečného konfliktu a usilovat o pomoc Ukrajině, aby mohlo dojít k obnovení její demokracie a blaha.

Účelem dotazníkového šetření bylo zhodnocení obecného pohledu studentů vybraných vysokých škol na problematiku CSR, zda mají ponětí o této problematice, jakým postoj k ní zauímají, které aktivity považují za nejdůležitější a posouzení ohledně pomoci Ukrajině v souladu s válkou. Ze získaných výsledků lze posoudit některé úsudky o

pochopení společenské odpovědnosti vysokých škol u studentů, ale také navrhnout doporučení pro tyto školy.

5.2 Návrhy a doporučení pro vysoké školy

Úroveň společenské odpovědnosti na vysokých školách se může lišit. Některé školy se mohou zaměřovat více na podporu regionálního rozvoje, globálních problémů jiné na spolupráci na národní i mezinárodní úrovni. Celkově ale lze říct, že vysoké školy vynakládají značné úsilí, aby přinášely pozitivní dopad na společnost. Následné návrhy a doporučení byly vypracovány na základě zjištěných informací z dotazníkového šetření. Jednotlivá doporučení nejsou specifikována přímo na jednotlivé školy, ale jsou vytvořena souhrnně na základě zjištěných nedostatků těchto vybraných vysokých škol.

5.2.1 Zlepšení komunikace CSR

Vysoké školy usilují o uplatňování své společenské odpovědnosti, ale důležitá je i její komunikace. Dle dotazníkového šetření jsou zde i tací studenti, kteří nejsou dostatečně informovaní, proto by měly zapracovat na zkvalitnění komunikace CSR. Měly by si jasně definovat komunikační strategii, ve které budou zohledněny očekávání a potřeby jejich zájmových skupin. Poté by měly vytvořit důležité kanály a zprávy určené pro jednotlivou zájmovou skupinu. Součástí může být i vytvoření diskusního fóra, ve kterém bude témata CSR rozebíráno a ve kterém mohou zájmové skupiny sdílet své znalosti a zkušenosti, podílet se na svých nápadech nebo podporovat a účastnit se dobrovolných projektů. Pro zlepšení komunikace CSR je i důležitá informovanost o aktivitách, které škola vykonává.

5.2.2 Webové stránky a sociální sítě

Informace o CSR aktivitách školy může sdílet pomocí svých webových stránek, sociálních sítích a jiných interních komunikačních prostředků. Důležitá je stručnost těchto informací, kdy studenta článek o padesáti stranách může odradit od přečtení. Všechny školy v současné době mají své webové stránky, na kterých mohou vytvořit samostatnou záložku, která se bude věnovat pouze společenské odpovědnosti a poté informovat dostatečně studenty o nových informacích CSR a kde je hledat. Vytvoření samostatné záložky je mnohem přehlednější a může sloužit jako nástroj pro představení aktivit a hodnot školy.

Důležité je také snadné dohledání, logické umístění na webových stránkách škol a nepřetržitě aktualizovat informace o CSR.

Kromě webových stránek by školy měly mít i sociální sítě, které jsou v dnešní době naprosto zásadní. Vybrané školy své sociální sítě mají, je tedy doporučením pouze jejich aktivní používání, díky kterému mohou efektivněji komunikovat své CSR aktivity a posílit svůj enviromentální a společenský dopad.

5.2.3 Středisko/zaměstnanec zabývající se CSR

Na základě dotazníkového šetření zde byl poměrně velký počet studentů, kteří nevěděli, zda jejich škola má nebo nemá specializované centrum nebo pracovníka zabývající se CSR. S tím souvisí špatná informovanost studentů, jak bylo zmíněno výše, ale také to představuje pobídku k uvážení takové centrum vytvořit nebo jmenovat odpovědného zaměstnance. Existuje několik důvodů, proč by vysoké školy měly mít centrum nebo pracovníka, který se touto problematikou zabývá. Jednou z nich je zlepšení pověsti a image školy.

V současné době řada studentů, zaměstnanců i dobročinných organizací hledí při výběru spolupráce na společenskou odpovědnost vysokých škol. Mít specializované centrum nebo pracovníka věnující se CSR představuje pro školu dobrou pověst, na základě, které dává najevo, že se chce podílet na řešení sociálních, enviromentálních a ekonomických problémů. Zároveň může u studentů i zaměstnanců zvýšit povědomí o důležitosti tohoto pojmu a vést je směrem k zapojení se do dobrovolnických aktivit a projektů. Dalším důvodem a výhodou mít centrum nebo pracovníka je možná pomoct při vytváření spolupráce s externími organizacemi nebo možnost zařadit tento koncept do výuky a vzdělávání v podobě workshopů, kurzů nebo seminářů, kde se studenti mohou seznámit se tímto pojmem.

5.2.4 CSR strategie a report

Výsledkem dotazníku byla i velká podpora skutečnosti, že by školy principy CSR měly zařadit do svých strategických plánů. Zařadit CSR do své činnosti by mělo na starost již zmiňované zavedené středisko nebo pracovník, který by měl za úkol vypracovat strategii CSR, ve které by také stanovit cíle, kterých chce uplatňováním CSR škola dosáhnout. Jejich úkolem by bylo i zapojení svých stakeholderů do CSR aktivit,

navrhování a uplatňování udržitelných praktik pro provoz, organizování dobrovolnických činností, měření a hodnocení úspěchu v rámci CSR, a také zajišťovat pravidelnou komunikaci o svých CSR aktivitách, a to nejen uvnitř školy, ale také pro širokou veřejnost.

S tím souvisí možné zavedení tvorby reportu CSR, neboť pro školy přináší řadu výhod. Umožňuje školám sledovat a studovat svůj vliv a dopady na životní prostředí, čímž poté mohou snižovat své ekologické dopady a podporovat udržitelnost ve společnosti. CSR report může sloužit i jako nástroj, díky kterému studenti lépe porozumí významu sociální odpovědnosti a její možné dopady. Navíc školy, s dobrou pověstí v této problematice mohou být atraktivnější pro zaměstnance, kteří preferují pracoviště s pozitivním dopadem na společnost. To platí i u veřejnosti, pro kterou CSR report poskytuje klíčové informace o sociální odpovědnosti, čímž se zvyšuje jejich důvěra ve vysokých školách.

5.2.5 CSR do výuky

Výsledkem dotazníkového šetření byl i projev zájem ze strany studentů o informovanosti a zavedení CSR do výuky. To může být impulsem pro vysoké školy o větší a hlubší integraci CSR tématu do studijních předmětů. Mohou CSR podporovat prostřednictvím dobrovolnických činností a partnerských programů s neziskovými organizacemi. Pro zvýšení motivace studentů o zapojení se do těchto činností a programů by byla ideální možnost získání kreditů v případě zapojení, což by byla pro studenty velká motivace. Bohužel ale po upozornění mé vedoucí diplomové práce a také po ověření u doc. Ing. Milana Houšky, Ph.D., zabývající se akreditací na Provozně ekonomické fakultě ČZU, tato eventualita není snadno zařaditelná, neboť kredity jsou vázané na vzdělávací aktivity pro určitý studijní program.

Možnou alternativou, jak nalákat studenty o zájem CSR za získání případných kreditů lze v rámci zapojení tohoto konceptu do stávajícího předmětu jako studijní volitelná povinnost. Podle informací získaných od již zmiňovaného docenta Houšky je studijní předmět například za pět kreditů a tyto kredity by měly být dále rozepsány podle aktivit. Tedy například přednášky a cvičení za 2 kredity, samostudium za 0,5 kreditů, zpracování projektu ke zkoušce 1 kredit a alternativně i uvést kredity za přípravu a zkušební realizaci CSR projektu dané firmy/školy například za 2 kredity. Jedná se o nejjednodušší možnou variantu, kterou může garant daného předmětu odsouhlasit sám. Pouze v případě, že by došlo

k radikálnější změně obsahu a také způsobu zakončení studijního předmětu by měl garant předmětu tuto skutečnost projednat s garantem studijního programu a uvést do hodnotící zprávy.

5.2.6 Zvyšování ochoty zapojení se do CSR aktivit

Dotazník se také zabýval zjištěním ochoty studentů se zapojit do CSR aktivit. Zde největší zastoupení měla odpověď spíše ne. Zvýšit ochotu zapojit se do CSR aktivit může již zmiňované zavedení tématu CSR do stávajících předmětů. Studentům bude již například zmiňovanou tvorbou a implementací projektu CSR umožněno to, že si mohou reálně zkusit tvorbu a implementaci CSR projektu pro zvolený podnik nebo organizaci, čímž si dokonale prohloubí znalosti tohoto konceptu a zároveň tento projekt může přispět i podniku nebo organizaci samotné.

Studenti často přicházejí s novými a kreativními nápady, které podnikům a organizacím mohou poskytnout nové pohledy na řešení enviromentálních i sociálních otázek. Mohou dále přispět různými know-how díky studiu různých oborů, čímž podnik poté může efektivněji reagovat na celkové problémy v souladu s CSR. Zapojení studentů do tvorby reálného CSR projektu může navíc i poukázat a rozvíjet možné lídry a talenty budoucnosti, kteří hodnoty CSR sdílí. Další motivací pro ochotu zapojit se do toho projektu je i možnost získání kreditů za úspěšné dokončení předmětu.

Studenti tedy tak získají nové dovednosti a zkušenosti v oblasti CSR, což následně mohou implementovat i ve svém osobním životě. Díky prohloubení znalostí o této problematice by studenti mohli být i více motivováni k zapojení se do dobrovolnických činností a partnerských programů. Mohou dobrovolně spolupracovat s neziskovými organizacemi zabývající se zdravotními, sociálními nebo enviromentálními oblastmi, mohou poskytovat mentorství nebo poradenství pro organizace nebo jednotlivce, přispívat k rozvoji technických znalostí a dovedností a spousta jiných aktivit. Dobrovolnická aktivita by měla určitě zastoupení ve všech oborech.

5.2.7 Členství v Asociaci společenské odpovědnosti

Jelikož ČZU i JU jsou členy této asociace, mohla by i VŠPJ usilovat o členství v Asociaci společenské odpovědnosti, díky kterému by mohla získat potřebné know-how. Mohla by získat nové nápady, inspiraci, neboť asociace poskytuje platformu pro vzájemnou

výměnu zkušeností a poskytuje i odborné poradenství pro své členy. Členstvím by mohla získat i nové partnerské sítě s různými podniky, organizacemi nebo i s jinými vysokými školami. Účastí může zvýšit i svou pověst a podporu hlasu v otázkách týkajících se společenské odpovědnosti. Celkově lze shrnout, že členství v asociaci přináší zvýšení schopného a efektivního uplatňování CSR strategie, budování nových kontaktů a vytváření partnerství, sdílení zkušeností a zvyšování své viditelnosti a pověsti v oblastech CSR.

6 Závěr

Diplomová práce se zabývala společenskou odpovědností vybraných tří vysokých škol na území ČR. Hlavním cílem práce bylo zhodnocení společenské odpovědnosti vybraných vysokých škol a na základě zjištěných údajů vytvořit návrhy pro zlepšení. Dílčím cílem bylo zhodnotit zapojení vysokých škol do řešení uprchlické krize v souvislosti s válkou na Ukrajině.

Pro dosažení tohoto cíle byl proveden kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření, který byl směřován na určitou zájmovou skupinu, a to studenty. Z výsledků dotazníkového šetření lze konstatovat, že tyto vysoké školy uplatňují zásady CSR a studenti o této problematice mají ponětí neboli naprostá většina se s tímto pojmem již někdy setkala. Studenti jsou si také vědomi důležitosti tohoto pojmu, kdy je třeba je v tomto podporovat a připomínat, že je tento pojem opravdu klíčový i v jejich osobním životě. Jako nejdůležitější aktivitu zvolili ochranu životního prostředí. I když ostatní aktivity jsou samozřejmě také stejně důležité a v dotazníku jsou studenty zastoupeny, lze předpokládat, že jsou si studenti vědomi toho, že ochrana životního prostředí a planety je nezbytná pro zdraví, bezpečnost, a hlavně zachování života na Zemi.

Naopak podle výsledků šetření studentům chybí motivace a impuls se do společenských aktivit zapojit. Školy by se tedy měly zaměřit především na větší motivaci studentů, například již zmiňovaným zavedením pilotního projektu CSR v rámci stávajících předmětů, za který mohou získat kredity potřebné k úspěšnému dokončení předmětu. Student by se v rámci tohoto projektu dozvěděl, jak funguje CSR v praxi, zároveň by byl motivován získáním potřebných kreditů a možná by i třeba našel zájem se tomuto tématu věnovat i mimo školní půdu a rozvíjet jej i v osobním či pracovním životě.

Cílem bylo zhodnotit společenskou odpovědnost těchto tří škol, kdy úroveň CSR těchto škol je na dobré úrovni a na ČZU dokonce na velmi výborné úrovni. Školy uplatňují zásady CSR a snaží se být zodpovědný ke svému okolí. Uvedená doporučení jsou směřována primárně na školy JU a VŠPJ, neboť většinu návrhů a doporučení ČZU již uplatňuje a provozuje. Úroveň CSR na ČZU by mohla být vzorem pro řadu jiných škol, což dokazuje i první místo v žebříčku hodnocení společenské odpovědnosti a udržitelnosti napříč vysokými školami na území ČR.

Výsledky tohoto šetření mohou školám posloužit jako podklad k tomu, jak jejich studenti vnímají společenskou odpovědnost. Důležitým závěrem tohoto šetření je, že studenti o toto téma mají zájem a jsou si vědomi jeho důležitosti, ale chybí jim motivace pro zapojení.

Dílčím cílem bylo zhodnocení zapojení vysokých škol do řešení uprchlické krize spojené s válkou. Tato událost vyvolala ve světě nesmírnou vlnu solidarity a soucítění. Firmy, vláda i široká veřejnost se snažila přispět a pomáhat. Pozadu nebyly ani pro diplomovou práci vybrané vysoké školy, které ihned na válečnou krizi reagovaly a vytvářely různé aktivity na pomoc ukrajinským lidem. Pořádaly různé veřejné sbírky buď materiálních nebo finančních prostředků, pořádaly benefiční koncerty, poskytovaly ubytování lidem zasažených válkou na svých kolejích, organizovaly bezplatné jazykové kurzy, poskytovaly stipendia z fondů MŠMT a velké množství jiných aktivit. Nejen samotné školy, ale i zaměstnanci a studenti organizovali individuální aktivity na podporu Ukrajiny, kteří například pomáhali s překlady a tlumočením.

Z dotazníkového šetření lze konstatovat, že studenti jsou si velmi dobře vědomi podpory svých škol a o aktivitách, které organizovaly na podporu lidí prchajících před válkou. Velmi kladně byla ohodnocena i spokojenost se zapojením vysokých škol a přístup českých studentů k ukrajinským. Bohužel se ale našli i tací studenti, kteří byli svědky agrese vůči ruským nebo běloruským lidem, kteří s vyvoláním války nemají nic společného. Je důležité poskytovat pomoc a nezapomínat na lidi z Ruska a Běloruska žijících v ČR, které mohou být konfrontovány útoky kvůli své národnosti. Zajímavou reakcí od studentů byla skutečnost, že by podpora Ukrajiny neměla nadále pokračovat. Je jasné, že lidé jsou již unavení a vyčerpaní po dvouleté pomoci, ale je důležité si uvědomit, že existují důvody, proč by pomoc měla nadále pokračovat. Jedním z hlavních důvodů je to, že mezinárodní pomoc může vést k podpoře snahy o nalezení mírového řešení vedoucí k ukončení války.

7 Seznam použitých zdrojů

1. *Asociace společenské odpovědnosti* [online]. (2015). [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.spolecenskaodpovednost.cz>
2. BAČUVČÍK, R., HARANTOVÁ L. (2016). *Sociální marketing*. Zlín: Radim Bačuvčík-VeRBuM. ISBN 978-80-87500-80-4.
3. BENZAQUEN-DE LAS CASAS, J. and PÉREZ-CEPEDA, M. (2016). El ISO 9001 y TQM En Las Empresas De Ecuador/ISO 9001 and TQM in Companies in Ecuador/ISO 9001 e TQM Em Empresas no Equador: GCG. *Revista De Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, Sep [online]. vol. 10, no. 3, pp. 153-176 Publicly Available Content Database. [cit. 2023-10-04] Dostupné z: <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.06>
4. BISEL, CH. (2020). *Mobbing Diary: What You Should Consider, So that Your Mobbing Diary is Successful*. [online]. 2nd Edition. Německo: BoD – Books on Demand [cit. 2023-08-22]. ISBN 978-3-7494-3348-3. Dostupné z: https://www.google.cz/books/edition/Mobbing_Diary/e5YKEAAAQBAJ?hl=cs&gbpv=1
5. BLÁHA, J., ČERNEK M. (2015). *Podnikatelská etika a CSR*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava. ISBN 978-80-248-3828-1.
6. BLOOM, P.N., GUNDLACH, G.T. (2000). *Handbook of Marketing and Society*. Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA. ISBN 978-0761916260.
7. BOGACZ-WOJTANOWSKA, E., JEDYNAK, P., WRONA, S., PLUSZYŃSKA, A. (2022). *Universities, Stakeholders and Social Mission: Building Cooperation Through Action Research* [online]. Milton: Taylor & Francis Group. [cit. 2023-10-13]. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/7244860?accountid=26997>.
8. BOHATÁ, M., ŽÁK, M. (2018). *K etické politice vysokých škol v České republice* [online]. Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration, no. 44, pp. 29-40 Publicly Available Content

- Database. ISSN 1211555X. [cit. 2023-10-04] Dostupné z: https://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/72004/Bohata_Zak.pdf?sequence=1&isAllowed=y
9. BOHATÁ, M. (2020). *Česká cesta k podnikatelské etice*. Brno: Barrister & Principal. ISBN 978-80-736-4108-5.
 10. BOHATÁ, M. (2021). *Etika a integrita veřejné správy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3311-6.
 11. CARROLL, A.B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders* [online]. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
 12. CARROLL, A.B. (2016). *Carroll's Pyramid of CSR: Taking another Look* [online]. International Journal of Corporate Social Responsibility, 12, vol. 1, no. 1 Publicly Available Content Database. [cit. 2023-08-22] Dostupné z: <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
 13. CRANE, A., MATTEN, D., SPENCE, L.J. (2014). *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context* [online]. 2nd edition. Velká Británie: Routledge, s. 596 [cit. 2023-10-04]. ISBN 978-0-415-68324-1. Dostupné z: https://www.google.cz/books/edition/Corporate_Social_Responsibility/tEmMDwAAQBAJ?hl=cs&gbpv=1&dq=Crane,+Matten+a+Spence,+2014&printsec=frontcover
 14. ČÁSLAVOVÁ, E. (2020). *Management a marketing sportu 21. století*. Jesenice: Ekopress. ISBN 978-808-7865-620.
 15. ČÁSTEK, O. (2010). *Využití stakeholderského přístupu při strategické analýze podniku* [online]. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5411-0. [cit. 2023-10-04] Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/rect/nakladatelstvi/publikace/210-7743/210-7743-e-book.pdf>
 16. *Česká zemědělská univerzita: Strategie CSR* [online], 2020. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://csr.czu.cz/cs/r-13686-strategie-a-zprava-o-udrizitelnosti>

17. Česká zemědělská univerzita: o ČZU [online], 2021. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.czu.cz/cs/r-7210-o-czu>
18. Česká zemědělská univerzita: Výroční zpráva o činnosti za rok 2022 [online], 2023a. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.czu.cz/cs/r-7210-o-czu/r-7702-oficialni-dokumenty/r-7812-vyrocní-zpravy>
19. Česká zemědělská univerzita: CSR report 2022 [online], 2023b. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://csr.czu.cz/cs/r-13686-strategie-a-zprava-o-udrzitelnosti>
20. ČERNÝ, M. (2018). *Pedagogicko-psychologické otázky online vzdělávání* [online]. Česko: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-8926-6. [cit. 2024-01-08] Dostupné z: https://www.google.cz/books/edition/Pedagogicko_psychologick%C3%A9_ot%C3%A1zky_onl/GkLhDwAAQBAJ?hl=cs&gbpv=0
21. DAHAN, G.S., SENOL I. (2012). *Corporate Social Responsibility in Higher Education Institutions: Istanbul Bilgi University Case* [online]. American International Journal of Contemporary Research. [cit. 2023-10-04] Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/267826493_Corporate_Social_Responsibility_in_Higher_Education_Institutions_Istanbul_Bilgi_University_Case
22. DIMITROPOULOS, P., CHATZIGIANNI, E. (2022). *Corporate Social Responsibility and Governance* [online]. New York: Routledge [cit. 2023-10-06]. ISBN 9781003152750. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9781003152750>
23. Evropská komise. (2011). *Sdělení komise evropskému parlamentu, radě, evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a výboru regionů: Obnovená strategie EU pro sociální odpovědnost podniků na období 2011-2014* [online]. [cit. 2023-09-20]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=RO>
24. Evropská rada a Rada Evropské unie. (2023). *REAKCE EU NA INVAZI RUSKA NA UKRAJINU: Dopad invaze Ruska na Ukrajinu na trhy: reakce EU* [online]. aktualizováno 6. června 2023 [cit. 2023-10-04]. Dostupné z:

<https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/eu-response-ukraine-invasion/impact-of-russia-s-invasion-of-ukraine-on-the-markets-eu-response/>

25. FILHO, W.L. (2019). In: *Social Responsibility and Sustainability: How Businesses and Organizations Can Operate in a Sustainable and Socially Responsible Way* [online]. Springer Nature Switzerland. [cit. 2023-10-04]. ISBN 978-3-030-03562-4. Dostupné z: https://www.google.cz/books/edition/Social_Responsibility_and_Sustainability/YMqDDwAAQBAJ?hl=cs&gbpv=1&dq=walter+leal+filho+csr&printsec=frontcover
26. FORMÁNKOVÁ, S., VAJČNEROVÁ, I. (2018). *Achieving Quality and Sustainability in the Czech Business Environment* [online]. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing. [cit. 2023-10-12]. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/2135171386/bookReader?accountid=26997>
27. HAIDER, S., JABEEN, S., AHMAD, J. (2018). *Moderated mediation between work lifebalance and employee job performance: The role of psychological wellbeing and satisfaction with coworkers* [online]. COMSATS Institute of Information Technology, Vehari, Pakistan. Journal of Work and Organizational Psychology. 34(1), 29-37. [cit. 2023-10-06] Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.5093/jwop2018a4>
28. HAYAT U., ORSAGH M. (2015). *ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE ISSUES IN INVESTING: A Guide for Investment Professionals* [online]. CFA Institute [cit. 2023-10-12]. ISBN 978-1-942713-21-0. Dostupné z: <https://www.cfainstitute.org/-/media/documents/article/position-paper/esg-issues-in-investing-a-guide-for-investment-professionals.ashx>
29. HOPKINS, M. (2016). *CSR and Sustainability: From the Margins to the Mainstream: a Textbook*. [online]. Taylor & Francis Group, Saltaire. [cit. 2023-10-07]. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/2133979232/bookReader?accountid=26997>

30. HORVÁTHOVÁ, P., BLÁHA J., ČOPIKOVÁ A. (2016). *Řízení lidských zdrojů: nové trendy*. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-430-1.
31. HOŠKOVÁ, P., JINDROVÁ, A. a PROCHÁZKOVÁ R., 2014. *Statistika v manažerské a obchodní praxi. Základní metody a postupy řešení v programu STATISTICA* [online]. [cit. 2023-01-08] Dostupné z: <https://moodle.czu.cz/>
32. CHEEMA, M.U., MUNIR, R. and SU, S., (2023). *Corporate Governance and Whistleblowing: Corporate Culture and Employee Behaviour* [online]. Milton: Taylor & Francis Group. [cit. 2023-08-22]. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/6520771?accountid=26997>
33. *Jihočeská univerzita: o JU* [online], 2021. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.jcu.cz/cz/univerzita/o-univerzite>
34. *Jihočeská univerzita: Ekologicky šetrná a společensky odpovědná univerzita* [online], 2022. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.jcu.cz/cz/univerzita/aktualne/ekologicky-setrna-a-spolecensky-odpovedna-univerzita>
35. *Jihočeská univerzita: Výroční zpráva o činnosti za rok 2022* [online], 2023. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: https://www.jcu.cz/images/UNIVERZITA/rozvoj/strategie-a-rozvoj/vyrocnizpravy/vzoc-2022_jihoceska-univerzita.pdf
36. *Jihočeská univerzita: Menza Jihočeské univerzity pomáhá potřebným* [online], 2024. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.jcu.cz/cz/univerzita/aktualne/menza-jihoceske-univerzity-pomaha-potrebnym>
37. JOUZA, L. (2019). *Sick days*. EUROPEAN BUSINESS SCHOOL [online]. [cit. 2023-10-10]. Dostupné z: <https://www.ebschool.cz/sick-days>
38. KADERÁBKOVÁ, A. (2021). In: *Ekonomické a sociální inovace* [online]. 2. vydání. Vysoká škola ekonomie a managementu [cit. 2023-10-12]. ISBN 978-80-88330-43-1. Dostupné z: https://www.google.cz/books/edition/Ekonomick%C3%A9_a_soci%C3%A1ln%C3

[%AD_inovace/PalYEAAAQBAJ?hl=cs&gbpv=1&dq=cause+promotion+kade%C5%99%C3%A1bkov%C3%A1+2021&pg=PA32&printsec=frontcover](#)

39. KAŠPAROVÁ, K. (2012). *Faktory ovlivňující CSR reportování*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. ISBN 978-80-210-5985-6.
40. KAŠPAROVÁ, K., KUNZ, V. (2013). *Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4480-3.
41. KOMÁRKOVÁ, S. (2023). *Společenská odpovědnost a udržitelnost – akční plán*. [online]. Brno [cit. 2023-10-13]. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Ekonomicko-správní fakulta. doc. Ing. Alena Klapalová, Ph.D. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/x3mbo/Komarkova_diplomecka.pdf
42. KOUDELKOVÁ, P. (2022). *Společenská odpovědnost firem a organizací: udržitelně o udržitelnosti*. Vydání I. Jesenice: Ekopress. ISBN 978-80-87865-77-4.
43. KRČMÁŘOVÁ, J. (2010). *Dvě cesty ke třetí roli vysokých škol. Srovnání konceptualizace OECD a UNESCO* [online]. AULA, 18(4) [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: https://www.csvs.cz/wp-content/uploads/2019/01/2010-4_clanek_treti-role.pdf
44. KŘEČKOVÁ KROUPOVÁ, Z. (2018). *Udržitelnost v České republice v kontextu vývoje v pokrizovém období*. Praha: Oeconomica, nakladatelství VŠE. ISBN 978-80-245-2297-5.
45. KUNZ, V. (2012). *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3983-0.
46. KUNZ, V. (2020). *Společenská odpovědnost ve sportu*. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-1209-8.
47. LARRÁN-JORGE, M., ANDRADES-PEÑA, F.J. (2017). *Analysing the literature on university socialresponsibility: A review of selected higher education journals* [online]. Higher Education Quarterly, 71(4), [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/hequ.12122>

48. LEGNEROVÁ, K., DOHNALOVÁ, M. (2018). *Společensky odpovědné podnikání*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7598-055-7.
49. Management Mania (2016). SA 8000 Společenská odpovědnost [online]. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://managementmania.com/sk/sa-8000.pdf>
50. MARTÍNEZ, N.O., CARABEL, T.C. and GARCÍA, S.A., 2021. *Revisión De La Investigación Científica En ISO 9001 e ISO 14001: Un Análisis Bibliométrico* [online]. Cuadernos De Gestión, vol. 21, no. 1, pp. 29-45 Publicly Available Content Database. ISSN 11316837. [cit. 2023-10-06]. Dostupné z: <https://doi.org/10.5295/cdg.191189no>
51. MARUŠÁKOVÁ, E. (2020). *Společenskou odpovědnost univerzit v Česku řeší zatím spíš jen jednotlivci*. Universitas: magazín vysokých škol [online]. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://www.universitas.cz/tema/5414-spolecenskou-odpovednost-univerzit-v-cesku-resi-zatim-spis-jen-jednotlivci-2>
52. MASUD, M.A.K., RASHID, M.H.U., KHAN, T., BAE S.M., KIM, J.D. (2019). *Organizational Strategy and Corporate Social Responsibility: The Mediating Effect of Triple Bottom Line*. Int. J. Environ. Res. Public Health [online]. **16**(22), 4559. ISSN 1660-4601. [cit. 2023-08-22]. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/ijerph16224559>
53. MAURICE, L.C.S. (2022). *Corporate Social Responsibility : The Co-Responsibility of Business along Global Supply Chains* [online]. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. [cit. 2023-10-13]. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/7102611?accountid=26997>
54. MAZUR, B., WALCZYNA, A., CICHORZEWSKA, M. (2023). *The Place of the Natural Environment in Activities for Social Responsibility in the Opinion of Students of Electrical Engineering* [online]. Sustainability, vol. 15, no. 2, pp. 1306 Publicly Available Content Database. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su15021306>
55. MICHALOVÁ, M. (2022). *Společenská odpovědnost vybraného podniku a její vliv na zákazníka* [online]. Brno [cit. 2023-10-04]. Diplomová práce. Masarykova

- univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. Ing. Simona Činčalová, Ph.D. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/q37h6/VEREJNA_DP-Monika_Michalova_421486-FIN.pdf
56. MIKULOVÁ, M. (2018). *Třetí role Masarykovy univerzity se zaměřením na její vliv na kulturní život města Brna* [online]. Brno [cit. 2023-10-13]. Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. doc. Mgr. Jana Horáková, Ph.D. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/wwu5t/Mikulova_DP.pdf
57. MILLEROVÁ, K. (2020). *THE TRIPLE BOTTOM LINE: WHAT IT IS & WHY IT'S IMPORTANT*. Harvard Business School Online [online]. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>
58. MITCHELL, Ronald K., Bradley R. AGLE a Donna J. WOOD, 1997. *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts*. The Academy of Management Review [online]. 22(4) [cit. 2023-10-07]. ISSN 03637425. Dostupné z: <https://doi:10.2307/259247>
59. Mladá veda: Young science. (2017). *Aplikace stakeholder managementu a teorie stakeholder salience v managementu vysokých škol* [online]. Prešov: Vydavateľstvo Universum-EU. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: http://www.mladaveda.sk/casopisy/12/12_2017_11.pdf
60. MOLINA-REYES, S., CERVERA-CÁRDENAS, J., PULIDO-ROJANO, A. (2022). *Implementation of a Methodology for the Integration of Management Systems Based on NTC-ISO 14001:2015 and NTC-ISO 45001:2018: A Case Study in the Construction Sector* [online]. Ingeniare: Revista Chilena De Ingenieria, 12, vol. 30, no. 4, pp. 769-779 Publicly Available Content Database. ISSN 07183291. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/2786242514/51F5A821AC6C47F8PQ/3?accountid=26997>
61. MŠMT. *Přehled vysokých škol v ČR* [online]. [cit. 2023-08-07]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vzdelavani/vysoke-skolstvi/prehled-vysokych-skol-v-cr-3>
62. NEČADOVÁ, V. (2013). *Kvalita výkonu veřejné správy je bezprostředně spjata s problematikou etiky ve veřejné správě* [online]. Scientific Papers of the University of

- Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration, no. 26, pp. 105-115 Publicly Available Content Database. ISSN 1211555X. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z:
https://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/49566/Ne%c4%8dadov%c3%a1_Kvalita_V%c3%bdkonu_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y
63. NWAGBARA, U. (2020). *Institutions and Organisational Work-Life Balance (WLB) Policies and Practices: Exploring the Challenges Faced by Nigerian Female Workers* [online]. Journal of Work-Applied Management, vol. 12, no. 1, pp. 42-54 Publicly Available Content Database. ISSN 22052062. [cit. 2023-10-06]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/JWAM-11-2019-0035>
64. ÖRTENBLAD, A. (2016). *Research handbook on corporate social responsibility in context*. Northampton, Massachusetts: EE, Edward Elgar Publishing. ISBN 978-1-78347-479-0.
65. PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. (2010). *Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ní dál*. Praha: Grada. Management (Grada). ISBN 978-80-2473157-5.
66. POKORNÁ, D. (2012). *Koncept společenské odpovědnosti: obsah, podstata, rozsah*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-3348-6.
67. RIZZELLO, A. (2022). *Green Investing: Changing Paradigms and Future Directions* [online]. Cham: Springer International Publishing AG. Accessed October 12, 2023. ProQuest Ebook Central. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/2712136468/bookReader?accountid=26997>
68. SÁNCHEZ-SORIANO, J., GARCÍA-JIMÉNEZ, L. (2020). *La Construcción Mediática Del Colectivo LGTB+ En El Cine Blockbuster De Hollywood. El Uso Del Pinkwashing y El Queerbaiting* [online]. Revista Latina De Comunicación Social, no. 77, pp. 95-116 Publicly Available Content Database. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1451>
69. SEKNIČKA, P., PUTNOVÁ, A. (2016). *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5545-8.

70. SÖRENSSON, A., TESFAYE, B., LUNDSTRÖM, A., GRIGORE, G., STANCU, A. (2021). PALGRAVE STUDIES IN GOVERNANCE, LEADERSHIP AND RESPONSIBILITY. In: *Corporate Responsibility and Sustainability during the Coronavirus Crisis: International Case Studies* [online]. Palgrave Macmillan. [cit. 2023-08-28]. ISBN 978-3-030-73846-4. Dostupné z: https://www.google.cz/books/edition/Corporate_Responsibility_and_Sustainabil/fgU1EAAAQBAJ?hl=cs&gbpv=1
71. SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. (2010). In: *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů* [online]. Praha: Grada Publishing. [cit. 2023-10-05]. ISBN 978-80-247-3339-5. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=hpnyCwAAQBAJ&lpg=PA5&dq=Srpov%C3%A1%20C%20C5%98eho%C5%99%20a%20kolektiv%20C%202010%20pyramida%20csr&lr&hl=cs&pg=PA3#v=onepage&q&f=false>
72. STEPHANUS, D.S. (2023). *TRIPPLE BOTTOM LINE: MENGGAGAS AKTIVITAS EKONOMI DAN BISNIS YANG BERTANGGUNG JAWAB PADA BUMI, MANUSIA, DAN ENTITAS* [online]. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/369118637_TRIPPLE_BOTTOM_LINE_MENGGAGAS_AKTIVITAS_EKONOMI_DAN_BISNIS_YANG_BERTANGGUNG_JAWAB_PADA BUMI MANUSIA DAN ENTITAS
73. ŠTEMBERKOVÁ R., ŠKODOVÁ-PARMOVÁ, D., MAREŠOVÁ P., OČKO P. (2021). *Technology Transfer as the Third Role of Universities & National Platform in the Czech Republic* [online]. Hradec Economic Days. [cit. 2023-10-13]. Dostupné z: <https://digilib.uhk.cz/handle/20.500.12603/553>
74. TAUGINIENE L., PUČETAITE, R. (2021). *Managing Social Responsibility in Universities: Organisational Responses to Sustainability* [online]. Cham: Springer International Publishing AG. [cit. 2023-10-13]. ProQuest Ebook Central. Dostupné z: <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/6579195?accountid=26997>
75. TETŘEVOVÁ, L. (2013). *Modifikace konceptu společenské odpovědnosti firem v kontextu společenské odpovědnosti univerzit* [online]. Univerzita Pardubice. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: <https://aak.slu.cz/pdfs/aak/2013/02/14.pdf>

76. TETŘEVOVÁ, L. (2017). *Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví*. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0285-3.
77. TETŘEVOVÁ, L., MIDTTUN, A. (2022). *MODERNÍ TRENDY SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI FIREM, UNIVERZIT A MUNICIPALIT: Příklady dobré praxe z České republiky a Norska* [online]. Univerzita Pardubice. [cit. 2023-10-04]. ISBN 978-80-7560-418-7. Dostupné z: <https://publi.cz/download/publication/1935?online=1>
78. THOTTOLI, M.M. and THOMAS, K.V., 2023. *The Impact of Web Marketing on Corporate Social Responsibility (CSR) and Firms' Performance* [online]. Rajagiri Management Journal, vol. 17, no. 1, pp. 37-51 Publicly Available Content Database. ISSN 09729968. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/RAMJ-03-2021-0022>
79. TWIN, A. (2023). *Business Ethics: Definition, Principles, Why They're Important* [online]. aktualizováno 17. března 2023 [cit. 2023-10-05]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>
80. Univerzita Karlova. (2022). *Třetí role* [online]. [cit. 2023-10-13] Dostupné z: <https://cuni.cz/UK-10991.html>
81. VRABCOVÁ, P. (2021). *Udržitelné podnikání: dobrovolné nástroje (nejen) zemědělských a lesnických podniků*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-3303-1.
82. *Vysoká škola polytechnická Jihlava: Obecné informace* [online], 2021. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.vspj.cz/skola/obecne-informace>
83. *Vysoká škola polytechnická Jihlava: VŠPJ získala Cenu hejtmana Kraje Vysočina za společenskou odpovědnost* [online], 2022. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.vspj.cz/skola/obecne-informace/aktualita/2170>
84. *Vysoká škola polytechnická Jihlava: Výroční zpráva o činnosti VŠPJ za rok 2022* [online], 2023. [cit. 2024-02-22]. Dostupné z: <https://www.vspj.cz/skola/uredni-deska/vyrocní-zpravy-o-cinnosti>

85. WANG, Z., SARKIS, J. (2017). *Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance* [online]. *Journal of Cleaner Production*, 162, 1607-1616. [cit. 2023-10-05]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.142>
86. YANG, M., WANG, J., MARESOVA, P., AKBAR, M. (2022). *Can the Spending of Corporate Social Responsibility be Offset? Evidence from Pharmaceutical Industry: Znanstveno-Strucni Casopis* [online]. *Ekonomiska Istrazivanja*, 12, vol. 35, no. 1, pp. 6279-6303 Publicly Available Content Database. ISSN 1331677X. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2048194>
87. ZHANG, A., SCODELLARO, A., PANG, B., LO, H.-Y., XU, Z. (2020). *Attribution and Effectiveness of Cause-Related Marketing: The Interplay between Cause-Brand Fit and Corporate Reputation* [online]. *Sustainability*, vol. 12, no. 20, pp. 8338 Publicly Available Content Database. [cit. 2023-10-04]. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/su12208338>

Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratek

7.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 Carrollova pyramida	24
Obrázek 2 Vennův diagram udržitelnosti	29
Obrázek 3 Typologie stakeholderů	32

7.2 Seznam tabulek

Tabulka 1 Stanovené nulové hypotézy	14
Tabulka 2 Shrnutí zvolených kritérií CSR dle jednotlivých škol	58
Tabulka 3 Pohlaví respondentů	60
Tabulka 4 Věková skupina respondentů	61
Tabulka 5 Rozdělení respondentů dle jednotlivých škol	62
Tabulka 6 Setkání se s pojmem	63
Tabulka 7 Specializované centrum/pracovník CSR	65
Tabulka 8 Míra souhlasu: "Společenská odpovědnost vysokých škol je velmi důležitá a je potřeba se jí věnovat"	66
Tabulka 9 Míra souhlasu: "Moje škola se aktivně zapojuje do činností týkajících se společenské odpovědnosti"	67
Tabulka 10 Míra souhlasu: "Moje škola zahrnuje společenskou odpovědnost do svých strategických plánů"	68
Tabulka 11 Důležité aktivity CSR	69
Tabulka 12 Informace o CSR	71
Tabulka 13 Důvod vysoké školy pro uplatňování CSR	72
Tabulka 14 Zaměření vysokých škol pro lepší CSR	74
Tabulka 15 Nejdůležitější oblast CSR	75
Tabulka 16 Ochota zapojit se do CSR aktivit	76
Tabulka 17 Znalost o možnosti zapojení se do CSR aktivit	77
Tabulka 18 Zapojení se do válečné krize na Ukrajině	78
Tabulka 19 Podpora rusko-ukrajinské krize	79
Tabulka 20 Hodnocení podpory rusko-ukrajinské krize?	81
Tabulka 21 Přístup českých studentů k ukrajinským studentům	82
Tabulka 22 Konflikty vůči ruským studentům	83
Tabulka 23 Pokračování podpory ukrajinským studentům	84
Tabulka 24 Kontingenční tabulka pro první nulovou hypotézu	85
Tabulka 25 Očekávané četnosti pro první nulovou hypotézu	86
Tabulka 26 Kontingenční tabulka pro druhou nulovou hypotézu	88
Tabulka 27 Očekávané četnosti pro druhou nulovou hypotézu	88
Tabulka 28 Kontingenční tabulka pro druhou nulovou hypotézu po sloučení	89
Tabulka 29 Očekávané četnosti pro druhou nulovou hypotézu po sloučení	89
Tabulka 30 Kontingenční tabulka pro třetí nulovou hypotézu	90
Tabulka 31 Očekávané četnosti pro třetí nulovou hypotézu	91
Tabulka 32 Kontingenční tabulka pro čtvrtou nulovou hypotézu	92
Tabulka 33 Očekávané četnosti pro čtvrtou nulovou hypotézu	93

Tabulka 34 Kontingenční tabulka pro čtvrtou nulovou hypotézu po sloučení.....	93
Tabulka 35 Očekávané četnosti pro čtvrtou nulovou hypotézu po sloučení	94

7.3 Seznam grafů

Graf 1 Pohlaví respondentů	61
Graf 2 Věková skupina respondentů.....	62
Graf 3 Rozdělení respondentů dle jednotlivých škol.....	63
Graf 4 Setkání se s pojmem	64
Graf 5 Specializované centrum/pracovník CSR	65
Graf 6 Míra souhlasu: "Společenská odpovědnost vysokých škol je velmi důležitá a je potřeba se jí věnovat".....	66
Graf 7 Míra souhlasu: "Moje škola se aktivně zapojuje do činností týkajících se společenské odpovědnosti".....	67
Graf 8 Míra souhlasu: "Moje škola zahrnuje společenskou odpovědnost do svých strategických plánů".....	68
Graf 9 Důležité aktivity CSR.....	70
Graf 10 Informace o CSR	71
Graf 11 Důvod vysoké školy pro uplatňování CSR	73
Graf 12 Zaměření vysokých škol pro lepší CSR	74
Graf 13 Nejdůležitější oblast CSR.....	75
Graf 14 Ochota zapojit se do CSR aktivit.....	76
Graf 15 Znalost o možnosti zapojení se do CSR aktivit.....	77
Graf 16 Zapojení se do válečné krize na Ukrajině.....	78
Graf 17 Podpora rusko-ukrajinské krize	80
Graf 18 Hodnocení podpory rusko-ukrajinské krize?.....	81
Graf 19 Přístup českých studentů k ukrajinským studentům.....	82
Graf 20 Konflikty vůči ruským studentům	83
Graf 21 Pokračování podpory ukrajinským studentům	84

7.4 Seznam použitých zkratk

CSR – Corporate Social Responsibility

ČR – Česká republika

ČZU – Česká zemědělská univerzita

EMAS – Eco-Management and Audit Scheme

EU – Evropská unie

GRI – Global Reporting Initiative

ISO – International Organization for Standardization

JU – Jihočeská univerzita

MŠMT – Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

USR – University social responsibility

VŠPJ – Vysoká škola polytechnická Jihlava

Přílohy

Příloha 1: Znění dotazníku

Dobrý den, jsem studentkou ČZU v Praze a ráda bych Vás poprosila o vyplnění mého dotazníku, čímž mi velice pomůžete k vypracování mé diplomové práce. Má diplomová práce se zabývá problematikou společenské odpovědnosti vysokých škol. Pro ty, kteří neví, co si pod tímto pojmem představit zde nastíním, co tento pojem znamená.

Společenská odpovědnost vysokých škol představuje závazek škol přispívat ke společenskému prospěchu v rámci výzkumu, vzdělávání a aktivní účasti ve společnosti.

Mohou ji projevovat různými způsoby, jako například:

- 1) podporovat výzkumy a projekty které se zaměřují na společenské problémy a zlepšování kvality života
- 2) spolupracovat s komunitami v rámci dobrovolnických projektů a aktivit, které se zaměřují na sociální rozvoj
- 3) otázkami udržitelnosti a životního prostředí (ochrana)
- 4) partnerství s komunitami za účelem propojení vysokých škol s okolní společností
- 5) přístup školy v rámci celosvětových krizí (humanitární pomoc, solidarita, podpora studentů, prchajících před válkou, ...)
- 6) aktivní účast podporující stejné příležitosti či vytváření přístupného prostředí pro studenty i zaměstnance a řada dalších možných způsobů projevu společenské odpovědnosti.

Dotazník je anonymní a neměl by Vám zabrat více než 20 minut. Moc Vám děkuji za Vaši ochotu a čas se tohoto výzkumu zúčastnit.

Otázka č. 1: Jsem:

- a) Muž
- b) Žena

Otázka č. 2: Do které věkové kategorie se řadíte?

- a) Do 25 let
- b) 26-35 let
- c) 36-45 let
- d) Nad 45 let

Otázka č. 3: Studuji na:

- a) Vysoké školy polytechnické v Jihlavě (VŠPJ)
- b) České zemědělské univerzitě v Praze (ČZU)
- c) Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích (JU)

Otázka č. 4: Setkali jste se někdy s pojmem společenská odpovědnost (zkratka CSR)?

- a) Ano
- b) Ne

Otázka č. 5: Je na Vaší škole specializované centrum/pracovník, který se věnuje společenské odpovědnosti?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

Otázka č. 6: Do jaké míry souhlasíte/nesouhlasíte s následujícím tvrzením? "Společenská odpovědnost vysokých škol je velmi důležitá a je potřeba se jí věnovat".

- a) Souhlasím
- b) Spíše souhlasím
- c) Spíše nesouhlasím
- d) Nesouhlasím
- e) Nedokážu určit

Otázka č. 7: Do jaké míry souhlasíte/nesouhlasíte s následujícím tvrzením? "Moje škola se aktivně zapojuje do činností týkajících se společenské odpovědnosti".

- a) Souhlasím
- b) Spíše souhlasím
- c) Spíše nesouhlasím
- d) Nesouhlasím
- e) Nedokážu určit

Otázka č. 8: Do jaké míry souhlasíte/nesouhlasíte s následujícím tvrzením? "Moje škola zahrnuje společenskou odpovědnost do svých strategických plánů".

- a) Souhlasím

- b) Spíše souhlasím
- c) Spíše nesouhlasím
- d) Nesouhlasím
- e) Nedokážu určit

Otázka č. 9: Která z následujících aktivit v rámci společenské odpovědnosti je podle Vás důležitá?

- a) Chovat se eticky a odmítat korupci (být férový bez úplatků)
- b) Být zodpovědný v rámci plnění svých daňových povinností
- c) Ochraňovat duševní vlastnictví (díla, vynálezy, ...)
- d) Být ekologicky šetrný k přírodě
- e) Vzdělávat zaměstnance/studenty v oblasti enviromentální a v oblasti udržitelnosti
- f) Vytvářet dobré pracovní podmínky
- g) Budovat dobré mezilidské vztahy
- h) Podporovat vědu, výzkum a vzdělávání
- i) Ochrana lidských práv
- j) Podporovat rovnost mužů a žen a zakázat diskriminaci
- k) Jiná

Otázka č. 10: Kde byste hledali informace o společenské odpovědnosti Vaší školy?

- a) Na webových stránkách
- b) Na sociálních sítích
- c) Ve výročních zprávách
- d) Na nástěnkách
- e) Školní noviny
- f) Nemám tušení
- g) Jiná

Otázka č. 11: Jaký důvod má podle Vás vysoká škola k tomu, aby se chovala společensky odpovědně?

- a) Chce se podílet na řešení společenských problémů
- b) Chce vylepšit své image a být pozitivně vnímána veřejností
- c) Chce získat konkurenční výhodu

- d) Chce budovat lepší svět/předávat hodnoty
- e) Chce ochraňovat naši přírodu a planetu
- f) Chce přilákat nové potenciální studenty
- g) Chce posílit mezilidské vztahy
- h) Jiná

Otázka č. 12: Na co by se podle Vás měla Vaše škola více zaměřit, aby mohla být ještě více společensky odpovědná?

- a) Více a lépe informovat o společenské odpovědnosti a zavést výuku předmětů souvisejících s CSR
- b) Vytvářet lepší podmínky pro handicapované studenty
- c) Poskytovat celoživotní vzdělávání (rekvalifikační kurzy, univerzity třetího věku, ...)
- d) Zapojit se více do ekologických aktivit
- e) Poskytovat poradenské služby studentům
- f) Projevit zájem ve spolupráci s neziskovými organizacemi
- g) Jiná

Otázka č. 13: Společenská odpovědnost se člení na tři oblasti. Jaká je podle Vás ta nejdůležitější?

- a) Enviromentální oblast (chovat se ekologicky a přispívat k ochraně životního prostředí).
- b) Ekonomická oblast (posilování dobrých mezilidských vztahů, etické kodexy, kvalitní výrobky/služby, transparentnost).
- c) Sociální oblast (work-life balance (skloubení pracovního a osobního života), rozvoj a péče o vzdělávání zaměstnanců, bezpečnost a ochrana zdraví při výkonu práce, dobrovolnictví).
- d) Všechny oblasti jsou důležité a je třeba všem třem věnovat dostatečnou pozornost.

Otázka č. 14: Byli byste ochotni se zapojit do některých CSR aktivit realizované Vaší školou?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano

- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne

Otázka č. 15: Pokud byste se chtěli zapojit do CSR aktivit na Vaší škole, víte, jak se zapojit?

- a) Ano
- b) Ne

Otázka č. 16: Zapojila se Vaše škola do řešení uprchlické krize v souvislosti s válkou na Ukrajině?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

Otázka č. 17: Čím Vaše škola přispěla k podpoře rusko-ukrajinské krize v rámci své společenské odpovědnosti?

- a) Poskytla humanitární pomoc (zapojení studentů do dobrovolnických projektů, mezinárodních projektů, ...)
- b) Organizovala fundraisingové akce (vyhledávání sponzorů, získávání finančních prostředků, ...)
- c) Nabízela stipendia/bytování pro studenty z Ukrajiny
- d) Podporuje výzkum týkající se konfliktu
- e) Pořádala přednášky, které informovali studenty i veřejnost o aktuální situaci na Ukrajině, mírovém řešení konfliktů, lidských práv atd.
- f) Organizovala bezplatné jazykové kurzy pro lidi zasažené válkou (jazyková bariéra)
- g) Podporovala vzájemné porozumění a zajistila rovné příležitosti pro všechny své studenty, bez ohledu na jejich původ
- h) Jiná

Otázka č. 18: Jak hodnotíte zapojení a účinnost aktivit, které Vaše škola prováděla v rámci rusko-ukrajinské krize?

- a) 1*
- b) 2*
- c) 3*

d) 4*

e) 5*

Otázka č. 19: Jak hodnotíte přístup českých studentů k ukrajinským studentům na Vaší škole?

a) 1*

b) 2*

c) 3*

d) 4*

e) 5*

Otázka č. 20: Byli jste někdy svědky/autorem, že by na Vaší škole došlo ke konfliktu/vyčlenění ruských studentů kvůli napadení Ukrajiny?

a) Ano

b) Ne

c) Nechci odpovídat

Otázka č. 21: Myslíte si, že podpora ukrajinských studentů na vysokých školách by měla nadále pokračovat?

a) Ano

b) Ne

c) Nevím