

# **Společenská odpovědnost nadmárodních organizací v sektoru informačních technologií**

**Diplomová práce**

**Vedoucí práce:  
Ing. Sylvie Formánková, Ph.D.**

**Bc. Lucie Polešovská**

**Ráda bych zde poděkovala mojí vedoucí práce, Ing. Sylvii Formánkové, Ph.D., za cenné rady a trpělivost během zpracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat respondentům a všem zástupcům firem, kteří se mnou spolupracovali, a především panu Martinu Buriánovi a paní M. R. V neposlední řadě můj dík patří rodině, příteli, kamarádům a komunikačnímu týmu z PPG za psychickou podporu.**

## Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Společenská odpovědnost nadnárodních organizací**

v sektoru informačních technologií vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 15. května 2017

---



## **Abstract**

Polešovská, L. Corporate social responsibility of multinational organizations in the information technology sector. Diploma thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2017.

This diploma thesis is focused on corporate social responsibility in selected multinational organizations in the information technology sector, namely on Apple, Google, IBM and Microsoft. Recommendations for those organizations are based on qualitative analysis. Based on quantitative analysis and selected organizations recommendations were developed recommendation for small and middle sized IT companies in Czech Republic. Research has shown that multinational IT organizations are socially responsible. They are paying attention to all areas of CSR and are leaders in environmental field.

## **Keywords**

Corporate social responsibility, CSR, ISO 26000, quantitative and qualitative analysis, Apple, IBM, Google, Microsoft, Czech Republic, small and medium enterprises, information technology, analysis of the current situation, CSR recommendations.

## **Abstrakt**

Polešovská, L. Společenská odpovědnost nadnárodních organizací v sektoru informačních technologií. Diplomová práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017. Tato diplomová práce se zabývá společenskou odpovědností u vybraných nadnárodních společností, jako je Apple, Google, IBM a Microsoft. Na základě kvalitativní analýzy jsou vypracována doporučení pro vybrané nadnárodní společnosti. Na základě kvantitativní analýzy a dle nadnárodních společností jsou vypracována doporučení pro malé a střední IT podniky v rámci České republiky. Z výzkumu vyplynulo, že nadnárodní IT organizace jsou společensky odpovědné. Svoji pozornost věnují všem oblastem CSR, a jsou lídry v oblasti životního prostředí.

## **Klíčová slova**

Společenská odpovědnost firem, CSR, ISO 26000, kvantitativní a kvalitativní analýza, Apple, IBM, Google, Microsoft, malé a střední podniky, Česká republika, informační technologie, analýza současné situace, doporučení v oblasti CSR.



# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce a metodika</b>	<b>11</b>
2.1	Cíl práce.....	11
2.2	Metodika.....	11
<b>3</b>	<b>Literární přehled</b>	<b>14</b>
3.1	Společenská odpovědnost organizací (CSR).....	14
3.1.1	Principy CSR.....	16
3.1.2	Vymezení dle velikosti organizace.....	16
3.1.3	Zapojení stakeholderů.....	17
3.2	Standardy a směrnice upravující CSR.....	18
3.2.1	Směrnice GRI.....	23
3.2.2	ISO 26000.....	28
3.3	Hodnocení, měření a reportování CSR.....	33
3.3.1	Hodnocení a měření společenské odpovědnosti.....	33
3.3.2	Indexy měřící společenskou odpovědnost.....	35
3.3.3	CSR reportování.....	37
3.4	Corporate citizenship a alternativy k CSR.....	45
<b>4</b>	<b>Výsledky</b>	<b>50</b>
4.1	Představení vybraných společností.....	50
4.1.1	Apple.....	50
4.1.2	Microsoft.....	50
4.1.3	IBM.....	51
4.1.4	Alphabet (Google).....	51
4.2	Analýza společností podle ISO 26000.....	52
4.2.1	Apple.....	52
4.2.2	Microsoft.....	58
4.2.3	IBM.....	69
4.2.4	Alphabet (Google).....	79
4.3	Průzkum povědomí a úrovně CSR malých a středních IT podniků v rámci ČR	85

4.3.1	Charakteristika vzorku respondentů .....	85
4.3.2	CSR aktivity .....	86
4.3.3	Odpovědi podniků, které vyvíjí CSR aktivity .....	88
4.3.4	Odpovědi podniků, které nevyvíjí CSR aktivity .....	94
<b>5</b>	<b>Doporučení</b>	<b>96</b>
5.1	Doporučení pro nadnárodní organizace.....	96
5.1.1	Vedení organizace .....	96
5.1.2	Pracovní podmínky.....	96
5.1.3	Životní prostředí a lidská práva v dodavatelském řetězci.....	96
5.1.4	Korektní podnikání (včetně lidských práv v dodavatelském řetězci a vlivu na životní prostředí).....	98
5.1.5	Spotřebitelské otázky .....	100
5.1.6	Společenská angažovanost a rozvoj komunit .....	100
5.2	Doporučení pro malé a střední podniky .....	101
5.2.1	Vedení organizace .....	101
5.2.2	Pracovní podmínky.....	102
5.2.3	Lidská práva .....	103
5.2.4	Životní prostředí.....	103
5.2.5	Korektní podnikání.....	104
5.2.6	Společenská angažovanost a rozvoj komunit .....	105
5.2.7	Case study Fragaria s.r.o.....	106
<b>6</b>	<b>Diskuze</b>	<b>109</b>
<b>7</b>	<b>Závěr</b>	<b>111</b>
<b>8</b>	<b>Seznam použité literatury</b>	<b>113</b>
<b>9</b>	<b>Seznam obrázků</b>	<b>122</b>
<b>10</b>	<b>Seznam tabulek</b>	<b>123</b>
<b>A</b>	<b>Přílohy</b>	<b>125</b>



# 1 Úvod

Společenská odpovědnost firem aneb CSR je i v České Republice stále více diskutovaným tématem. Firmy cítí tlak ze strany spotřebitelů, vlád, mezinárodních organizací a médií, a proto především velké nadnárodní korporace vytvářejí CSR reporty a informují své spotřebitele o krocích, které v rámci CSR uskutečnili. Například česká populace považuje za nejdůležitější oblasti, kterým by se měly firmy věnovat, pravdivou komunikaci k zákazníkům a ochranu životního prostředí. 75 % populace České republiky by uvítalo, aby společnosti vydávaly roční zprávy o udržitelném rozvoji podle mezinárodní metodiky. (Ipsos, 2013)

Důvod je jasný. Spotřebitelé si začali uvědomovat, že momentální výrobní a spotřební chování není udržitelné. Během dvacátého století dvojnásobně vzrostla spotřeba surovin oproti populačnímu růstu. Každý rok se globálně spotřebuje více, než dokáže Země přirozeně obnovit. Dle dat z roku 2015 je poptávka po zdrojích 1,5 větší než to, co je Země za rok schopna vytvořit. Lineární ekonomický model, který následujeme od Industriální revoluce, jenž nás vede k tomu vyrábět produkty či spalovat palivo a následně jej poslat jako odpad na skládky, není udržitelný. Hlavním následkem tohoto chování je změna klimatu, která si vyžaduje naléhavá opatření ode všech, včetně podniků. Reportování CSR aktivit společností je pouze začátkem. (Google, 2017)

V některých zemích je dokonce CSR reportování povinné pro společnosti kótované na burze. Země, kde je tato povinnost vyžadována burzami, jsou například Brazílie, Tchaj-wan, Malajsie či Singapur. Ve Francii, Norsku, Indii, Indonésii a Jižní Africe je reportování vybraných společností vyžadováno legislativně. Nárůst počtu velkých společností, které reportují své CSR aktivity, je zřejmý již od roku 1993, kdy reportovalo zhruba 13 % největších společností. V roce 2015 podle KPMG reportovalo 92 % z vybraných 250 největších globálních společností a 73 %<sup>1</sup> z vybraných 100 národních společností. (KPMG, 2015)

Začlenění CSR do firemních politik a jeho reportování se stává častějším i díky globalizované ekonomice a novým technologiím, které nám umožňují získat rychle velké množství informací a tudíž dělat informovanější rozhodnutí. Víme, že počet obyvatel na Zemi stále roste (nyní na Zemi žije přes 7,3 miliardy lidí), přestože se tempo růstu snižuje, ale i přes tuto pozitivní zprávu by měla populace v roce 2050 dosáhnout 9,7 miliardy lidí a v roce 2100 až 11,2 miliardy lidí. Ve srovnání s rokem 1950, kdy populace přesahovala 2,5 miliardy lidí, potřebujeme více zdrojů. Dochází k celosvětovému růstu životní úrovně, která je také spojena s vyšší spotřebou, a tudíž i nárůstem emisí skleníkových plynů. A to není jediný problém, který je s tímto spojený. Proto je důležité, aby společnosti informovaly o svých CSR aktivitách, aby se sdružovaly a navzájem se v těchto aktivitách podporovaly. (United Nations, 2015)

Právě společnosti ze sektoru informačních technologií (IT) jsou jedním z největších podporovatelů společenské odpovědnosti. Řadí se do top tří sektorů, které nejvíce reportují. I reputace IT společností je vysoká, druhá nejvyšší v rámci všech sektorů. Dle Reputation Institute zná nějakou ze CSR aktivit IT společností 69,1 %

---

<sup>1</sup> V každé ze 40 vybraných zemí bylo tázáno 100 největších společností.

jejich respondentů. Samotné IT společnosti začaly s řadou revolučních změn, které jsou hned z několika oblastí CSR, jako je datově řízená úspory vody a produkce potravin, úspornější management budov, efektivnější využívání energie a přísliby ke spotřebě 100 % energie z obnovitelných zdrojů či radikální zlepšení zdravotnictví po celém světě. (KPMG, 2015; Reputation Institute, 2016; Sustania, 2016)

Dále je pozitivní, že se IT nadnárodní společnosti stále více zaměřují na elektrickou energii z obnovitelných zdrojů. Právě podíl IT sektoru na globální spotřebě elektrické energie je podle odhadů Greenpeace až 7 %. IT společnosti se snaží i vytvářet produkty, které budou méně náročné na spotřebu elektrické energie. (Greenpeace, 2016)

Pokrok je viditelný i v nárůstu počtu členů „Electronic Industry Citizenship Coalition“, jenž má velký počet členů z řad IT společností. Dle EICC, která byla založena před 13 lety, je růst členské základny důkazem toho, že společnosti chtějí zlepšovat sociální, etickou a environmentální výkonnost dodavatelského řetězce. Je to odraz skutečnosti, že se CSR stává větší prioritou pro všechny společnosti, jejich zákazníky i vlády. (EICC, 2016)

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce „Společenská odpovědnost nadnárodních organizací v sektoru informačních technologií“ je na základě studia odborné literatury a výsledků vlastní práce navrhnout doporučení v oblasti společenské odpovědnosti (CSR) velkých nadnárodních organizací působících v sektoru informačních technologií (dále IT). Za tímto účelem je provedena analýza primárních (hloubkový rozhovor) a sekundárních dat (CSR reporty, webové stránky, články, atd.). K zhodnocení současného stavu je použita mezinárodní norma ISO 26000, která je dedikována společenské odpovědnosti firem. Dílčím cílem je prozkoumání této problematiky u malých a středních IT společností dle specifik České republiky.

### 2.2 Metodika

V první části práce je provedena rešerše literatury týkající se definování společenské odpovědnosti, směrnic a norem zaměřených na CSR, hodnocení, měření a reportování CSR, atd. Je využito domácích i zahraničních zdrojů.

V druhé části práce (Výsledky) je provedeno seznámení s hodnocenými nadnárodními organizacemi a jejich analýza podle mezinárodní normy ISO 26000, která je rozdělena na 7 částí: vedení organizace, lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí, korektní podnikání, spotřebitelské otázky a společenskou angažovanost a rozvoj komunit. Hodnocení situace u malých a středních firem je provedeno dle stejné normy a je představena case study malé firmy z této oblasti.

Pro analýzu nadnárodních organizací je použito kvalitativního výzkumu, a to sekundárních dat, jako jsou výroční zprávy, CSR reporty, webové prezentace těchto organizací, články, etické kodexy, reporty, jež vydávají organizace zaměřující se na jednotlivé oblasti CSR, atd., a primárních dat získaných z hloubkových rozhovorů s regionálními CSR manažery/řediteli nebo s CSR řediteli, kteří řídí CSR strategii z HQ (centrály) organizace. Kvalitativní výzkum byl zvolen z důvodu zkoumání menšího počtu organizací. Přestože se jedná o časově náročnější výzkum a výsledky mohou být ovlivněné subjektivními dojmy, prostřednictvím empirického výzkumu bude možné získat podrobnější informace o přístupu vybraných subjektů k CSR. (Hendl, 2008)

Organizace byly vybrány dle jejich umístění ve srovnání největších světových společností za rok 2016 časopisu Forbes, které je veřejně přístupné na jejich webových stránkách. (Forbes, 2017) Forbes staví svoji metodiku na tom, že jeden ukazatel sám o sobě může poskytnout falešnou představu o velikosti společnosti. Proto k hodnocení veřejně obchodovatelných společností používá kompozitní skóre, které je složené z hodnoty prodejů, zisku, aktiv a tržní kapitalizace společnosti.

Hloubkové rozhovory probíhaly především pomocí Skypu a jejich struktura byla založena na mezinárodním standardu ISO 26000. Otázky byly přizpůsobeny specifikům oblasti IT. Standard ISO 26000 byl vybrán, protože je dle Zdražilové (2011) v porovnání s ostatními normami a nevládními iniciativami nejkonkrétnější

a nejméně vágní. Standard ISO 26000, stejně tak i hloubkový dotazník, je rozdělen na 7 oblastí. Celý dotazník lze najít v Přílohách.

Oslovení organizací probíhalo skrze emailové adresy zveřejněné v CSR reportech, LinkedIn a pomocí dopisů. Získané rozhovory a informace ze sekundárních zdrojů jsou vyhodnoceny dle metodiky pro měření a hodnocení CSR od Černohorské (2011). Tato metodika vychází z mezinárodních norem GRI, ISO 26000, SA 8000 a umožňuje jednoduché a systematické hodnocení na základě bodové škály. Pro kvalifikování a hodnocení vlivu všech klíčových oblastí je každé otázce přidělena bodová škála od -2 do 2, kde -2 je minimum a 2 je maximum.

<b>Body</b>	<b>Postoj</b>
-2	Negativní postoj
-1	Pasivní (nečinný) postoj
0	Neutrální postoj
1	Aktivní postoj
2	Zodpovědný postoj

**Tabulka 1: Metodika hodnocení CSR**

Zdroj: Černohorská, 2011

Po přidělení hodnot k jednotlivým otázkám byly tyto hodnoty pro každou klíčovou oblast zprůměrovány. Dále byly zpracovány v souhrnných tabulkách a převedeny do paprskových grafů pomocí programu Microsoft Excel.

Následně byly dle benchmarkingové metody porovnány výsledky vybraných organizací. Benchmarkingová metoda představuje nejpoužívanější metodu pro měření výkonnosti konkurence. Tato metoda umožňuje najít rozdíly mezi nejhorším a nejlepším hodnocením v rámci vybraných IT společností. (Graafland, Eijffinger, Smid, 2004)

Sběr primárních dat pro zhodnocení situace u českých IT společností probíhal skrze online dotazníkové šetření, tedy kvantitativní metodou. Dotazníkové šetření se skládá z otevřených otázek, uzavřených otázek (dichotomických, polytomických či výčtových otázek) a polootevřených otázek. Zdrojem výběru oslovených společností byla databáze Amadeus, na jejíž využití má Mendelova univerzita v Brně licenci. Databáze umožňuje vyhledávání pokročilých databázových dotazů. Společnosti byly především vyselektovány dle velikosti, zařazení dle NACE Rev. 2 a dle sídla působení. Vybrané výsledky dotazníkového šetření byly podrobeny statistické analýze v programu STATISTICA 12 pomocí Pearsonova chí-kvadrát testu nezávislosti. Pearsonův chí-kvadrát test nezávislosti bývá označován za základní a nejpoužívanější test nezávislosti v kontingenční tabulce. Za nulovou hypotézu se považuje tvrzení, kde jsou náhodné veličiny X a Y na sobě vzájemně nezávislé a neovlivňují se. Z tohoto plyne pravděpodobnost, že nastání náhodné veličiny X neovlivní nastání náhodné veličiny Y. (Hindls, 2002)

Kontingenční tabulka vzniká tak, že jsou tříděny jednotky souboru dle variant dvou kvalitativních znaků, např. znaku X a Y. Znaky X a Y poté mají r, potažmo s, variant. Uvnitř tabulky jsou pak uvedeny četnosti jednotlivých variant, které jsou označeny např. jako  $n_{ij}$ . Index i vyjadřuje i-tou variantu znaku X a index j vyjadřuje j-tou variantu znaku Y (Hindls, 2002).

<b>X\Y</b>	<b>Y<sub>1</sub></b>	<b>Y<sub>2</sub></b>	<b>...</b>	<b>Y<sub>j</sub></b>	<b>...</b>	<b>Y<sub>s</sub></b>	<b>Σ<sub>j</sub></b>
<b>X<sub>1</sub></b>	$n_{11}$	$n_{12}$	...	$n_{1j}$	...	$n_{1s}$	$n_{1.}$
<b>X<sub>2</sub></b>	$n_{21}$	$n_{22}$	...	$n_{2j}$	...	$n_{2s}$	$n_{2.}$
<b>⋮</b>	<b>⋮</b>	<b>⋮</b>		<b>⋮</b>		<b>⋮</b>	<b>⋮</b>
<b>X<sub>i</sub></b>	$n_{i1}$	$n_{i2}$	...	$n_{ij}$	...	$n_{is}$	$n_{i.}$
<b>⋮</b>	<b>⋮</b>	<b>⋮</b>		<b>⋮</b>		<b>⋮</b>	<b>⋮</b>
<b>X<sub>r</sub></b>	$n_{r1}$	$n_{r2}$	...	$n_{rj}$	...	$n_{rs}$	$n_{r.}$
<b>Σ<sub>i</sub></b>	$n_{.1}$	$n_{.2}$	...	$n_{.j}$	...	$n_{.s}$	$n$

Obrázek 1: Kontingenční tabulka

Zdroj: Hindls, 2002

Dle Hindlse (2002) test, který používáme k ověření nezávislosti v kombinační tabulce, porovnává získané (empirické) četnosti s teoretickými četnostmi, které bychom očekávali v případě nezávislosti. Tyto teoretické četnosti označíme  $n'_{ij}$  a pro  $i=1,2,\dots, r$  a  $j=1,2,\dots, s$  platí:

$$n'_{ij} = \frac{n_{i.} \cdot n_{.j}}{n}$$

Velikost očekávaných četností souvisí se zjištěnými okrajovými četnostmi. Očekávané četnosti by měly být větší než 1 a alespoň 80% z nich větší než 5. Proto je vhodné málo zastoupené kategorie znaků z výzkumu vypustit anebo sloučit, je-li to logicky možné. Jako testové kritérium volíme veličinu:

$$G = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}}$$

která má v případě nezávislosti a při dostatečně velkém počtu  $\chi^2$  - rozdělení s  $v=(r-1)(s-1)$  stupni volnosti. Pro minimální obsazení všech polí tabulky platí totéž, co bylo řečeno po obsazení skupin při použití chí-kvadrát testu dobré shody. Jestliže hodnota testového kritéria překročí kritickou hodnotu, kterou je kvantil chí-kvadrát rozdělení s  $v=(r-1)(s-1)$  stupni volnosti, zamítáme na zvolené hladině významnosti hypotézu  $H_0$  o nezávislosti a považujeme závislost obou kvalitativních znaků za prokázanou.

Na základě provedených analýz byly navrženy doporučení pro nadnárodní organizace i malé a střední firmy z České republiky, dále byla vybrána firma z malých a středních IT firem u nás, která byla představena jako case study. Výsledky a případné nedostatky výzkumu jsou rozebrány v části Diskuze. V závěru pak jsou shrnuty výsledky práce.

## 3 Literární přehled

### 3.1 Společenská odpovědnost organizací (CSR)

Společenská odpovědnost organizací<sup>2</sup> je rozsáhlý koncept, který není do dnešního dne přesně definován. Za vznik CSR se udává rok 1953, kdy Howard R. Bowen vydal svou knihu „Social Responsibilities of the Businessman“, ve které se jako první pokusil definovat společenskou odpovědnost organizací. Tento koncept, který je praktikován více, jak 60 let, nemá ustálenou definici. Důvodů je více, a to především proto, že je CSR značně komplexní a je založen na dobrovolnosti.

Nejčastěji vyhledávané a citované definice CSR jsou (Dahlsrud, 2008):

Dle **Evropské komise** (2016) je CSR koncept, na jehož základě obchodní společnosti dobrovolně začleňují sociální záležitosti a otázky životního prostředí do své podnikatelské činnosti a vzájemných vztahů se zúčastněnými stranami neboli stakeholdery.

**World Business Council for Sustainable Development** (2016) považuje CSR za kontinuální závazek společností chovat se eticky a podílet se nejen na ekonomickém vývoji, ale také na zlepšení kvality života svých zaměstnanců, jejich rodin, stejně tak místní komunity a společnosti jako takové.

**Business for Social Responsibility** (2016) definuje CSR jako rozhodování podniku beroucí v potaz etické hodnoty, dodržování zákonných požadavků, respekt k lidem, komunitám a životnímu prostředí.

Z výzkumu „How Corporate Social Responsibility is defined: an Analysis of 37 definitions“, který v roce 2008 provedl A. Dahlsrud a který byl zaměřen na obsahovou stránku nejčastěji vyhledávaných CSR definic, vyplynuly zajímavé poznatky. Ve vybraných definicích se nejčastěji vyskytovala stakeholder dimenze (88 %), sociální dimenze (88 %), ekonomická dimenze (86 %), dimenze dobrovolnosti (80 %) a nejméně environmentální dimenze (59 %). Zároveň zjistil, že existuje 97% šance, že každá z definic obsahuje alespoň tři dimenze. Dahlsrud došel k závěru, že přestože jsou analyzované CSR definice formulovány rozdílně jsou převážně kongruentní. (Dahlsrud, 2008)

Pod pojem společenská odpovědnost organizací patří celá řada aktivit. Například Pavlík a Bělčík (2010) je dělí do tří oblastí (tzv. triple-bottom-line), což je klasické dělení CSR:

- Ekonomická oblast (Profit)
- Sociální oblast (People)
- Environmentální oblast (Planet)

V rámci **ekonomické oblasti** by se organizace například měla zaměřit na:

- řízení organizace;
- kvalitu a bezpečnost produktů či služeb;
- kodex podnikatelského chování firmy, příp. etický kodex;
- vztahy se zákazníky;
- odmítání korupce;

---

<sup>2</sup> Corporate Social Responsibility – dále jen CSR

- transparentnost;
- ochranu duševního vlastnictví;
- dobré vztahy s investory;
- inovace a udržitelnost produktů;
- férové dodavatelsko-odběratelské vztahy;
- etiku marketingu a reklamy;
- atd.

V rámci **sociální oblasti** by se organizace například měla zaměřit na:

- zdraví a bezpečnost svých zaměstnanců;
- kvalitní zaměstnaneckou politiku;
- péči o vzdělání a rekvalifikaci zaměstnanců;
- zaměstnání lidí se zhoršenou pozicí na trhu práce;
- firemní filantropii a dobrovolnictví;
- rovné příležitosti pro ženy a jiné znevýhodněné skupiny;
- odmítání dětské práce;
- dodržování lidských práv;
- vyvážení pracovního a osobního života zaměstnanců;
- atd.

V rámci **environmentální oblasti** by se organizace například měla zaměřit na:

- šetrnou ekologickou firemní kulturu (recyklace, úspora energií a vody, apod.);
- omezování negativních dopadů činnosti na životní prostředí a komunitu;
- ekologickou výrobu, produkty a služby přátelské k životnímu prostředí (zavedení standardů ISO 14000 a EMAS);
- úsporné zacházení s přírodními zdroji a na jejich ochranu;
- investice do čistých technologií (investice do nejlepších dostupných technologií – BAT);
- atd.

Odlíšný typ dělení CSR aktivit prezentuje například Coombs a Holladay (2012), kteří je dělí na:

- **Propagaci daného tématu (kauzy)** – organizace poskytne své finanční i nefinanční prostředky, aby zvýšila povědomí a zájem o sociální kauzu (téma), nebo aby podpořila fundraising, účast či nábor dobrovolníků.
- **Tematicky související marketing** – organizace se zaváže, že přispěje či daruje podíl z tržeb z prodeje určitého produktu. Většinou je taková nabídka prezentována po omezenou časovou dobu, je svázána s určitým produktem nebo je částka vybírána pro určitou organizaci (např. předem vybraná nezisková organizace či charita).
- **Sociální marketing** – organizace podporuje rozvoj a/nebo implementaci kampaní na podporu změny chování, které chtějí zlepšit veřejné zdraví, bezpečnost, životní prostředí nebo obecné blaho veřejnosti.
- **Firemní filantropie** – organizace přímo přispívá neziskové organizaci nebo na danou kauzu (téma). Většinou jsou tyto příspěvky ve formě finančních grantů, darů nebo v podobě darovaných služeb.

- **Firemní dobrovolnictví** – organizace podporuje a vybízí své zaměstnance, obchodní partnery či členy franchise, aby se stali dobrovolníky v místních komunitách nebo za určitou kauzu (téma).

Kotler a Lee (2005) uvádějí podobně dělení, navíc však zmiňují **společensky odpovědné obchodní praktiky**, kdy organizace přijímá a provádí diskreční obchodní praktiky a investice, které podporují takové sociální kauzy (témata), které vedou k zlepšení životních podmínek komunity a životního prostředí.

### 3.1.1 Principy CSR

Dle standardu ISO 26000, který se věnuje společenské odpovědnosti, by měla být obecným principem snaha o maximalizaci přínosu k udržitelnému rozvoji, dále pak:

- **Odpovědnost** - organizace by měla být odpovědná za své dopady na společnost, ekonomiku a na životní prostředí.
- **Transparentnost** - organizace by měla být transparentní ve svých rozhodnutích a činnostech, které mají dopad na celou společnost a životní prostředí.
- **Etické chování** – chování organizace by mělo být založeno na hodnotách jako je poctivost, spravedlnost a čest.
- **Respektování zájmů zainteresovaných stran** – organizace by měly respektovat, zvažovat a reagovat na zájmy zainteresovaných stran (vytváření „win-win“ situací).
- **Respektování právního státu** – organizace by měly uznat, svou povinnost respektovat právní stát.
- **Dodržování mezinárodních norem chování** – organizace by měly dodržovat mezinárodní normy chování a zároveň respektovat princip právního státu.
- **Dodržování lidských práv** – organizace by měly respektovat lidská práva a měly by uznat jak jejich význam, tak jejich univerzálnost (ČSN ISO 26000, 2011)

Kašparová s Kunzem (2013) mezi principy CSR navíc zařazují **dobrovolnost**, kdy podniky realizují CSR aktivity zcela dobrovolně nad rámec legislativně stanovených povinností. Dále pak **systematičnost a dlouhodobý horizont**, jelikož by CSR mělo být dlouhodobě zahrnuto firemních hodnot, podnikatelské strategie a procesů na všech úrovních podniku.

### 3.1.2 Vymezení dle velikosti organizace

Přístup k CSR je odlišný i dle velikosti organizace. Je logické, že malá regionální firma o 10 zaměstnancích nebude mít stejné finanční možnosti jako velká nadnárodní korporace, to však neznamená, že nemůže vyvíjet stejnou ne-li větší CSR aktivitu, pokud ji finančně ohodnotíme a podělíme například ročním obratem. Nadnárodní korporace mají jednu nespornou výhodu a to je možnost své CSR aktivity propagovat nejen interně, ale i externě. Mohou o nich „dát vědět“ svým zákazníkům, dodavatelům, odběratelům i ostatním stakeholderům pomocí marketingové propagace, která je finančně nákladná. CSR však primárně není o množství vynaložených prostředků, ale o odpovědném chování.



Malé a střední firmy se na rozdíl nadnárodních korporací musí chovat rozumně a odpovědně již od svého založení, neboť podnikají v regionech, kde pravděpodobně i rodina podnikatele žije a znají své okolí, tudíž je pro ně i jejich dobrá pověst velmi snadno kontrolovatelná. Malé a střední firmy „cítí větší tlak“ ze zainteresovaných stran, a proto je pro ně společensky odpovědné chování přirozenější. (Pavlík a Bělčík, 2010)

### 3.1.3 Zapojení stakeholderů

V 80. letech 20. století došlo k rozvoji tzv. teorie stakeholderů, která pojednává o zainteresovaných skupinách či jednotlivcích, jenž mají přímý či nepřímý vliv na chod společností. Na rozvoj teorie stakeholderů<sup>3</sup> mělo podstatný vliv formulování stakeholderské koncepce profesorem R. Edwardem Freemanem. (Kunz, 2012) Dle této teorie společnosti nemůžou existovat bez ohledu na tzv. stakeholdery. Je přirozené, že pokud chce společnost vykazovat zisk, musí brát ohled na své nejdůležitější stakeholdery, jako jsou zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé, atd. O začlenění tzv. „otevřeného stakeholders dialogu“ do běžného chodu společností se snaží i UN Global Compact<sup>4</sup> či ISO 26000. (Kuldová, 2010)

Kunz (2010) například dělí stakeholdery dle významnosti na činnost a fungování firmy, a to na:

- **Primární stakeholdery**, kteří mají významný vliv na chod podniku, zde patří např. vlastníci, investoři, zaměstnanci, zákazníci a dodavatele.
- **Sekundární stakeholdery**, do této skupiny patří zájmové skupiny, jako je vláda, nátlakové skupiny, občanská sdružení a obchodní sdružení.

Werther a Chandler (2006) je dělí taktéž dle významnosti na činnost a fungování firmy, avšak do tří oblastí (dimenzí) a více podrobně, a to na:

- **firma** (interní dimenze) – nejpodstatnější část této dimenze jsou zaměstnanci,
- **ekonomika** (externí dimenze) - nejpodstatnější část této dimenze jsou zákazníci,
- **společnost** (externí dimenze).

Toto rozdělení je možné použít jak pro ziskové, tak i pro neziskové organizace. Jednotlivé stakeholdery rozdělené do tří oblastí najdeme níže v tabulce zpracované Kuldovou (2010):

Firma	Ekonomika	Společnost
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zaměstnanci</li> <li>• management</li> <li>• akcionáři</li> <li>• odbory</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zákazníci</li> <li>• věřitelé</li> <li>• distributoři</li> <li>• odbory</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• komunita</li> <li>• vláda</li> <li>• státní správa</li> <li>• nezisk. organizace</li> <li>• životní prostředí</li> </ul>

Tabulka 2: Rozdělení stakeholderů

<sup>3</sup> Stakeholder = zainteresovaná strana / stakeholderi = zainteresované strany

<sup>4</sup> Globální dohoda OSN

Chouinard a Stanley jsou autoři knihy *Zodpovědná firma* (2014), která se věnuje praktickým radám, jak v současné době vybudovat zodpovědnou firmu dle příkladu společnosti Patagonia. Patagonia si vybudovala renomé průkopníka v otázkách ekologických praktik a výrobce oděvů té nejvyšší kvality. Tito pánové tvrdí, že zodpovědná firma je povinna se starat nejen o blaho svých přímých podílníků (vlastníků a akcionářů), ale i o ty, které lze nazvat nepřímými podílníky, jenž jsou závislí na činnosti firmy nebo jsou její činností ovlivňováni a na kterých naopak závisí sama firma, čímž se vlastně vyjadřují k stakeholderům. Kromě přímých podílníků identifikovali další čtyři skupiny nepřímých podílníků, a to: zaměstnance, zákazníky, komunity (místní či dodavatelská komunita, atd.) a přírodu.

Důležité je však identifikovat klíčové stakeholdery, kdy se očekávání stakeholderům může lišit v závislosti na odvětví. Po jejich nalezení je podstatné zahájit a udržovat s nimi dialog, který firmě zajistí zpětnou vazbu. Výsledkem této kooperace je pak win-win situace, jenž je prospěšná pro obě strany. (Kuldová, 2010)

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

**Tabulka 3: Možný způsob určení stakeholderů**

Zdroj: Vlastní zpracování dle Prskavcové a kol., 2008

### 3.2 Standardy a směrnice upravující CSR

Ani v problematice standardů a směrnic stejně jako v definicích věnujícím se CSR není snadné se orientovat, jelikož je jich velké množství a většina standardů je zaměřena jen na specifické oblasti CSR problematiky. Organizace však v hojné míře některé z níže uvedených standardů a směrnic využívají, protože je jejich zavedení spojeno např. s těmito výhodami:

- posílení dobrého jména podniku,
- usnadnění pochopení norem ve společnosti a požadavků, které stakeholdeři kladou na daný podnik,
- zvýšení schopnosti učení se díky akcentu standardů na oblast reportování,
- udržení oprávnění podnikat,
- zvýšení kvality produktu,
- atd. (Kašpárková a Kunz, 2013)

Níže je výčet nejčastěji používaných směrnic a standardů věnujících se problematice společenské odpovědnosti, spolu s jejich popisem a specifikací jejich zaměření. Blíže bude představen relativně nový standard ISO 26000 z roku 2010, který se komplexně věnuje problematice společenské odpovědnosti, a dále pak

na směrnici pro nefinanční reportování GRI, kterou se dle výzkumu KPMG (2015) řídí 80 % společností G250<sub>2013</sub><sup>5</sup>.

Základní rozdělení standardů dle Kašpárkové a Kunze (2013) je na **normativní rámec**, což jsou standardy, které definují pouze společensky žádoucí aktivity, a na **standardy řízení**, které se spolu s popisem aktivit zaměřují i na postupy, které by měl podnik pro řízení dané oblasti implementovat do svých aktivit. Ve své knize „Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování“ přehledně zpracovali srovnání vybraných standardů (viz přílohy). Někteří autoři jako je Ligteringen a Zadek, KPMG, atd. úmyslně vyčleňují standardy a směrnice věnující se problematice CSR reportování, avšak Kašpárková a Kunz např. směrnici GRI řadí mezi standardy řízení.

Níže je popis nejznámějších standardů a směrnic věnujících se buď společenské odpovědnosti jako celku, nebo jednotlivým oblastem. V závěru kapitoly je přiblížena mezi mezinárodními společnostmi velmi používaná **směrnice GRI** a **standard ISO 26000**, který se uceleně věnuje společenské odpovědnosti a podle kterého budou vybrané společnosti hodnoceny.

### **Směrnice OECD pro nadnárodní podniky**

Tato směrnice je doporučením adresovaným vládami nadnárodním podnikům. Jejím cílem je zajistit, aby fungování těchto podniků bylo v souladu s vládní politikou, posilovat vzájemnou důvěru mezi podniky a společnostmi, v níž fungují, napomoci ke zlepšení prostředí v oblasti zahraničních investic a zvyšovat příspěvek nadnárodních podniků k udržitelnému rozvoji. (OECD: Guidelines for MNEs, 2016)

Směrnice obsahuje soubor pravidel a doporučení týkajících se odpovědného chování nadnárodních společností, ty však nejsou právně závazné, jejich dodržování je pouze dobrovolné. (Kunz, 2012) Směrnice obsahuje tato témata:

- zveřejňování informací,
- lidská práva,
- zaměstnanost a pracovněprávní vztahy,
- životní prostředí,
- boj s úplatkářstvím, požadováním úplatků a vydíráním,
- zájmy spotřebitelů,
- věda a technologie,
- hospodářská soutěž,
- daně. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005)

Zdražilová (2010) této směrnici především vytýká její značnou měkkost a vidí obtíže ve vymahatelnosti některých níže uvedených pravidel:

- Přispívat k ekonomickému a sociálnímu pokroku a k ochraně životního prostředí.
- Respektovat lidská práva všech, jichž se týkají činnosti organizace, v souladu s mezinárodními povinnostmi a závazky vlád hostitelských zemí.

---

<sup>5</sup> G250<sub>2013</sub> je označení pro prvních 250 společností, které byly zařazeny na žebříček the Fortune Global 500 v roce 2013 a slouží pro výzkum společenské odpovědnosti (corporate responsibility) auditorské společnosti KPMG.

- Pomoci úzké spolupráce s místní komunitou a místními podnikatelskými kruhy podporovat budování lokálních kapacit.
- Podporovat rozvoj lidského kapitálu, zejména vytvářet pracovní příležitosti.
- Neusilovat o získání nebo přijímání výjimek, které nejsou součástí právního nebo regulačního rámce a které se týkají životního prostředí, zdraví, bezpečnosti práce, pracovních sil, zdanění a finančních pobídek.
- Podporovat a udržovat zásady řízení a správy společností.
- Rozvíjet a aplikovat účinné samoregulační postupy a systémy řízení, které posilují vztahy vyznačující se vzájemnou důvěrou a porozuměním mezi podniky a společenským prostředím, ve kterém působí.
- Zvyšovat povědomí zaměstnanců a jejich ztotožnění s firemní politikou tím, že je s ní firma aktivně seznamuje.
- Zdržet se diskriminujících nebo disciplinárních postihů vůči zaměstnancům, kteří v dobré víře informují vedení firmy nebo kompetentní veřejné orgány o praktikách, které jsou v rozporu se zákonem.
- Zdržet se jakéhokoliv nevhodného zasahování do místní politické činnosti.

### Globální dohoda OSN (UN Global Compact)

Jedná se o strategickou politickou iniciativu, jejíž účastníci se hlásí k závazku udržitelnosti a firemního občanství (corporate citizenship). Poskytuje rámec pro rozvoj, implementaci a vyhlášení principů udržitelnosti a nabízí nespočet nástrojů, zdrojů, programů, atd. k naplnění udržitelného vývoje ekonomiky. Jejím hlavním cílem je globální rozšíření deseti principů (viz níže), které mají vést k 17 cílům udržitelného rozvoje (SDGs), mezi které patří např.: ukončení chudoby ve všech podobách a všude, zajištění dostupnosti a udržitelného řízení čisté vody a kanalizace pro všechny, redukce nerovnosti uvnitř a mezi zeměmi, atd. (UN Global Compact, 2016)



Obrázek 2: UN Sustainable development goals (SDGs)  
Zdroj: UN Global Compact, 2016

Dle Globální dohody OSN by organizace, která podporuje udržitelný rozvoj, měla svůj „business“ založit na určitých principech, měla by posilovat společnost,

měla by mít odhodlání vést, měla by reportovat svůj pokrok a měla by se lokálně angažovat. (UN Global Compact, 2016)

### **Deset principů Globální dohody OSN**

#### **Lidská práva**

Princip 1: Podniky budou podporovat a respektovat ochranu mezinárodně vyhlášených lidských práv.

Princip 2: Ujistí se, že nejsou spolupachateli porušování lidských práv.

#### **Pracovní standardy**

Princip 3: Podniky budou podporovat a prosazovat svobodu sdružování a uznávat právo na kolektivní vyjednávání.

Princip 4: Budou odstraňovat všechny formy nucené a nedobrovolné práce.

Princip 5: Efektivně odstraní dětskou práci.

Princip 6: Odstraní diskriminaci v zaměstnání a povolání.

#### **Životní prostředí**

Princip 7: Podniky budou podporovat preventivní přístup k environmentálním výzvám.

Princip 8: Zaváže se k prosazování vyšší environmentální odpovědnosti.

Princip 9: Budou podporovat rozvoj a rozšiřování technologií, které jsou šetrné k životnímu prostředí.

#### **Boj proti korupci**

Princip 10: Podniky budou bojovat proti všem formám korupce, včetně vydírání, uplácení a podplácení. (Zdražilová, 2010; UN Global Compact, 2016)

#### **ISO 14000**

Environmentální standardy, které mají v organizaci zavést a řídit systém environmentálního managementu a následně ho i hodnotit. Organizace si sama musí vybrat, který standard z rodiny ISO 14000 je pro ni vhodný a implementovat jej. Klíčové a nejpoužívanější jsou normy ISO 14001<sup>6</sup> a ISO 14004<sup>7</sup> zaměřené na systémy řízení dopadů na životní prostředí. Tento standard je na rozdíl od ISO 26000 certifikovatelný. (ManagementMania, 2016)

#### **Série standardů AA1000**

AccountAbility1000 je série standardů, která má pomoci organizacím být více odpovědné, zodpovědné a udržitelné. Zabývají se otázkami, které řeší vedení organizace, obchodní modely a organizační strategii, stejně jako poskytují provozní pokyny ohledně zajištění udržitelnosti a zapojení stakeholderů. Standardy AA1000 byly vytvořeny pro potřeby „integrovaného myšlení“, které je vyžadováno nízkouhlíkovou a zelenou ekonomikou<sup>8</sup> a které je stěžejní pro integrované reportování. (The AA1000 Standards, 2015)

---

<sup>6</sup>ISO 14001 Systém managementu životního prostředí - Požadavky a průvodce

<sup>7</sup>ISO 14004 Systém managementu životního prostředí - Obecný průvodce principy, systémem a podpůrnými technikami

<sup>8</sup> Low carbon and green economy

### **Program EMAS**

EMAS<sup>9</sup> je zkratka pro systém environmentálního řízení a auditu, jedná se o program iniciovaný Evropskou unií<sup>10</sup>, který má stejně jako ISO 14000 za cíl v podniku vytvořit systém environmentálního managementu. V České republice je garantem a odpovědným orgánem Ministerstvo životního prostředí. Je otevřen všem organizacím, které chtějí zlepšit celkový vliv své činnosti na životní prostředí. (CENIA, 2012)

### **SA8000 Social Accountability**

SA8000 je certifikační norma, která stanovuje požadavky na systém managementu v oblasti sociálních práv. Podporuje organizaci rozvíjet, udržovat a aplikovat společensky přijatelné praktiky na pracovišti. Byla vytvořena v roce 1997 společností Social Accountability International a poradním výborem složeným z odborů, neziskových organizací, občanských sdružení a firem. SA8000 zjednodušuje složitost odvětvových a firemních kodexů za účelem vytvoření společného jazyka a standardu pro měření sociálního souladu (shody). Jelikož ho lze aplikovat celosvětově v jakémkoliv typu společnosti, jde o velice užitečný nástroj pro měření, porovnání a ověřování sociální odpovědnosti na pracovišti. (SAI, 2016)

Standard poskytuje bližší specifikaci konkrétních požadavků na sociální odpovědnost firmy v devíti oblastech:

- pracovní doba,
- odměňování,
- systém řízení,
- zdraví a bezpečnost zaměstnanců,
- diskriminace,
- dětská práce,
- nucená práce,
- svoboda sdružování a právo na kolektivní vyjednávání,
- disciplinární praktiky. (Kunz, 2012)

### **OHSAS 18000**

Rodina standardů věnující se systému managementu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Nejpoužívanějším standardem je OHSAS 18001, který je standardem pro systémy managementu BOZP v jakékoliv organizaci. (Certification Europe, 2012)

### **Globální Sullivanovy Principy<sup>11</sup>**

V roce 1999, 20 let po zavedení Sullivanových principů a šest let po ukončení apartheidu, Leon Sullivan společně s generálním tajemníkem OSN Kofi Annanem představili nové „Globální Sullivanovy Principy“. Tyto principy mají za cíl podporovat hospodářskou, sociální a politickou spravedlnost společnostmi v místech, kde podnikají, včetně dodržování lidských práv a prosazování rovných pracovních příležitostí pro všechny národy. (The Leon H. Sullivan Foundation, 2013)

---

<sup>9</sup> Eco-Management and Audit Scheme

<sup>10</sup> Nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1836/1993, o dobrovolné účasti průmyslových podniků v systému řízení podniků a auditu z hlediska ochrany životního prostředí a byl určen především pro podniky výrobní sféry

<sup>11</sup> Global Sullivan Principles

**Konvence ILO<sup>12</sup>**

Správní rada ILO určila 8 konvencí, jakožto základní prvky lidských práv v práci, které je možné dodržovat bez ohledu na úroveň rozvoje státu/společnosti. Tyto práva jsou předpokladem pro všechny ostatní v tom, že poskytují nezbytný rámec, díky kterému lze usilovat o zlepšení životních podmínek jednotlivce i o zlepšení kolektivních pracovních podmínek. Deklarace ILO o základních principech a právech v práci, přijatá v červnu 1998, zdůrazňuje tento soubor základních pracovních principů schválený mezinárodním společenstvím. Čtyři hlavní oblasti jsou: svoboda sdružování a faktické uznání práva na kolektivní vyjednávání, odstranění všech forem nucené nebo povinné práce, skutečný zákaz dětské práce a odstranění diskriminace v zaměstnání a povolání. (ILO, 2016)

**LBG<sup>13</sup>**

LBG je celosvětový standard pro měření investic firem v rámci komunit. Rámec LBG standardu zajišťuje robustní a důvěryhodný přístup k měření reálné hodnoty a dopadu firemních investic na komunitu a podnikání. Je v souladu s předními indexy udržitelnosti jako je DJSI, GRI nebo BITC's CR Index. (LBG, 2016)

Jeho užívání přináší organizacím přínosy ve čtyřech hlavních oblastech:

- Kvalifikované změření firemních příspěvků – metodika umožňuje vyčíslit efektivitu nákladů v souvislosti s firemním dárcovstvím a vyjádřit i účinky dopadu těchto příspěvků.
- Rozšíření metod komunikace a zapojení komunity do reportování.
- Zlepšení vnitřního managementu.
- Zavedení efektivnějších srovnávacích kritérií (KPIs). (Kunz, 2012)

**3.2.1 Směrnice GRI**

Global Reporting Initiative (GRI) je nezávislá mezinárodní organizace sídlící v Amsterdamu, tvořená tisíci dobrovolníky z desítek zemí z celého světa. Metodika reportování podle GRI se od roku 1997 stala celosvětově rozšířenou a sama organizace se považuje za průkopníka v CSR výkaznictví / ve výkaznictví udržitelného rozvoje. GRI stanovuje indikátory a zásady, kterou mohou jakékoliv organizace používat k měření a hodnocení sociální, environmentální a ekonomické výkonnosti. Cílem této iniciativy je neustále zlepšovat kvalitu, přesnost a užitečnost reportování o udržitelném rozvoji. (Kuldová, 2010; Kunz, 2012)

Směrnici GRI se podle průzkumů KPMG (2015) řídí 80 % společností G250<sup>2014</sup>, a proto se jejímu popisu budu podrobněji věnovat. Nejnovější směrnice, kterou GRI vydalo, je z roku 2013 a byla označena jako G4 v návaznosti na předchozí verze<sup>14</sup>. G4 je propojena s OECD směrnici pro nadnárodní podniky a s Deseti principy Globální dohody OSN. (Global Reporting Initiative, 2016)

**Rozdíly mezi směrnicemi G3/G3.1 a novu směrnicí G4** jsou nemalé. Například u předchozích verzí byly organizace zvyklé za své reporty obdržet od GRI hodnocení dle rozsahu reportu (ne kvality!) A, B nebo C, kdy v případě externě ověřeného reportu získaly A+,B+ či C+. V případě nové směrnice G4 od této praktiky bylo

<sup>12</sup> International Labour Organization = Mezinárodní organizace práce

<sup>13</sup> London Benchmarking Group

<sup>14</sup> Předchozí směrnice byly označeny jako G3 a G3.1

upuštěno. Pokud organizace chce svůj report označit, že je „**v souladu**“<sup>15</sup> se směrnicí G4, musí si vybrat, na jaké úrovni bude tuto směrnicí splňovat. Bud' si vybere úroveň **Core (základní úroveň)**, kdy musí zveřejňovat vybrané obecné zveřejňované informace (viz níže) a ke každému aspektu specifiky zveřejňované informace (viz níže) alespoň jeden indikátor. Nebo si vybere úroveň **Comprehensive (rozšířená úroveň)**, kdy musí zveřejnit veškeré obecné zveřejňované informace, které jsou v rámci směrnice G4 představeny, a stejně tak musí zveřejňovat všechny indikátory jednotlivých aspektů ze specifiky zveřejňovaných informací. (Global Reporting Initiative, 2016; Pavlík a Bělčík, 2010)

Jakmile organizace report vytvoří, je povinna jej před zveřejněním zaslat v online/tištěné podobě GRI nebo report zaregistrovat do GRI databáze<sup>16</sup>. Informační povinnost se týká, jak reportů označených „v souladu“ se směrnicí G4, tak i těch, které byly vyhotoveny podle směrnice G4, ale nespĺnily všechny podmínky, aby mohly být označeny „v souladu“. (Global Reporting Initiative, 2016)

Samotné reportování podle G4 je založeno na devíti principech, které se týkají obsahu reportu a kvality reportování. Tyto principy, jenž jsou rozděleny do dvou kategorií, jsou popsány níže. (Global Reporting Initiative, 2016)

### Principy definující obsah reportu

Tyto principy byly vytvořeny tak, aby společně definovaly obsahovou stránku reportu:

- **Zapojení stakeholderů** – organizace by měla identifikovat své stakeholdery a měly by vysvětlit, jak reaguje na jejich očekávání a zájmy.
- **Udržitelný kontext** – report by měl prezentovat výkonnost organizace v širším kontextu udržitelného rozvoje.
- **Významnost** – report by měl obsahovat „aspekty“<sup>17</sup>, které odráží významné ekonomické, sociální či environmentální dopady organizace, NEBO které mají podstatný vliv na hodnocení a rozhodování stakeholderů.
- **Úplnost** – report by měl obsahovat všechny informace za dané reportovací období o ekonomických, sociálních a environmentálních dopadech organizace, které jsou nezbytné pro objektivní zhodnocení CSR výkonu organizace. (Global Reporting Initiative, 2016)

### Principy definující kvalitu reportu

Druhý typ principů, kterými by se organizace při sestavování reportů měly řídit, jsou principy definující kvalitu reportu, včetně řádné prezentace. Rozhodování spojené s procesem připravování podkladů a informací pro reporty by mělo být v souladu s těmito principy, jelikož jsou základem pro dosažení transparentnosti. Kvalita sdělených informací je velmi důležitá, jelikož bez kvalitních informací je pro stakeholdery obtížné hodnotit výkon organizace a podnikat patřičné kroky. (Global Reporting Initiative, 2016)

- **Vyváženost** – report by měl reflektovat pozitivní i negativní aspekty výkonnosti organizace, aby mohl být objektivně hodnocený stakeholdery.

---

<sup>15</sup> In accordance

<sup>16</sup> [www.database.globalreporting.org](http://www.database.globalreporting.org)

<sup>17</sup> Seznam aspektů lze nalézt níže.



- **Srovnatelnost** – organizace by měla informace vybírat, sestavovat a reportovat konzistentně. Reportované informace by měly být prezentovány tak, aby stakeholdeři byli schopni analyzovat výkonnost v čase a aby dokázali porovnávat reporty od různých organizací.
- **Přesnost** – reportované informace by měly být dostatečně přesné a detailní.
- **Včasnost** – report je vydáván v pravidelných intervalech, aby mohli stakeholdeři činit informovaná rozhodnutí.
- **Srozumitelnost** – organizace by měla zveřejňovat informace takovou formou, aby byly srozumitelné a pochopitelné pro všechny stakeholdery.
- **Spolehlivost** – organizace by měla sbírat, zaznamenávat, shromažďovat, analyzovat a zveřejňovat informace a postupy používané při přípravě reportu takovým způsobem, aby mohly být podrobeny zkoumání, jenž prověří kvalitu a významnost zveřejněných informací. (Global Reporting Initiative, 2016)

### Obsah reportu dle GRI

Report podle směrnice G4 lze rozdělit do dvou standardně zveřejňovaných částí, a to na obecné zveřejňované informace a na specifické zveřejňované informace. (Global Reporting Initiative, 2016)

#### Část č. 1: Obecné zveřejňované informace

Obecně zveřejňované informace jsou dále děleny na sedm částí, které jsou dále děleny do jednotlivých pod částí.

- **Strategie a analýza** – tato část má poskytnout strategický pohled na udržitelný rozvoj organizace. Příkladem informací z této části je vyjádření od CEO, které zdůrazňuje relevantnost udržitelného rozvoje a strategii, která adresuje udržitelný rozvoj. Nebo zveřejnění popisu klíčových dopadů, rizik a příležitostí organizace.
- **Profil organizace** – obsahuje základní charakteristiky organizace, jako jsou informace o zaměstnanosti, o primárních výrobcích, službách či značkách, o lokaci ředitelství, o vlastnictví a právní formě, o zemích, ve kterých působí a počtu organizačních jednotek, atd.
- **Významné aspekty a omezení, jež byly identifikovány** – odpovědět například: jaké podklady byly použity pro zpracování reportu, které jednotky byly zahrnuty do konsolidované uzávěrky, jestliže byly některé vyloučeny z nefinančního reportování, proč tomu tak bylo?
- **Zapojení stakeholderů** – tato část obsahuje seznam stakeholderům, kteří jsou ve spojení s organizací. Dále pak postup, podle kterého byly stakeholdeři identifikováni a vybíráni. Přístup, jaký organizace ke stakeholderům má, jak často je s nimi v kontaktu, jestli a jak se podíleli na nefinančním reportování, atd.
- **Profil reportu** – přehled základních informací o nefinančním reportu, a to: kdy a jak často se report vydává, datum posledního vydaného reportu, GRI obsahový index, zajištění nezávislou třetí stranou, atd.
- **Řízení organizace** – popis struktury řízení v rámci organizace, role nejvyššího managementu ve stanovování hodnot a strategií, v oblasti řízení ri-

zik, v oblasti reportingu udržitelného rozvoje, v rámci hodnocení ekonomické, environmentální a sociální výkonnosti organizace, kompetence a hodnocení výkonu nejvyššího managementu, odměny a pobídky.

- **Etika a integrita** – informace o hodnotách, zásadách, standardech a normách dané organizace, popis interních a externích mechanismů pro hledání rad ohledně etického a zákonného jednání, popis interních a externích mechanismů o sdělování obav ohledně neetického nebo nezákonného chování, atd. (Global Reporting Initiative, 2016)

## Část č. 2: Specifické zveřejňované informace

Druhá část se dělí opět na dvě části, a to na: přístup managementu a na sledované kategorie a jejich aspekty (indikátory). (Global Reporting Initiative, 2016)

### Přístup managementu

Tato část má poskytnout organizaci prostor pro vysvětlení, jak jsou řízeny ekonomické, environmentální a sociální dopady ve vztahu k jednotlivým aspektům (viz níže). (Global Reporting Initiative, 2016)

### Sledované kategorie a jejich aspekty

Směrnice G4 seznamuje čtenáře se třemi sledovanými kategoriemi, které jsou založeny na tripple-bottom-line. Každá z kategorií má několik aspektů, které jsou dále popsány a vyhodnocovány. V rámci směrnice G4 jsou k jednotlivým aspektům přiřazeny kvantitativní a kvalitativní indikátory, které slouží pro měření výkonnosti organizace. Každá organizace si může vybrat ty aspekty a indikátory, které jsou pro ni relevantní a použít je při sestavení reportu, samozřejmě v návaznosti na úroveň reportování, kterou si zvolila (Core či Comprehensive). (Global Reporting Initiative, 2016; Pavlík a Bělčík, 2010)

Kategorie	Aspekty
<b>Ekonomická</b>	Ekonomická výkonnost
	Výskyt na trhu
	Nepřímé ekonomické dopady
	Praktiky při zadávání veřejných zakázek
<b>Environmentální</b>	Materiály
	Energie
	Voda
	Biodiverzita
	Emise
	Odpadní vody a odpad
	Produkty a služby
	Dodržování předpisů
	Doprava
	Celkový přehled
	Environmentální posuzování dodavatelů
	Mechanismus podávání stížností ohledně životního prostředí

Tabulka 4: První dvě kategorie a jejich aspekty směrnice G4 GRI

Zdroj: Global Reporting Initiative, 2016

Kategorie	Podkategorie	Aspekty
Sociální	Pracovní podmínky a důstojná práce	Zaměstnanost
		Vztahy mezi zaměstnanci a managementem
		Zdraví a bezpečnost v práci
		Školení a vzdělávání
		Rozmanitost a rovné příležitosti
		Rovné odměňování žen a mužů
		Posouzení dodavatelů z pohledu pracovních podmínek
		Mechanismus podávání stížností ohledně pracovních podmínek
	Lidská práva	Investice
		Zákaz diskriminace
		Svoboda sdružování a kolektivní vyjednávání
		Dětská práce
		Nucená nebo povinná práce
		Bezpečnostní postupy
		Práva původního obyvatelstva
		Hodnocení
		Posouzení dodavatelů z pohledu lidských práv
		Mechanismus podávání stížností ohledně lidských práv
	Společnost	Místní komunity
		Boj proti korupci
		Veřejná politika
		Chování narušující hospodářskou soutěž
		Dodržování předpisů
		Posouzení dodavatelů z pohledu dopadů na společnost
		Mechanismus podávání stížností ohledně dopadů na společnost
	Odpovědnost za produkty	Zdraví a bezpečnost zákazníků
		Označení produktů a služeb
		Marketingová komunikace
Ochrana osobních údajů zákazníků		
Dodržování předpisů		

Tabulka 5: Třetí kategorie a její aspekty směrnice G4 GRI

Zdroj: Global Reporting Initiative, 2016

### **Výhody a nevýhody reportování podle GRI**

Hlavní výhodou GRI směrnice je podle Pavlíka a Bělčíka (2010) seznam kvalitativních a kvantitativních indikátorů, pomocí kterých může organizace měřit svoji výkonnost a charakterizovat své společensky odpovědné chování (demonstrovat svůj přínos k udržitelnému rozvoji).

Další výhodou směrnice G4 dle autorky práce je, že je vhodná pro jakoukoliv organizaci (ziskovou či neziskovou) bez ohledu na lokaci a sektor působnosti, což však může být zároveň i výtka, neboť pak dochází k příliš obecným formulacím doporučení, indikátorů, atd.

Jak již bylo nastíněno výše nová směrnice G4 již nevyužívá hodnocení A-C, které bylo často vystaveno kritice. Například CorporateRegister.com upozorňoval na skutečnost, že názvy úrovní A-C u podniků vyvolávaly dojem, že reporty označené písmenem A jsou lepší než ty označené písmenem C. Označení však nemělo nic společného s kvalitou reportu, ale s jeho délkou. Důsledkem psychologické mystifikace značení pak docházelo k nárůstu stran reportů, kvůli snaze jejich tvůrců pojednat o co nejvíce tématech a ukazatelích bez ohledu na jejich závažnost. (Kašparová a Kunz, 2013)

Otázkou však zůstává, jestli rozdělení úrovní na Core a Comprehensive povede ke snížení stran reportů a zaměření organizací na kvalitu informací před kvantitou. KPMG ve svém výzkumu z roku 2015 upozorňuje na rostoucí trend zařazování CSR informací do výročních zpráv, pokazuje na to, že GRI tuto problematiku reportování ve svých směrnících kompletně opomíjí a do budoucna by se nad úpravou tohoto typu reportování mělo zamyslet. (KPMG, 2016)

### **3.2.2 ISO 26000**

Podnikatelé a organizace nefungují ve vakuu. Jejich vztah ke společnosti a prostředí, ve kterém působí, pro ně je klíčovým faktorem, aby mohli i v budoucnu efektivně fungovat. Tento vztah se i stále více využívá k celkovému hodnocení výkonu organizací. (ISO 26000, 2016)

ISO 26000 aneb návod pro společenskou odpovědnost organizací je standardem, který byl připravován od roku 2005 a byl vydán Mezinárodní organizací pro standardizaci v roce 2010. Není určen pro certifikaci. Neklade žádné požadavky, pouze nabízí možnosti a doporučuje postupy v oblasti společenské odpovědnosti. (Kuldová, 2010)

ISO si od tohoto standardu slibuje, že se stane sjednocujícím standardem společenské odpovědnosti a vnese do konceptu jednotnost. Do tvorby byl zapojen rekordní počet stakeholderů, a proto se i zpozdilo vydání jeho finální podoby oproti plánu. (Kašparová a Kunz, 2013)

### **Co může organizace implementací ISO 26000 dle ISO získat?**

Výkon v oblasti společenské odpovědnosti má vliv na:

- získání konkurenční výhody,
- zlepšení pověsti,
- schopnost přilákat a udržet pracovníky, zákazníky, klienty a uživatele,
- udržování zaměstnanecké morálky, závazků a produktivity,
- vnímání investorů, vlastníků, dárců, sponzorů a finanční komunity,

- vztahy s firmami, vládami, dodavateli, odběrateli a komunitou, ve které organizace působí. (ISO 26000, 2016)

### **Kdo může mít přínos ze standardu?**

ISO 26000 je zaměřen na jakýkoliv typ organizace bez ohledu na její činnost, velikost nebo umístění, což především Kašparová (2013) považuje za výhodu. Poskytuje návod a informace o:

- konceptech, pojmech a definicích vztahujících se k společenské odpovědnosti,
- pozadí, trendech a charakteristikách společenské odpovědnosti,
- principech a postupech týkajících se společenské odpovědnosti,
- klíčových tématech a otázkách<sup>18</sup> společenské odpovědnosti,
- integraci, implementaci a propagování společensky odpovědného chování v celé organizaci prostřednictvím svých politik a praktik v rámci své sféry vlivu (např. místní komunita či dodavatelsko-odběratelský řetězec),
- identifikaci a zapojení stakeholderů<sup>19</sup>,
- komunikačních závazcích, výkonnosti a dalších informacích vztahujících se k společenské odpovědnosti. (ISO 26000, 2016)

### **Obsah standardu ISO 26000**

Samotný standart je členěn na sedm kapitol: rozsah, pojmy a definice, vymezení sociální odpovědnosti, principy společenské odpovědnosti, uznání společenské odpovědnosti a zapojení zainteresovaných stran, návod ke klíčovým (základním) tématům společenské odpovědnosti a pokyny k integraci společenské odpovědnosti v rámci organizace. (ČSN ISO 26000, 2011)

<b>Název kapitoly</b>	<b>Číslo kapitoly</b>	<b>Popis obsahu kapitoly</b>
Rozsah	1.	Definuje rozsah tohoto mezinárodního standardu a identifikuje jeho omezení a vyloučení.

<sup>18</sup> Core subjects and issues

<sup>19</sup> Zainteresovaných stran

Podmínky a definice	2.	Identifikuje a poskytuje definice klíčových termínů použitých v tomto standardu. Tyto termíny jsou fundamentálního významu pro pochopení společenské odpovědnosti a pro používání standardu ISO 26000.
Pochopení společenské odpovědnosti	3.	Popisuje faktory a podmínky, které mají vliv na vývoj společenské odpovědnosti a které ovlivňují její povahu a praxi. Taktéž je v kapitole popsán samotný koncept společenské odpovědnosti – co znamená CSR a jak se v organizacích uplatňuje.
Principy společenské odpovědnosti	4.	Představení a objasnění principů společenské odpovědnosti.
Rozpoznání společenské odpovědnosti a zapojení stakeholderů	5.	Adresuje dvě praktiky společenské odpovědnosti, a to: uznání společenské odpovědnosti organizací, identifikaci a zapojení stakeholderům.
Návod ke klíčovým (základním) tématům společenské odpovědnosti	6.	Šestá kapitola se věnuje vysvětlení klíčových témat společenské odpovědnosti a s nimi spojených otázek. Obsahuje informace o vztahu jednotlivých témat a společenské odpovědnosti, související principy, úvahy, opatření a očekávání.
Pokyny k integraci společenské odpovědnosti v rámci organizace	7.	Poskytuje návod, jak zavést společenskou odpovědnost do praxe v rámci organizace.
Příklady dobrovolných iniciativ a nástrojů v rámci společenské odpovědnosti	Příloha A	Seznam dobrovolných iniciativ, které se věnují společenské odpovědnosti.
Zkratky	Příloha B	Seznam zkratek, které jsou v rámci ISO 26000 použity.
Bibliografie		Shrnutí citací.

Tabulka 6: Obsah standardu ISO 26000

Zdroj: ISO 26000, 2016

Přestože jsou nejdůležitější klíčová témata společenské odpovědnosti, společnosti by se nejprve měly snažit o „zažití“ principů společenské odpovědnosti, neboť ty jsou rámcem pro implementaci klíčových témat.

Standard ISO 26000 není založen na principu tripple-bottom-line, ale rozlišuje hned sedm klíčových témat společenské odpovědnosti, kterými jsou:

- vedení organizace,
- lidská práva,
- pracovní podmínky,
- životní prostředí,
- korektní podnikání,
- spotřebitelské otázky,
- společenská angažovanost a rozvoj komunit. (ČSN ISO 26000, 2011)



Obrázek 3: Klíčové témata CSR podle ISO 26000

Zdroj: ISO 26000, 2016

V rámci normy není stanoveno, které témata jsou vhodná „danou“ organizaci dle velikosti či lokace nebo jaké aktivity v rámci daného tématu jsou nabízeny. Organizace si sama musí zvolit, jakým tématům se bude věnovat (jaké témata jsou pro ni relevantní) a jakým způsobem do hodnocení a komunikace zapojí stakeholdery. Norma v tomto případě ponechává značný prostor samotným společnostem, jelikož sama společenská odpovědnost je založena na principu dobrovolnosti.

Klíčové témata a otázky	Řešeno v části
Klíčové téma: Vedení organizace	6.2
Klíčové téma: Lidská práva	6.3
Otázka č. 1: Řádná péče <sup>20</sup>	6.3.3
Otázka č. 2: Situace ohrožující lidská práva	6.3.4
Otázka č. 3: Vyvarování se spoluviny	6.3.5
Otázka č. 4: Řešení stížností	6.3.6
Otázka č. 5: Diskriminace a zranitelné skupiny	6.3.7
Otázka č. 6: Občanská a politická práva	6.3.8
Otázka č. 7: Ekonomická, sociální a kulturní práva	6.3.9

<sup>20</sup> Due diligence

Otázka č. 8: Základní principy a práva na pracovišti	6.3.10
<b>Klíčové téma: Pracovní podmínky</b>	<b>6.4</b>
Otázka č. 1: Pracovní poměr a vztahy v rámci pracovního poměru	6.4.3
Otázka č. 2: Pracovní podmínky a sociální ochrana	6.4.4
Otázka č. 3: Sociální dialog	6.4.5
Otázka č. 4: Bezpečnost a ochrana zdraví při práci	6.4.6
Otázka č. 5: Lidský rozvoj a odborná příprava na pracovišti	6.4.7
<b>Klíčové téma: Životní prostředí</b>	<b>6.5</b>
Otázka č. 1: Prevence znečištění	6.5.3
Otázka č. 2: Udržitelné využívání zdrojů	6.5.4
Otázka č. 3: Zmírnění klimatických změn a adaptace	6.5.5
Otázka č. 4: Ochrana a obnova přirozeného prostředí	6.5.6
<b>Klíčové téma: Korektní podnikání<sup>21</sup></b>	<b>6.6</b>
Otázka č. 1: Protikorupční chování	6.6.3
Otázka č. 2: Zodpovědná politická angažovanost	6.6.4
Otázka č. 3: Spravedlivá hospodářská soutěž	6.6.5
Otázka č. 4: Podpora společenské odpovědnosti v hodnotovém řetězci	6.6.6
Otázka č. 5: Respektování vlastnických práv	6.6.7
<b>Klíčové téma: Spotřebitelské otázky</b>	<b>6.7</b>
Otázka č. 1: Korektní marketing, věcné a nestranné informace, korektní smluvní postupy	6.7.3
Otázka č. 2: Ochrana zdraví a bezpečnost spotřebitelů	6.7.4
Otázka č. 3: Udržitelná spotřeba	6.7.5
Otázka č. 4: Zákaznický servis a podpora, řešení reklamací a sporů	6.7.6
Otázka č. 5: Ochrana dat a soukromí spotřebitelů	6.7.7
Otázka č. 6: Přístup k základním službám	6.7.8
Otázka č. 7: Vzdělání a informovanost	6.7.9
<b>Klíčové téma: Společenská angažovanost a rozvoj komunit</b>	<b>6.8</b>
Otázka č. 1: Angažovanost v rámci komunity	6.8.3
Otázka č. 2: Vzdělání a kultura	6.8.4
Otázka č. 3: Vytváření pracovních míst a rozvoj kvalifikací	6.8.5
Otázka č. 4: Technologický rozvoj a přístup k technologiím	6.8.6
Otázka č. 5: Tvorba bohatství a příjmů	6.8.7
Otázka č. 6: Zdraví	6.8.8
Otázka č. 7: Společenské investování	6.8.9

Tabulka 7: Klíčová témata a otázky spadající pod jednotlivá klíčová témata dle ISO 26000

Zdroj: ISO 26000, 2016

<sup>21</sup> „Správná provozní praxe“



### 3.3 Hodnocení, měření a reportování CSR

Revize výkonu společnosti v přiměřených intervalech je nezbytná k určení pokroku v oblasti sociální zodpovědnosti. Společnosti by jinak nedokázaly určit, zda jsou jejich programy správně zaměřeny, nedokázaly by identifikovat oblasti, které potřebují změny a přispívat k lepšímu výkonu. Stejně tak stakeholderi mohou hrát důležitou roli při kontrole činnosti organizace týkající se sociální zodpovědnosti. (ČSN ISO 26000, 2011)

#### 3.3.1 Hodnocení a měření společenské odpovědnosti

Hodnocení společenské odpovědnosti lze dle Pavlíka a Bělčíka (2010) provést více metodami, a to pomocí interních srovnání výsledků s předem stanovenými cíli (KPIs), které si společnost zvolila na základě standardů či směrnic, nebo skrze různé indexové či benchmarkingové srovnání (tzn. externí srovnání). Což je vlastně měření na základě „pozice“ organizace vůči ostatním subjektům, nebo měření přínosů/výkonnosti podniku v oblasti společenské odpovědnosti. Kdy indikátory mohou být kvalitativního i kvantitativního charakteru. U kvalitativních (soft) dat narážíme na stejný problém jako u měření konkurenceschopnosti nebo podnikatelského prostředí. (Zdražilová, 2010)

Dle společnosti KPMG (2016) je pro společnosti velmi důležité vytvořit si standardní sadu metrik (KPIs) a principy pro reportování společenské odpovědnosti. Trh musí být schopen porovnat hodnotu a relativní dopad CR<sup>22</sup> iniciativ vůči dalším podnikům a konkurentům v odvětví. V neposlední řadě poskytnou standardizované KPI vedoucím pracovníkům konzistentní metodu komparace, jak interních cílů, tak i vnější konkurence. Níže je příklad od společnosti Nestlé, jedná se o kvantitativní KPIs a jejich porovnání v letech 2006 a 2010 z oblasti životního prostředí (ČR i SR).

Ukazatel (KPI)	Jednotky	2006	2010	% změna
Výroba	T	71 704	82 508	15,1 %
Spotřeba vody	m <sup>3</sup>	422 212	361 490	-14,4 %
Spotřeba energie	GJ	309 493	301 523	-2,6 %
Množství vypouštěné odpadní vody	m <sup>3</sup>	481 398	343 588	-28,6 %
Emise skleníkových plynů	tCO <sub>2</sub>	6 848	5 758	-15,9 %

Tabulka 8: Výsledky výrobních závodů v oblasti životního prostředí společnosti Nestlé  
Zdroj: Kuldová dle Nestlé, 2012

Návod, jak přistupovat k internímu srovnání nám nabízí například standard ISO 26000 (2011), který říká, že když organizace rozhoduje o aktivitách, které mají být monitorovány, tak by se měla primárně snažit monitorovat ty aktivity, které jsou

<sup>22</sup>Corporate Responsible = společensky odpovědné

významné. Snažit se výsledky monitorování zpracovat tak, aby byly snadno pochopitelné, spolehlivé, včasné a reagující na podněty zainteresovaných stran.

Existuje mnoho různých metod, které mohou být použity ke sledování výkonu v oblasti společenské odpovědnosti. Příkladem můžou být recenze v přiměřených intervalech, benchmarking nebo zpětná vazba od stakeholderů. Organizace mohou často získat vzhled do svých programů porovnáním jejich vlastností a výkonu s činnostmi jiných organizací. Tato srovnání mohou spojená s konkrétními klíčovými tématy nebo mohou být zaměřená na širší přístupy k integraci společenské odpovědnosti v organizaci. (ČSN ISO 26000, 2011)

Jedna z nejčastěji používaných metod je porovnání výsledků společnosti s ukazateli (KPIs<sup>23</sup>). Ukazatel je kvalitativní nebo kvantitativní informace o výsledcích organizace, která je srovnatelná a vykazuje změnu v průběhu času. Ukazatele mohou být například použity k monitorování nebo vyhodnocování plnění cílů projektu v průběhu času. Měly by být jasné, informativní, praktické, srovnatelné, přesné, důvěryhodné a spolehlivé. Kvantitativní ukazatele je poměrně snadné použít, avšak je vhodné se zamyslet, zda jsou dostatečné pro všechny aspekty společenské odpovědnosti. (ČSN ISO 26000, 2011)

Kromě každodenního dohledu a monitorování činností souvisejících se společenskou odpovědností, by měly organizace ve vhodných intervalech provádět rozsáhlejší hodnocení, aby zjistily, jak si vedou oproti svým cílům a záměrům a mohly tak přistoupit k potřebným změnám ve svých programech a postupech. (ČSN ISO 26000, 2011)

Tato hodnocení obvykle porovnávají aktuální výkony, které jsou průřezem výsledků klíčových CSR témat, s výkony z minulých období, za účelem determinace pokroku a měření úspěchu. Tato hodnocení by rovněž měly zahrnovat i přezkoumání méně snadno měřitelných aspektů výkonnosti, jako postoje vůči společenské odpovědnosti, integrace společenské odpovědnosti v rámci celé organizace a dodržování zásad, atd. Zapojení stakeholderů do těchto hodnocení může být velmi přínosné. (ČSN ISO 26000, 2011)

Typy otázek, na které se lze dle ISO 26000 (2011) ptát během hodnocení:

- Bylo obecných a specifických cílů dosaženo, tak jak jsme si představovali?
- Vyhovovaly zvolené strategie a procesy cílům?
- Co fungovalo a proč? Co nefungovalo a proč?
- Byly cíle vhodné?
- Co se dalo udělat lépe?
- Byly zapojeny všechny relevantní osoby (stakeholderi)?

Organizace by měla v závislosti na výsledcích hodnocení identifikovat změny svých programů (cílů), které povedou k odstranění nedostatků a k lepší výkonnosti v oblasti společenské odpovědnosti. (ČSN ISO 26000, 2011)

Podle DecockGooda můžeme **indexové a benchmarkingové metody hodnocení CSR** rozdělit do pěti skupin:

---

<sup>23</sup> Klíčové ukazatele výkonnosti = key performance indicators

- Měření na základě analýzy obsahu výročních zpráv – hlavním výhodou této metody je, že informace potřebné pro analýzy jsou lehce dostupné. Nevýhodou je možnost záměrného zkreslení či nezveřejnění údajů ze strany organizace, dále není snadné zvolit metodu k porovnání/analýze jednotlivých výročních zpráv.
- Měření na základě poznatků získaných z dotazníků – zde je především kladen důraz na vhodnou volbu metodologie. Nevýhodou je opět záměrného či nechtěného zkreslení informací, kterému lze předejít např. zaražením kontrolních otázek.
- Indexy znečištění – výhodou je hodnocení nezávislou organizací, které však zahrnuje pouze některá odvětví a jednu oblast problematiky společenské odpovědnosti.
- Indexy hodnotící pověst podniku – subjektivní hodnocení zkoumající názory různých skupin z okolí organizace. Nevýhodou je, že se do žebříčků často dostávají pouze velké organizace, které jsou respondenti zvyklí jmenovat.
- Informace získané od ratingových agentur – validní a objektivně prezentované závěry, které jsou však spojené s netransparentním hodnocením, jelikož metodiku většina ratingových agentur považuje za své obchodní tajemství a know-how. (Pavlík a Bělčík, 2010)

Je však důležité neopomenout zmínit, že se někteří autoři např. Pokorná (2012) domnívají, že je velmi obtížné až nemožné objektivně CSR aktivity měřit a nejen na základě obsahu reportů objektivně hodnotit.

### 3.3.2 Indexy měřící společenskou odpovědnost

Společenská odpovědnost není měřena jen interně v rámci společnosti či externě specializovanými auditorskými firmami tzv. „na zakázku“. Již více jak dvě dekády jsou na trhu indexy ratingových agentur, které nezávisle hodnotí společnosti na základě jejich odpovědného chování a následně je zařazují do svých indexů. Níže je popis třech nejznámějších a globálně působících indexů.

#### **Dow Jones Sustainability Indexy**

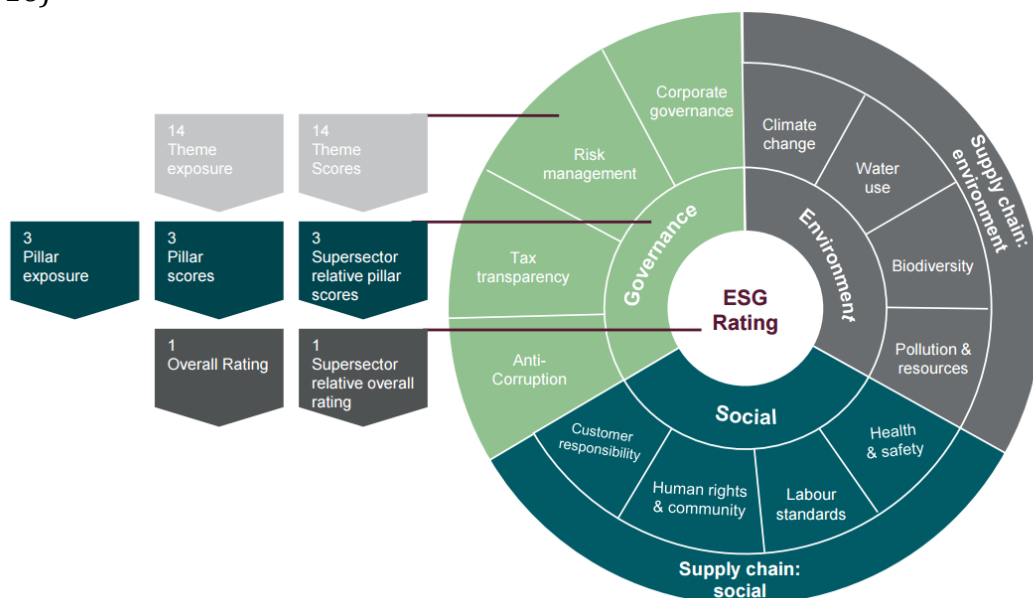
DJSI je sada indexů, které byly poprvé zveřejněny v roce 1999 a které jsou zaměřené na hodnocení udržitelného rozvoje. Nezávislá společnost RobecoSAM, která tyto indexy publikuje, hodnocení staví na přístupu „best-in-class“, kdy pomocí benchmarkingu vybírá lídry z řad společností v oblasti udržitelného rozvoje z 59 odvětví. (RobecoSAM, 2016)

Samotné hodnocení je založeno na dotazníku o 80 – 120 otázkách (dle odvětví), které jsou rozděleny do tří dimenzí: sociální 35 %, ekonomická 27 % a environmentální 38 %. Zároveň je dotazník rozdělen na otázky obecné a odvětvové, které tvoří více jak 50 % skladby otázek (např. u farmaceutik tvoří odvětvové otázky 55 %). (RobecoSAM, 2016)

Výhodou DJSI indexů je, že jejich široká škála hodnotících kritérií zastřešuje téměř všechny oblasti společenské odpovědnosti. Jejich nevýhodou je například, že jsou zaměřené na relativně malý vzorek zkoumaných firem, a to na 2 500 největších veřejně obchodovaných společností, což je však nevýhoda i níže zmiňovaných indexů. (Zdražilová, 2010)

## FTSE4Good Indexy

Jsou od roku 2001 zveřejňovány společností FTSE Russell<sup>24</sup>. Tyto indexy jsou určeny pro měření výkonnosti firem, jenž jsou lídry v environmentální, sociální a governance (ESG<sup>25</sup>) oblasti. Od září 2014 byl uveřejněn nový model, podle kterého se jednotlivé firmy hodnotí. Tento model je složen z 300 indikátorů, 14 témat a 3 pilířů (ESG). Samotné hodnocení se provádí pouze na základě veřejně dostupných údajů, kdy je možné získat ohodnocení mezi 0 až 5 (5 je nejvyšší rating). (FTSE Russell, 2016)



Obrázek 4: Nový model FTSE4Good Indexu  
Zdroj: FTSE Russell, 2016

## Ethibel Sustainability Indexy (ESI)

Tyto indexy od roku 2002 zahrnují vybrané společnosti z investičních registrů Ethibel fóra. Jedná se především o indexy Ethibel® Sustainability Index Excellence Europe a Ethibel® Sustainability Index Excellence Global. Hodnocení společností z hlediska jejich společenské odpovědnosti pro Ethibel provádí nezávislá agentura Vigeo, avšak Ethibel si ponechal výsadní právo rozhodovat o zařazení společností do indexů. Společnosti jsou hodnoceny písmeny A, B, C, D, E a M, kdy nejvyšší hodnocení je A (Pioneers). V některých odvětvích ani neexistují společnosti, které by tímto hodnocením byly označeny, jelikož je jen pro výjimečné a inovativní společnosti z oblasti CSR. Písmenem B jsou ohodnoceny „best-in-class“ společnosti.

- Značka Pioneer – pouze pro finanční produkty z Ethibel PIONEER Investment registru ohodnocené A nebo B
- Značka Excellence – pro finanční produkty z Ethibel EXCELLENCE Investment registru ohodnocené A, B nebo C (Forum Ethibel, 2016)

<sup>24</sup> Společnost FTSE se v roce 2015 sloučila se společností Russell a nyní vystupuje jako FTSE Russell. Její jediný vlastník je Londýnská burza cenných papírů.

<sup>25</sup> Environmental, Social and Governance



Obrázek 5: Značení finančních produktů podle Ethibel registru

Zdroj: Forum Ethibel, 2016

### 3.3.3 CSR reportování

Organizace by měly v přiměřených intervalech informovat stakeholdery o svém společensky odpovědném chování. Rostoucí počet organizací na periodicky se opakující bázi oznamuje svým stakeholderům, jaké aktivity vyvíjeli v oblasti CSR. Reportování může být provedeno různými způsoby, jako je například setkání se stakeholdery, zaslání dopisu popisujícího CSR aktivity z daného období, zveřejnění informací na webových stránkách nebo periodické vypracování CSR reportů (zpráv v tištěné i online podobě). (ČSN ISO 26000, 2011)

Podle Kašpárkové a Kunze (2013) reportování společenské odpovědnosti může organizaci pomoci vnést systémový přístup do samotného řízení společensky odpovědných aktivit, identifikovat budoucí rizika či příležitosti, a tím přispívat ke zvýšení konkurenční schopnosti podniku a zároveň mu napomoci k udržení práv dlouhodobě podnikat.

Podle posledního výzkumu společnosti KPMG z roku 2015 zaměřeného na společensky odpovědné reportování vyplývá, že téměř 75 % z N100<sub>2015</sub><sup>26</sup> společností nyní reportuje a dokonce více než 90 % společností z G250<sub>2015</sub><sup>27</sup> reportuje. Dokonce dochází k nárůstu nefinančních informací ve finančních zprávách, kdy v roce 2011 zahrnovala nefinanční zprávy 1 z 5 společností, dnes se globálně poměr zvedl na 3 z 5 společností. Hnací síla rostoucího nefinančního reportování je v případě některých zemí velmi formální a vychází z legislativy, jedná se o: Spojené království (90 % z N100<sub>2015</sub> reportuje), Francii (93 %), Norsko (86 %) a Dánsko (82 %). Překvapivě však na pomyslné špicí najdeme rozvojové země, které legislativně (alespoň pro největší společnosti v zemi) tuto povinnost zavedli. Jedná se o: Indonésii (99 %),

<sup>26</sup> N100<sub>2015</sub> je 4 500 největších firem ze 45 zemí, které sloužily pro výzkum CSR reportování společnosti KPMG v roce 2015.

<sup>27</sup> G250<sub>2015</sub> je označení pro prvních 250 společností, které byly zařazeny na žebříček the Fortune Global 500 v roce 2015 a slouží pro výzkum společenské odpovědnosti (corporate responsibility) auditorské společnosti KPMG.

Indii (100 %), Malajsií (99 %) a Jihoafrickou republiku<sup>28</sup> (99 %). Nejvíce reportující sektory jsou důlní, utility a TMT<sup>29</sup> (viz obrázek níže). (KPMG, 2016)



Obrázek 6: Porovnání reportování podle sektorů v roce 2013 a 2015

Zdroj: KPMG, 2016

Je důležité informovat zainteresované strany (stakeholdery) o společensky odpovědném chování společnosti. Právě za tímto účelem se nejčastěji sestavuje CSR report, který může mít dle Pavlíka a Bělčíka (2010) dvojí roli:

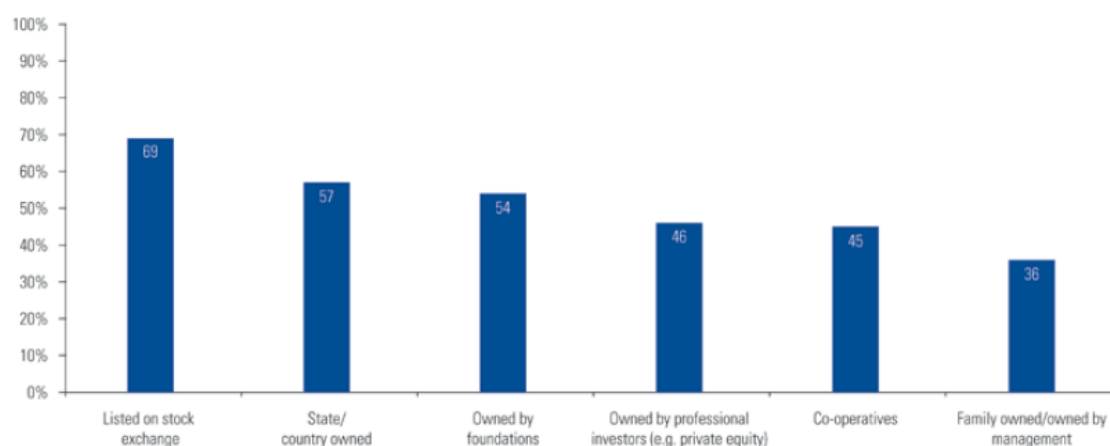
- CSR report jako **komunikační nástroj** určený ke komunikaci mezi CSR aktivitami firmy a interními i externími stakeholdery organizace,
- CSR report jako **manažerský nástroj** zajišťující systematický přístup k CSR, měření pokroku a určení nových strategií a cílů.

Šetření auditorské společnosti KPMG z roku 2011 potvrdily předpoklad, že i velikost podniku má vliv na reportování. Toto zjištění není nikterak překvapující, jelikož malé a střední podniky působící lokálně dokáží své CSR aktivity demonstrovat přímými cestami, kdežto velké nadnárodní společnosti jsou v podstatě odkázány na neosobní formy komunikace se svými stakeholdery, a to především na CSR reporty. (KPMG, 2016; Kašparová a Kunz, 2013)

Dále má vliv na reportování i typ vlastnictví (viz obrázek níže). Družstva a rodinné podniky oproti veřejně obchodovatelným a státním podnikům reportují výrazně méně, což je pochopitelné. Nižší úroveň reportování odvíjí od neexistence investora, který by nebyl seznámen s aktivitami družstva, a tedy není osoby, kterou by bylo nutné přesvědčovat o odpovědném chování organizace. V případě rodinných podniků je nižší úroveň vysvětlena rovnítkem mezi řediteli a vlastníky, kdy si tyto osoby informace zjišťují jinak než skrze reporty. (Kašparová a Kunz, 2013)

<sup>28</sup> Jihoafrická republika uzákonila pro veřejně obchodovatelné společnosti (na JSE) tzv. integrované reportování a to dle King III Code of Governance Principles.

<sup>29</sup> Telecommunications Media And Technology



Obrázek 7: Vliv vlastnictví na CSR reportování z výzkumu KPMG z roku 2011

Zdroj: KPMG, 2016

Reportování společensky odpovědného chování je ve větší míře upravováno standardy a směrnicemi. Jednou z nejpoužívanějších směrnic je směrnice GRI, o které bylo pojednááno výše, aspiraci na lídra v této oblasti má i nová ISO norma 26000, která však problematiku reportování řeší v obecnější rovině. Srovnání vybraných standardů podle Kašpárkové a Kunze (2013) je níže.

Standard	Vymezení obsahu reportu	Kvalita obsahu reportu	Požadavek na ověření publikovaných informací	Požadavky na rozsah reportu	Požadavek na časovou lhůtu vydávání reportu
UN Global Compact	obecné	ano	apel	ne	ano
Směrnice OECD pro nadnárodní podniky	obecné	částečné	apel	ano	obecný
Global Sullivan Principles	obecné	ne	ne	ne	ano
SAB000	obecné	částečné	ne	ano	obecný
Série AA1000	konkrétnější	ano	ano	ano	ne
Směrnice GRI	konkrétní	ano	ano	ano	obecný
Série ISO 1400 <sup>30</sup>	konkrétnější	ano	apel	ano	obecný
ISO 26000	konkrétnější	ano	apel	ano	obecný
EMAS	konkrétní	ano	ano	ano	ano

Tabulka 9: Srovnání požadavků standardů na reportování o společensky odpovědném chování

Zdroj: Kašparová a Kunz, 2013

### Jaké rysy by měl mít kvalitní CSR report?

Měl by být **důvěryhodný**. Jeho věrohodnost je možno podpořit stanovením cílů, zveřejněním metodiky sběru dat, závazkem či průvodním slovem vrcholového vedení. Dále má na důvěryhodnost vliv míra zapojení klíčových zainteresovaných stran, a zda byl report ověřen třetí stranou. Měl by být **úplný**, tzn., měl by informovat

<sup>30</sup> Série ISO 1400 reprezentuje ve srovnání pouze norma ISO14063 vzhledem k tomu, že se reportování věnuje nejvíce a nejsystematičtěji.

v plném rozsahu o vlivu firemních operací na sociální, ekonomické a environmentální oblasti působení společnosti. Měl by být **věcný**, tzn., měl by využívat nejen kvantitativní, ale i kvalitativní indikátory pro zhodnocení společenské odpovědnosti. V neposlední je důležitá **vhodná forma** reportu, jako je jeho grafické zpracování, srozumitelnost, čtivost, přehlednost, atd. (Pavlík a Bělčík, 2010)

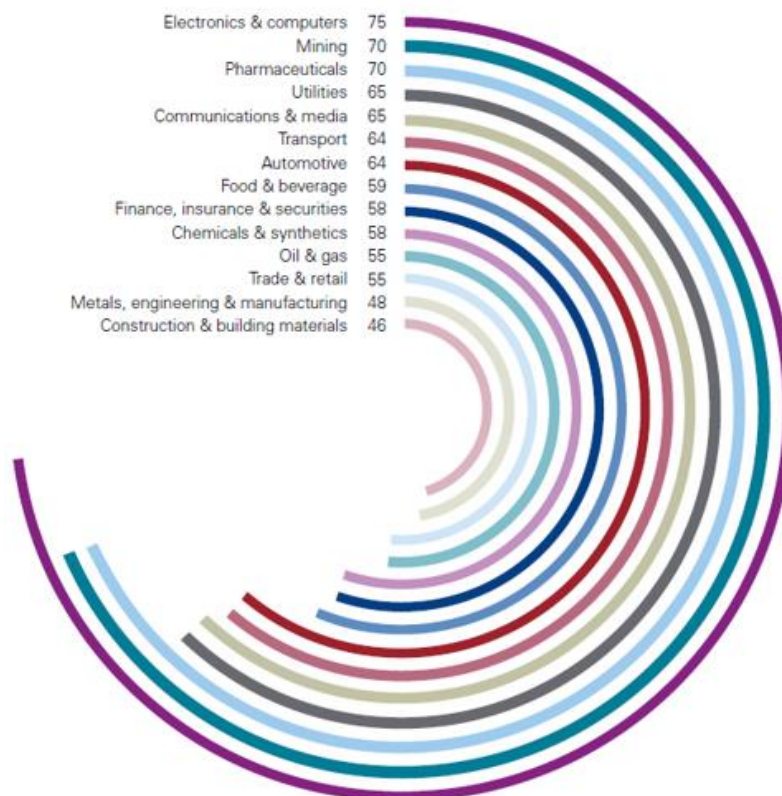
Kvalitě reportů se věnuje i výzkum společnosti KPMG, kdy ze šetření z roku 2013, které proběhlo mezi G250<sub>2013</sub> společnostmi, bylo zjištěno, že nejkvalitnější reporty zveřejňují velké společnosti ze sektoru farmaceutického, důlního a elektroniky & počítačů. Maximální skóre, kterého můžou společnosti dosáhnout, je 100 bodů a právě nejlépe byl hodnocen sektor elektroniky & počítačů se skórem 75 bodů (viz obrázek níže). Zkoumané společnosti vhodně prezentují své cíle a indikátory, ale zanedbávají kvalitu reportování dodavatelského a hodnotového řetězce (viz obrázek v přílohách). Některé sektory s komplexním dodavatelským řetězcem, jenž s sebou nesou potenciální katastrofické environmentální a sociální rizika, mají nízkou úroveň reportování ohledně otázek dodavatelského řetězce. Nedávné incidenty, včetně olejových skvrn a továrních katastrof, by měly business lídrům připomenout, jak je důležité řídit environmentální a sociální dopady dodavatelských řetězců. (KPMG, 2016)

Jednoduše řečeno, pokud společnosti tyto problémy nezačnou řešit, pozbydou svoji „licenci k provozu<sup>31</sup>“ v 21. století. Společnosti potřebují urgentně a upřímně přesvědčit své zákazníky, komunity, investory a ostatními stakeholdery, že je jejich dodavatelský řetězec správně řízen. Transparentní CSR reporting je dle KPMG nejefektivnější cestou, jak přesvědčit stakeholdery a získat si jejich důvěru. (KPMG, 2016)

---

<sup>31</sup> license to operate





Obrázek 8: Nej kvalitnější reporty dle sektorů dle výzkumu KPMG z roku 2013  
Zdroj: KPMG, 2016

### Vhodné médium pro reportování

Dle směrnice G4 GRI, která je zaměřena na reportování společensky zodpovědných aktivit, jsou označena jako vhodná média pro reportování elektronické nebo webové reporty a papírové reporty. Organizace by si samy měly zvolit, zda si vyberou pouze jedno médium nebo jejich kombinaci. Jako příklad směrnice uvádí organizaci, která poskytuje detailní report na svých webových stránkách a zároveň poskytuje shrnutí včetně jejich strategie, analýz a informací o výkonnosti v papírové formě. Volba média by měla korespondovat s:

- reportovací periodou,
- s tím, jak často chce organizace zveřejňované informace aktualizovat,
- s potřebami cílových uživatelů (stakeholderů),
- s dalšími faktory, jako je distribuční strategie.

Alespoň jedno médium by mělo uživateli poskytnout kompletní sadu informací za dané reportovací období. (Global Reporting Initiative, 2016)

### Obsah CSR reportu

Společnost dle ISO 26000 (2011) by do reportování měla zahrnout informace o cílech a výsledcích klíčových oblastí společenské odpovědnosti. Neměla by opomenout popsat, jak a kdy byly stakeholderi zapojeni do procesu reportování. Měla by poskytnout jasný a kompletní obraz svého společensky odpovědného chování, včetně úspěchů a neúspěchů a návodu, jak budou tyto neúspěchy adresovány.

Dále by se společnost měla zamyslet nad tím, zda zveřejňovat reporty menší lokálnějšího charakteru, které jsou pro místní/národní stakeholdery více relevantní než reporty vydávané za celou organizaci. (ČSN ISO 26000, 2011)

Dle standardu ISO 26000 (2011) by společnost měla při CSR reportování vzít v potaz tyto aspekty:

- rozsah a škála reportu by měla být odpovídající velikosti a povaze organizace,
- úroveň detailů by měla odrážet rozsah zkušeností organizace s reportováním,
- report by měl popisovat, jak organizace rozhodovala o zařazení problémů (issues), které bude zahrnovat nejen do reportu, ale které bude řešit a jakým způsobem je bude řešit,
- report by měl prezentovat cíle organizace, provozní výkonnost, výrobky a služby v kontextu udržitelného rozvoje,
- report může být vytvořen v různých formách v závislosti na povaze organizace a na potřebách stakeholderů. Může se jednat o elektronickou podobu reportu, o interaktivní report na bázi webové prezentace nebo o tištěnou formu reportu. CSR report může být prezentován jako samostatný dokument, nebo jako součást výroční zprávy či integrovaný report.

### **Důvěryhodnost zveřejňovaných informací**

Existují různé způsoby, jak lze zvýšit důvěryhodnost zveřejňovaných informací. Jedním z nich je zapojení stakeholderů, které spočívá v dialogu se stakeholdery a je důležitým prostředkem ke zvýšení důvěry v to, že jsou zájmy a záměry všech účastníků pochopeny. Dialog může vybudovat důvěru a zvýšit důvěryhodnost. Zapojení stakeholderů může být základem pro přizvání stakeholderů do procesu verifikace tvrzení organizace týkajících se její výkonnosti. Organizace a stakeholdeři se můžou domluvit na periodických kontrolách či jinak sledovat aspekty výkonnosti organizace. (ČSN ISO 26000, 2011)

Důvěryhodnost s ohledem na některé otázky může být posílena prostřednictvím konkrétních systémů certifikace. Byly vyvinuty iniciativy s cílem certifikovat bezpečnost produktů nebo certifikovat procesy nebo výrobky z hlediska jejich dopadu na životní prostředí, pracovní postupy a ostatních aspekty společenské odpovědnosti. V některých organizacích zapojili do svých aktivit třetí strany, aby zvýšili důvěryhodnost nebo vytvořili poradní výbory. Občas organizace vstoupí do sdružení organizací, které chtějí dobrovolně podporovat společensky odpovědné chování a propagovat ho v rámci svých komunit. Především však zvýší svoji důvěryhodnost tím, že dostojí důležitým závazkům týkajících se dopadů jejich podnikání, že udělají příslušné opatření, hodnocení své výkonnosti a že zveřejní report o svém pokroku a nedostatcích. (ČSN ISO 26000, 2011)

Další kroky, jak lze zvýšit důvěryhodnost podle standardu ISO 26000 (2011):

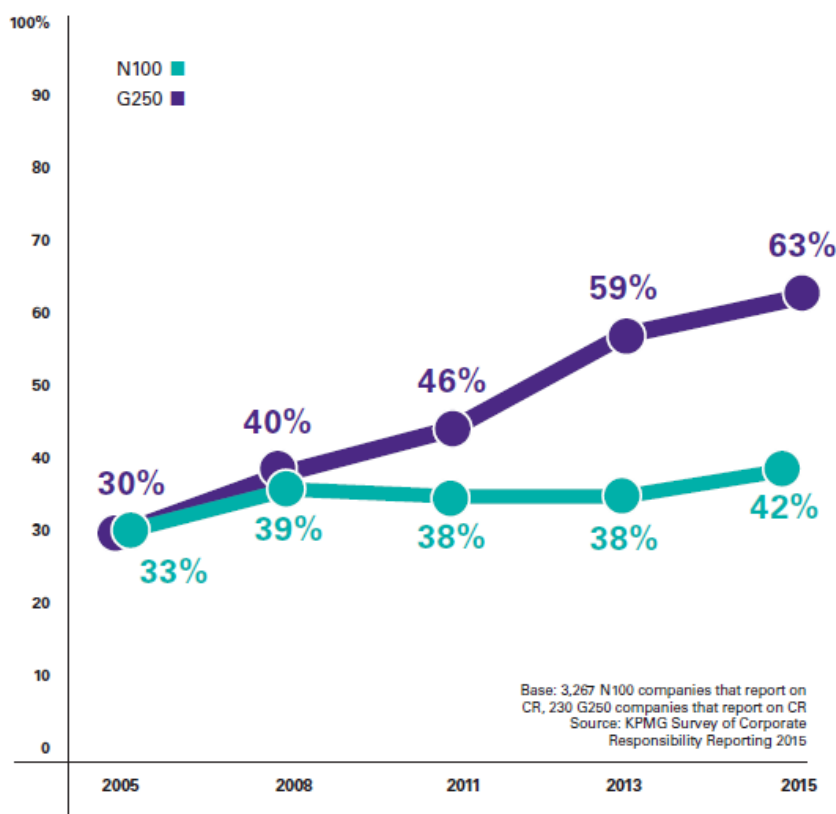
- Tvorba reportů o výkonnosti v oblasti společenské odpovědnosti, které jsou srovnatelné v čase i s ostatními reporty s ohledem na typ, velikost a kapacitu organizace.

- Poskytovat alespoň stručné vysvětlení, proč byla některé témata z reportu vynechána, že organizace vyvinula úsilí, aby byly zahrnuty všechny významné záležitosti.
- Používat pečlivý a zodpovědný proces ověřování, ve kterém je možné data a informace zpětně vysledovat ke spolehlivému zdroji.
- Využít pomoci nezávislého jedince či jedinců, kteří se nepodíleli na přípravě reportu, aby provedl ověřovací proces.
- Zveřejňovat prohlášení potvrzující verifikaci jako součást zprávy.
- Zapojit skupiny stakeholderů, aby zkontrolovali report, že obsahuje relevantní a signifikantní otázky pro organizaci, že reaguje na potřeby stakeholderů, že poskytuje kompletní soupis projednávaných otázek.
- Udělat „extra“ krok k transparentnosti tím, že organizace poskytne informace a data ve snadno ověřitelné formě, například zveřejní metodologii na svých stránkách.
- V neposlední řadě prokáže (vydá prohlášení), že zveřejněný report je vytvořen ve shodě s pokyny externí organizace (např. dle ISO 26000 nebo G4 GRI).

Zvyšování důvěryhodnosti CSR reportů je možné skrze ověření třetí nezávislou stranou, a to nejčastěji v podobě formální prohlášení o věrohodnosti<sup>32</sup> od auditorské společnosti. Tato praktika se podle výzkumu KPMG z roku 2015 se stala standardem pro největší společnosti (G250<sub>2015</sub>). Skoro 2/3 G250<sub>2015</sub> nyní mají své CSR reporty ověřeny třetí nezávislou stranou. Rozsah, v jakém dochází k ověření, se mezi léty 2013 a 2015 nelišil. Polovina společností si zvolila ověření celého reportu, 34 % si zvolilo ověření specifických indikátorů, 5 % si zvolilo ověření specifické kapitoly a zbylých 11 % si nechalo ověřit kombinaci indikátorů a kapitol. Níže na obrázku můžeme vidět rostoucí tendence ověřování zpráv u vzorku společností G250 i N100. (KPMG, 2016)

---

<sup>32</sup> Formal assurance statement



Obrázek 9: Rostoucí tendence společností ověřovat CSR reporty třetí nezávislou stranou, výzkum z roku 2015

Zdroj: KPMG, 2016

Společnosti, které i nadále využívají pouze jeden komunikační kanál (např. Výroční zpráva) pro sdílení výsledků v oblasti společenské odpovědnosti, rychle zjistí, že ztrácejí oproti konkurenci, která nabízí své údaje v různých formách médií, jenž apelují na širší skupinu zúčastněných stran. Navrhování specifických systémů a procesů pro usnadnění komunikace však může být pro mnohé organizace složité. (KPMG, 2011)

### Integrované reportování

Dle IICR<sup>33</sup> současný stav reportování není ideální, kvůli existenci množství odlišných metodik pro sestavení reportů a národních nařízení došlo k tvorbě různorodých, mnohdy samostatných, reportů. Vzhledem k tlaku na jejich propracovat v posledních letech docházelo i k tlaku na délku reportů, což vedlo k zastínění opravdu důležitých informací uváděných v reportech a ztížilo to porovnatelnost reportů. Dále se nepodařilo jasně vysvětlit vzájemné závislosti některých oblastí, které ovlivňují tvorbu hodnoty, a tím dlouhodobě zajišťují existenci podniku. (Kašparová a Kunz, 2013)

Integrovaný report je alternativou či doplňkem k CSR reportování. Jedná se o stručné sdělení o tom, jak strategie, řízení, výkon a perspektiva organizace v rámci svého vnějšího prostředí, vedou k vytvoření hodnoty v krátkodobém, střednědobém i dlouhodobém horizontu. (Integrated Reporting, 2016)

<sup>33</sup> International Integrated Reporting Council je organizací, která mezinárodní rámec pro integrované reportování vytváří. Vznikla nedávno, v roce 2010.

Přestože dle výzkumů KPMG z roku 2015 došlo k růstu počtu reportů hlásících se k integrovanému reportování (od roku 2013 se jejich počet zdvojnásobil), lze tento růst brát jako pomalý. Důvodem je fakt, že pouze 11 % společností integrované reportování využívá dobrovolně oproti 10 % z roku 2013. Zdvojnásobení počtu reportů hlásících se k integrovanému reportování tak lze přisoudit jihoafrickým společnostem, které na tento standard musely povinně přejít. Ke stejnému závěru lze dospět i po zhlednutí obrázku (viz Přílohy), který zobrazuje procentuální zastoupení integrovaných reportů ve vybraných zemích na zkoumaném vzorku N100<sub>2015</sub>. (KPMG, 2016)

### 3.4 Corporate citizenship a alternativy k CSR

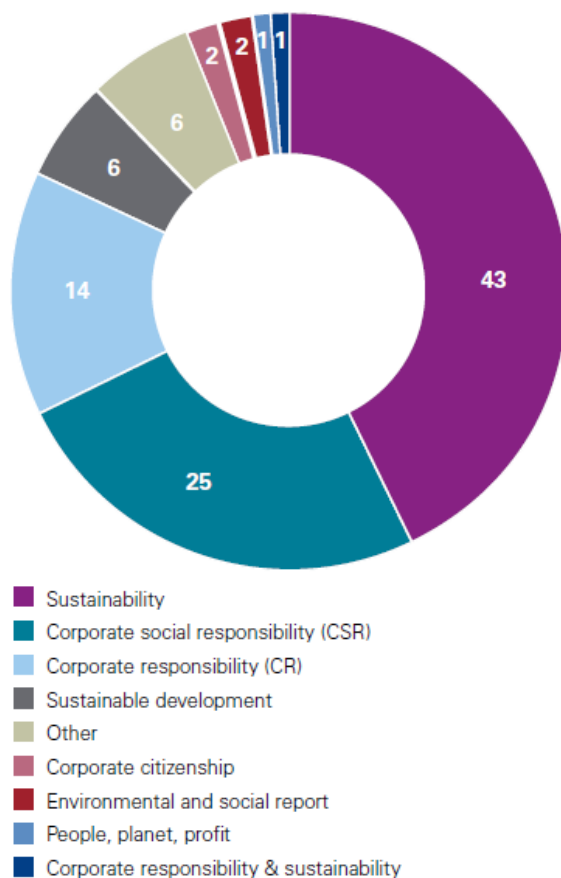
Každý člověk, který již otevřel alespoň jednu či dvě knihy zabývající se CSR problematikou si určitě všimnul, že kromě společenské odpovědnosti (CSR) zde můžeme narazit i na jiné pojmy, jako je trvale udržitelný rozvoj, corporate citizenship, podnikatelská etika, atd. Tyto pojmy představují koncepty, které autoři chápou jako alternativní koncepty vůči CSR, jako doplňující koncepty, nebo jako snahu autorů nahradit CSR novým z jejich pohledů lepším konceptem.

Podobný pohled na věc mají i Pavlík a Bělčík (2010), kteří tvrdí, že souběžně s konceptem CSR vznikaly a vznikají další koncepty, které se především snaží o překonání nedostatků současné koncepce, jenž tkví v její vágnosti, ve špatném vydefinování a v kladení většího důrazu na motivaci než na výkonnost a efektivnost.

Proto se v této kapitole takovým konceptům budu věnovat a zároveň přiblížím jejich vztah vůči CSR. Velmi hezkým praktickým příkladem použití terminologie mezi N100<sub>2013</sub><sup>34</sup> je výzkum společnosti KPMG (2013), který je zaměřený na použití terminologie v CSR reportech (tzn. termíny, jenž organizace reálně používají). Z výzkumu z roku 2013 vyplynulo, že nejčastěji používaný termín v reportech je udržitelnost (sustainability), který používalo celých 43 %, 23 % používalo termín společenská odpovědnost firem (corporate social responsibility) a termín firemní odpovědnost (corporate responsibility) v reportech využívalo 14 % (viz obrázek níže).

---

<sup>34</sup> N100<sub>2013</sub> je 4 100 největších firem z 41 zemí, které sloužily pro výzkum CSR reportování společnosti KPMG v roce 2013.



Obrázek 10: CSR terminologie používaná v nefinančních reportech

Zdroj: KPMG International, The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013

Jeden z prvních profesorů, který se CSR výkladu a různým konceptům věnoval, byl A. B. Carroll, který ve svém výzkumu z roku 1999 identifikoval více než 25 různých způsobů, kterými je o CSR na akademické půdě pojednáváno. Jako jeden z prvních od sebe oddělil různé druhy firemních odpovědností:

- ekonomická odpovědnost,
- etická odpovědnost,
- zákonná odpovědnost,
- diskreční odpovědnost. (Kuldová, 2010)

### **(Trvale) udržitelný rozvoj**

Pojem trvale udržitelný rozvoj se v posledních letech stává velmi diskutovaným tématem. Vlády, organizace a i jednotlivci si uvědomují, že současné tempo spotřeby je neudržitelné a brzy budeme postaveni nelehkým otázkám. Např.: jak stimulovat spotřebu, jak vyčíslit náklady na znečišťování přírody, která nemá vlastní odbory, které by hájily její práva, atd. (Chouinard a Stanley, 2012)

Tento termín velmi často používají i samotné společnosti (viz výše), začala ho upřednostňovat i GRI v rámci směrnice G4 a OSN v rámci Globální dohody.

Udržitelný rozvoj byl velmi trefně definován ve zprávě Světové komise OSN pro životní prostředí a rozvoj, a to jako: „*Takový rozvoj rozvoje, který umožňuje naplnit potřeby současných generací, aniž by oslaboval možnosti budoucích generací naplnovat jejich vlastní potřeby.*“ (Naše společná budoucnost, 1991)

Fundamentální myšlenkou udržitelného rozvoje je dosažení harmonického stavu životního prostředí, sociálního prostředí a ekonomického rozvoje se současným důrazem na prioritní význam rozvoje lidské osobnosti v podmínkách demokracie. (Kunz, 2012)

Jsou zde i hlasy ze stran vědecké obce, které nejsou zastánci trvale udržitelného rozvoje. Například Moldan (2003) se domnívá, že jde o normativní pojem, který má úzký vztah k lidským hodnotám a nemá plně objektivní základ daný nezávislým vědeckým zkoumáním. Jedná se o náročnou cestu, které nebude dosaženo bez mezinárodní spolupráce a hospodářsko-politických opatření.

Z pohledu standardu ISO 26000 (2011) jsou mezi CSR a udržitelným rozvojem značné rozdíly, protože jsou tyto koncepty úzce propojené. Společenská odpovědnost klade důraz místo na celou planetu pouze na organizaci. Společenská odpovědnost je nicméně úzce spojena s udržitelným rozvojem, protože překlenujícím cílem společenské odpovědnosti organizace by mělo být přispívání k udržitelnému rozvoji. Udržitelný rozvoj se týká způsobu, kterým jsou plněny potřeby společnosti. Udržitelnost existence konkrétní organizace může, avšak nemusí být v souladu s udržitelným rozvojem. To záleží na tom, jak je organizace vedena a řízena.

### **Corporate citizenship (CC)**

Corporate citizenship (CC či firemní občanství) byl další z termínů, který se vyskytl v rámci výzkumu KPMG (2013) „The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013“, což znamená, že jej organizace reálně používají ve svých reportech (2% z N100<sub>2013</sub>).

Názorově však vědecká obec ohledně tohoto pojmu jednotná není, jelikož se jeho význam v čase měnil. Dříve byl CC spojován zejména s filantropickými aktivitami podniku, které přispívaly k řešení problémů ve společnosti. Šlo o vytváření dlouhodobých a udržitelných propojení mezi firmou a komunitou, firmy by tak měly plnit roli řádného občana (good corporate citizen). Stejný pohled na CC vyjádřila i Evropská unie v tzv. Zelené knize. (Kunz, 2012)

Od roku 1990 začíná období, kdy je pojem CC řadou autorů používán jako ekvivalent k CSR. Podle Kuldové (2010) CC klade větší důraz na firemní řízení, avšak z hlediska diskrétní odpovědnosti je jen součástí CSR a propracovaný koncept společenské odpovědnosti nikterak neobohacuje.

Podle Pavlíka a Bělčíka (2010) se jedná o model, který formuluje občanská práva a povinnosti organizací na bázi společenské odpovědnosti a z ní odvozené filantropie. Jde o snahu vytvářet takové aktivity směrem ke stakeholderům, které povedou k dlouhodobé prosperitě organizace. Autoři upozorňují na problém proklamativnosti formulací bez výraznějšího dopadu na výkon.

Dle Mattena a Craneho (2005) byl koncept CC představen spíše korporátními hráči než akademickou sférou. Tito autoři taktéž ve svém článku „Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization“ představili dva přístupy k CC, jež identifikovali:

- **limitovaný pohled na CC**, kdy je CC bráno spíše jako filantropie zaměřená na místní komunity;
- **rovnocenný pohled na CC** představuje rozsah, v němž organizace plní diskrétní povinnosti vůči svým stakeholderům v oblasti ekonomické, etické a právní (definice vycházející z Carrola).

Druhý přístup je rovnocenný se CSR a tak s ním i autoři dále pracují. Především ve Spojených státech se velmi často pojem CC zaměňuje za CSR a naopak. Evropská unie zase preferuje pojem společenská odpovědnost. (Kunz, 2010)

### **Corporate social responsiveness (CSR2)**

CSR2 aneb společenská vnímavost vychází (oproti CSR) více z manažerského přístupu a klade větší důraz na řízení a společenské vztahy. Podle Pavlíka a Bělčíka (2010) se jedná koncept, který se zaměřuje na krátkodobé až střednědobé relativně konkrétní firemní strategie.

Jedná se však o čistou modifikaci CSR, která se v podnikatelské praxi neujala a své zastánce si našla mezi vědci, kteří zkoumají dopad CSR z hlediska ekonomické výkonnosti. CSR2 se dočkal rozšíření i na CSR3 (Corporate Social Rectitude) a CSR4 (Corporate Social Spirituality), avšak ani jedna z teorií se nedočkala většího ohlasu. (Kuldová, 2010)

<b>Koncept</b>	<b>CSR</b>	<b>CSR2</b>
Hlavní kritéria	etická	pragmatická
Jednotka analýzy	společnost	podnik
Zaměření na	záměry	prostředky
Důraz na	závazky	reakce
Role podniku	morální agent	výrobce zboží a služeb
Rozhodovací rámec	dlouhodobý	střední až krátkodobý

Tabulka 10: Rozdíly mezi CSR a CSR2

Zdroj: Kuldová, 2010

### **Corporate social performance (CSP)**

Společenská výkonnost firem (CSP) vychází z Carrolova pojetí konceptu CSR a CSR2. V praxi má manažerům napomoci s vypořádáním se se společenskými problémy. Manažeři by si měli uvědomit, že finanční výkonnost je pouze jedním z aspektů měření výkonnosti organizace a že je možné měřit i CSR výkonnost, pokud správně definujeme, co a jak chceme měřit a hodnotit. CSP tedy spojuje finanční a CSR výkonnost a měří nejen množství nejen finančního, ale celkového příspěvku společnosti. (Kuldová, 2012)

Podle Pavlíka a Bělčíka (2010) se jedná o manažerský manuál, který má přesvědčit stakeholdery o tom, že organizace respektuje principy společenské odpovědnosti.

### **Podnikatelská etika (PE)**

Bedrnová a Nový nahlízejí na podnikatelskou etiku jako na model, jenž zdůrazňuje snahu o nalezení etického chování podnikatelských subjektů v rámci maximalizace zisku, avšak s ohledem na své okolí (životní a sociální). Doporučení koncepce PE prakticky splývají se závěry CSR, a proto nepokládají za nutné tyto koncepty odlišovat, jelikož i při hodnocení CSR mají na paměti především pro ziskovou funkci firmy. (Pavlík a Bělčík, 2010)

Podle Kunze (2012) je PE jednou z forem aplikované etiky, která je zaměřena na uplatňování etických principů v ekonomické praxi. Je předpokladem úspěšného rozvoje organizace. Kunz se však nevyjadřuje k postoji PE vůči společenské odpovědnosti.



### Creating Shared Value

Vytváření sdílených hodnot (CSV) je koncept vyvinutý profesory z Harvard Business School, Michaelem E. Porterem a Markem R. Kramerem. Celosvětový ohlas především zaznamenaly jejich dva příspěvky v Harvard Business Review. První z nich, jenž vyšel v roce 2006 a jenž nesl název „Strategy and Society. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility“ se věnoval propojení konkurenční výhody a CSR. První příspěvek připravil „živnou půdu“ pro druhý příspěvek vydaný v roce 2011, který již nesl název „Creating Shared Value“. (Kašparová a Kunz, 2013)

Porter již v prvním příspěvku zdůrazňuje, že velký podíl organizací praktikujících CSR se nepokouší o inkluzi společensky odpovědných aktivit se strategií společnosti. Tyto společensky odpovědné aktivity pak nikterak neprospívají veřejnosti. (Kašparová a Kunz, 2013)

Teorie CSV tvoří takové společensky odpovědné aktivity, které představují společnou hodnotu (pro organizaci i pro společnost) pro danou část trhu, čímž dělá organizaci specifickou a konkurenceschopnou. Sdílená hodnota (CSV) není jen společenskou odpovědností organizace, jedná se o novou cestu k dosažení ekonomického úspěchu, jelikož se nevytváří hodnota jen pro společnost (komunitu), ale současně i pro majitele organizace. Porter tento směr označuje jako základní a nezbytnou transformaci současného podnikatelského myšlení. Více o rozdílech mezi CSR a CSV níže v tabulce. (Kuldová, 2012)

<b>CSR</b> <b>Podstata: konat dobro</b>	<b>CSV</b> <b>Podstata: dělat dobře business</b>
Firemní občanství, filantropie a udržitelný rozvoj.	Tvorba společné hodnoty pro organizaci i pro společnost (komunitu).
Nemá vliv na zvyšování výkonnosti.	Identifikace přímého vlivu na výkonnost a konkurenceschopnost organizace.
Společensky odpovědné aktivity jsou vyvíjeny na základě osobních preferencí či externího tlaku.	Společensky odpovědné aktivity přímo souvisejí s jádrem podnikání a mají vazbu na podnikatelskou činnost organizace.
Aktivity a samotný dopad je omezen rozpočtem na CSR a působností organizace.	Pevně a strategicky zakotveno v rozpočtu organizace.

Tabulka 11: Rozdíl mezi CSR a CSV podle Portera - přeloženo a modifikováno Kuldovou

Zdroj: Kuldová, 2012

Podle Kuldové (2012) však zůstává otázkou, zda se jedná o nový koncept, nové pojetí CSR, nebo jen o staronový návrat k podnikání. Klíčové v hodnocení míry CSR organizace pak není objem částek vynaložených na charitu, ale posílení strategie organizace prostřednictvím tvorby sdílené hodnoty a přínosů pro širší veřejnost.

## 4 Výsledky

### 4.1 Představení vybraných společností

#### 4.1.1 Apple

Apple, Inc. navrhuje, vyrábí a uvádí na trh mobilní komunikace, mediální zařízení, osobní počítače a přenosné digitální hudební přehrávače. Společnost nabízí produkty a služby v rámci značek iPhone, iPad, Mac, iPod, Apple Watch a Apple TV; spotřebitelský a profesionální software zaštiťují značky iOS, OS X a watchOS; a operační systémy jsou na trhu uvedeny pod značkami iCloud a Apple Pay. (Apple, 2017)

- Rok založení společnosti: 1976
- Centrála společnosti: Cupertino, California, Spojené státy americké
- Počet zaměstnanců: 116 000
- Tržby (2016): 5,424 bil. Kč (\$216 bil.)<sup>35</sup>
- Tržní kapitalizace (květen 2016<sup>36</sup>): 14,738 bil. Kč (\$586 bil.) (Forbes, 2017)
- Název CSR programů/aktivit: Environmental Responsibility, Supplier Responsibility, atd.



Obrázek 11: Logo Apple  
Zdroj: Apple, 2017

#### 4.1.2 Microsoft

Microsoft Corp. se zabývá vývojem a prodejem softwaru a hardwaru. Mezi jeho produkty patří operační systémy pro výpočetní zařízení, servery, telefony a inteligentní zařízení. Také nabízí serverové aplikace pro distribuované výpočetní prostředí, kancelářské aplikace, business solution aplikace, stolní počítače a nástroje pro správu serveru, nástroje pro vývoj softwarů, videohry a on-line reklamy. (Microsoft, 2017)

- Rok založení společnosti: 1975
- Centrála společnosti: Redmond, Washington, Spojené státy americké
- Počet zaměstnanců: 121 000
- Tržby (FY 2016<sup>37</sup>): 2,145 bil. Kč (\$85,3 bil.)
- Tržní kapitalizace (květen 2016): 10,236 bil. Kč (\$407 bil.) (Forbes, 2017)
- Název CSR programů/aktivit: Corporate Social Responsibility (Microsoft Philanthropies, etc.) (Microsoft, 2017)

---

<sup>35</sup> 1 000 000 000 000 Kč = bilión a 1 000 000 000 \$ = bilión (americká verze)

<sup>36</sup> Tržní kapitalizace je vypočítána z května 2016 = počet vydaných akcií \* cena jedné akcie v květnu 2016

<sup>37</sup> Fiskální rok 2016 – červenec 2015 až červen 2016

- Působnost společnosti: více než 100 zemí, 58,7% zaměstnanců v USA (Microsoft, 2017)



Obrázek 12: Logo Microsoft

Zdroj: Microsoft, 2017

#### 4.1.3 IBM

International Business Machines (IBM) Corp. je IT společnost, která poskytuje integrovaná řešení, které kombinují informační technologie a znalosti podnikových procesů. Společnost provozuje svoji činnost prostřednictvím pěti segmentů: Global Technology Services, Global Business Services, Software, Systémy & Technologie a Global Financing. Velkou pozornost věnují aplikaci jejich umělé inteligence, IBM Watson, v oborech jako je medicína, školství či IT. (IBM, 2017)

- Rok založení společnosti: 1911
- Centrála společnosti: Armonk, New York, Spojené státy americké
- Počet zaměstnanců: 378 000
- Tržby (2016): 2,010 bil. Kč (\$79, 919 bil.)
- Tržní kapitalizace (květen 2016): 3,589 bil. Kč (\$142,7 bil.) (Forbes, 2017)
- Název CSR programů/aktivit: Corporate Responsibility



Obrázek 13: Logo IBM

Zdroj: IBM, 2017

#### 4.1.4 Alphabet (Google)

Alphabet, Inc. je holdingová společnost pro skupinu Google podniků. V rámci nové provozní struktury pod hlavní činnosti Googlu patří vyhledávání, reklamy, mapy, aplikace, YouTube, Android a související technické infrastruktury (dále jen "Google"). Firmy, jako je Calico, Nest a Fiber, stejně jako její investiční odnože, jako jsou Google Ventures, Google Capital a inkubátorové projekty, jako je např. Google X, budou řízeny odděleně od Google business. V roce 2016 Google tvořil 98,99 % tržeb společnosti Alphabet. (Alphabet, 2017)

- Rok založení společnosti: 2015 (Google v roce 1998)
- Centrála společnosti: Mountain View, California, Spojené státy americké
- Počet zaměstnanců: 72 000
- Tržby (2016): 2,270 bil. Kč (\$90,272 bil.)
- Tržní kapitalizace (květen 2016): 12,578 bil. Kč (\$500,1 bil.) (Forbes, 2017)
- Název CSR programů/aktivit (Google): Google Giving, Google.org (nadace), atd.



Obrázek 14: Logo Google

Zdroj: Google, 2017

Obrázek 15: Logo Alphabet

Zdroj: Alphabet, 2017

## 4.2 Analýza společností podle ISO 26000

Níže nalezneme výčet vybraných aktivit v sedmi oblastech společenské odpovědnosti, které jednotlivé společnosti vykonávají, včetně hodnocení.

### 4.2.1 Apple

Apple prošel velkou transformací v oblasti společenské oblasti, především životního prostředí, od roku 2013, kdy CEO Tim Cook přijal bývalou ředitelku americké Agentury pro ochranu životního prostředí Lisu P. Jackson. (The Verge, 2013) Nyní si pravidelně můžete číst o jejich pokrocích v oblasti dodavatelského řetězce a životního prostředí. Snaží se být příkladem pro ostatní, stejně jako jsou lídrem v srdcích spotřebitelů.

#### Vedení organizace

Apple pravidelně vydává dva hlavní reporty dle Global Reporting Initiative (GRI) indexu, je to report zaměřený na životní prostředí a report zaměřený na dodavatelský řetězec, které mají na starost jedni z nejvýše postavených lidí v Applu, kteří přímo reportují generálnímu řediteli. Pro Apple je společenská odpovědnost velmi důležitá, neboť je silně spjatá s vnímáním jejich značky. Apple byl mnohokrát zmiňován v médiích jako společnost, kvůli které lidé žijí v nesnadných podmínkách, jelikož pracují v rámci jejich dodavatelského řetězce (především v Číně u dodavatele Foxconn<sup>38</sup> – Hon Hai). (The Telegraph, 2012) Právě z toho důvodu se rozhodli spolupracovat s Fair Labor Association (FLA). (Fair Labor Association, 2017)

Apple se zaměřuje především na tyto oblasti:

- Dostupnost produktů (např.: pro lidi s různým typem postižení)
- Vzdělání (iniciativa ConnectED a Hour of Code)
- Životní prostředí
- Začlenění a rozmanitost zaměstnanců
- Soukromí uživatelů
- Odpovědnost v rámci dodavatelského řetězce

Enviromnetální problematika a ostatní oblasti jsou pod dohledem představenstva<sup>39</sup>, které kontroluje, jak jsou jednotlivé problémy adresovány generálním ředitelem a ostatními řediteli pro jednotlivé oblasti. Např. oddělení environmentálních

<sup>38</sup> Foxconn měl v roce 2015 zhruba 1,3 mil. zaměstnanců.

<sup>39</sup> Board of Directors

iniciativ spolupracuje s týmy z různých oddělení na stanovení strategie, zapojení stakeholderů a informování o pokroku.

### **Lidská práva**

Apple se vůči svým zaměstnancům a ostatním stakeholderům chová zodpovědně. V rámci Applu se snaží vytváření rozmanitých týmů, tvrdí, že nejnovativnější společnost musí být také nejrozmanitější. Globálně minulý rok přijali okolo 37 % žen a mezi současnými pracovníky je podíl žen 32 %. V USA v minulém roce přijali 54 % nových zaměstnanců z řad etnických menšin (podíl současných zaměstnanců z řad etnických menšin je 44 %). Dále se snaží o rovnost v hodnocení zaměstnanců, aby byli lidé stejně odměňováni za stejnou práci, kdy se jim podařilo docílit odstranění rozdílu mezi hodnocením žen a mužů v USA. Mají i Diversity Network Associations (DNAs), které sdružují zaměstnance, jenž patří a podporují jednotlivé minoritní skupiny (např. Apple Muslim Association, Apple Veterans Association, Pride@Apple a Women@Apple). Ve vedení společnosti je 28 % žen a 32 % je z řad etnických menšin<sup>40</sup>.

Apple se také snaží maximálně chránit data svých zákazníků a podporovat svobodu projevu. Letos byl za tuto snahu oceněn oceněním „Free Expression Award“ udělovanou americkým muzeem Newseum, které propaguje, objasňuje a brání svobodu projevu. (appleinsider, 2017)

Avšak lidská práva nejsou otázkou jenom uvnitř společnosti, ale také v rámci jejich dodavatelského řetězce. Apple nevyrábí vlastní produkty, ale zadává jejich výroby dle designu a přesné specifikace svému dodavatelskému řetězci, kdy montáž jejich produktů je prováděna především v Číně. Dle odhadů již v roce 2012 Apple v rámci dodavatelského řetězce utratil 7,1 bil. dolarů. Lidským právům se však v Číně nedostává stejné ochrany jako v USA, proto Apple zavedl velmi striktní kontrolu dodavatelského řetězce a vytvořil rozsáhlý etický kodex pro své dodavatele (etický kodex má 9 A4 stran a je doplněn blíže popsány standardy o 93 A4 stranách). Situaci v dodavatelském řetězci pravidelně monitoruje, jen v roce 2016 provedli 705 auditů u dodavatelů. V roce 2016 bylo také 2,4 milionů zaměstnanců dodavatelského řetězce proškoleny o jejich právech.

Program Subject Matter Expert (“SME”) je tvořen týmem technických expertů, kteří pokrývají oblasti pracovních a lidských práv, zdraví a bezpečnosti, životního prostředí. Do tohoto programu bylo v minulém roce zapojeno 136 dodavatelů, kteří oproti minulému roku dosáhli ve všech třech oblastech zlepšení. V oblasti pracovních a lidských práv vzrostlo skóre ze 79 na 87 bodů.

### **Pracovní podmínky**

Práce v Applu je skoro kultovní záležitostí. Samotní pracovníci obchodní sítě jsou jedni z nejpřátelštějších a nejpřístupnějších. Mají možnost nakupovat produkty Applu za výhodnější ceny v rámci Employee Purchase Programu, kdy například po odpracování 90 dnů získávají slevu 500 dolarů na počítače Mac nebo 250 dolarů na iPad. Dále získávají v USA přístup ke zdravotní péči, školení na jednotlivé aplikace od Applu, možnost nákupu akcií Applu za nižší než tržní cenu, nemusí stát v nekončících řadách na nové verze produktů a spoustu dalších benefitů. (Business Insider, 2013)

---

<sup>40</sup> Informace z června 2016

O vlastní zaměstnance se Apple stará velmi dobře, avšak velmi často je kritizován za podmínky v rámci dodavatelského řetězce, kdy zaměstnanci pocházející z odlehklých provincií Číny nemají dostatek osobního prostoru na kolejkách, jsou vyčerpaní z množství přesčasových hodin a jsou vedeni armádním stylem nadřízených. Těmto problémům se věnuje i nový dokumentární film s názvem „Complicit“ (Indiegogo, 2017)

### **Životní prostředí**

Životní prostředí je jednou z klíčových oblastí Applu a také nejvíce sledovanou medií (spolu z dodavatelským řetězcem). Apple po přijetí bývalé ředitelky L. P. Jakson (2013) udělal velký pokrok. Ještě v roce 2012 byli vystaveni kritice Greenpeace, jelikož neměli solidní program na zpětný odběr použité elektroniky nebo ambiciózního cíle pro zvýšení spotřeby energie z obnovitelných zdrojů do roku 2020. V té době byl report od Greenpeace zaměřujícím se na IT společnosti velmi mediálně atraktivní. Články o něm psaly velké mezinárodní noviny i informační servery, např. Forbes v jeho „Greenpeace Slams Apple Over Dirty Energy Used in iCloud“. Dnes je Greenpeace chválen a dává je příkladem pro ostatní společnosti. (Forbes, 2017)

Od roku 2014 se zapojili do reportování v rámci Carbon Disclosure Project (CDP)<sup>41</sup>, což je později oproti ostatním hodnoceným společnostem. Avšak v minulých letech od CDP obdrželi jedno z nejvyšších hodnocení, dokonce v roce 2015 získali 100 z možných 100 bodů za Climate Change report. (CDP, 2017)

Podle Applu je změna klimatu nepopiratelná. Zemské zdroje jsou vyčerpatelné. A technologie musí být bezpečné během jejich výroby a použití. Apple o těchto skutečnostech nepochybuje a sám vyzývá své zaměstnance (Apple jako celek), aby tyto problémy řešili v rámci každé části jejich podnikání. (Apple, 2017)

Hlavní oblasti, kterými se Apple v rámci životního prostředí zabývá, jsou:

- Spotřeba elektrické energie z obnovitelných zdrojů – v roce 2012 se Apple zavázal, že bude postupně přecházet na el. energii z obnovitelných zdrojů – ke konci roku 2016 bylo 100% jejich data center zásobováno touto elektřinou a 96 % budov (celosvětově).
- Hodnocení životního cyklu skleníkových plynů (LCA) – Apple hodnotí data z návrhu produktů, výroby, dopravy, použití produktů a recyklace, díky tomuto hodnocení dokáže snížit uhlíkovou stopu svých produktů. Jejich uhlíková stopa (29 500 000 tun emisí skleníkových plynů) je podle hodnocení z konce roku 2016 složena z: 77 % výroba, 17 % používání produktů, 4 % doprava, 1 % budovy a 1 % recyklace produktů.
- Méně energeticky náročné produkty – v návaznosti na LCA se Apple snaží snížit energetickou náročnost svých produktů. Od roku 2008 snížili průměrnou spotřebu el. energie svých produktů o 70 %.
- Enviromnetální reporty pro jednotlivé produkty – jsou dostupné na stránkách Applu, první reporty byly vydány v roce 2008.
- Podpora přechodu na elektrickou energii z obnovitelných zdrojů v rámci dodavatelského řetězce – pro dodavatele v roce 2015 zavedli Clean

---

<sup>41</sup> V rámci CDP jsou společnosti pozvány k participaci v rámci dotazování ve čtyřech oblastech: Supply Chain, Climate Change, Water a Forests

Energy Portal, který poskytuje regionální poradenství a nástroje pro přechod na el. energii z obnovitelných zdrojů. Do roku 2020 by jejich dodavatelé<sup>42</sup> ve spolupráci s Applem měli spotřebovat 4 gigawatty el. energie z obnovitelných zdrojů, z toho 2 gigawatty přímo v Číně. Tato spotřeba by měla představovat 1/3 spotřeby el. energie jejich dodavatelů.

- Nejen 3T a zlato - Apple také eliminuje a mapuje ve svém dodavatelském řetězci zlato, cín, wolfram, tantal a navíc např. hliník či kobalt. Skrze Material Risk Profiles hodnotí 44 materiálů, které používá ve svých produktech, vyhodnocuje, na které materiály se nejdříve zaměřit. Aby snižovali množství nakupovaných materiálů, které mají vliv na porušování lidských práv a nekontrolované dolování, vymysleli demontážního robota jménem LIAM, který ze starých telefonů iPhone 6, dokáže získat cenné materiály.
- Recyklovaný papír a ochrana lesů - Apple používá na balení svých produktů recyklovaný papír. Tam, kde nelze použít recyklovaný papír, je použit papír pocházející z lesů, které jsou zodpovědně udržovány. Za tímto účelem vytvořili partnerství s neziskovou organizací The Conservation Fund. A v roce 2015 oznámili kolaboraci se Světovým fondem na ochranu přírody, aby do roku 2020 převedli na zodpovědně udržované lesy milión akrů lesů v jižní části Číny. Také se zaměřují na zmenšení objemu samotného balení.
- Recyklování a refurbishers - zákazníci Applu mají možnost vrátit své staré zařízení pro další použití nebo recyklaci skrze Apple Renew program. Své zařízení můžou přinést do Apple obchodu nebo si můžou vygenerovat online předplacený poštovní kód.
- Nová centrála Apple Park v Cupertino - Apple staví novou centrálu, která bude největším areálem, jenž bude certifikovaný jako LEED Platinum. 95 % materiálu, který pocházel z původních budov, byl z recyklován nebo znovu použit na stavbě nové centrály. Budova, která pojme 12 000 zaměstnanců, je obklopena 9 000 stromy a bude využívat 100 % energie z obnovitelných zdrojů, z toho skoro 75 % bude generováno střešními solárními panely a baseload bioplynovými palivovými články<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> Např. do roku 2018 se k 100 % odběru el. energie přihlásili tyto dodavatelé Applu: Biel Crystal Manufactory Ltd., Catcher Technology, Compal Electronics, Ibsiden, Lens Technology, Solvay Specialty Polymers a Sunwoda Electronics.

<sup>43</sup> a 17-megawatt rooftop solar installation and 4 megawatts of baseload biogas fuel cells



**Obrázek 16: Nový Apple Park, do kterého se od dubna přesouvá 12 000 zaměstnanců**  
Zdroj: Apple, 2017

### **Korektní podnikání**

V rámci CPA-Zicklin Index of Corporate Political Accountability and Disclosure, který je každoročně sestaven Centrem pro politickou odpovědnost, obdržel Apple 80 % hodnocení (56 bodů ze 70). Byl zařazen mezi Tier 1 společnosti, které zveřejňují informace, ale mají ještě v některém reportování mezery.

V rámci korektního podnikání je Apple především pod drobnohledem v oblasti dodavatelského řetězce. Apple nemá vlastní výrobní závody, ale všechny jeho produkty jsou vyráběny a sestaveny v Číně a dalších zemích. Jelikož byl za podmínky především v čínských výrobních velmi kritizován, především po sebevraždách u jeho hlavního dodavatele společnosti Foxconn v roce 2012 (The Wall Street Journal, 2017). Nyní své dodavatele více kontroluje pomocí auditů, kterých v roce 2016 provedli 705. V případě nesrovnalostí s jejich rozsáhlým dodavatelským kodexem (93 + 6 A4 stran), dodavatelé s Apple vypracují Action Plan, v rámci kterého musí do 90 dnů napravit zjištěné nesrovnalosti. Pro zaměstnance svých dodavatelů vytvořili SEED<sup>44</sup> program, skrze který již bylo vzdělání více než 2,1 milionů lidí od roku 2008.

Apple se také intenzivně věnuje konfliktním minerálům a i ostatním materiálům, kdy v roce 2016 přidali k 3T+G<sup>45</sup> i kobalt. Všichni dodavatelé (smaltovny a rafinérie) se od minulého roku zapojují do auditu, který je prováděn třetími stranami.

### **Spotřebitelské otázky**

Apple je známý oblíbeností jeho telefonů, pro některé zákazníky je tato značka až modlou. Podle článku „The Secrets of Brand Love: How Apple and Starbucks do it“ je za úspěchem Applu rozdílný přístup k hodnocení oblíbenosti. Apple nechce, aby ho měli jeho zákazníci rádi, ale aby ho přímo milovali a vytvořili si k němu silné pouto. Jeho oblíbenost potvrzuje i americký Smartphone Customer Satisfaction Index z roku 2016, kdy je na druhém (iPhone 6s Plus), pátém i sedmém místě jeden z jejich modelů. V rámci hodnocení dle značky je dokonce na prvním místě. (The ACSI, 2017)

Zákazníci byli i spouštěčem většího zapojení Applu v rámci CSR, kdy v roce 2006 Greenpeace spustil stránku „Green my Apple“, aby ve spolupráci se zákazníky Applu demonstrovali, že chtějí, aby se více zaměřil i na životní prostředí a vliv svých

<sup>44</sup> Apple's Supplier Employee Education and Development ("SEED") program

<sup>45</sup> Cín, wolfram, tantal + zlato



produktů. Tato iniciativa vyústila v prohlášení Steva Jobse (bývalý CEO), že Apple ze svých produktů odstraní nejhorší chemikálie (BRCs a PVC) a vytvoří program na recyklaci svých produktů (v první fázi pouze pro USA). (Greenpeace, 2017)

### Společenská angažovanost a rozvoj komunit

V této oblasti CSR se Apple poněkud nováčkem. Od roku 2013 např. podporuje neziskovou organizaci Code.org ve zvyšování povědomí o IT mezi dětmi. Apple obchody se zapojují skrze Hour of Code do amerického Computer Science Education Week, který probíhá každoročně na začátku prosince. V rámci jejich obchodů si mohou děti vyzkoušet, jak složité je programovat. Většinu aktivit, které Apple vyvíjí, nejsou oficiálně propagovány a nejsou zveřejněny na webových stránkách Applu. V roce 2015 i začali s Apple Global Volunteer Program, ale jeho výsledky nejsou veřejně publikovány. (Apple, 2017; 9to5Mac, 2015)

Apple se dále v minulém roce připojil v Obamově iniciativě ConnectED, když se zavázal, že poskytne \$100 miliónů na výuková a učební řešení 114 zůstalým školám v USA. V minulém roce 87 škol obdrželo lepší bezdrátové připojení k internetu, na kterém se v každé škole podílelo okolo 20 zaměstnanců Applu, a učitelům věnovali okolo 2 930 zařízení (telefony, notebooky, atd.).

Apple také podporuje organizaci (RED), který se zabývá HIV/AIDS. (RED) poskytuje poradenství, testování a léky, které brání přenosu HIV z matky na nenarozené dítě. Z každého prodaného (RED) produktu věnuje část peněz právě organizaci (RED). Za 10 let, co byla tato iniciativa spuštěna, získali prodejem (RED) produktů přes \$130 miliónů. (Apple, 2017)

### Vyhodnocení

Apple obržel vysoké hodnocení ve všech oblastech, přestože v oblasti společenská angažovanost a rozvoj komunit, lidská práva, životní prostředí a vedení organizace oproti ostatním analyzovaným společnostem měl nejnižší skóre. Avšak rozdíl oproti ostatním společnostem byl minoritní. Pouze v oblasti společenská angažovanost a rozvoj komunit jeho skóre bylo pouze 1,2, a to proto jelikož v této oblasti nevynakládá velké úsilí. Srovnání všech společností viz Přílohy.



**Obrázek 17: Hodnocení Apple**

Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.2.2 Microsoft

Microsoft se v posledních letech velmi transformoval a zaměřil se na cloudové řešení, které i zdarma či se slevou poskytuje neziskovým organizacím. Jako společnost se zaměřují na všechny oblasti společenské odpovědnosti a jsou uznávaným poradcem např. v oblasti životního prostředí či společenské angažovanosti.

Mise Microsoftu zastřešuje i oblast CSR: **„Posílit každého člověka a každou organizaci, aby dokázali více.“**<sup>46</sup>

#### Vedení organizace

Realizovat ambiciózní misi Microsoftu, pro něj znamená více než poskytování produktů a služeb svým zákazníkům. Microsoft ví, že musí více dbát na vliv vlastních obchodních praktik, politik a investic v komunitách.

Microsoft vidí CSR jako zodpovědnost a příležitost k spolupráci s dalšími organizacemi za účelem řešení společenských potřeb pomocí technologií.

V Microsoftu jsou otázky CSR řešeny i na úrovni představenstva<sup>47</sup>, kdy Výbor pro předpisy a veřejnou politiku má za úkol „přezkoumat a poskytnout návod správním orgánům a managementu o politikách a programech společnosti, které se týkají firemního občanství<sup>48</sup>, včetně lidských práv, udržitelnosti životního prostředí, řízení dodavatelského řetězce, dárcovství a politických aktivit a výdajů.“ Výbor tak činí na pololetní bázi.

V rámci Microsoftu je CSR řízeno Business and Corporate Responsibility (BCR) týmem. BCR pracuje ve spolupráci s lídry napříč organizací, kteří pomáhají soustavně získávat důvěru veřejnosti, zákazníků, partnerů, zaměstnanců a akcionářů. Corporate Vice President of Business and Corporate Responsibility je přímo podřízen osobě na pozici President and Chief Legal Officer, který je přímo podřízen generálnímu řediteli (CEO Satya Nadella) a ten je dále součástí Microsoft's Senior Leadership týmu. CSR strategie a plány jsou tvořeny na nejvyšších úrovních a pak jsou upravovány pro potřeby jednotlivých regionů/zemí. To znamená, že plánování probíhá top-down (retrográdně). Microsoft má v rámci jednotlivých lokací zaměstnance zodpovědné za jednotlivé oblasti CSR.

#### Prioritní oblasti CSR dle Microsoftu:

- Přístup k technologiím a ekonomickým příležitostem
- Změna klimatu a energetika
- Vedení organizace
- Ochrana osobních údajů a zabezpečení dat
- Dopady životního cyklu jednotlivých zařízení
- Environmentální / společenské aplikace technologií
- Etické obchodní praktiky
- Lidský kapitál
- Lidská práva
- Zodpovědné zajišťování zdrojů a výroba

---

<sup>46</sup> To empower every person and every organization on the planet to achieve more.

<sup>47</sup> Součástí představenstva (Board of Directors) je i Bill Gates

<sup>48</sup> Corporate citizenship

Microsoft respektuje zájmy stakeholderů, jeho rozhodnutí ovlivňují mnoho skupin stakeholderů. Proto se snaží pravidelně získat od významných stakeholderů zpětnou vazbu a brát na ni ohled při svých rozhodnutích. Microsoft získává input od miliónu lidí každým rokem, od jednotlivých zákazníků přes politiky až po speciality na lidská práva. Specifikaci, jakým způsobem a od kterých stakeholderů Microsoft získává informace a příklady, jak s nimi nakládá, lze nalézt v Přílohách.

Microsoft je členem a dokonce i zakladatelem mnoha mezinárodních organizací věnujících se CSR a jeho jednotlivým oblastem (viz Přílohy).

**Microsoft dbá na to, aby jeho CSR závazky a reportování bylo v souladu s příslušnými globálními standardy:**

- V roce 2006 se rozhodli podporovat Global Compact OSN, a proto podávají roční sdělení o pokroku implementace 10 zásad UNGC.
- Byli jednou z prvních organizací, která se rozhodla sladit svou práci v oblasti lidských práv s Obecnými zásadami OSN o podnikání a lidských právech a přijala Hlavní zásady rámce výkaznictví OSN.
- Aktivně se podílí na podpoře Cílů udržitelného rozvoje (SDGs) OSN.
- Reportují CSR dle Global Reporting Initiative – i webová prezentace.
- Od FY16 nevydávají CSR report v pdf formě, jejich webová prezentace slouží jako živý a dynamický CSR report, který má předem dané aktualizace jednotlivých sekcí.

Microsoft má psaný **etický kodex (Standards of Business Conduct)**, který lze najít online, kterýkoliv člověk si jej tedy může přečíst a prostudovat. V FY15 více než 99 % zaměstnanců Microsoftu dokončilo každoroční školení o Standards of Business Conduct, které je celosvětově k dispozici v 19 jazycích. Dodržování etických standardů a zodpovědného chování je kontrolováno skrze pravidelné interní audity, je vyžadováno víceúrovňové schválení smluv a výdajů, mají zavedené interní scorecardy na dodržování předpisů, které mají vliv na hodnocení klíčových lídrů.

### **Lidská práva**

Úctu Microsoftu k lidským právům odráží jejich mise, jejich dlouhodobý závazek posílit každého člověka na světě. Zaměstnanci Microsoftu se snaží pracovat tak, aby respektovali lidská práva ve všech aspektech jejich podnikání, a využívají sílu technologií k podpoře lidských práv po celém světě.

Microsoft skrze svůj Global Human Rights Statement a jako signatář Global Compact OSN je odhodlán dodržovat tyto smlouvy a prohlášení z oblasti lidských práv, a to tyto: Všeobecná deklarace lidských práv, Mezinárodní pakt o občanských a politických právech, Mezinárodní pakt o hospodářských, sociálních a kulturních právech a Deklaraci Mezinárodní organizace práce (MOP) o zásadách a základních právech v práci.

**Microsoft dbá i na diverzitu v rámci společnosti**, již v roce 1989 zavedl interní politiku nediskriminace v závislosti na sexuální orientaci. V roce 1992 byl jejich první Microsoft Minority Student Day. V roce 1993 se Microsoft stal první Fortune 500 společností, která poskytla stejné partnerské benefity pro své LGBT zaměstnance, a jeho úsilí v oblasti diverzifikace nepolevilo. Konference Žen (Woman's Conference) se dnes koná v 5 regionálních hubech, 38 000 dívek prošlo programem DigiGirlz, dle Corporate Equality Index Score má Microsoft 100 % kampaň za lidská

práva již 11 rokem a interně má zavedených 7 „Global employee resource groups“, které sdružují ženy, černochoy, Asiaty, Hispánce, rodiče, LGBTQ a lidi s postižením (disAbility). Na jejich webové stránce „Global Diversity and Inclusion“ můžou návštěvníci interaktivně porovnávat změny v diversitě mezi roky 2015 a 2016, kdy v roce 2016 pracovalo v Microsoftu 25,8 % žen a 17,9 % žen tvořilo vedení společnosti. Podle Microsoftu by měli jejich zaměstnanci odrážet rozmanitost v rámci společnosti. Jejich závazek je založený na:

- Posílení prozíravosti v oblasti diverzity a začlenění.
- Prohloubit chápání diverzity strategie a její hodnot u manažerů a lídrů společnosti.
- Zvýšit odpovědnost vyšších lídrů (manažerů) za jejich plány diverzity.

Od roku 2013 **Microsoft Human Rights Center pracuje na upřednostňování a koordinaci lidských práv**, aby jim byla věnována náležitá péče, aby identifikovali nově vznikající rizika a příležitosti v oblasti lidských práv a aby podporovali jednotný přístup k lidským právům v rámci Microsoftu. Centrum také usiluje o podporu dialogu v oblasti dopadů informačních a komunikačních technologií (ICT) na lidská práva. Prostřednictvím centra je Microsoft v kontaktu se širokým spektrem skupin pro lidská práva, s členy akademické obce a s průmyslovými skupinami, aby globálně sdíleli své zkušenosti a učil se od druhých.

### **Global Network Initiative**

Microsoft je zakládajícím členem a iniciátorem Global Network Initiative, která sdružuje ICT společnosti, občanské společnosti, sociálně odpovědné investory a akademickou sféru. GNI poskytuje sadu principů a implementačních pokynů týkajících se praktických kroků a politik, které mohou ICT firmy adoptovat, aby respektovaly a posilovaly svobodu projevu a právo na soukromí uživatelů nejen v případech, kdy musí čelit požadavkům vlád.

### **Lidská práva v rámci dodavatelského řetězce**

Jádrem společenské odpovědnosti v rámci dodavatelské řetězce je program sociální a environmentální odpovědnosti (SEA). Od roku 2005 SEA řeší složité sociální a environmentální problémy balírenského a hardwarového dodavatelského řetězce, aby jejich dodavatelé splňovali požadavky, které na ně Microsoft klade v oblasti korektního (etického) podnikání, zaměstnanosti, ochrany přírodního prostředí a bezpečnosti pracovních postupů, jenž jsou shrnuty v dodavatelském kodexu (Supplier Code of Conduct).

SEA program je formován hodnotami společnosti, podnikáním, očekáváním interních a externích stakeholderů. Zaměřuje se na rozvoj udržitelných obchodních praktik v následujících oblastech: lidská práva, práce, zdraví a bezpečnost, životní prostředí a etika (včetně boje s korupcí a respektu duševního vlastnictví).

Hlavní oblasti lidských práv v rámci dodavatelského řetězce jsou nediskriminace, svoboda sdružování a kolektivního vyjednávání, možnost svobodně si zvolit zaměstnání, zamezení dětské práce, pracovní doba, mzdy a benefity, zacházení s respektem a konfliktní minerály.

Kromě splnění zákonných požadavků, Microsoft uplatňuje stejné standardy a procesy sociální a environmentální odpovědnosti (SEA) v podnicích, které vlastní a přímo v nich působí. V rámci Microsoft Devices Group (nyní Windows a Devices

Group) vytvořili globální tým odborníků z oblasti průmyslové bezpečnosti, ochrany zdraví a udržitelnosti životního prostředí, který se jmenuje „Zdraví & Bezpečnost“ (EH&S). Tento tým má za úkol sladit programy a priority, zajistit vynikající výsledky v oblasti EH&S a dbát na neustálé zlepšování. EH&S tým spolupracuje s SEA týmem (dodavatelský řetězec) a s celopodnikovým Occupational Health & Safety & Well Being týmem, který spadá pod lidské zdroje.

**Microsoft dlouhodobě pomáhá v situacích, kde dochází k ohrožení lidských práv v souvislosti s přírodními katastrofami a politickými konflikty.** V minulém roce jejich lidé a technologie pomáhali například při hurikánu Matthew, záplavách v Louisianě, zemětřesení v Kumamotu a migrační krizi v Evropě.

### **Pracovní podmínky**

Jak dobře se cítí zaměstnanci Microsoftu, lze odvodit z interního průzkumu (viz Přílohy). Microsoft zkoumá pracovní podmínky mnoha způsoby. Jedním z nich je **pravidelný roční on-line průzkum**, který je anonymní a je zaslán všem zaměstnancům. V rámci průzkumu, který má návratnost 85 %, se zaměřuje na pracovní zkušenosti zaměstnanců a jejich pohled na Microsoft. Microsoft se v něm táže i na to, jak se zaměstnanci cítí v rámci jejich pracovních skupin, organizace a společnosti jako celku. Senior Leadership tým a jednotliví manažeři Microsoftu používají výsledky průzkumu k dalšímu zlepšení silných stránek a k adresování příležitostí pro zlepšení.

Klíčovou komponentou **odměňovacího programu** je u Microsoftu kompenzace formou cenných papírů, neboť poskytuje majetkový podíl na úspěchu firmy. Více než 85 % zaměstnanců společnosti Microsoft má nárok na tento roční akciový benefit. Navíc má 90 % zaměstnanců nárok na peněžní bonus. Další vybrané bonusy zaměstnanců: placené volno (dovolená a sick days), placený sabatikl pro kvalifikované pracovníky, zaměstnanecké slevy, slevy pro přátelé a rodinu na produkty společnosti Microsoft a mnoho dalších benefitů.

Oblast **vzdělávání a rozvoje** je v Microsoftu také velmi rozvinutá. V Microsoftu věří, že každý člověk se může rozvíjet, že potenciál není předem daný, ale lze jej „živit“, a že každý může změnit svůj způsob myšlení. Aby jejich „growth mindset culture“ podporovali, poskytují zaměstnancům široké možnosti rozvoje, např.: on-line školení, školení ve třídách a prostřednictvím videa, peer-to-peer mentoring, učení pomocí mobilních aplikací, podcasty a další formáty v několika jazycích. Microsoft věří, že učení/školení se neomezuje jen na formální výuku a jejich filozofie se zaměřuje na poskytování správného učení, ve správnou dobu a správným způsobem.

V průběhu roku získávají koučování v rámci profesního rozvoje skrze setkání s jejich manažery. Manažeři jsou školeni na zlepšení jejich dovedností v koučingu a mentoringu, stejně tak jsou vzděláváni i v oblasti vlastního kariérního růstu.

Microsoft podporuje své zaměstnanci i skrze **wellness programy a ochranu zdraví a bezpečnosti** (výčet vybraných programů viz Přílohy).

Kromě našich wellness programů Microsoft integruje příslušná opatření z hlediska **bezpečnosti a ochrany zdraví**<sup>49</sup> do jednotlivých provozů a pracuje na jejich

---

<sup>49</sup> Over the past several years, we have worked to enhance our capacities to protect employee health and safety as the diversity of our operations has grown and exposed our employees to new types of

neustálém zlepšování. Jako součást tohoto závazku, odborníci na zdraví a bezpečnost zhodnocují bezpečnostní rizika jednotlivých pracovních činností a konzultují tyto výsledky se zaměstnanci a managementem, aby mohli implementovat bezpečné pracovní postupy, řízení nebezpečí a školení k minimalizaci bezpečnostních rizik. Odborníci z „Zdraví & Bezpečnost“ (EH&S) programu rovněž posuzují nové pracovní plochy, tak aby plnili veškeré požadavky, a pravidelně kontrolují existující plochy.

### **Životní prostředí**

Environmentální strategie Microsoftu zahrnuje uhlíkovou neutralitu a cíle pro specifické oblasti podnikání od energetické efektivity data center přes nakládání s odpady a energií v rámci kampusů po používání recyklovaných materiálů v baleních produktů. Zaměstnanci Microsoftu získávají certifikaci a jsou školení na základě svých rolí v oblasti environmentální strategie, např. design pro prostředí pro obalové techniky. V rámci společnosti je podporováno i všeobecné povědomí o životním prostřední prostřednictvím webových stránek a každoročním zasíláním shrnutí o pokroku v této oblasti skrze email zaměstnancům společnosti v rámci celého světa.

V dnešní době velcí operátoři, jako je Microsoft, spotřebují tolik energie jako malý stát a do poloviny příštího desetiletí budou patřit mezi největší uživatele elektrické energie na planetě. Proto je důležité, aby se zamýšleli nad tím, jak efektivně a jaký druh elektrické energie spotřebovávají.

Podle Microsoftu se nacházíme v době čtvrté průmyslové revoluce, která je poháněna technologiemi z fyzikálních, digitálních a biologických sfér. Díky technologiím bude snazší transformovat společnost na tzv. „low-carbon economy“<sup>50</sup>. Microsoft se domnívá, že transformace bude probíhat i díky preferencím cloudových technologií. Aby objasnil, proč je cloud dobrou volbou, zveřejnili e-book „A Cloud for Global Good“<sup>51</sup>.

Samotný Microsoft se rozhodl být „uhlíkově neutrální“<sup>52</sup> v roce 2012. Ve stejném roce, ve kterém se zavázali být uhlíkově neutrální, také zavedli v červenci interní uhlíkový poplatek<sup>53</sup>, který je vyměřován jednotlivým obchodním skupinám za emise oxidu uhličitého spojené s jejich činnostmi. Jsou tedy po finanční stránce odpovědné za své emise. Již v roce 2013 naplnili svůj závazek a všechny jejich globální operace se staly 100 % uhlíkově neutrální, jedná se o datová centra, laboratoře, kanceláře, výrobní závody a leteckou dopravu. Následně se v roce 2014 zavázali k 100 % odběru energie z obnovitelných zdrojů.

Od roku, kdy se zavázali k uhlíkové neutralitě, snížil Microsoft své emise o více než 9 mil. mtCO<sub>2e</sub>, investoval více než 14 mil. megawatt-hodin (MWh) do zelené energie. Dle americké Agentury pro ochranu životního prostředí (EPA) jsou druhým největším odběratelem elektrické energie pocházející z obnovitelných zdrojů. Díky lokálním carbon offset projektům měl Microsoft vliv na více než 7 mil. lidí a zároveň dokázal zaintegrovat udržitelnost do svého obchodního modelu.

---

workplaces. In FY16, our manufacturing facilities had an injury-incident rate of 0.14 and a lost-day rate of 0.11 (our 12-month rolling average for July 1, 2015—June 30, 2016 based on US OSHA rules for recordkeeping).

<sup>50</sup> ekonomiku s nízkými emisemi uhlíku

<sup>51</sup> Cloud pro globální dobro

<sup>52</sup> carbon neutral

<sup>53</sup> carbon fee

Toto úsilí bylo oceněno i na globální úrovni pro svůj vliv a inovaci. Microsoft je vítězem „2016 Climate Leadership Award“ ceny udělované americkou Agenturou pro ochranu životního prostředí (EPA) a získal také ocenění „2015 Lighthouse Activity“ Organizace spojených národů, které uděluje Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)'s Momentum for Change initiative.

Tohoto úspěchu docílili jednat interním poplatkem, ale dále primárně napojují své budovy a zařízení na zdroje obnovitelné energie. V místech, kde první řešení není schůdné, podepisují dlouhodobé regionální kontrakty s producenty obnovitelných energie. To znamená, že tuto energii nepřímou odebírají. A pokud ani tato možnost není dostupná, dochází k investicím do zelené energie (nákup REC<sup>54</sup>) a zjednodušeně dochází k předplacení generace obnovitelné energie.

V minulém roce se rozhodli, že být uhlíkově neutrální nestačí a musí udělat více, proto začala iniciativa „beyond carbon neutrality“, která má přinést holistický přístup lokálně i globálně. Což znamená, že více zapojí své dodavatele, budou kvantifikovat emise z užití cloudových služeb, urychlí inovace svých produktů, atd. Dále se budou snažit: podporovat přechod na ekonomiku s nízkými emisemi uhlíku, o internalizaci externích nákladů svých emisí, transformovat kulturu své společnosti, katalyzovat a urychlit klimaticky neutrální inovace.

Dále se zavázali, že budou používat fondy z uhlíkového poplatku na:

- Obnovitelné energie – budou je nakupovat, napomáhat s rozšířením trhu s obnovitelnou energií na celém světě a s možností zadávání veřejných zakázek.
- Lokální carbon offset projekty<sup>55</sup> - podpora udržitelného rozvoje na celém světě, zejména v oblastech jejich datových center. Podporované projekty jsou v souladu s cíli udržitelného rozvoje OSN.
- Klimatické granty – podpora projektů zaměřených na změnu klimatu a technologické inovace, a to v rámci Microsoftu i mimo něj. Mezi fiskálními roky 2013 a 2016 Microsoft investoval více než \$4.2 milionů v rámci klimatických grantů, jenž jim ušetřily více než \$6.5 milionů a 56 000 mtCO<sub>2</sub>e. Tyto projekty byly především zaměřeny na efektivitu (např. osvětlení, vytápění, větrání, klimatizaci a na systém řízení budov) a inovace.
- Track-and-report projekty - pomáhají Microsoftu zajistit transparentnost a odpovědnost.

**Microsoft si stanovil, že do roku 2020 sníží své emise o 25 % a do roku 2036 o 50 % oproti roku 2013, což je podstatně více než roční snížení o 2,1 %, které požaduje CDP<sup>56</sup>.**

Závazky společnosti Microsoft o udržitelnosti životního prostředí jsou vyjádřeny v Zásadách životního prostředí a v Prohlášení o politice změny klimatu, dále pak jsou zakotveny v politikách, podle kterých se řídí jednotlivé obchodní jednotky (business units), jako je Technická specifikace hardwaru v souladu s ekologickými předpisy nebo politika odpovědného nákupu surovin.

---

<sup>54</sup> Renewable Energy Certificates

<sup>55</sup> V Příloze také najdete, kde a jaké obnovitelné zdroje Microsoft nakupuje.

<sup>56</sup> CDP = Carbon Disclosure Project. Emise Microsoftu za FY16 jsou součástí přílohy.

Microsoft od roku 2012, nejen že je uhlíkově neutrální, ale stal se v této oblasti i poradcem a ambasadorem. Snaží se vzdělávat své zákazníky, dodavatele a především ostatní společnosti a vlády. Je např. členem RE100, což je organizace společností, které se veřejně zavázaly k 100 % používání obnovitelných energií. (RE100, 2017) Dále pravidelně reportuje skrze CDP emise skleníkových plynů (GHG) a další atributy, které jsou pak odborníky v rámci CDP hodnoceny. V minulých letech Microsoft za report v oblasti změny klimatu obdržel hodnocení A, dokonce v roce 2015 získal 99 z možných 100 bodů. (CDP, 2017) V rámci 22 setkání OSN konference o změně klimatu v Maroku v říjnu minulého roku byl Microsoft jedním z řečníků a pomáhal OSN se spuštěním iniciativy „Climate Neutral Now“ v rámci Rámcové úmluvy OSN o změně klimatu (UNFCCC).

Klíčové činnosti Microsoftu jsou certifikovány ISO 14001 Systémem environmentálního managementu. Certifikovány jsou: Evropské operační středisko, všechny výrobní závody vlastněné Microsoftem a všichni dodavatelé (Tier 1) hardwaru. Další aktivity/programy z oblasti životního prostředí viz Přílohy.

### **Korektní podnikání**

Etické obchodní praktiky a zásady řízení společnosti jsou v Microsoftu navrženy tak, aby podporovaly dlouhodobé zájmy akcionářů, udržovaly vnitřní kontrolu a rovnováhu, podporovaly odpovědnost na všech úrovních organizace a vedly k zodpovědnému rozhodování. Za svou činnost v oblasti etického podnikání byl Microsoft označen organizací Ethisphere Institute jednou z nejetičtějších firem na světě. Toto označení si udržuje již od roku 2011, kdy se tento seznam nejetičtějších firem začal vydávat. (Ethisphere, 2017) Microsoft je uznáván jako vůdce v oblasti odpovědnost a transparentnost zapojení do veřejné politiky. Během FY15 obdržel třetí nejvyšší a v FY16 druhé nejvyšší hodnocení v CPA-Zicklin Index of Corporate Political Accountability and Disclosure, který je každoročně sestaven Centrem pro politickou odpovědnost. (Center for political accountability, 2017)

Microsoft má několik zásad, které napříč společností dodržuje:

- Podporovat kulturu etiky a integrity.
- Sestavit, zlepšit a sledovat vnitřní kontroly k identifikaci a zmírnění rizik neetického a nevyhovujícího chování.
- Provádět pravidelné interní audity.
- Vyžadovat různé úrovně oprávnění k uzavírání smluv a k výdajům.
- Udržovat interní scorecardy k dodržování předpisů, které mají vliv na hodnocení výkonu klíčových manažerů.
- Školit vlastní zaměstnance.
- Identifikovat, vyšetřovat a napravovat obavy, rizika a nevhodného chování.
- Požadovat, aby partneři a dodavatelé dodržovali nejvyšší standardy etického chování a dodržovali právní předpisy.

Microsoft pomohl založit skupiny, které pomáhají určovat standardy pro odpovědné obchodní praktiky v oboru informačních a komunikačních technologií (ICT), a to počínaje Electronics Industry Citizenship Coalition přes Global Initiative Network až po International Association of Accessibility Professionals.



Microsoft hodnotí zástupce třetích stran a některé dodavatele, aby kooperovali jenom s legitimní podniky. Provedli posouzení rizik k identifikaci reprezentantů s vyšším rizikem, kteří pak byli prověřeni spolu s mnoha dalšími reprezentanty s nižším rizikem. Tato prověrka zahrnovala partnery, konzultanty, lobbisty a další třetí strany, které se celosvětově dostávají do obchodního styku se společností Microsoft, jejími dceřinými společnostmi a joint venture. Kromě toho provádějí stejné hodnocení u všech nových dodavatelů. Od začátku prověřování Microsoft prověřil téměř 100 000 zástupců a dodavatelů, u kterých monitoruje jejich rizikové profily a snaží se o zmírnění rizik.

Microsoft školí vlastní zaměstnance, ale navíc požaduje, aby zaměstnanci jejich partnerů, kteří prodávají nebo distribuují výrobky Microsoftu, prošli jejich protikorupčním školením. Toto školení je zdarma a online dostupné v 33 jazycích. Školení vychází z Supplier Code of Conduct, který velmi dbá i na etiku a preventivní protikorupční opatření.

Požadavky Microsoftu vycházející z Supplier Code of Conduct a SEA (Social and Environmental Accountability) jsou začleněny do smluv s jejich dodavateli (Tier 1 a 2), kteří vyrábějí hardwarové komponenty a výrobky. Dále také požadují, aby tito dodavatele adresovali SEA požadavky u vlastních dodavatelů, se kterými Microsoft nemá přímo zakázky. Všichni noví dodavatelé hardwaru a balení musí podstoupit počáteční posouzení rizik, počáteční hodnocení schopností a audit. Tyto počáteční kontroly<sup>57</sup> jsou prováděny auditory a/nebo SEA týmem podle požadavků Electronics Industry Citizenship Coalition (EICC) a dodatečných kritérií vyžadovaných Microsoftem z oblasti práce, ochrany životního prostředí, etiky, zdraví a bezpečnosti pracovníků a systémů řízení. Pokud jsou nalezeny neshody, SEA tým vypracuje s dodavatelem „Action Plan“, který musí dodavatel do určitého data splnit. Infografiku kontroly SEA požadavků v rámci dodavatelského řetězce lze najít v Přílohách.

Pro Microsoft je kromě auditu důležité i komunikovat přímo s pracovníky dodavatelů, proto ve spolupráci s China Labor Support Network vytvořili hotline, kam můžou zaměstnanci dodavatelů zavolat. V prvním pilotním roce (FY14) linka obdržela 232 dotazů, většina dotazů se týkala platů a výhod, výrobních politik a postupů nebo životních podmínek.

SEA program je rozdělený do čtyř částí. Dvě části již byly blíže představeny: lidská práva a životní prostředí. Níže jsou blíže představeny oblasti etiky a zdraví a bezpečnosti. Oblast zdraví a bezpečnosti má tyto priority: bezpečnost práce, připravenost na mimořádné situace, pracovní úrazy a nemoci, psychicky náročná práce, zabezpečení přístrojů, hygienická zařízení, potraviny a bydlení, komunikace, výbory ochrany zdraví a bezpečnosti pracovníků. Oblast etiky má tyto priority: obchodní bezúhonnost, protikorupční politiky, zveřejňování informací, duševní vlastnictví, spravedlivý obchod, reklama a hospodářská soutěž, ochrana identity.

**Zodpovědný nákup surovin** je další oblastí, které se Microsoft a ostatní IT společnosti věnují. Nákupem neprověřených surovin, jako jsou cín, tantal, wolfram a zlato,

---

<sup>57</sup> During the review process, auditors examine documentation; visit production lines, dorms, canteens, and waste storage facilities; and conduct face-to-face interviews of workers and factory management. To ensure consistency and quality of third-party audits, Microsoft prequalifies third-party auditors through shadow audits and assessments of their onsite audit performance and reports.

může docházet k nepřímé podpoře politických konfliktů, a to především v Demokratické republice Kongo (DRC). Microsoft v roce 2014 formalizoval jeho přístup k této problematice v rámci „Responsible Sourcing of Raw Materials policy“, která není zaměřena pouze na konfliktní minerály, ale je aplikovatelná na jakékoliv suroviny. Microsoft se také spojil přímo s těžebním průmyslem, skrze účast a podporu těchto iniciativ: Responsible Mining Assurance, PACT a Alliance for Responsible Mining, aby se udržitelnost hornictví (sustainable mining) řešila holisticky, od řemeslných podniků po velké těžební podniky. Cílem Microsoftu je, aby tyto iniciativy nakonec umožnily dodavatelům nakupovat materiály pocházející ze zodpovědných zdrojů a aby adresovaly důležité problémy dodavatelských řetězců závislých na použití minerálů, jako je zaměstnávání nezletilých nebo zhoršování životního prostředí. Microsoft je také členem IDH Tin Working Group, která sdružuje řadu stakeholderů, kteří se snaží řešit sociální a environmentální problémy související s těžbou cínu (v minulých letech problém v Indonésii). Dalším příkladem kolaborace s dodavateli a dalšími hardwarovými společnostmi je situace konfliktních minerálů ve východní části Konga, kterou Microsoft řeší již od roku 2007. Microsoft je dále členem Conflict-Free Smelter Program (CFSP) a Public-Private Alliance for Minerals Trade (PPA), je sponzorem Multi-Stakeholder Group, kterou vede Responsible Sourcing Network a která se zaměřuje na ukončení konfliktů v DRC. Dodavatelé Microsoftu nesmí vědomě použít minerály, které nejsou DRC „conflict-free“ a žádají své dodavatele, aby také cíleně prověřovali své dodavatele. Dle reportu, který Microsoft vydává a který je požadován U. S. Securities and Exchange Commission podle Dodd-Frank zákona, byla situace v jejich dodavatelském řetězci: cín – 59 z 87 prověřených hutí či rafinerií, tantal – 45 ze 45 prověřených hutí či rafinerií, zlato – 80 ze 125 prověřených hutí či rafinerií a wolfram – 29 ze 45 prověřených hutí či rafinerií

Hutě a rafinérie, které nejsou prověřené, jsou ve fázi prověřování nebo navázání kontaktu.

### **Spotřebitelské otázky**

Microsoft získává zpětnou vazbu a udržuje kontakt se spotřebiteli skrze: online zpětnou vazbu, online komunity a jejich podporu (support), průzkumy spokojenosti produktů, studie použitelnosti, výzkumná fóra, správce firemních účtů a zástupce zákaznického servisu.

V FY16 skrze Windows Insider program miliony zákazníků a developerů poskytly svoji zpětnou vazbu ohledně Windows 10, což vedlo k vytvoření jeho klíčových aktualizací. Dalším příkladem komunikace se zákazníky je Microsoft's Disability Answer Desk (DAD), což je bezplatná služba, která je k dispozici v 18 zemích prostřednictvím emailu, chatu a videí s americkou znakovou řečí. V FY16 DAD pracovníci poskytli technickou pomoc 110 000 unikátním problémům zákazníků. Tyto problémy jsou dále hlášeny produktovým skupinám, aby mohli zlepšit dostupnost jednotlivých produktů a pochopit jejich dopad na lidi s postižením.

Přístup ke spotřebitelům je pro Microsoft odrazem závazku k lidským právům. Microsoft poskytuje produkty a služby pro miliardy uživatelů po celém světě. Tyto produkty a služby podporují lidi napříč širokým spektrem schopností, kultur, jazyků a úrovně hospodářského rozvoje.

Jeho závazek vůči spotřebitelům začíná u technologií, které jsou dostupné v jazyce uživatele. Skrze Microsoft Local Language Program spolupracují s mnoha stakeholdery, aby přeložili své produkty do 108 jazyků, které používá více než 4 miliardy lidí na celém světě. V rámci tohoto programu Microsoft poskytuje širokou škálu jazykových a překladatelských zdrojů a nástrojů, včetně bezplatného Language Interface Pack, aby byly systémy Windows či aplikace Office k dispozici v lokálních jazycích od albánštiny po jorubštinu.

Microsoft nezapomíná ani na lidi se zdravotním postižením, kterých je na světě více než miliarda. **Microsoft Accessibility Standard** je celopodniková politika zaměřená na dostupnost a ovladatelnost produktů od jejich designu až po oficiální vydání produktu. Microsoft díky inovacím a funkcím, které vytváří pro lidi se zdravotním postižením, tvoří produkty, které jsou po stránce uživatelských zkušeností (user experience) pružnější a přináší benefity širokému spektru zákazníků. I jejich proces vývoje se stává otevřenější a přístupnější. Na dostupnost je zaměřený i Ability Summit and new Inclusive Design a i speciální webová stránka. Microsoft investuje do „accessible“ technologií, včetně počítačového zpracování řeči (pro sluchově postižené), syntézy řeči, očního ovládaní pomocných technologií a invalidních vozíků (např. pro lidi s ALS) a do směrového audia (pro vodící psy).

**Ochrana dat spotřebitelů a kybernetická bezpečnost:** Microsoft se dlouhodobě zavázal k zajištění soukromí a zabezpečení dat zákazníků. Microsoft má soubor principů a zásad ochrany osobních údajů, které uplatňuje v celé společnosti. Úvahy o ochraně osobních údajů začleňuje do návrhových a vývojových procesů, nabízí zákazníkům smysluplné možnosti ochrany osobních údajů a zodpovědně spravuje a chrání uložená data zákazníků. Microsoft se snaží jít příkladem IT průmyslu v oblasti ochrany osobních údajů, a to například jejich závazkem, že nebude skenovat Microsoft Outlook nebo jiné e-mailové služby pro účely cílení online reklamy. V roce 2015 aktualizovali Microsoft Services Agreement, aby zákazníkům poskytli jasné informace o tom, kdy a jakým způsobem shromažďují a používají jejich osobní údaje.

Microsoft získal **prvenství i v oblasti zabezpečení cloudu**. Je prvním z velkých poskytovatelů cloudu, který přijal (a získal nezávislé ověření) první mezinárodní standard pro ochranu soukromí v cloudu, standard ISO/IEC 27018, který vyvinula Mezinárodní organizace pro normalizaci, aby byl vytvořen jednotný a mezinárodní přístup k ochraně osobních údajů uložených v cloudu.

Dále Microsoft kategoricky prohlásil, že **nebude poskytovat žádné vládě přímý a neomezený přístup k údajům zákazníků** a ani jiná „žádní vrátka“. Pokud vláda chce data zákazníků, musí Microsoftu doručit příslušný rozkaz, soudní příkaz nebo cílené předvolání na konkrétní účty a identifikátory. Microsoft odmítáme žádosti, které nesplňují tyto požadavky, a poskytuje pouze údaje uvedené v právním řádu. Dokonce vydává i dvakrát do roka Law Enforcement Requests Report, kde zveřejňuje, jaké informace byly vydány či nevydány a které vlády je po něm vyžadovaly.

Microsoft v posledních letech **zvýšil ochranu soukromí a zabezpečení dat**. Aby posílil důvěru svých zákazníků, rozšířil používání šifrování napříč službami, poskytuje možnost volby místa uložení dat a transparentnost umístění datových lokací, posílí právní ochranu pro zákazníky.

Microsoft zastává názor, že **technologie má klíčovou roli při ochraně lidských práv a při zachování jejich bezpečí**, proto se musí technologie a internet

řídít zákony. Za tímto účelem Microsoft prosazuje sám a ve spolupráci s ostatními stakeholdery z IT odvětví reformy v oblasti vládního dohledu. Jedním z příkladů kolaborace IT společností, sociálně odpovědných investorů, akademiků a občanských společností je **Global Network Initiative (GNI)**, která se snaží bránit cenzuru internetu autoritářskými vládami a chránit právo na soukromí jednotlivců na internetu.

Dalším příkladem ochrany zákazníků je **PhotoDNA**, jenž je bezplatná technologie, která pomáhá identifikovat a odstranit fotky pohlavního zneužívání dětí na internetu. Neopomenutelnou iniciativou je i **Microsoft Digital Crimes Unit (DCU)**, což je mezinárodní právní a technický tým, který je složený s více než 100 právníků, vyšetřovatelů, big data vědců a forenzních analytiků. DCU využívá nejnovější nástroje a technologie, aby zastavili nebo interferovali kybernetickou kriminalitu a kybernetické hrozby. DCU se především soustředí na:

- Ochranu dětí a boj s dětským sexuálním zneužíváním, který byl usnadněn prostřednictvím informačních technologií.
- Porušení autorských práv a jiných porušení duševního vlastnictví.
- Malware, zejména botnety, a na internetové roboty používané k nekalým účelům.

### **Společenská angažovanost a rozvoj komunit**

Společenská angažovanost a rozvoj komunit v Microsoftu má několik základních pilířů:

- Technology For Good – každý den Microsoft daruje produkty a služby v hodnotě skoro \$2 mil.
- Microsoft YouthSpark – v 58 zemích Microsoft spolupracuje s neziskovými organizacemi, aby zlepšil přístup ke vzdělání v oblasti informatiky.
- Program Employee Giving a dobrovolnictví – skrze program Employee Giving v roce 2016 zaměstnanci vybrali \$142 mil.
- Humanitární pomoc a odezva na katastrofy – podpora organizací, které poskytují první pomoc v místě katastrofy; podpora těchto organizací, aby pracovaly efektivněji a byly lépe nejen technologicky vybaveny; podpora uprchlíků a lidí bez domova.
- Kampaň Hour of Code – v roce 2016 bylo pomocí Minecraftu seznámeno s programováním 15 mil. dětí.
- Iniciativa cenově dostupného připojení<sup>58</sup> - podpora řešení, která umožní přístup k internetu znevýhodněným komunitám
- Washington State – zaměřeno na podporu vzdělání v rámci státu Washington, kde je centrála Microsoftu a kde působí nejvíce zaměstnanců

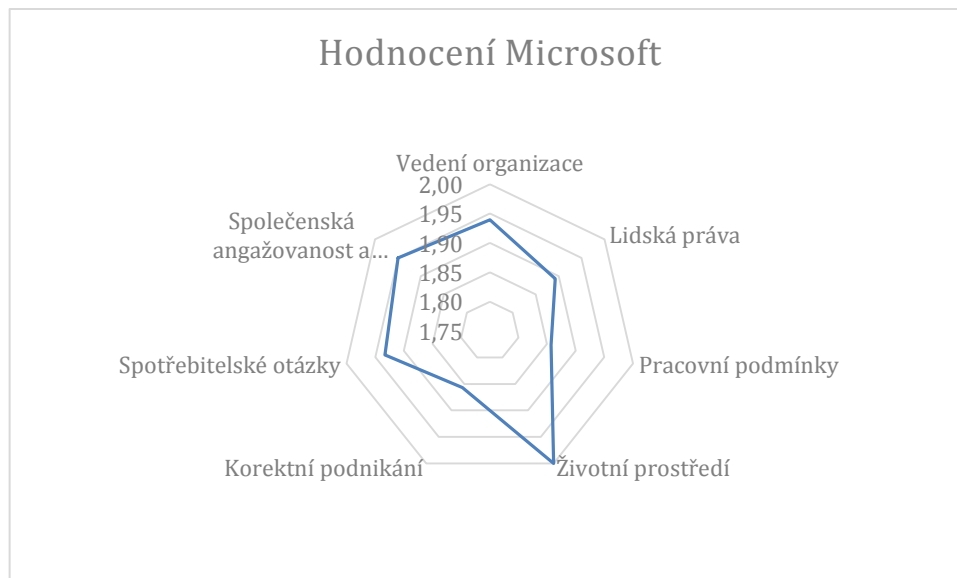
Detaily jednotlivých programů lze najít v Přílohách.

### **Vyhodnocení**

Microsoft se chová zodpovědně ve všech zkoumaných oblastech a jsou především globálně uznávané jeho CSR aktivity v oblasti společenské angažovanosti a rozvoje komunit a životního prostředí.

---

<sup>58</sup> Affordable Access Initiative



**Obrázek 18: Hodnocení Microsoft**

Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.2.3 IBM<sup>59</sup>

IBM (International Business Machines Corporation) je společnost, která se od svého založení v roce 1911 několikrát transformovala. Většina populace si IBM pamatuje jako výrobce počítačů, avšak dnes se specializují na jiný typ produktů, např. na Internet věcí (IoT – Internet of Things), hybridní cloud či cognitive computing<sup>60</sup>, který je doménou umělé inteligence jménem IBM Watson. Watson se zaměřuje i na zdravotnické problémy.

#### Vedení organizace

Stejně jako IBM přistupuje k neustále transformaci, přistupuje i ke svojí roli v rámci společnosti. Podle IBM je svět systém složený z komplexních systémů, na který finanční dotace (jako forma filantropie) či krátkodobé intervence nemají trvalý dopad, tedy nemají smysl. Proto se snaží o vytvoření nových institucionálních forem a zapojit se takovými způsoby, které přispívají k udržitelnému pokroku. Thomas Watson junior, jenž byl druhým ředitelem IBM a synem zakladatele, přístup IBM podal takto: „*Korporace prospívají jenom, pokud uspokojují lidské potřeby. Zisk je pouze hodnotícím systémem. Záleží pouze na lepším životě pro nás všechny.*“ (IBM, 2016)

Základní hodnoty IBM zůstaly po léta konzistentní a jsou zakotveny v jejich citizenship aktivitách. Tyto hodnoty jsou:

- Oddanost vůči úspěchu každého klienta.
- Inovace, které jsou důležité, pro IBM i pro svět.
- Důvěra a osobní odpovědnost ve všech vztazích.

Níže je pět aspektů, které dle IBM nejdůležitější pro jejich stakeholdery:

1. Schopnost IBM pozitivně ovlivňovat společenský pokrok v komunitách
2. Podpora zaměstnanců a komunit

<sup>59</sup> Většina informací pochází z roku 2015 a prvního pololetí roku 2016.

<sup>60</sup> Kongnitivní technologie

3. Dopad produktů a operací IBM na životní prostředí
4. Řízení globálního dodavatelského řetězce
5. Správa, etika a bezúhonnost společnosti

CSR je v IBM řízeno retrográdně, a to od generálního ředitele a představenstva až po zaměstnance z jednotlivých poboček, kteří jsou lokálně zodpovědní za CSR. Corporate Responsibility Executive Steering Committee<sup>61</sup>, která je složena z vedoucích pracovníků ze všech důležitých globálních funkcí v rámci IBM a předsedá ji viceprezident pro Corporate Citizenship and Corporate Affairs, poskytuje vedení a řídí činnosti v oblasti společenské odpovědnosti.

Dalším orgánem, který se v IBM věnuje společenské odpovědnosti, je Corporate Responsibility Working Group<sup>62</sup>, která řídí aktivity z oblasti CSR a stará se o zapojení stakeholderů. Její členové jsou složeni z 10 funkčních oblastí společnosti a setkávají se alespoň jednou do měsíce, kdy přezkoumávají klíčové politiky a strategické otázky, dále během roku předkládají doporučení Corporate Responsibility Executive Steering Committee. Každodenní aktivity jsou koordinovány oddělením Corporate Citizenship and Corporate Affairs, které reportuje viceprezidentovi pro marketing a komunikaci.

Na roční bázi také vydávají CSR report, který shrnuje informace o společensky odpovědném chování společnosti z předchozího roku.

IBM úzce spolupracuje se soukromým i veřejným sektorem, včetně regionálních i národních vlád, neziskových organizací či univerzit.

IBM je jedním ze zakladatelů Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC). EICC je nezisková průmyslová skupina, jejíž cílem je, aby její členové a celé odvětví jednalo sociálně a ekologicky odpovědně. IBM nabádá své dodavatele, aby se stali členy této skupiny, která má více jak 110 členů<sup>63</sup>. Etický kodex, který je členy hojně používán, obsahuje ustanovení o pracovních, zdravotních a bezpečnostních, environmentálních, etických a řídicích systémech.

IBM je dále členem The Conference Board, IMPACT 2030, Conflict-Free Sourcing Initiative (CFSI), Wildlife Habitat Council (WHC) a v dalších 35 organizacích je členem či s nimi spolupracuje (viz Přílohy).

IBM se neustále zlepšuje v řízení chování společnosti, v řízení rizik a přispívá k odborné diskuzi na toto téma. Skrze online kurzy, summity, semináře a globální průzkum integrity podporují kulturu etiky a integrity, kterou se snaží rozšiřovat v oblasti ochrany soukromí a ochrany dat, jelikož se transformují na společnost, která se zaměřuje na kognitivní řešení a cloudové platformy.

## Lidská práva

V rámci kategorie lidských práv se věnují hned několika oblastem:

- **Připravenost na katastrofy, pohotová reakce a obnovení zasažených míst** – IBM pomáhá díky svým technologiím. Zaměstnanci jsou v této oblasti školení a mají podporu vedení, v krizových situacích zasahovat a podporovat místní komunity. Díky dodávkám integrovaných řešení pomocí mobilizovaných týmů se společnost IBM dostává k postiženým komunitám v době,

---

<sup>61</sup> Výkonný řídicí výbor pro společenskou odpovědnost

<sup>62</sup> Pracovní skupiny pro společenskou odpovědnost

<sup>63</sup> Jejími členy jsou i Apple, Microsoft či Foxconn.

kdy je nejvíce potřebují. IBM pomáhalo např.: při záplavách v Indii, zemětřesení v Nepálu či během imigrantské krize v Evropě. Například v Nepálu poskytl 13 000 rodinám jídlo, zdravotní vyšetření, hygienické potřeby a bydlení; 2 000 mladistvých bylo IBM vyškolen v projektovém managementu, aby postavili 600 přístřešků pro přeživší po zemětřesení; v neposlední řadě vyškolili 25 partnerských organizací v ovládní softwaru pro řízení katastrof jménem Sahana, aby je připravili na možné budoucí události.

- **Politika rovných příležitostí, spravedlnosti a rozmanitosti** – je dlouhodobým závazkem společnosti již od padesátých let, kdy se v USA postavili proti segregaci.
- **Podpora žen** – IBM se více než 100 let snaží podporovat ženy ve svých řadách. Podíl žen kontinuálně roste (31,4 %) a stejně tak i počet žen ve vedoucích pozicích (24 % globálního vedení a 26,4 % manažerů<sup>64</sup>). Jedním z propagačních projektů na sociálních sítích byla kampaň Technologistas, která představuje řadu talentovaných inovátorek z řad IBM jako ženských vzorů pro mladé dívky.
- Dále intenzivně řeší lidská práva v dodavatelském řetězci (více v Korektním podnikání).

### Pracovní podmínky

IBM ví, že zaměstnanci jsou důležitým prvkem v transformaci celé společnosti. Jejich osobní a profesní rozvojové programy se neustále vyvíjí, jelikož přijímají, podporují a školí zaměstnance, kteří přijímají transformované hodnoty a zapojují se do stále více kolaborativního a agilního prostředí.

Spokojenost zaměstnanců je zjišťována pomocí každoročního Employee Engagement Survey. IBM je i v USA zapojeno do programu Best Workplaces for Commuters (BWC).

V roce 2015 IBM přešlo na nový systém hodnocení zaměstnanců „Checkpoint“. Checkpoint nabízí možnost stanovení krátkodobých cílů, častější hodnocení zaměstnanců a zpětnou vazbu. Skrze Checkpoint se IBM zaměřuje na pět oblastí výkonnosti zaměstnanců: obchodní výsledky, dopad na úspěšnost klientů, inovace, osobní odpovědnost vůči ostatním a dovednosti. Dále zavedla aplikaci ACE<sup>65</sup>, které nabízí 85 000 zaměstnancům možnost rychle získat a nabídnou zpětnou vazbu. Nově také představila analytický nástroj, Blue Matching, který přiřazuje zaměstnance na odpovídající pozice dle jejich zkušeností, rolí, výsledků a lokace.

Vzdělání zaměstnanců - Think Academy je největší světová online platforma pro výuku. Poskytuje více než 29 témat, které pomáhají zaměstnancům pochopit důležitá témata pro klienty. V roce 2015 IBM investovalo 484 mil. dolarů do vzdělání svých zaměstnanců, kteří se celkově vzdělávali 25 milionů hodin, což je 58,3 hodiny na zaměstnance. Koncem roku 2015 spustili IBM Leadership Academy, což je portál přístupný všem zaměstnancům, jenž má díky svému obsahu vytvářet a vzdělávat budoucí vedoucí pracovníky.

Well-Being Management System (WBMS) byl implementován v roce 1999 a je zaměřen na zdraví a bezpečnost zaměstnanců. IBM také obdrželo certifikaci

---

<sup>64</sup> Data z roku 2015.

<sup>65</sup> ACE = Appreciation, Coaching, Evaluation

OHSAS<sup>66</sup> 18001. IBM se snaží o každoroční snížení míry nemoci/zranění, které bylo v roce 2015 0,33<sup>67</sup>.

Diverzita je důležitým komponentem IBM, a proto podporují své zaměstnance v mnoha ohledech. Již v roce 1984 IBM zařadilo sexualitu mezi antidiskriminační politiky. Nyní se o rovnoprávnost v oblasti sexuality stará Global LGBT Council. V roce 2016 bylo IBM již třetím rokem jmenováno organizací Workplace Pride nejvíce LGBT přátelskou společností.

IBM vyvinulo speciální vzdělávací programy pro ženy, které mají velký potenciál stát se lídry či manažery, jménem Building Relationships and Influence for Women a Creating Your Leadership Journey. Stejně tak se v roce 2015 zaměřilo na přijímací proces lidí s postižením, aby jim nabídlo lepší podmínky v rámci IBM. Současná brožura pro přijímací proces se více zaměřuje na talent jednotlivců.

IBM svým zaměstnancům poskytuje work-life flexibilitu, protože si je vědomo, že bez času na osobní život zaměstnanci nejsou dostatečně efektivní v práci. Nově také zaměstnanci v USA dostali možnost v rámci wellness programu získat zdarma nebo za sníženou cenu Apple Watch, které mohou propojit se zdravotními programy podporovanými AI Watson, aby mohli lépe sledovat svůj zdravotní stav.

### **Životní prostředí**

Životní prostředí je pro stakeholdery IBM jedním z klíčových aspektů. V minulých letech se IBM zapojilo do CDP<sup>68</sup> projektu, ve kterém bylo hodnoceno následovně: v roce 2015 obdrželo B (97<sup>69</sup>) a v roce 2016 také B. (CDP, 2017) Dále se zapojuje do reportování v rámci organizací EcoVadis a OneReport.

V oblasti životního prostředí se IBM soustředí na ochranu klimatu a snižování spotřeby energie, chemické a odpadové hospodářství, ochranu zdrojů a na návrh produktů, které méně zatěžují životní prostředí.

Co se certifikace týče, již v roce 1997 obdrželi ISO 14001<sup>70</sup> a následně získali ISO 50001<sup>71</sup>.

IBM má **pěti dílnou strategii na boj se změnou klimatu:**

- Zaměření na optimalizaci použití energie a materiálů, na minimalizaci emisí skleníkových plynů při návrhu a výrobě produktů, při návrhu, budování, vylepšení a provozu zařízení, včetně data center, vývojových a výrobních budov.
- Nakupování elektřiny vyrobené z nízko emisních a obnovitelných zdrojů energie v případech, kdy je to pro IBM ekonomické a ekologické.
- Vyžadovat od dodavatelů, aby zavedli a udržovali systém environmentálního managementu, který mapuje spotřebu energie a emise skleníkových plynů, a aby sestavili plány na snížení emisí.
- Redukce dojíždění do práce a služebních cest zaměstnanců.
- Zvyšování efektivity logistických operací.

---

<sup>66</sup> Occupational Health & Safety Advisory Services

<sup>67</sup> Průměrný počet zranění na 100 zaměstnanců.

<sup>68</sup> Carbon Disclosure Project

<sup>69</sup> I přes vysoké hodnocení IBM obdrželo „B“, jelikož v některých oblastech mělo značné nedostatky.

<sup>70</sup> environmental management systems standard

<sup>71</sup> registration of IBM's energy management program



Environmentální inovace a vedení jsou v IBM podporovány i skrze Chairman's Environmental Award Program, který byl zaveden již v roce 1991. Držitelé ocenění jsou vybíráni dle úrovně vedení, iniciativy a výsledků, které přispívají k cílům v oblasti politiky životního prostředí (dle strategie).

IBM volí odlišný přístup oproti Microsoftu či Applu, jelikož odmítají kupovat Renewable Energy Certificates (REC), ale pouze přímo navazují spolupráci s dodavatelem obnovitelné energie v blízkosti jejich působení (přímé kontrakty). Např. v roce 2015 nakoupili více než 679 000 MWh el. energie pocházející z obnovitelných zdrojů, která představovala 16,2 % jejich celkové spotřeby. Tímto způsobem předešli emisi 252 000 metrických tun CO<sub>2</sub>. Celkové emise IBM lze najít v Přílohách. IBM si klade za cíl do roku 2020 odebrat alespoň 20 % el. energie pocházející z obnovitelných zdrojů.

Dalším cílem IBM je do roku 2020 snížit emise CO<sub>2</sub> o 35 % oproti roku 2005, tento cíl je velmi realistický, jelikož již v roce 2015 snížili emise o 28,7 % oproti základnímu roku.

IBM využívá znalostí svých zaměstnanců a dostupné analytiky, aby snížila spotřebu el. energie a dalších zdrojů. Tým zaměstnanců zaměřujících se na energetický management a data centra nasadil TRIRIGA® Real Estate Environmental Sustainability (TREES) Impact Manager již ve více jak 145 budovách, která představují více než 45 % energetické spotřeby IBM. Ročně díky TREES ušetří 32 300 MWh a \$1.7 milionu, navíc v budovách, kde je použit TREES, dochází ke každoročnímu snížení spotřeby energie o cca 10 %. TREES Impact Manager je poskytován i jako komerční řešení. Cílem IBM je ročně snižovat spotřebu energie o 3,5 % z celkové spotřeby, což se jim daří. V roce 2015 došlo ke snížení spotřeby o 6,3 %. Dále všechny lokace, které spotřebují více než 2 000 MWh za rok, musí vyplňovat speciální checklist, provádět analýzu mezer a vytvářet plán realizace úspor energií.

Energetická účinnost produktů by se měla zlepšovat u každého nového modelu či nové generace produktu. IBM se snaží zlepšit výpočetní výkon dodávaný za každou kilowatthodinu elektřiny. Informace o environmentálních attributech výrobku, jako je energetická účinnost, obsah materiálů, chemické emise, návrh na recyklaci, nakládání s produktem po skončení životnosti a balení produktu, musí být zdokumentovány v rámci nástroje IBM Environmental Product Profile (PEP) a několikrát přezkoumány během procesu vývoje. IBM pravidelně aktualizuje databázi zákonů/nařízení týkajících se environmentálních požadavků na jejich produkty.

IBM více jak 40 let dobrovolně testuje a zakazuje substancie a materiály, které mohou mít případný negativní dopad na životní prostředí a lidský organismus. Např. polybromované bifenyly (PBB) odstranili z výroby již v devadesátých letech a použití PVC v jejich produktech zakázali v roce 2000.

Opětovné použití a recyklace starých IT produktů, především množství odpadu z těchto produktů, které je posíláno na skládku, je dalším z cílů IBM. Toto množství by nemělo přesáhnout 3 % z celkového zpracovaného množství, kdy v roce 2015 poslali pouze 0,7 % na skládku nebo do spalovacího zařízení.

Recyklace odpadu<sup>72</sup> je také pečlivě monitorována. Cíl IBM je recyklovat alespoň 75 % běžného odpadu, kdy v roce 2015 recyklovali až 85 % odpadů. Co se nebezpečného odpadu týče, bylo z 2 740 tun 58 % recyklováno. Bližší informace lze nalézt v Přílohách.

V data centrech, které jsou nemalým spotřebitelem el. energie, se IBM zaměřilo na snižování energie potřebné k jejich chlazení. 325 konzervačních projektů ve více než 100 data centrech vedlo ke snížení spotřeby o 25 800 MWh, což IBM ušetřilo více než \$2.6 milionů. 39 data center v 18 zemích je registrováno pod EU Code of Conduct for Energy Efficiency in Data Centres, IBM je dále zapojeno do programu The Green Grid (průmyslová kolaborace) a ENERGY STAR<sup>73</sup>, kdy od roku 1992 pomáhá EPA stanovit kritéria pro vybrané technologie. Průměrné PUE<sup>74</sup> jejich data center je 1,71, což odpovídá průmyslovému průměru.

Virtualizace systémů a cloud computing snížilo množství spotřebovávané energie o 132 000 MWh (\$14 miliónů). Virtualizace serverových a úložných systémů umožnila individuálním systémům podporovat více aplikací či obrazů, čímž plně využívali možnosti IT vybavení a provedli více pracovních úloh s menší spotřebou energie.

IBM podporuje zaměstnance, aby pracovali z domu a díky přijetí IBM Connections social business platformy jsou zaměstnanci více ve spojení pomocí sdílení informací online, což vedlo k snížení služebních cest.

Dalším úsporným opatřením je optimalizace logistickým operací a zvyšování hustoty a pevnosti obalů, což vedlo ke snížení emisí CO<sub>2</sub> generovaných během transportu IBM produktů a jejich komponent. V roce 2002 si IBM stanovilo, že bude využívat papír a papírové/dřevěné obalové materiály pouze z udržitelně řízených lesů v místech, kde tyto lesy existují.

Zachování vodních zdrojů a ochrana vodních toků je další důležitou oblastí zájmu IBM. První cíl na ochranu vody si společnost stanovila v roce 2000. Především se zaměřuje na využití vody ve výrobních procesech v oblasti mikroelektroniky.

Energická a klimatická ochrana v dodavatelském řetězci je podporována skrze členství dodavatelů v EICC a požadavkem ze strany IBM, aby kontrolovali materiály v produktech dodávaných IBM, aby si stanovili cíle v environmentální oblasti (např. energetickou spotřebu a emise CO<sub>2</sub>) a aby jejich výsledky veřejně publikovali.

### **Korektní podnikání**

V roce 2015 IBM investovalo více jak 6 % jejich obratu do výzkumu a vývoje za účelem vytvoření pozitivního a smysluplného dopadu na celý svět. V ten samý rok IBM vedlo již 23 rokem americký seznam držitelů patentů (s celkovým počtem 7 000 patentů).

IBM má rozsáhlý dodavatelský řetězec, jenž je tvořen více jak 14 000 dodavateli ze 100 zemí světa<sup>75</sup>, na který klade nemalé nároky i v oblasti sociální a environmentální odpovědnosti. Dodavatelé musí splňovat předem dané požadavky, které jsou

<sup>72</sup> Netýká se nebezpečného odpadu. Only nonhazardous waste.

<sup>73</sup> Řízený americkou Agenturou pro ochranu životního prostředí (EPA)

<sup>74</sup> PUE (power usage effectiveness) is the ratio of the total energy consumed by the data center, divided by the energy consumed by the IT equipment. The closer the value is to 1, the more efficient the cooling delivery. (IBM, 2017)

<sup>75</sup> Výdaje v roce 2015 tvořily 26 bilionů dolarů

pravidelně posuzovány. IBM spolupracuje s průmyslovými skupinami a usiluje o zlepšení nejen ve svém dodavatelském řetězci a také pracuje na posílení rozmanitosti svého dodavatelského řetězce. Polovina z jejich dodavatelů vydává CSR reporty, kdy je 90 % tvořeno dle GRI pokynů (většina podle G4 kritérií). IBM se v oblasti dodavatelského řetězce především snaží o:

- Posilování EICC, větší kolaborasi v rámci průmyslu a větší zapojení všech částí dodavatelského řetězce. Dle EICC jsou i tvořeny audity - EICC Validated Audit Program (VAP).
- Zvýšení počtu auditů, kdy od roku 2004 provedli více než 1 858<sup>76</sup> auditů (vyjma re-auditů). Výsledky auditů za období 2013 – 2015 lze najít v Přílohách.
- Snížení podílů konfliktních minerálů v rámci dodavatelského řetězce ve spolupráci s členy EICC. IBM není přímý kupujícím 3T+G a spoléhá na informace od CFSI<sup>77</sup>. V roce 2015 bylo 73 % hutí a rafinérií v dodavatelském řetězci IBM tzv. bezkonfliktních.
- Všichni Tier 1<sup>78</sup> dodavatelé musí mít od roku 2010 zavedený Social and Environmental Management System dle pravidel EICC.
- Zvýšení počtu dokončených a přijatých opravných akčních plánů. Akční plány jsou požadovány po dodavatelích, pokud byla nalezena nesrovnalost s etickým kódem EICC při auditu. Počty plánů z minulých let lze najít v Přílohách.
- Zvýšení diverzity dodavatelů se IBM věnuje od roku 1968. Zvýšení výdajů u společností, kteří jsou z více jak 51 % vlastněny různými etnickými skupinami, ženami, veterány, postiženými osobami či LGBT osobami. V roce 2003 byl tento program rozšířen mimo USA.

V oblasti veřejné politiky se především zaměřovali na vzdělání influencerů a tvůrců politik, a to v otázkách silných stránek a schopnostech kognitivních technologií ve zdravotnictví zaměřených na potřeby a bezpečnost pacientů a spotřebitelů.

### **Spotřebitelské otázky**

V oblasti spotřebitelských otázek se IBM zaměřuje na komerční projekty, které mají pomocí kognitivních technologií podporovat udržitelný rozvoj a zlepšovat zdravotní systém. Stejně tak se snaží edukovat své zákazníky, regionální i národní vlády o benefitech těchto technologií. Příklady těchto projektů jsou blíže rozvedeny níže.

SMT je samo vzdělávací model, který předpovídá počasí a v návaznosti na změny počasí i množství energie z obnovitelných zdrojů. Spojením strojového učení (machine learning), big data a analytiky získávají předpovědi, které jsou až o 30 % přesnější než konvekční přístupy.

---

<sup>76</sup> Full scope audits

<sup>77</sup> IBM's work to date can be summarized in four categories: establishing a supply chain standard for conflict minerals; performing a Reasonable Country of Origin Inquiry (RCOI) regarding the potential sources of conflict minerals in our products; performing due diligence by surveying our in-scope direct suppliers using the CFSI Conflict Mineral Reporting Template (CMRT) to ascertain the smelters or refiners present in the supply chain, and working with those smelters and refiners to gain their engagement in the Conflict-Free Smelter Program (CFSP) or equivalent programs.

<sup>78</sup> Přímý dodavatel, kdy Tier 2 je dodavatel dodavatele.

Green Horizons je původní iniciativou čínských IBM vědců, kteří se rozhodli propojit Internet věcí, big data a kognitivní technologie, aby predikovali úroveň znečištění ovzduší v Pekingu a dalších 300 čínských městech. Tímto způsobem pomáhají čínské vládě upozorňovat obyvatele na vyšší úroveň smogu a zavádět legislativu, které zhoršeným smogovým situacím mají předcházet. Tato iniciativa se nyní rozšiřuje i do dalších měst a zemí. Dále nově rozšiřuje svou nabídku analytických a kognitivních nástrojů, aby zlepšila řízení elektrické sítě a umožnila příjem vyššího množství energie z obnovitelných zdrojů.

Smart Cities (chytrá města) se zaměřují na vedoucí představitelé měst, kteří musí navrhovat a realizovat dlouhodobé městské plány, aby umožnili svým občanům a podnikům realizovat svůj potenciál, a zároveň efektivně řešit každodenní operace. A to pomocí nových kognitivních přístupů k dlouhodobým výzvám, kterým musí představitelé měst čelit. IBM jim v oblasti plánování a managementu nabízí řešení zaměřující se na veřejnou bezpečnost, chytřejší budovy a řešení městského plánování, řešení pro oblast státní správy a správy agentur. V rámci infrastruktury jim nabízí řešení pro dopravu, vodu a energii. A v oblasti tzv. lidských řešení (human solutions) jim nabízí řešení vzdělávání, zdravotní péče a sociálních programů.

IBM Building Management Center shromažďuje data z několika zdrojů v rámci podniku, což umožňuje operátorům využívat nové informace pro lepší operační, energetickou a prostorovou efektivnost v rámci jedné budovy i komplexu budov. Cloudový analytický software pomáhá identifikovat anomálie a předkládá pravděpodobná řešení, také prioritizuje požadavky na řešení problémů. Umožňuje tím týmu údržby vyhnout se časově náročné manuální diagnostice, prodloužit životnost zařízení, optimalizovat spotřebu energie a minimalizovat náklady.

Využití Watsona (AI) ve zdravotnictví je další průlomovou službou, kterou IBM vyvíjí. Watson Health může pomoci doktorům lépe diagnostikovat nemoci u svých pacientů, nabídnout jim vhled do jejich předchozích rozhodování a poskytnout jim specifické data od ostatních doktorů. Stejně tak může napomáhat k analýze symptomů nových nemocí a pomáhat k rychlejšímu nalezení léků k nemocem, pro které doposud nemáme efektivní léčbu. Watson Health splňuje požadavky HIPAA<sup>79</sup>.

IBM dále nabízí produkty jako je IBM Power Systems pro energeticky efektivnější servery, paměťové systémy, které mají snížit energetickou stopu a efektivněji využívat paměť hardwaru, či projekty zaměřené na efektivnější využívání a predikci vody.

IBM ví, že případné riziko pro jejich společnost je i rizikem pro zákazníka, především když využívají jejich cloudové a kognitivní technologie, a proto implementují ISO 31000 Enterprise Risk Management v rámci všech svých operací.

Dbají i na bezpečnost při vývoji technologických řešení, zkoumají interní systémy a postupy, aby mohli posoudit, jak nejlépe snížit riziko a udržet kontinuitu podnikání. Především pravidelně školí své zaměstnance v oblasti kybernetické bezpečnosti. Ochrana soukromí a dat je v souladu s normou ISO / IEC 27001 pro řízení informační bezpečnosti a také s kodexem ISO / IEC 27002 pro řízení bezpečnosti informací.

---

<sup>79</sup> Americký Health Insurance Portability and Accountability Act

## Společenská angažovanost a rozvoj komunit

I v oblasti společenské angažovanosti a rozvoje komunit IBM nezhálí. Svým zaměstnancům i bývalým zaměstnancům, kteří jsou v důchodu, nabízí **dobrovolnický program Demand Community**, který je založený na propojení schopností zaměstnanců s potřebami neziskových organizací, škol, atd. V tomto programu je zapojených více jak 275 000 aktivních pracovníků i důchodců. V roce 2015 poskytly lokálním komunitám 1 195 000 dobrovolnických hodin (výsledky z ostatních let v Přílohách).

Grantové programy má IBM dva, první jménem **Community Grants**, který se zaměřuje na podporu komunit a lze jej přidělit organizaci nebo škole, ve které zaměstnanci působí jako dobrovolníci. V roce 2015 poskytli \$4 miliony v rámci 3 100 grantů. Druh grantový program se jmenuje **Impact Grants**. Tento program umožňuje agilní darování „podnikových schopností“ školám a neziskovým organizacím. V roce 2015 byla celková hodnota 400 grantů více jak 12 milionů dolarů. Také věnovali více jak 200 organizacím software v hodnotě přes 6 milionů dolarů. V rámci Impact Grantů mohou zaměstnanci darovat svůj čas (pro bono konzultace), kdy v roce 2015 darovali 1,2 milionů hodin.

V USA a Kanadě navíc probíhá **Employee Charitable Contribution Campaign**, skrze kterou mohou zaměstnanci podpořit komunitu, ve kteréž žijí, svým časem, talentem či finanční podporou. Jedná se o jednu velkou fundraisingovou událost.

Celkově v roce 2015 IBM a jeho zaměstnanci věnovali v hotovosti 35,5 milionů dolarů, 109,5 milionů dolarů v technologiích a 60 milionů dolarů ve službách (rozdělení dle zaměření a dle kontinentů je v Přílohách). Majoritní část podpory šla na vzdělání a vzdělávacím institucím.

**IBM Corporate Service Corps (CSC)** - týmy 8 - 12 členů spolupracují s vládními, obchodními a občanskými lídry na rozvíjejících se trzích, aby jim poskytli pro bono konzultace v otázkách vzdělávání, zdravotnictví a hospodářského rozvoje. Tento program zahrnuje 3 000 vybraných zaměstnanců IBM. V roce 2015 poskytli konzultace v hodnotě 12 mil. dolarů v 20 zemích. Před tím než tým odjede na 4 čtyři týdny na „misi“, tři měsíce se učí a analyzuje problémy z dané země/oblasti. Výstupem pak jsou krátkodobé a dlouhodobé doporučení pro relevantní stakeholdery a spolupracující organizace. V roce 2015 CSC vytvořily historické partnerství s Mírovým sbory, aby sdílely odborné znalosti a přístup k influencerům pro projekty v Ghaně, na Filipínách a v Mexiku.

**IBM Health Corps (IHC)** je program, který byl uveden jako pilot v roce 2015 a spuštěn v březnu 2016. Tento program je globálním programem určeným k řešení problémů v oblasti zdravotnictví. Malé týmy IBM zaměstnanců poskytují poradenství, analýzy dat a kognitivních technologie, a tím pomáhají zdravotnickým organizacím veřejného a občanského sektoru. IHC programem např. prošli American Cancer Society, Duke Health, Gorgas Memorial Institute, RAD-AID a Taiwan Centers for Disease Control. Společně tak pracují na řešení naléhavých potřeb veřejného zdravotnictví po celém světě.

Aplikace **IBM SafetyNet** pomáhá neziskovým organizacím splňovat požadavky na dodržování a uchování záznamů potřebných k získání/udržení soukromého a vládního financování.

**Smarter Cities Challenge** je výzvou pro města, aby si zažádali o IBM grant, který obsahuje nejen technologie, ale také tři týdny konzultací od týmu IBM expertů<sup>80</sup>, aby jim pomohli se strategickými výzvami z oblasti dopravy, infrastruktury, sociálních služeb a hospodářského rozvoje, kterým města čelí. Za dobu sedmi let tento grant obdrželo více jak 132 měst, kdy byl každý grant v hodnotě cca půl mil. dolarů.

IBM poskytlo 6 500+ **univerzitám** zdarma **Watson Analytics™** a **IBM Bluemix®**<sup>81</sup>. Více 30 000 začínajících inovátorů se zapojilo do programu na rozvinutí vývojářských dovedností.

IBM také v roce 2011 spustil program **P-TECH**, který je zaměřený na výuku dětí na středních školách, které jsou ze znevýhodněných komunit. IBM se spojilo se školami, státy, vysokými školami a průmyslovými partnery, aby vytvořili studijní plán, který propojí vzdělání a praxi. Do programu by mělo být nyní zapojených 60 škol z USA a Austrálie.

IBM nezapomíná ani na učitele jejich prvním projektem byla webová prezentace **Teachers TryScience**, jenž je globální zdrojem pro výuku vědy a podporu pedagogů, vytvořená ve spolupráci s učiteli. Nabízí více jak 589 lekcí v 15 jazycích, spolu s 69 pedagogickými videy a tutoriály. Nově chce IBM pomoci učitelům skrze program jménem **Teacher Advisor**, který je poháněn AI IBM Watson. Tento online zdroj má učitelům pomoci například s podklady k výuce a přípravou na hodiny. Jelikož se jedná o zdroj, který je na bázi AI, bude se jeho kvalita s větším počtem uživatelů razantně zlepšovat. **Teacher Advisor** bude zdarma a volně dostupný pro všechny učitele v roce 2017.

V roce 2015 IBM spustilo iniciativu zaměřenou na **vzdělání veteránů** (Veterans Employment Initiative), jenž má zájemce připravit na certifikační zkoušku pokročilého analytika a pomoci jim s nalezením práce. Veteráni jsou školeni IBM experty. Pracovní pozice jsou po úspěšné certifikaci nabízeny v rámci IBM a u ostatních partnerů tohoto programu.

**World Community Grid** je síť tvořenou z počítačů dobrovolníků, kteří společně vytváří superpočítač, aby podpořili mezinárodní výzkum nemocí jako je rakovina, Ebola, HIV/AIDS, atd. Každý se může do této sítě připojit a jednoduše věnovat nepoužívanou počítačovou kapacitu na vědecké účely. V roce 2015 více jak 3 milionů zařízení poskytlo 155 000 let výpočetního času. Jen v roce 2015 se k síti připojilo 16 000 dobrovolníků.

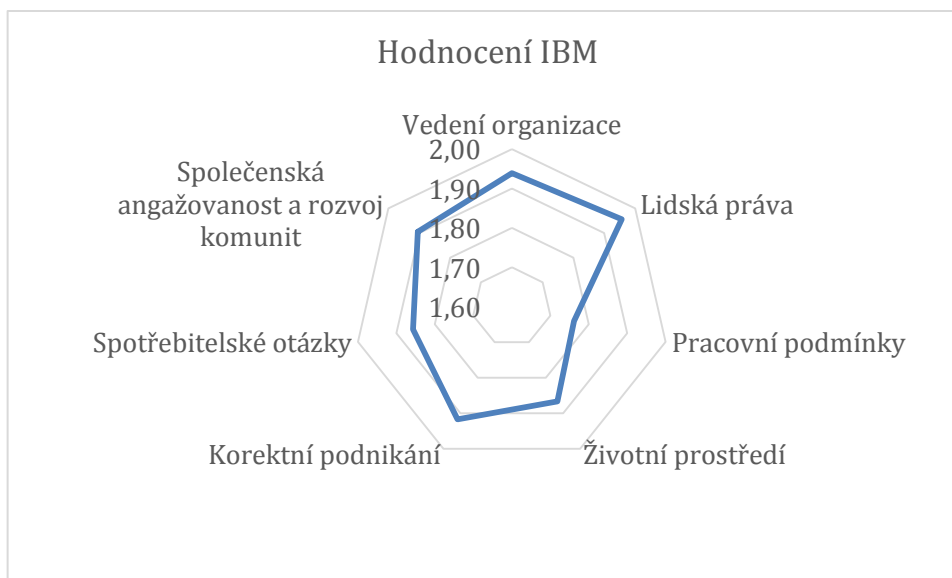
## Vyhodnocení

IBM mělo horší hodnocení oproti ostatním společnostem především v oblasti pracovních podmínek a životního prostředí, kdy mají stanoveny málo ambiciózní cíle v rámci el. energie z obnovitelných zdrojů a snižování emisí skleníkových plynů.

---

<sup>80</sup> Teams leverage IBM cognitive computing, cloud platform, mobile and social analytics and extensive weather data capabilities to provide deep, data-driven insights that help improve policy development and decision-making in cities.

<sup>81</sup> Bluemix je komplexní inovativní cloudová platforma pro vývoj, provoz a správu všech typů aplikací.



**Obrázek 19: Hodnocení IBM**

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.2.4 Alphabet (Google)

Posláním Googlu je **organizovat světové informace a zpřístupnit je všem**. Google sám „řekl“, že plnění této mise přináší výhody přístupu k informacím nejen pro 3 miliardy lidí, kteří jsou již online, ale i pro další 4 miliardy, jelikož sám od sebe vyžaduje, aby v rámci společnosti využívali zdroje ještě efektivněji. (Google, 2017)

Aktivně řeší výzvy, které s sebou nese změna klimatu a potřeby zefektivnit využívání zdrojů. Proto pracují na tom, aby všem (podnikům, vládám, neziskovým organizacím, komunitám a jednotlivcům) poskytl Google technologie k vytvoření udržitelnějšího světa. Tato filozofie započala v Googlu rozhodnutími, jako bylo např. postavit serverové skříně z použitých kostek Lega a vyvinula se v navrhování a budování globální sítě datových center, které vedou průmysl v oblasti efektivity.

##### Vedení organizace

Google je řízen mateřskou společností Alphabet (především svými zakladateli Larrym Pagem a Sergejem Brinem) a současným generálním ředitelem Googlu Sundarem Pichaiem. Nevytváří ucelený report o společenské odpovědnosti. Část aktivit z oblasti společenské odpovědnosti není vykonávána samotným Googlem, ale jeho nadací (Google.org), tím pádem jsou informace o CSR aktivitách Googlu shromažďovány na více webových prezentacích a ve více reportech/článcích.

O dodržování Etického kodexu se v Googlu stará Public Policy and Government Affairs team. Jádrem kodexu je mantra „nebuďte zlí/don't be evil“. Ethics & Compliance tým se stará o dodržování všech relevantních zákonů. Také poskytuje školení o platných právních předpisech, zveřejňuje zprávy o politických příspěvcích, kontroluje a schvaluje politické příspěvky.

Prioritizace stakeholderů Googlu dle analýzy Panmore Institute (2017):

1. Uživatelé – uživatelé v případě Googlu většinou neplatí za používání produktů. Nejsou tedy ti, kteří se přímo podílejí na obratech společnosti. Jedná se např. o uživatele Google Search, Gmailu či Chromu. Každý produkt je vyvinut s ohledem na potřeby uživatelů.

2. Zaměstnanci - tato skupina je pro Google velmi důležitá, protože definuje jeho schopnosti, například schopnost rychle inovovat. Zaměstnanci od Googlu získávají konkurenčně schopné kompenzace a zábavný design pracovišť, který Google proslavil. Kompenzační strategie zahrnuje vysoké mzdy a různé pobídky/výhody, jako je bezplatné stravování a flexibilní pracovní postupy.
3. Inzerenti a další zákazníci - inzerenti jsou hlavním zdrojem příjmů Googlu. Mají především zájem o získání účinných služeb, jako jsou efektivní online marketingové kampaně a webová analytika (Google AdWords a Google Analytics).
4. Investoři
5. Vlády
6. Lokální komunity, neziskové organizace, atd. – Google tuto skupinu podporuje skrze charitativní programy prostřednictvím nadace Google.org, která již poskytla granty a investice ve výši více než 100 milionů dolarů. Google.org má za cíl řešit změnu klimatu, zdravotnictví a chudobu v celosvětovém měřítku.

### Lidská práva

Lidská práva jsou v Google především řešena z pohledu restrikce informací a jejich online dostupnosti. V roce 2006 byl spolu s dalšími společnostmi kritizován za cenzuru informací v Číně, jelikož byli po dlouhé roky zapojeni do autocenzury čínské vlády. Organizace Human Rights Watch na tento problém poukázala ve své zprávě z roku 2006, která má název „Race to the Bottom: Corporate Complicity in Chinese Internet Censorship“. V roce 2010 došlo k zrušení této autocenzury a Google se spolu s dalšími společnostmi zapojil do Global Network Initiative (popis GNI viz Microsoft).

Co se dodavatelského řetězce a konfliktních minerálů týče, má Google zpracovaný Supplier Code of Conduct a pravidelně reportuje o stavu konfliktních minerálů (3T+G). V této oblasti spolupracuje s Conflict-Free Sourcing Initiative (CFSI) (stav jejich dodavatelů viz Přílohy).

Pomáhá i v rámci přírodních katastrof a imigrantských krizí, a to skrze nadaci Google.org. Podporují boj s Ebolou a virem Zika. Také v rámci imigrantské krize vytvořili matchingovou kampaň na webové stránce: <https://onetoday.google.com/page/refugeerelief>, aby z vybraných z příspěvků mohli podpořit např. Lékaře bez hranic, Mezinárodní záchranný výbor, Úřad Vysokého komisaře OSN pro uprchlíky nebo organizaci Save the Children.

Také se věnuje diverzitě svých zaměstnanců, jelikož by skladba zaměstnanců měla odpovídat rozmanitosti v rámci populace, aby vedla k lepšímu rozhodování a vývoji produktů, které jsou spotřebitelům bližší. 31 % zaměstnanců v lednu 2016 bylo ženského pohlaví a 69 % bylo mužů. Na tech pozicích bylo 19 % žen a ve vedení 24 % žen. V USA zaměstnávali 59 % bělochů a 32 % Asiatů. Google pro své zaměstnance také vytváří pracovní sítě, největší sítě jsou: Asian Google Network, Black Googler Network, Filipino Google Network, Gayglers, Google American Indian Network, Google Veterans Network, Greyglers, HOLA, Indus Googlers Network, Mosaic, Disability Alliance, Women@Google. Google také udělal průzkum s názvem “Women Who Choose Computer Science – What Really Matters” zaměřený



na otázku, co vede mladé dívky k tomu, aby se rozhodly pro kariérní dráhu v počítačových vědách. Zjistili, že dívky nemají dostatek podpory a povzbuzení od ostatních (nejsou nabádány, aby se pro tuto oblast rozhodly) a také mají strach, že nebudou moct uspět kvůli svému předchozímu hodnocení (horším známám ve škole). (Google, 2017)

### **Pracovní podmínky**

Google je jedním z nejvyhledávanějších zaměstnavatelů v IT oblasti. Podle amerického průzkumu společnosti PayScale z roku 2016 je z pohledu zaměstnanců Google nejlepší společností, pro kterou lze pracovat. Na 9. místě se umístil Microsoft, Apple získal 44. místo a IBM se v top 50 neobjevilo. Dle průzkumu PayScale je 86 % zaměstnanců společnosti Google, buď velmi spokojeno, nebo poměrně spokojeno se svoji prací. 73 % zaměstnanců věří, že má jejich práce smysl. Oproti ostatním analyzovaným společnostem je práce zaměstnanců Googlu i méně stresová. Medián, co se platů týče, je v Googlu \$140,000 (za rok). Známé jsou i rozmanité výhody pro zaměstnance, kteří získávají bezplatné gurmánské jídlo, technickou podporu 24/7, masáže v práci, bezplatné kurzy fitness a tělocvičny plus nadstandardní dovolenou. Google nabízí i šance pro studenty, a o v podobě stáží. (Business Insider, 2016)

### **Životní prostředí**

Podle Googlu je nejlevnější ta elektřina a voda, které není spotřebovaná. V rostoucím počtu regionů jsou obnovitelné zdroje, jako je větrná a solární energie, méně nákladné než je standardní el. energie, což vede k finančním úsporám především v dlouhém období. Google je od roku 2007 uhlíkově neutrální a jejich uhlíková stopa roste pomaleji než jejich business, což je důkazem, že lze environmentální vliv a využívání zdrojů oddělit od ekonomického růstu. Geo tým Googlu používá machine learning a cloud computing, aby vytvořili žijící a dýchající dashboard pro planetu. Letos (v roce 2017) by měl Google 100 % poháněn energií z obnovitelných zdrojů (jeho budovy, data centra, atd.), kdy se k odběru energie z obnovitelných zdrojů zavázal v roce 2012. Sám Google se k tomuto kroku vyjádřil, že je významným krokem pro společnost a také dává smysl z obchodního pohledu. (Google, 2017)

Co se týče hodnocení CDP projektu, je Googlu stabilně zveřejňován na tzv. A listu, na který se dostávají pouze společnosti z nejlepším skórem. V roce 2016 obdržel A za změnu klimatu a v roce 2015 obdržel opět A (99). (CDP, 2017)

Oblasti, kterými se Google zabývá, jsou: návrh efektivních data center, pokrok v energii z obnovitelných zdrojů, tvorba udržitelných pracovních prostředí, podpora spotřebitelů skrze technologie. Co se týče jednotlivých oblastí je Google globálním lídrem v efektivnosti data center, kdy průměrné PUE jeho data center je pouze 1,12. V průměru jejich data centra spotřebovávají o 50 % méně energie než typické data centra. V porovnání s obdobím před pěti lety dokáže Google se stejnou spotřebou el. energie dodat 3,5x více výkonu. Dále 12 ze 13 data center, které jsou vlastněny Googlem, získaly certifikaci ISO 14001 (environmentální management) a ISO 50001 (energetický management).

Google je advokátem za „zelenější“ elektrické sítě. Dlouhodobě podporuje energii z obnovitelných zdrojů a legislativní změny, které mají tuto energii udělat dostupnější. Zavázali se, že budou investovat \$2,5 bilionu do solárních a větrných projektů, kdy by tato investice měla přinést nové obnovitelné zdroje o výkonu 3,7 GW.

Také spolupracují s vládními i nevládními organizacemi, aby za použití Google technologií, predikovali a analyzovali efekty klimatických změn na globální i lokálních úrovních. Google je největším světovým odběratelem energie z obnovitelných zdrojů. Podepsali 20 smluv o celkovém výkonu 2,6 gigawattů (GW), které představují úsporu emisí rovnající se odstranění 1,2 milionů aut ze silnic. V roce 2015 zdvojnásobili nákup zelené energie, jelikož podepsali šest nových PPA<sup>82</sup>, které představují 842 MW, což je největší agregátní nákup provedený „nevýrobcem“ energie.

Centrála Googlu je alokována v oblasti, kde není dostatek vody, a OSN predikuje, že v roce 2025 budou 2/3 lidstva žít v oblastech s nedostatkem vody. Proto Google pracuje na efektivním využívání vody zejména v datových centrech, kde pravidelně zlepšují chladicí technologie a využívání nepitné vody. Také používají Google technologie, aby vědcům pomohli s výzkumem globálních problémů s vodou, a také udělují milióny dolarů slibným projektům na ochranu vody. Od roku 2013 do roku 2015 snížili v centrále množství používané pitné vody na zaměstnance o 30 %.

Google mění svůj pohled na odpad a lineární ekonomiku. Plýtváme omezenými zdroje Země a měli bychom se naučit využívat je lépe a efektivněji. Díky opravám, znovu použití a recyklování produktům, můžeme zdroje používat pořád dokola. Google se snaží tyto principy implementovat v rámci data center, správy budov a vybavení budov. Také se zavázali, že nebudou posílat žádný odpad na skládky „Zero Waste to Landfill, co se týká jejich globálních data center. Již nyní více 6 data center tuto podmínky splňuje. V roce 2015 poslali na skládky pouze 16 % odpadu a v roce 2016 14 %. Také v roce 2015 19 % serverů, které byly nově použity, byly repasované stroje a 52 % součástek, které použili na modernizaci strojů v datových centrech, bylo z renovovaného inventář.

Google také pomáhá sledovat změny naší planety. Např. Pomocí Google map může každý porovnat změny (růst měst, mizení lesů, ústup ledovců nebo vysychání jezer), které se kolem nás odehrávají za poslední dekády roků. Spolu z neziskovými organizacemi a vědci monitorují vitální znaky Země. Např. organizace Global Forest Watch, poháněná programem Google Earth Engine, sleduje veškeré tropické deštné pralesy a poskytuje včasné a přesné informace o jejich stavu, včetně výstrah, které poukazují na nedávnou ztrátu stromů.

Co se týče udržitelného pracovního prostředí, tak má Google 854 000 m<sup>2</sup> LEED certifikaci, a z toho 31 % dosáhlo na platinové hodnocení a 58 % na zlaté hodnocení. Google svým zaměstnancům v Bay Area nabízí korporátní elektrická auta a autobusovou dopravu, což v roce 2015 vedlo k úspoře 29 000 mt CO<sub>2</sub> (tCO<sub>2</sub>e).

Společnosti, které používají Gmail, můžou snížit své emise skleníkových plynů o 92 %, pokud přejdou z lokálních serverů na cloudovou službu Gmailu. Také pokud začnou využívat celý G Suite (Gmail, kalendář, dokumenty, drive a Hangouts) můžou snížit spotřebu el. energie a uhlíkových emisí o 65 – 85 %.

### **Korektní podnikání**

V rámci korektního podnikání se Google drží svého Etického kodexu, pravidelně zveřejňuje své lobbystické aktivity. Google se umístil až ve třetím okruhu firem, kdy získal 37 ze 70 bodů v CPA-Zicklin Index of Corporate Political Accountability and Disclosure, který je každoročně sestaven Centrem pro politickou odpovědnost.

---

<sup>82</sup> Power purchase agreement

Což znamená, že v této oblasti má nemalé mezery. (Center for political accountability, 2017)

Google se také zaměřuje na rozmanitou dodavatelskou základnu, jelikož vede k lepším produktům pro Google a jeho zákazníky. Small Business Supplier Diversity Program je navržen tak, aby spojil Google s malými podniky vlastněnými menšími, ženami, veterány a LGBT. Cílem tohoto programu je také vybavit tyto podniky potřebnými nástroji a zdroji, aby mohli úspěšně spolupracovat s jakoukoli společností.

Google je dle svých slov odhodlán zajistit, aby pracovní podmínky v operacích a v dodavatelském řetězci byly bezpečné, aby bylo s pracovníky zacházeno s respektem a důstojností a aby byly všechny obchodní činnosti šetrné k životnímu prostředí a prováděny eticky. Za tímto účelem Google vytvořil pro své dodavatele Etický kodex pro dodavatele (Supplier Code of Conduct), a to na základě etického kodexu EICC a mezinárodních norem, jako jsou hlavní zásady Organizace spojených národů pro podnikání a lidská práva či Všeobecné deklarace lidských práv, stejně tak na základě hodnot Googlu.

Stejně jako produkty ostatních analyzovaných společností i produkty Googlu obsahují 3T+G aneb konfliktní minerály. Google doporučuje svým dodavatelům, aby přijali podobná opatření v rámci svých dodavatelů a subdodavatelů, aby zajistili dohledatelnost původu těchto minerálů až k samotným hutním. Kromě toho i v rámci Etického kodexu dodavatelů Google očekává, že dodavatelé s náležitou péčí zajistí, aby minerály v produktech dodávaných Googlu byly nekonfliktní. Google bohužel nezveřejňuje informace o auditech u svých dodavatelů, pokud nějaké vykonává. Google spolupracuje s vládními organizacemi, průmyslovými skupinami a neziskovými organizacemi za účelem rozšíření „conflict-free“ iniciativy. Na příklad s Conflict-Free Sourcing Initiative a jejich programem Conflict-Free Smelter, s organizací Solution for Hope a připojil se k Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade.

### **Spotřebitelské otázky**

Google je orientovaný na uživatele. Funkčnost je u něj na prvním místě, proto je většina jejich produktů zdarma. Oproti Microsoftu a jeho mailovému klientu k Gmailu uživatel získá i 15 GB v cloudu. Právě poskytnutí služeb zdarma je kompenzováno informacemi o uživateli – co dělají, co vytvářejí a kdo jsou. Tyto informace Googlu pomáhají vylepšovat produkty pro uživatele a inzerenty.

V rámci těchto oblastí Google sbírá tyto data – co děláte: věci, které hledáte, navštívené webové stránky, přihraná videa, reklamy, na které jste klikli nebo klepli, vaši polohu, informace o zařízení, IP adresu a soubory cookie; co vytváříte: e-maily přijaté a odeslané v Gmailu, přidané kontakty, události v kalendáři, nahraná videa a fotky, dokumenty, tabulky a prezentace na Disku; kdo jste: jméno, e-mailová adresa a heslo, datum narození, pohlaví, telefonní číslo, země.

Google se také snaží udělat svět dostupnější i pro lidi s postižením, a to skrze Google Impact Challenge. Cílem je zpřístupnit svět pro 1 miliardu lidí žijících se zdravotním postižením. Za tímto účelem poskytl granty ve výši 20 milionů dolarů 29 neziskovým organizacím.

## Společenská angažovanost a rozvoj komunit

Google je velmi aktivní v oblasti společenské angažovanosti, proto budou připomenuty pouze některé z jeho iniciativ a aktivit. Google sponzoruje např. nadané studenty a studenty s postižením pomocí stipendií a pořádá soutěž Google Science Fair, což je globální online vědecká a technologická soutěž otevřená jednotlivcům a týmům ve věku od 13 do 18 let. Pro střední a vysoké školy pořádá Google Online Marketing Challenge. Tato soutěž poskytuje studentům unikátní příležitost vytvořit online marketingovou kampaň v Google AdWords. V minulých 9 letech se této soutěži účastnilo přes 110 000 studentů a profesorů z téměř 100 zemí.

Dále Google v místech, kde existuje TechSoup<sup>83</sup>, poskytuje neziskovým organizacím Google Apps (G Suite pro neziskové organizace), Google Ad Grants, YouTube pro neziskové organizace, OneToday či grant k rozhraní Maps API. Např. v rámci Google Ad grant neziskové organizace získají každý měsíc \$10,000 k online propagaci v rámci AdWords.

Více než 50 % amerických podniků z nedostatečně zastoupených komunit (underrepresented communities) nepůsobí online, což omezuje jejich potenciální růst v dnešní online ekonomice. Google proto spustil Accelerate with Google Academy, což je 12týdenní intenzivní program, který učí majitele firem, jak online generovat tržby a zakládat podniky. (Accelerate with Google, 2017)

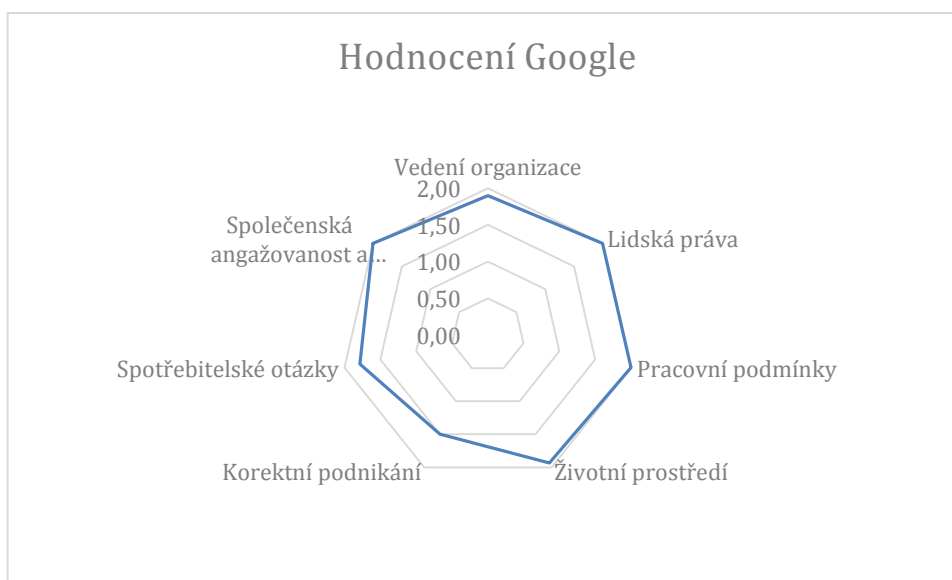
**Skrze svoji nadaci Google (Google.org)** podporuje například vzdělání dětí z nedostatečně zajištěných komunit. Neziskovým organizacím věnujícím se těmto komunitám poskytuje granty ve výši \$50 milionů spolu s pomocí dobrovolníků z Googlu, kteří věnují své odborné znalosti. Zaměřují se na tyto oblasti: získání správných učebních materiálů pro studenty, poskytnutí učitelům nejnovější dovednosti a techniky učení, umožňovat vzdělání i mimo třídu. Dále financují neziskové organizace, které pomáhají znevýhodněným komunitám dosáhnout ekonomické nezávislosti tím, že jim zpřístupňují trh práce a testují nové modely zaměstnanosti, které podněcují ekonomickou mobilitu. Skrze grantové prostředky úsilí i o posílení spravedlnosti a inkluzi. Podporují americké organizace, které se zabývají rasovou předpojatostí a nerovnostmi, zejména v systému trestního soudnictví. Pomocť v krizových situacích je také důležitou složkou grantových programů. Nadace poskytuje strategické balíčky podpory neziskovým organizacím, včetně krátkodobého a dlouhodobého financování či propojení se správnými dobrovolníky. Google.org Impact Challenge je posledním zaměřením nadace Googlu. Tato výzva je zaměřená na inovátory z řad lokálních komunit, kterých se ptá, jak ještě zlepšit jejich okolí. Veřejnost a skupina místních soudců vybírá nápady s největším potenciálem a Google.org každému vítězi věnuje strategický balíček podpory, včetně financování a 1:1 mentorství. (Google.org, 2017)

## Vyhodnocení

Google obržel lepší hodnocení oproti ostatním společnostem v oblasti pracovních podmínek, lidských práv a společenské angažovanosti a rozvoje komunit. Avšak rozdíly mezi jednotlivými analyzovanými společnostmi jsou velmi malé. Nejnižší hodnocení obdržel v oblasti korektního podnikání.

---

<sup>83</sup> Organizace TechSoup pomáhá Googlu s overováním způsobilosti jednotlivých neziskových organizací.



**Obrázek 20: Hodnocení Google**

Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.3 Průzkum povědomí a úrovně CSR malých a středních IT podniků v rámci ČR

Jeden z dílčích cílů práce bylo prozkoumání situace v rámci IT odvětví u malých a středních podniků v České republice. Průzkum „Povědomí a úroveň CSR aktivit v rámci odvětví IT“ probíhal od 20. března do 14. dubna 2017. Bylo kontaktováno okolo 4 500 malých a středních podniků, které dle NACE Rev. 2 spadají pod IT odvětví. V emailu byly podniky požádány, ať přepošlou informace osobě zodpovědné za CSR. V případě, že zodpovědnou osobu nemají, byli požádáni, ať email předají člověku z HR nebo marketingu.

#### 4.3.1 Charakteristika vzorku respondentů

Průzkumu se celkově zúčastnilo 105 podniků, které spadali pod IT odvětví. Z toho 65 % (68 podniků) mělo 1 až 10 zaměstnanců, jednalo se tedy dle on-line příručky Evropské komise „Nová definice malých a středních podniků“ o mikro podniky. 27 % (28 podniků) mělo 11 až 50 zaměstnanců, jednalo se tedy o malé podniky a 9 % (9 podniků) mělo 51 až 250 zaměstnanců, jednalo se tedy o střední podniky. S rostoucím počtem zaměstnanců se počet respondentů snižoval, což odráží i zastoupení podniků v rámci hospodářství České republiky (dále ČR). (Nová definice malých a středních podniků, 2006)

Další otázkou bylo „Kolik obyvatel má obec/město, ve kterém sídlíte?“, kdy bylo zjištěno, že majoritní část podniků má sídlo ve městech s 300 001 a více obyvateli, a to 64 % (67 podniků), což znamená, že sídlí v Praze, Brně nebo Ostravě. Nad 100 000 obyvatel má v ČR pouze šest měst<sup>84</sup>. (ČSÚ – Sčítání lidu, domů a bytů 2011, 2015)

<sup>84</sup> Praha, Brno, Ostrava, Plzeň, Liberec a Olomouc

Hodnota	Procent	Odpověď
1 – 3 000	8 %	8
3 001 – 20 000	10 %	11
20 001 - 100 000	12 %	13
100 001 – 300 000	6 %	6
300 001 a více	64 %	67

**Obrázek 21: Otázka č. 2: Kolik obyvatel má obec/město, ve kterém sídlíte?**

Zdroj: Vlastní práce

Třetí otázka se týkala odvětví, ve kterém dané podniky působí. Na výběr měli pouze z možnosti IT – informační technologie a Jiné, kdy zvolení odpovědi Jiné automaticky vedlo k vyloučení z průzkumu.

### 4.3.2 CSR aktivity

Otázka, která selektovala a větvila respondenty, byla “Je Vaše společnost společensky odpovědná, tzn., vyvíjíte aktivity, které spadají pod definici CSR?”. Pokud podnik vyvíjel CSR aktivity, byl tázán podrobněji, a pokud respondent nevěděl, zda tento typ aktivit jeho podnik vyvíjí (odpověď Nevím), nebo v případě, že tyto aktivity nevyvíjí, byl zařazen do jiného větvení s třemi otázkami. Ze 105 IT podniků: 55 % nevyvíjelo nebo nevědělo, zda vyvíjí CSR aktivity (58 podniků) a 45 % vyvíjelo CSR aktivity (47 podniků). První hypotéza, která byla testována v souvislosti s CSR aktivitami, se zaměřila na to, **zda uskutečňování CSR aktivit závisí na počtu zaměstnanců a tím na velikosti podniku ( $H_1$ )**. Testování všech hypotéz proběhlo pomocí Pearsonova chí-kvadrát testu nezávislosti v softwaru STATISTICA. První testovaná hypotéza tedy zněla:  $H_0$  č. 1: Uskutečňování CSR aktivit nezávisí na počtu zaměstnanců a tím na velikosti podniku.

Kontingencní tabulka (xls\_Data\_Export)  
 Cetnost označených bunek > 5  
 (Marginální součty nejsou označeny)

Ot_Kolik ma Vase spolecnost zamestnancu?	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Nevim	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ne	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ano	Rádk. součty
1 až 10	19	29	20	68
11 až 50	5	4	19	28
51 až 250	1	1	7	9
Vš.skup.	25	34	46	105

**Obrázek 22: Statistická analýza první hypotézy**

Zdroj: Vlastní zpracování

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (xls\_Data\_Export)  
 Cetnost označených bunek > 5  
 Pearsonuv chí-kv. : 17,0998, sv=4, p=.001849

Ot_Kolik ma Vase spolecnost zamestnancu?	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Nevim	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ne	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ano	Rádk. součty
1 až 10	16,19048	22,01905	29,79048	68,0000
11 až 50	6,66667	9,06667	12,26667	28,0000
51 až 250	2,14286	2,91429	3,94286	9,0000
Vš.skup.	25,00000	34,00000	46,00000	105,0000

**Obrázek 23: Statistická analýza první hypotézy - očekávané četnosti**

Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud by vyvíjení CSR aktivit záviselo na počtu zaměstnanců podniku, byly by skutečné počty podniků, vyvíjející tyto aktivity významně odlišné od očekávaných četností. Z výsledků jasně plyne statisticky významná odlišnost skutečných hodnot od očekávaných. Na 5% hladině významnosti hypotézu  $H_1$  nezamítáme, protože:

$$p=0,001849 < 0,05$$

Pak je zvolena hypotéza  **$H_0$ : uskutečňování CSR aktivit nezávisí na počtu zaměstnanců a tím je na velikosti podniku statisticky nevýznamná a opačně  $H_1$ : je statisticky významná.**

Zde tedy konstatovat, že vyvíjení CSR aktivit závisí na počtu zaměstnanců. Toto tvrzení dokládají i výsledky mezi jednotlivými skupinami podniků, členěných dle velikosti:

- Mikro podnik (1 až 10 zaměstnanců) – 20 (29,41 % vyvíjí CSR aktivity),
- Malý podnik (11 až 50 zaměstnanců) – 19 (67,86 % vyvíjí CSR aktivity),
- Střední podnik (51 až 250 zaměstnanců) – 7 (77,78 % vyvíjí CSR aktivity).

Je zde jasný trend vyvíjení CSR aktivit s růstem společnosti. Ke stejnému zjištění dospěl i Ing. Tomáš Grabec, který ve své diplomové práci z roku 2016 zkoumal situaci v Jihomoravském kraji. Z jeho statistického testování vyplynulo, že uplatnění principů CSR ve společnosti závisí na počtu zaměstnanců společnosti. Kde byla validita testování doložena i procentuálním zastoupením společností:

- mikropodniky – 49 (36,8%),
- malé podniky – 80 (53%),
- střední podniky – 43 (65,2%),
- velké podniky – 24 (77,4%). (Grabec, 2016)

Statistickým průzkumem bylo dále zjišťováno, ve kterých obcích/městech, dle velikosti obce, je míra vyvíjení CSR aktivit vyšší a zda má velikost obce/města vliv na vyvíjení CSR aktivit. Druhá testovaná hypotéza se tedy zabývá vlivem velikosti města/obce na vyvíjení CSR aktivit.  **$H_0$  č. 2: Uskutečňování CSR aktivit nezávisí na počtu obyvatel města/obce, ve kterém podnik sídlí.**

Kontingencní tabulka (xls\_Data\_Export)  
 Četnost označených buněk > 5  
 (Marginální součty nejsou označeny)

Kolik obyvatel ma obec/mesto, ve kterém sídlíte?	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Nevim	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ne	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijite aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ano	Rádk. součty
20 001 - 100 000	3	3	7	13
1 - 20 000	6	6	7	19
100 001 a více	16	25	32	73
Vš. skup.	25	34	46	105

**Obrázek 24: Statistická analýza druhé hypotézy**

Zdroj: Vlastní zpracování

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (xls\_Data\_Export)  
 Četnost označených buněk > 5  
 Pearsonův chí-kv. : 1,53359, sv=4, p=.820675

Kolik obyvatel ma obec/mesto, ve kterem sídlíte?	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijte aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Nevim	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijte aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ne	Je Vase spolecnost spolecensky odpovedna, tzn. vyvijte aktivity, ktere spadaji pod definici CSR? Ano	Rádk. soucety
20 001 - 100 000	3,09524	4,20952	5,69524	13,0000
1 - 20 000	4,52381	6,15238	8,32381	19,0000
100 001 a vice	17,38095	23,63810	31,98095	73,0000
Vš.skup.	25,00000	34,00000	46,00000	105,0000

**Obrázek 25: Statistická analýza druhé hypotézy - očekávané četnosti**

Zdroj: Vlastní zpracování

Jestliže by vyvíjení CSR aktivit záviselo na počtu obyvatel města/obce, ve které podnik sídlí, byly by odlišnosti mezi skutečnými a očekávanými četnostmi statisticky průkazné. Z výsledků vyplývá, že závislost skutečných a očekávaných četností není statisticky významná. Lze tedy předpokládat vzájemnou nezávislost testovaných veličin.

Hypotéza  $H_0$  je vzájemná nezávislost vyvíjených CSR aktivit na velikosti obce/města, ve které podnik sídlí, a hypotéza  $H_1$  představuje vzájemnou závislost těchto dvou proměnných, pak na 5% hladině významnosti hypotézu  $H_1$  zamítáme, protože:

$$p=0,820675 > 0,05$$

**Závislost těchto dvou proměnných se tedy neprokázala.** Tento fakt je pochopitelný i proto, že IT společnosti jsou více zvyklé působit on-line a využívat on-line prostředí, kde se snáze dostanou k informacím o CSR.

- 1 – 20 000<sup>85</sup> obyvatel – 36,84 % (7) vyvíjí CSR aktivity
- 20 0001 – 100 000 obyvatel – 53,85 % (7) vyvíjí CSR aktivity
- 100 001 a více obyvatel - 43,84 % (32) vyvíjí CSR aktivity

Po zodpovězení prvních čtyř otázek se podniky rozdělily na ty, jež CSR aktivity vyvíjí a ty, jež je nevyvíjí nebo neví, zda je vyvíjí.

#### 4.3.3 Odpovědi podniků, které vyvíjí CSR aktivity

První otázka, na kterou podniky, jež vyvíjí CSR aktivity (47 podniků, co je 45 % ze všech IT respondentů) odpovídaly, byla zaměřená na to, zda mají odpovědnou osobu za CSR aktivity. 22 ze 47 respondentů uvedlo, že tuto osobu mají. Ani jeden z podniků nemá CSR oddělení a zodpovědné osoby byly především z vedení společnosti, z lidských zdrojů nebo z marketingu. Další z vybraných otázek se týkala znalosti ISO normy 26000. 14 ze 47 respondentů odpovědělo, že ví, čím se ISO norma, která je zaměřena na společenskou odpovědnost podniků, zabývá. Proto se další statistické testování, zaměřilo na vztah mezi znalostí ISO normy 26000 a tím, zda má podnik zodpovědnou osobu za CSR. Jestli zde existuje závislost. Třetí nulová testovaná hypotézy tedy zní,  $H_0$ : **Znalost ISO normy 26000 není závislá na tom, zda má podnik osobu zodpovědnou za CSR.**

<sup>85</sup> V rámci statistického testování došlo ke sloučení některých kategorií, aby bylo možné hypotézy testovat, jelikož četnosti některých odpovědí byly velmi malé až nulové.



Kontingencní tabulka (xls\_Data\_Export)

Cetnost označených buněk &gt; 5

(Marginální součty nejsou označeny)

Víte, čím se zabývá norma ISO 26000?	Mate v rámci společnosti osobu/oddělení, jenz je zodpovědná/e za CSR? Ne	Mate v rámci společnosti osobu/oddělení, jenz je zodpovědná/e za CSR? Ano	Rádk. součty
Ano	8	6	14
Ne	17	16	33
Vš. skup.	25	22	47

Obrázek 26: Statistická analýza třetí hypotézy

Zdroj: Vlastní zpracování

Souhrnná tab.: Očekávané četnosti (xls\_Data\_Export)

Cetnost označených buněk &gt; 5

Pearsonův chí-kv. : ,125037, sv=1, p=,723634

Víte, čím se zabývá norma ISO 26000?	Mate v rámci společnosti osobu/oddělení, jenz je zodpovědná/e za CSR? Ne	Mate v rámci společnosti osobu/oddělení, jenz je zodpovědná/e za CSR? Ano	Rádk. součty
Ano	7,44681	6,55319	14,00000
Ne	17,55319	15,44681	33,00000
Vš. skup.	25,00000	22,00000	47,00000

Obrázek 27: : Statistická analýza třetí hypotézy - očekávané četnosti

Zdroj: Vlastní zpracování

V případě, kdyby znalost ISO normy závisela na existenci osoby/oddělení, která/é je zodpovědná/é za CSR aktivit, byly by odlišnosti mezi skutečnými a očekávanými četnostmi statisticky průkazné. Z výsledků vyplývá, že závislost skutečných a očekávaných četností není statisticky významná. Lze tedy předpokládat vzájemnou nezávislost testovaných veličin.

Na 5% hladině významnosti hypotézu  $H_1$  zamítáme, protože:

$$p=0,723634 > 0,05,$$

což znamená, že jsou **testované veličiny nezávislé a  $H_0$  č. 3: Znalost ISO normy 26000 není závislá na tom, zda má podnik osobu zodpovědnou za CSR, je statisticky významná.** O nezávislosti vypovídají i výsledky znalosti ISO normy:

- Neexistence zodpovědné osoby za CSR – 32,00 % (6) zná ISO normu
- Existence zodpovědné osoby za CSR – 27,27 % (8) zná ISO normu

Pokud by existoval vztah mezi veličinami, tak by byl větší podíl znalosti ISO normy u podniků, které mají zodpovědnou osobu za CSR.

Dále byly podniky tázány na otázky, které spadají pod jednotlivé klíčové oblasti ISO normy: vedení organizace, lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí, korektní podnikání, spotřebitelské otázky a společenskou angažovanost a rozvoj komunit.

### Vedení organizace

První otázka se týkala toho, zda je CSR součástí firemní strategie, kdy 31 ze 47 odpovědělo kladně (Ano). Velmi pozitivním zjištěním je to, že se ve 40 ze 47 podniků do rozhodování ohledně CSR strategie/aktivit zapojuje i vedení. 9 ze 47 podniků dokonce tvoří CSR plán.

Oblíbeným nástrojem k interní komunikaci CSR aktivit jsou setkání se zaměstnanci (32 odpovědí), emaily (27 odpovědí) a intranet (13 odpovědí). Co se týče externí komunikace, respondenti nejvíce volili: firemní webové stránky<sup>86</sup> (23 odpovědí), emaily (18 odpovědí), tištěné/online články (11 odpovědí) a 14 respondentů nepoužívá žádné prostředky externí komunikace CSR aktivit (více informací v přílohách). 19 ze 47 podniků využívá CSR v rámci svých PR aktivit. Jeden z malých podniků dokonce vytváří CSR report a jeden malý podnik začleňuje informace do finančních zpráv. 45 ze 47 podniků informace o CSR aktivitách nijak nereportuje. 44 ze 47 podniků nepoužívá žádné normy/standards zaměřené na oblast CSR. 41 ze 47 podniků nejsou členy některé z platforem věnujících se CSR a ani nepodporují nevládní organizace, které se věnují společenské odpovědnosti. Níže v tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků<sup>87</sup>), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků<sup>88</sup>).

Absolutní četnosti <sup>89</sup>	Odpověď - Podniků...
40	Do rozhodování ohledně CSR strategie/aktivit se zapojuje vedení.
9	Tvoří CSR plán.
31	CSR je součástí firemní strategie.
19	Využívá CSR v rámci svých PR aktivit.
45	Informace o CSR aktivitách nijak nereportuje.
44	Nepoužívá žádné normy/standards zaměřené na oblast CSR.
41	Nejsou členy některé z platforem věnujících se CSR a ani nepodporují nevládní organizace, které se věnují společenské odpovědnosti.
16	Má sestavený a zveřejněný etický kodex.
14	Zapojujete do rozhodování o CSR i ostatní zájmové skupiny (stakeholdery).
13	Souhlasí s tím, že by mělo být reportování o CSR aktivitách legislativně upraveno.
23	Snaží se o navázání vztahů s místní komunitou.

**Tabulka 12: Výsledky průzkumu u MSP - vedení organizace**

Zdroj: Vlastní zpracování

### Společenská angažovanost a rozvoj komunit

V této oblasti se značná část podniků věnuje podpoře vzdělání a také přímo se školami kooperují. Dokonce má 7 MSP (malých a středních podniků) vyčleněný rozpočet na spolupráci s neziskovými organizacemi a firemní dárcovství. 35 podniků také dává přednost lokálním dodavatelům.

<sup>86</sup> Pouze 4 respondenti uvedli, že má CSR vlastní sekci na jejich webových stránkách.

<sup>87</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>88</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>89</sup> Počet podniků - z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

Absolutní četnosti <sup>90</sup>	Odpověď – Podniků... <sup>91</sup>
23	Motivuje své zaměstnance k dobrovolnickým aktivitám.
34	Spolupracuje s neziskovými organizacemi.
29	Angažuje se ve firemním dárcovství.
7	Má vyčleněn rozpočet na spolupráci s neziskovými organizacemi a firemní dárcovství.
35	Zapojuje se do projektů zaměřených na zvýšení kvality vzdělávání.
30	Zapojuje se do partnerství s místními organizacemi (VŠ, výzkumné laboratoře, atd.) zaměřené na technologický a vědecký rozvoj
19	Pomáhá chránit a udržovat kulturní dědictví.
33	Zvažuje dopad svých investičních rozhodnutí na tvorbu nových pracovních míst.
40	Snaží se o spravedlivé rozdělování příjmu a přínosů z ekonomické činnosti (např. skrze daně, mzdy a zisk).
35	Dává přednost obchodní spolupráci s místními (sub)dodavateli.

**Tabulka 13: Výsledky průzkumu u MSP - společenská angažovanost a rozvoj komunit**

Zdroj: Vlastní zpracování

### Lidská práva

Lidská práva jsou oblastí, která je řešena u většiny respondentů. Vzhledem k tomu, že MSP nedokáží významně ovlivňovat svoji dodavatelskou síť, nebyli tázáni ohledně lidských práv v oblasti dodavatelského řetězce. Avšak je vhodné, aby se alespoň pokusili o mapování konfliktních materiálů a ptali se svých dodavatelů, jak přistupují k této problematice. Níže jsou odpovědi na otázku ohledně procentuálního zastoupení žen v podnicích, kdy nadpoloviční část odpověděla, že podíl žen v rámci jejich podniku je mezi 0 – 10 %, což je méně než ve vybraných nadnárodních společnostech.

Absolutní četnosti <sup>92</sup>	Odpověď – Podniků... <sup>93</sup>
46	Dbá na dodržování lidských práv.
35	Zaměstnává pracovníky s různou národností, rasou, pohlavím, věkem či zdravotním postižením.
38	Snaží se eliminovat potenciální diskriminační praktiky.

**Tabulka 14: Výsledky průzkumu u MSP - lidská práva**

Zdroj: Vlastní zpracování

<sup>90</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>91</sup> V tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků).

<sup>92</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>93</sup> V tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků).

### Jaký je zhruba % podíl žen ve vedoucích pozicích v rámci Vaší společnosti?

Hodnota	Procent	Odpovědí
0 % - 10 %	55 %	26
11 % - 20 %	9 %	4
21 % - 30 %	9 %	4
31 % - 40 %	13 %	6
41 % - 50 %	13 %	6
51 % - 60 %	2 %	1

**Obrázek 28: Podíl žen na vedoucích pracovních pozicích**

Zdroj: Vlastní zpracování

### Pracovní podmínky

IT podniky vzhledem k nedostatku potenciálních zaměstnanců nabízí oproti ostatním oblastem nadstandartní pracovní podmínky (vyjma oblasti výroby hardwaru). Což odráží i odpovědi respondentů. Majoritní část dbá na work-life balance svých zaměstnanců, nabízí pracovní podmínky nad rámec zákona (home-office, dog friendly workplace, sick days, atd.) a poskytuje svým zaměstnancům školení, aby se mohli profesně rozvíjet.

Absolutní četnosti <sup>94</sup>	Odpověď - Podniků... <sup>95</sup>
30	Plánuje lidské zdroje a má stanoveny postupy pro jejich řízení.
31	Plánuje lidské zdroje tak, aby zamezila zbytečnému zaměstnávání na dobu určitou.
43	Má vytvořeny pracovní podmínky i nad rámec zákona (např. home-office, dog friendly workplace, sick days, atd.).
41	Snaží se o vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců (tzv. work-life balance).
38	Poskytujete svým zaměstnancům školení v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) a požární ochrany (PO).
15	Má vyčleněny finanční prostředky pro případ nemoci z povolání, pracovních úrazů apod.
43	Poskytujete svým zaměstnancům školení, aby se mohli rozvíjet, vzdělávat a odborně růst.
26	Má zodpovědnou osobu či oddělení pro rozvoj lidských zdrojů.

**Tabulka 15: Výsledky průzkumu u MSP - pracovní podmínky**

Zdroj: Vlastní zpracování

### Životní prostředí

Překvapením v oblasti životního prostředí je, že se 41 MSP snaží zamezit znečištění životního prostředí ve svém okolí a 36 respondentů navíc bere ohled na zajištění

<sup>94</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>95</sup> V tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků).

dostupnosti zdrojů v budoucnu. Oblast, která je pro MSP nelehko uchopitelná, je samotné zaznamenávání environmentálních úspor a těchto aktivit.

Absolutní četnosti <sup>96</sup>	Odpověď - Podniků... <sup>97</sup>
41	Snaží se zamezit znečištění životního prostředí ve svém okolí.
36	Bere ohled na zajištění dostupnosti zdrojů i v budoucnu, jako např.: snižováním spotřeby energie, pohonných hmot, vody (úsporné splachování), ochrana vody (čištění odpadních vod), atd.
10	Zaznamenává si každoroční úsporu zdrojů a aktivity směřující k ochraně životního prostředí.
17	Vzdělává své zaměstnance v environmentální oblasti.
10	Snižuje využívání fosilních paliv a nahrazuje je jinými zdroji.
18	Podílí se na ochraně a na obnově přírodního prostředí, jeho ekosystému nebo na ochraně fauny a flóry.
15	Podílí se na podpoře ochrany městského a vesnického udržitelného rozvoje.

**Tabulka 16: Výsledky průzkumu u MSP - životní prostředí**

Zdroj: Vlastní zpracování

### Korektní podnikání

V této oblasti většina podniků odpovídala na otázky kladně, výkyv nastal u otázky, zda podnik propaguje své CSR aktivity v rámci dodavatelsko-odběratelského řetězce, kdy odpověď „Ano“ zvolila minoritní část respondentů. Dále pouze 18 podniků odpovědělo, že jsou etické zásady a CSR aktivity důležitým kritériem pro výběr dodavatele.

Absolutní četnosti <sup>98</sup>	Odpověď - Podniků... <sup>99</sup>
16	Školí své zaměstnance v oblasti protikorupční politiky.
44	Poskytuje všechny potřebné informace zúčastněným stranám (spravedlivé smluvní podmínky, informace o cenách, o ukončení smlouvy, atd.).
12	Propaguje a zvyšuje povědomí o svých CSR aktivitách v rámci dodavatelské-odběratelského řetězce.

<sup>96</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>97</sup> V tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků).

<sup>98</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>99</sup> V tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků).

18	Etické zásady a CSR aktivity jsou důležitým kritériem pro to, aby se společnost mohla stát našim dodavatelem.
46	Poskytuje svým zákazníkům úplné, jasné a srozumitelné informace o své činnosti.
45	Realizuje čestný marketing a propagaci z hlediska etiky.
25	Má vytvořeny konkrétní předpisy pro tvorbu marketingu a mají v rámci společnosti jasně přidělenou odpovědnost za marketing.

**Tabulka 17: Výsledky průzkumu u MSP - korektní podnikání**

Zdroj: Vlastní zpracování

### Spotřebitelské otázky

Spokojenost spotřebitelů je „chlebem a solí“ většiny podniků, což odráží i výsledky průzkumu. I MSP získávají zpětnou vazbu od svých spotřebitelů, zkoumají jejich potřeby a očekávání. Dokonce i 18 podniků uskutečňuje kroky pro změnu chování svých zákazníků, které mají vést k zodpovědnému využívání přírodních zdrojů.

Absolutní četnosti <sup>100</sup>	Odpověď - Podniků... <sup>101</sup>
40	Jasně sděluje svým zákazníkům informace o bezpečnosti produktů.
47	Zkoumá potřeby a očekávání svých zákazníků.
46	Snaží se získat zpětnou vazbu od svých zákazníků a zvyšovat jejich spokojenost.
18	Uskutečňuje kroky pro změnu chování svých zákazníků, které mají vést k zodpovědnému využívání přírodních zdrojů.
46	Dostatečně chrání soukromé údaje svých zákazníků.

**Tabulka 18: Výsledky průzkumu u MSP - spotřebitelské otázky**

Zdroj: Vlastní zpracování

#### 4.3.4 Odpovědi podniků, které nevyvíjí CSR aktivity

58 podniků, které tvoří 55 % respondentů, CSR aktivity nevyvíjí nebo neví, že by jejich podnik vyvíjel. Proto byli tázáni, jaký je důvod, proč CSR aktivity nevyvíjí. Mohli si zvolit více než jeden důvod. 27 z 58 podniků zvolilo odpověď „Nedostatek lidí, kteří by za tyto aktivity byli zodpovědní / nedostatek času“ a stejný počet respondentů odpověděl „Nedostatek znalostí o CSR a o možnostech implementace“. Tyto odpovědi jsou pozitivní, neboť značí, že podniky mají o CSR zájem, pouze neví, jak k CSR přistupovat a jak ho efektivně řídit. 10 podniků v CSR aktivitách smysl, z celkového počtu respondentů (105) tvoří 9,5 % podniků. Další 3 podniky plánují CSR aktivity zavést, ale bohužel se k realizaci zatím nedostaly.

<sup>100</sup> Z celkového počtu 47 podniků, které v rámci dotazníkového šetření uvedly, že vyvíjí CSR aktivity.

<sup>101</sup> V tabulce jsou uvedeny vybrané odpovědi podniků, kdy jsou žlutě označeny otázky, které měly četnost odpovědí větší než 22 (cca 50 % počtu podniků), a zeleně jsou označeny ty, které měly četnost odpovědí větší než 32 (cca 70 % podniků).

Hodnota		Procent	Odpovědí
Nedostatek lidí, kteří by za tyto aktivity byli zodpovědní / nedostatek času		47 %	27
Nedostatek znalostí o CSR a o možnostech implementace		47 %	27
Nevidíme v těchto aktivitách smysl		17 %	10
CSR aktivity plánujeme zavést, ale ještě jsme se k realizaci nedostali		5 %	3
Jiné:		21 %	12

**Obrázek 29: Otázka: Proč CSR aktivity nevyvíjíte?**

**Zdroj: Vlastní zpracování**

Dále byly podniky tázány, jaké přínosy vidí v zavedení CSR. Respondenti mohli opět vybrat více než jednu odpověď. 27 podniků uvedlo, že žádné přínosy nevidí, což může být ovlivněno neznalostí CSR a jeho možností. Malé a střední podniky podle vepsaných odpovědí u možnosti Jiné, kterou vyplnilo 8 respondentů, neví, co koncept společenské odpovědnosti znamená a že se nejedná pouze o filantropické aktivity, které jsou používány v rámci PR. 16 podniků se domnívá, že CSR vede k zlepšení image společnosti a jednotlivých brandů. 9 podniků si myslí, že CSR vede ke zvýšení důvěry zákazníků – větší loajalita vůči společnosti/značce a dalším často vybíraným přínosem (9 responzí) bylo zvýšení schopnosti získávat zaměstnance a snížení jejich fluktuace – zvýšení loajalita vůči zaměstnavateli.

## 5 Doporučení

Níže jsou doporučení pro nadnárodní korporace i pro malé a střední IT podniky ze CSR oblasti. Doporučení jsou rozdělena dle mezinárodní normy ISO 26000, a to na: vedení organizace, lidská práva, pracovní podmínky, životní prostředí, korektní podnikání, spotřebitelské otázky a společenskou angažovanost a rozvoj komunit.

### 5.1 Doporučení pro nadnárodní organizace

Nejprve jsou představeny doporučení pro nadnárodní společnosti, které vychází z výše provedeného průzkumu.

#### 5.1.1 Vedení organizace

Společnosti by měly pravidelně mapovat znalosti svých zaměstnanců v oblasti společenské odpovědnosti a jejich návrhů na zlepšení v této oblasti. Zapojení samotných zaměstnanců nejen v jednotlivých aktivitách, ale v samotném procesu tvorby strategie a CSR plánu je nezbytné pro jejich následné efektivní zapojení ve vytvořených programech a iniciativách. Zároveň by měl být každý nový zaměstnancem seznámen nejen s jeho funkcí a povinnostmi v rámci společnosti, ale také se CSR programy, do kterých se může zapojit.

Dále by všechny výše analyzované společnosti (především IBM) měly více prezentovat své CSR programy mezi svými stakeholdery. Vhodným nástrojem zaujmout velké množství lidí je prezentace svých programů a především jejich přínosu v rámci TEDx událostí a talků. Také můžou využít síť společnosti 2degrees, které mají zlepšit udržitelnost v rámci svých hodnotových řetězců tím, že usnadní komunikaci a sdílení osvědčených postupů mezi společnostmi. (2degrees, 2017)

#### 5.1.2 Pracovní podmínky

Společnosti by se měly zaměřit na sjednocení benefitů a na celkový přístup k zaměstnancům v rámci USA a mimo USA. Měly by se snažit vytvořit stejné podmínky pro všechny zaměstnance, nehledě na zeměpisnou šířku.

I ostatní IT společnosti (zatím je zapojeno pouze IBM) se můžou zapojit do hodnocení organizace Workplace Pride, která jako jedna z mále globálně hodnotí přístup k LGBT, tzn. jak přátelské je v dané společnosti pracovní prostředí pro tuto skupinu lidí.

#### 5.1.3 Životní prostředí a lidská práva v dodavatelském řetězci

Oblast, které by měla být věnována pozornost, je spotřeba el. energie a vody v data centrech. Všechny výše analyzované společnosti vlastní data centra, která mohou svou celkovou spotřebou el. energie konkurovat menším zemím. Nyní data centra spotřebovávají více než 3 % z celkové spotřeby el. energie a dle predikcí by se jejich spotřeba měla během dalších 10 let ztrojnásobit. (Independent, 2016)



Proto je důležité, aby společnosti snižovaly energetickou náročnost svých data center a své zkušenosti mezi sebou sdílely. Úroveň jednotlivých společností v této oblasti, lze snadno srovnat podle PUE (power usage effectiveness).

Společnost	PUE (průměr průmyslu je 1,7)
Apple	N/A – odhad 1,1 - 1,35 <sup>102</sup>
Microsoft	1,4
IBM	1,71
Google	1,12

**Tabulka 19: Průměrné PUE**

Zdroj: Vlastní zpracování

V této oblasti dělá velmi pozitivní kroky Google, který zveřejňuje úspěšné inovace a jejich implementace (např. přesun data center do chladnějších podnebních pásem, využití odpadní vody na chlazení, atd.). Navíc zavádí praktiky cirkulární ekonomiky, kdy 52 %<sup>103</sup> součástek použitých na modernizaci strojů v datových centrech bylo „recyklováno“ ze starého inventáře.

Dále jde ke správě data center přistupovat i alternativně. Skvělým příkladem je nizozemská společnost Nerdalize, kdy na místo umístování serverů v rámci data centra, umísťují servery ve vybraných domácnostech a budovách, kde slouží jako tepelné zdroje pro ohřev vzduchu (jako radiátory).

Společnosti by se měly snažit snižovat emise skleníkových plynů. Mapování vlivu a pokroku jednotlivých společností provádí Carbon Disclosure Project, v rámci kterého jsou společnosti hodnoceny na škále A-F a 0-100. Srovnání analyzovaných společností v posledních třech letech níže.

Carbon Disclosure Project (CDP)				
Rok	2014	2015	2016	2016
Oblast	Climate Change (Změna klimatu)			Water (Voda)
Microsoft	A (99)	A (99)	A	A-
IBM	B (81)	B (97)	B	B-
Alphabet (Google)	A (94)	A (99)	A	N/A
Apple	A (99)	A (100)	A	F (decline to participate)

**Tabulka 20: Srovnání vybraných společností v CDP**

Zdroj: Vlastní zpracování

Aby společnosti snížily své emise, měly podporovat své zaměstnance, aby pracovali z domu, aby méně cestovali a jako formu komunikace volili například online konference (v případech, kdy je to relevantní). Hezkým příkladem je carbon fee Microsoftu, který „nutí“ přemýšlet o emisích i ostatní obchodní jednotky, které by o environmentálních nákladech cestování běžně nepřemýšlely.

Společnosti by měly více přemýšlet o energetické efektivitě produktů již při vývoji a o možnostech snížení spotřeby el. energie edukovat i samotné spotřebitele.

<sup>102</sup> Apple's Maiden facility – odhady z článku (Horner a Azevedo, 2016)

<sup>103</sup> Informace z roku 2015

Po vzoru IBM by společnosti mohly sdílet globální databázi zákonů/požadavků/norem z environmentální oblasti, jelikož legislativa se v této oblasti velmi mění a i ISO normy kladou na management energií větší nároky. Také by mohly sdílet informace o materiálech, chemikáliích, atd. a jejich vlivech/potenciálních rizicích pro životní prostředí a lidský organismus.

Nakupování energie z obnovitelných zdrojů je doménou analyzovaných společností. Avšak pouze nakupovat REC/GoO<sup>104</sup> není to stejné, jako podepisovat dlouhodobé Power purchase agreements nebo se zavázat k zeleným tarifům přímo od dodavatele. Také je více typů REC, jeden typ je vázaný na původní zdroj el. energie generované z obnovitelných zdrojů (tzv. bundled) a druhý není vázaný na původní zdroj. Právě Microsoft je kritizován organizací Greenpeace za to, že nakupuje především „unbundled“ REC. Společnosti by se měly více zaměřovat na dlouhodobé kontrakty s investory/majiteli a na zelené tarify, jež poskytují větší jistotu pro obě strany a více podporují rozvoj „zelených elektráren“ (investor má jistotu, že po určité době má zajištěny příjmy ze své investice). (Greenpeace, 2017)

Společnost	Uhlíková neutralita	Závazek k 100 % odběru el. energie z obnovitelných zdrojů
Microsoft	Závazek v 2012/uhlíkově neutrální od 2013	Závazek od 2014
IBM	Neexistující závazek	Neexistující závazek
Alphabet (Google)	Uhlíkově neutrální od 2007	Závazek od 2012
Apple	Neexistující závazek <sup>105</sup>	Závazek od 2012

**Tabulka 21: Závazky společností k uhlíkové neutralitě a 100 % RE**

Zdroj: Vlastní zpracování

Společnosti svými kroky v oblasti úspor elektrické energie, vody a minerálů nejen přispívají k zlepšení životnímu prostředí (snížení emisí), ale mají i nemalé finanční úspory, a to snížením spotřeby energií. Až třetina energie spotřebovaná typickým serverem je ztracena předtím, než se dostane k výpočetním komponentům, které skutečně provozují softwarové produkty a služby. Google tento problém řeší minimalizováním převodu energie a použitím vysoce účinných baterií, které jsou umístěny co nejbližší u zařízení, které potřebují napájení. Takto ročně ušetří 500 kWh na server, což při 900 tis. serverů je úspora 450 GWh. Při průměrné ceně 3,71 Kč/kWh se jedná o roční úsporu 1 669,5 mil. Kč, což je pro Google značná finanční úspora.

#### 5.1.4 Korektní podnikání (včetně lidských práv v dodavatelském řetězci a vlivu na životní prostředí)

Analyzované společnosti (včetně dalších společností) by se měly zapojit do společné eliminace konfliktních minerálů ze svých dodavatelských řetězců, a tedy ze svých produktů. Výše analyzované společnosti již vyvíjí iniciativy v rámci EICC či CSFI,

<sup>104</sup> Renewable Energy Certificate/ Guarantee of origin - created for every megawatt-hour of renewable electricity generated and delivered to the utility grid

<sup>105</sup> Apple „dosáhne“ uhlíkové neutrality, až splní závazek 100 % energie z obnovitelných zdrojů

avšak zaměřují se pouze na 3T+G, kdy existuje nespočet dalších prvků, které přispívají i v jiných oblastech (nejen v Africe – DRC) k ozbrojeným konfliktům, např. měď, kobalt či grafit. Např. v Číně působí značné problémy komunitám a přírodnímu prostředí těžba a zpracování grafitu. A podle výzkumu organizace SOMO (2013) konflikty spojené s minerály se vyskytují v 17 zemích v Asii, Latinské americe a v Africe. V těchto konfliktních regionech se těží např. železná ruda, zinek, síra, nikl, molybden, stříbro, nefrit, diamanty, atd. Avšak nejvíce asociovaná s konflikty byla měď. V Přílohách je demonstrováno na infografice od Amnesty International, jak komplexní jsou dodavatelské řetězce v případě kobaltu, stejně komplexní jsou i pro ostatní minerály.

Jako vzácné minerály jsou často označovány i neodym a cerium, které jsou celkem časté. Neodym není vzácnější než měď či nikl a je rovnoměrně rozložen v zemské kůře. Jeho produkce je z 99 % alokována v Číně, kdy je zde pouze 30 % jeho zdrojů. Právě těžba neodymu a ceria v Číně je dělá „vzácnými“. Čína tyto minerály extrahuje způsobem, který je velmi hazardní a toxický, ale je levný, tudíž se ostatní země kvůli nízké ceně ani nesnaží tyto minerály těžit<sup>106</sup>. Lze konstatovat, že dominantní postavení Číny v těžbě vzácných minerálů není vázáno na geologické podmínky, ale na ochotě země obětovat životní prostředí, kterou ostatní státy nemají. (BBC, 2017)

Společnosti by proto měly vytvořit společné týmy<sup>107</sup> a prvky/materiály, které mohou způsobit problémy místním komunitám a životnímu prostředí, mapovat. Do tohoto procesu mohou zapojit i mezinárodní organizace (SOMO, Amnesty International či Greenpeace, atd.), vědce, investigativní novináře, vlády a i jednotlivce, kteří jsou ochotni pomoci s vyhodnocením vlivu nekontrolovatelné těžby a místa lokálně mapovat/kontrolovat. Vzniklé situace by pak měly aktivně řešit a především by se jim měly snažit předcházet. Např. počet hliníkových baterií<sup>108</sup> ve světě stále roste a tyto baterie nejsou tvořeny pouze z hliníku, ale obsahují i grafit a další prvky, jenž můžou negativně ovlivnit komunity, ve kterých se tyto prvky těží. Pozitivní je, že např. Apple již zařadil kobalt na pomyslný list konfliktních minerálů, avšak tento krok je pouze začátkem, jelikož v Číně i ostatních zemích dochází k růstu hospodářské úrovně a tlak na těžbu se tudíž bude zvyšovat. Další možností je kooperace s vědci a univerzitami a celková podpora výzkumu (i v rámci společností) alternativ k těmto minerálům. V rámci dodavatelských řetězců je významně ohroženo životní prostředí i lidská práva. (The Washington Post, 2017; Amnesty International, 2016)

Společnosti by také měly více kontrolovat, testovat a následně eliminovat chemikálie v produktech a ve výrobě. Měly by si také více kontrolovat používané chemikálie u svých dodavatelů, jejich použití zaměstnanci a skladování (např. ve spolupráci s dalšími odběrateli a mezinárodními/lokálními organizacemi).

---

<sup>106</sup> For example, cerium is extracted by crushing mineral mixtures and dissolving them in sulphuric and nitric acid, and this has to be done on a huge industrial scale, resulting in a vast amount of poisonous waste as a byproduct.

<sup>107</sup> Týmy složené nejen ze zástupců společností, ale také z mezinárodních organizací jako je CSFI a EICC a také s členy mezinárodních neziskových organizací, které se této problematice věnují, jako je Amnesty International či China Labor Watch, atd.

<sup>108</sup> Aluminium batteries

Problém totiž nastává v případě, když zaměstnanci onemocní, a pakliže nejsou chemikálie přesně evidovány a jejich potenciální vliv na lidský organismus a životní prostředí není prozkoumán, mají postižení zaměstnanci velké problémy dokázat spojitost mezi jejich onemocněním a použitím chemikálie. (Public Intergity, 2015)

### 5.1.5 Spotřebitelské otázky

Společnosti by neměly zapomínat ani na samotné spotřebitele, kteří používáním produktů také spotřebují el. energii. Dle Applu (2016) představuje používání produktů 17 % jejich uhlíkové stopy, což je po výrobě hned druhá kategorie, jenž přispívá k emisím CO<sub>2</sub>. Např. Apple zahrnuje používání produktů i jejich následnou likvidaci do svých emisí a snaží se je snížit především pomocí energeticky efektivnějších produktů. Stejně jako Google si uvědomuje, že zdroje naší planety nejsou nekonečné, tak se i Apple svým demontážním robotem Liam (bližší informace v rámci analýzy Applu) snaží o opětovné použití materiálů. Neméně důležitá je i edukace spotřebitelů, kteří ve většině případů mají malé povědomí o environmentálních otázkách a přínosech jednotlivých produktů. Např. na obalech či po založení účtu by měl být spotřebitel obeznámen s budoucí spotřebou el. energie, s možnostmi jak tuto spotřebu snížit, s možnostmi, jak prodloužit životnost daných produktů a jak následně produkty efektivně recyklovat. Také by se mělo více prezentovat riziko nekontrolovaného využívání zdrojů Země, avšak to není úkol jen pro analyzované, ale především pro OSN, ostatní mezinárodní organizace a vlády. Společnosti, které si uvědomují nutnost snížení využití zdrojů a jejich znovu použití (podpora cirkulární ekonomiky), by měly být více prezentovány ostatním společností.

### 5.1.6 Společenská angažovanost a rozvoj komunit

Analyzované společnosti darují své technologie a služby neziskovým organizacím, vládám a školám. Příjemce darů i učí, jak s technologiemi pracovat a jak zlepšit komunity, ve kterých působí (přehled dotací a dobrovolnických hodin níže). Nejméně je v této oblasti angažovaný Apple, který poskytuje informace pouze o podpoře amerických škol.

Vzdělání je pro IT velmi podstatné, jelikož v roce 2020 bude v EU chybět přes 750 tisíc IT odborníků. USA jsou na tom velmi podobně, kdy 71 % nových STEM<sup>109</sup> pracovních míst je z IT, avšak pouze 8 % STEM absolventů má diplom z IT. Proto se všechny analyzované společnosti zapojují do Hour of Code a pomáhají s propagací vzdělání v IT u dětí od základních škol. Nejvíce s organizací Code.org, která Hour of Code spolupracuje Microsoft a Google. Informační technologie (především programování) by se měly začít učit už na základních školách, a proto by se mělo věnovat více výuky učitelům, kteří jsou za tuto výuku zodpovědní. Nejvíce se v oblasti vzdělání učitelů angažuje IBM (není zaměřeno pouze na podporu učitelů v rámci IT, ale všech předmětů). (Code.org, 2017)

---

<sup>109</sup> Science, technology, engineering and mathematics

Společnost	Dotace (produkty a finanční dotace)	Počet dobrovolnických hodin (h)
Apple	\$100 mil. <sup>110</sup>	N/A <sup>111</sup>
Microsoft	\$166 mil. a \$1 074 mil. <sup>112</sup>	650 000 <sup>113</sup>
IBM	\$205 mil. <sup>114</sup>	1 195 000 <sup>115</sup>
Alphabet (Google)	\$200+ mil. <sup>116</sup>	300 000+ <sup>117</sup>

**Tabulka 22: Dotace a dobrovolnické hodiny**

Zdroj: Vlastní zpracování

## 5.2 Doporučení pro malé a střední podniky

Stejně jako byly rozděleny doporučení pro vybrané IT podniky (a i analytická část), jsou rozděleny i doporučení pro malé a střední podniky, a to dle mezinárodní ISO normy 26000.

### 5.2.1 Vedení organizace

Z průzkumu mezi malými a středními IT podniky vyplynulo, že velká část podniků o CSR nemá dostatek informací a neví, jak ho efektivně řídit. Proto by bylo pro tyto podniky vhodné nejprve se o CSR dozvědět více, co vše lze pod společenskou odpovědnost zahrnout a jak ji efektivně implementovat v podniku. Řada CSR aktivit není finančně a ani časově náročná. V rámci České republiky najdeme hned několik organizací působících na poli CSR, které se věnují jeho propagaci. Podniky se mohou zapojit např. do:

- Asociace společenské odpovědnosti - <http://www.spolecenskaodpovednostfirem.cz/>
- Business Leaders Forum - <http://www.csr-online.cz/>
- Byznys pro společnost (uděluje prestižní cenu TOP Odpovědná firma i malým podnikům) - <http://byznysprospolecnost.cz/>
- Česká společnost pro jakost - <http://www.csq.cz/> (Grabec, 2016)

Možnost zapojit se do jedné z výše zmíněných organizací určitě ocení i podniky, které již CSR aktivity vyvíjejí<sup>118</sup>, jelikož takto mohou sdílet své zkušenosti a zjistit více o best case practises. Podniky, které chtějí být členy např. Asociace společenské

<sup>110</sup> Podpora ConnectED – období není specifikováno – finanční dotace i produkty

<sup>111</sup> Dobrovolnický program pouze v USA a výsledky nejsou zveřejněny

<sup>112</sup> 2016 - \$166 mil. finanční dary neziskovým organizacím a \$1 074 mil. FMV (fair market value) darovaného softwaru a hardwaru a slevy

<sup>113</sup> 2016 - data pouze z USA

<sup>114</sup> 2015 - cash + technology + services

<sup>115</sup> 2015 - globální data

<sup>116</sup> 2016 - \$50 million Employee Gift Matching + \$100 million grants to social entrepreneurs + \$50 million for education + chybí kalkulace dalších oblastí

<sup>117</sup> 2016 - 50,000 hours GoogleServe + 250,000 hours through Google.org

<sup>118</sup> 41 ze 47 podniků nejsou členy některé z platforem věnujících se CSR a ani nepodporují nevládní organizace, které se věnují společenské odpovědnosti

odpovědnosti, musí platit roční členské poplatky. Pro malé a střední podniky je určený balíček služeb na 12 měsíců, který zahrnuje úvodní konzultaci, networking, bezplatnou účast na akcích pořádaných asociací, prostor a propagaci společensky odpovědných aktivit na sociálních sítích, webových stránkách asociace i prostor v pravidelném zpravodaji. Tento balíček vyjde malé podniky na 4 000 Kč a střední podniky na 15 000 Kč. Roční členství v Business Leaders Forum vyjde malý podnik (do 10 zaměstnanců) na 10 000 Kč + DPH a střední podnik (do 100 zaměstnanců) na 30 000 Kč + DPH. V případě Byznysu pro společnost mikro podniky (do 10 zaměstnanců) za roční členství zaplatí 20 000 Kč, malé podniky (do 50 zaměstnanců) 25 000 Kč a střední podniky (do 249 zaměstnanců) 35 000 Kč<sup>119</sup>.

Také by si měli zvolit zodpovědnou osobu pro CSR problematiku, z průzkumu vyplynulo, že už nyní má zodpovědnou osobu pro CSR 22 ze 47 respondentů.

U malých a středních podniků, který vyvíjí CSR aktivity, bylo zjištěno majoritní (40 ze 47 podniků) zapojení vedení v rozhodování o CSR aktivitách. Vystává zde otázka, zda jsou vůbec do rozhodování o CSR aktivitách zapojení samotní zaměstnanci. Rozhodně by se měly podniky ptát svých zaměstnanců, jaké aktivity by měl podnik začít/rozšiřovat a zapojit je v rámci těchto aktivit. Příkladem může být snižování spotřeby vody či el. energie, kdy samotní zaměstnanci mohou přispět nápady na zvýšení úspor.

Pozitivní zjištěním bylo i u 14 podniků zapojení ostatních stakeholderů do rozhodování o CSR. Např. místní vedení města bude mít lepší přehled o tom, jak může podnik zvýšit recyklaci odpadů a místní ředitel školy bude vědět, jak může podnik pomoci s výukou v rámci místní školy (host v rámci IT hodiny – rozšíření znalostí dětí a vzhled do praxe), případně, kterému žákovi mohou nabídnout stáž.

Dále by MSP měly počítat s budoucí certifikací ISO, SA8000, AA1000 či jinými normami/standardsy jako je např. UN Global Compact. Využívání těchto standardů má nespočet pozitiv (více v Literárním přehledu) a napomáhá podnikům odhalit jejich nedostatky/prostor pro zlepšení.

### 5.2.2 Pracovní podmínky

Pracovní prostředí je další z oblastí, na které se v IT klade důraz. Work-life balance, dog friendly prostředí, ergonomické pracovní prostředí, sick days, sabatikl, mimo pracovní aktivity s týmem či forma wellness programu je i u malých a středních společností velmi častá. Spokojený zaměstnanec pracuje lépe a efektivněji. Proto by se vedení podniků mělo o možnostech zlepšení benefitů a pracovního prostředí se zaměstnanci pravidelně bavit. I koupě správné ergonomické židle je nemalým benefitem pro zaměstnance, který sedí většinu dne za počítačem. Např. lékaři certifikovaná zdravotní židle SpinaliS díky svému unikátnímu výkyvnému sedáku na pružině zajistí zaměstnancům stále vzpřímené a současně i zdravé sezení bez bolesti zad. (Zdravotní židle, 2017)

IT je velmi progresivní obor a je zde nutné pravidelně získávat nové informace<sup>120</sup>. Podniky by svým zaměstnancům měly nabízet možnost školení a dalšího

<sup>119</sup> Více informací o obsahu členství/balíčků na dotaz u jednotlivých organizací.

<sup>120</sup> 43 ze 47 podniků, které vyvíjí CSR aktivity, poskytujete svým zaměstnancům školení, aby se mohli rozvíjet, vzdělávat a odborně růst

vzdělávání. Časté jsou formy coachingu či mentoringu v rámci podniku i mimo něj. Dále je možné vyčlenit určitý počet hodin zaměstnancům na vzdělávání v rámci pracovní doby, kdy se mohou zaměstnanci sebezvzdělávat a tyto informace např. na týdenní bázi sdílet se zbytkem týmu.

Další doporučení se týká školení BOZP<sup>121</sup> a PO<sup>122</sup>. Část podniků<sup>123</sup>, které vyvíjí CSR aktivity uvedla, že tuto problematiku neškolí, avšak dle § 103 odst. 2 a 3 zákona č. 262/2006 Sb. zákoník práce (BOZP) je povinností zaměstnavatele zajistit zaměstnanci především tzv. vstupní školení. Kdo je povinen školit PO je definováno v rámci § 4 odst. 2 nebo 3 Zákona č. 133/1985 Sb a zákonné požadavky školení jsou upřesněny v § 16/§ 16a zákona č. 133/1985 Sb. o požární ochraně a § 23 vyhlášky č. 246/2001 Sb. o požární prevenci. (CRDR, 2017) I malé a střední firmy by si měli zkontrolovat, jestli spadají pod organizace, které musí dle zákonů České republiky BOZP i PO školit. Jak školení BOZP, tak i PO, lze provádět online u specializovaných poskytovatelů těchto kurzů.

### 5.2.3 Lidská práva

Vzhledem k nízkému procentu zaměstnaných žen v tázaných MSP, by bylo vhodné více se zaměřovat na potenciální diskriminaci žen při výběru nových zaměstnanců. Stejně výsledky reportuje i Český statistický úřad, kdy byl v roce 2016 podíl žen v IT pouze 7 %, což Českou republiku zařadilo na druhé „nejhorší“ místo v rámci Evropy. Otázkou však je, kolik žen má vůbec zájem o pozice v IT a zda by zvyšování povědomí o možnostech v rámci tohoto oboru nemělo začínat již na základních a středních školách. (Personalista, 2016)

### 5.2.4 Životní prostředí

Zvýšení podílu recyklovaných odpadů v rámci podniku je další oblast, které se lze věnovat. Pokud již podnik netřídí, může začít s papírem, sklem a plasty. Případně recyklaci rozšířit na hliník či baterie. Pokud na to má podnik možnost, tak si může založit vlastní kompost. Někteří z respondentů podporují recyklaci i v rámci dodavatelského řetězce. Podniky by neměly opomíjet i zpětný odběr, který je u některých produktů povinný (dle zákona 185/2001 Sb.). Zpětný odběr se např. týká pneumatik, galvanických článků a baterií, elektrických akumulátorů nebo výbojek a zářivek. (EkoList, 2014) Podniky mohou také využívat ekologické prostředky na čištění a mytí nádobí, atd. Širokou škálu těchto produktů lze nalézt na [www.econea.cz](http://www.econea.cz). Je také možné nechat se v ekologickém úklidu firmy/domácnosti proškolit. Např. ekologický institut Veronica firmám nabízí školení a zpracování návrhu ekologicky šetrného provozu kanceláří. Jejich nabídka zahrnuje: zhodnocení současného stavu, návrh opatření, semináře pro zaměstnance, konzultace, možnost dlouhodobé spolupráce/sledování procesu. Při splnění podmínek firmám nabízí i přípravu žádosti o udělení ekoznačky „Ekologicky šetrná kancelář“. Dále lze využívat recyklovaný papír na tisk, používat úsporné žárovky, atd. (Econea, 2017; ZO ČSOP Veronica, 2017)

---

<sup>121</sup> Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

<sup>122</sup> Požární ochrana

<sup>123</sup> Ze 47 podniků 9 neškolí své zaměstnance

Po vzoru velkých IT společností se podniky můžou zaměřit na elektrickou energii z obnovitelných zdrojů. Nemusí nutně instalovat solární panely nebo stavět bioplynové stanice. Už i v České republice mají spotřebitelé možnost vybrat si z takzvaných „zelených tarifů“. Jednou z výhod zelené elektřiny je, že společnosti nemusí platit daň z elektřiny. (E.ON, 2017) V ČR jsou nabízeny dvě formy těchto produktů, a to:

- Produkty na bázi dodávek – v tomto případě dodavatel nabízí zákazníkovi, že pro něj opatří sjednané množství elektřiny vyrobené z obnovitelných zdrojů.
- Produkty na bázi fondu – dodavatel prodává zákazníkovi elektřinu vyrobenou v různých zdrojích, přičemž ručí za to, že předem smluvená část ceny bude uložena do fondu na podporu obnovitelných zdrojů. (Hnutí DUHA, 2017)

Produkt na bázi dodávek nabízí například Nano Energies, kteří dodávají certifikovanou 100% zelenou elektřinu pocházející z tuzemských obnovitelných zdrojů (především z biomasy – 59 % elektrického mixu). Jejich energie je i každoročně auditována společností Price Waterhouse Coopers, s.r.o. (Nano Energies, 2017)

Dále z velkých dodavatelů tento typ produktu nabízí E.ON, a to v podobě tarifu pro firmy EkoStandardPower. Nevýhodou společnosti E.ON je, že do elektrického mixu z obnovitelných zdrojů zahrnují i velké vodní elektrárny, které negativně zasahují do životního prostředí především při výstavbě<sup>124</sup>. Z celkového podílu elektrického mixu tvoří obnovitelné zdroje společnosti E.ON zhruba 20 %. (E.ON, 2017; Ekobonus, 2014)

Také se můžou rozhodnout, že podepíší Power Purchase Agreement se samotným investorem nebo koupí Guarantee of origin k samotné energii (evropská alternativa k Renewable Energy Certificate).

Druhý typ produktu nabízí například Skupina ČEZ v podobě tarifu Zelená energie, kdy z každého spotřebovaného kWh platíte 0,1 Kč do fondu na podporu obnovitelných zdrojů. Také máte právo užívat značku „Vyrobena zelenou energií“. (Zelená energie, 2017)

Další možností, jak omezit spotřebu el. energie a zároveň poskytnou zaměstnancům pracovní benefit, je dát jim možnost mít určitý počet dnů v týdnu home office a podporovat je ve využívání on-line konferencí a on-line meetingů na místo cestování.

Zaměstnanci, kteří vyvíjí produkty, by se měli zamýšlet nejen nad funkcionalitou svých produktů, ale také nad energetickou spotřebou během užití těchto produktů.

### 5.2.5 Korektní podnikání

Co se zveřejňování CSR aktivit týče, pouze 4 respondenti uvedli, že mají informaci o svých CSR aktivitách uvedenou na svých webových stránkách. V dnešní době je

---

<sup>124</sup> V zahraničí (např. USA) se tento typ el. energie do obnovitelných zdrojů nezapočítává. (Governing, 2013)



společenský zodpovědná reputace důležitá především pro ženy a generaci Y<sup>125</sup>, tudíž by se zveřejňování informací z této oblasti měli podniky věnovat. (Ipsos, 2016) Při hledání práce si většina lidí prochází stránky svého potenciálního zaměstnavatele a tudíž je vhodné vytvořit sekci věnující se CSR aktivitám a přístupu společnosti v této oblasti. Tyto informace nebudou cennými pouze pro potenciální zaměstnance, kterých bude v IT oblasti v příštích letech stále nedostatek, ale také pro zákazníky a dodavatele.

Pouze 16 ze 47 malých a středních podniků má sestavený a zveřejněný etický kodex. Dalším doporučením pro podniky je sestavit krátký (ale výstižný) etický kodex, který zdůrazní, co je pro podnik důležité. Tento kodex lze také uveřejnit na webových stránkách, mít ho vyvěšený v prostorech podniku a verbálně s ním seznámit zaměstnance. Etický kodex podporuje firemní kulturu a při růstu společnosti se stává nepostradatelným.

### 5.2.6 Společenská angažovanost a rozvoj komunit

V rámci kooperace se školami a pomoci se zvýšením povědomí o IT oborech se mohou malé a střední podniky zapojit do podpory projektu Hodiny kódu (Hour of Code) neziskové organizace Code.org. Hodina kódu je úvodem do informatiky, který má za cíl přiblížit programování a ukázat, že se každý může naučit jeho základy. Největší počet těchto hodin probíhá od 7. do 13. prosince v rámci Týdnu informatiky. Hodina kódu nabízí výukové programy pro děti od 4 let a je dostupná ve 40 jazycích včetně češtiny. V České republice již proběhlo 355 těchto oficiálních Hodin kódu, výčet všech hodin zrealizovaných u nás (včetně podkladů) lze najít na [www.hourofcode.com](http://www.hourofcode.com). Zaměstnanci mohou Hodinu kódu vést třeba ve škole, kterou navštěvují jejich děti. (Hour of Code, 2017) Podpora vzdělání v IT oblasti je velmi důležitá, protože již dnes je v celém světě nedostatek IT odborníků (v ČR cca 20 tisíc) a dle Evropské komise jich v roce 2020 bude v EU chybět přes 750 tisíc. (Novinky, 2017) Velká část<sup>126</sup> malých a středních podniků, které vyvíjí CSR aktivity, se již vzdělání věnuje. Vhodné je i vytvořit kooperaci se střední/vysokou školou, která budoucí IT pracovníky vzdělává a zapojit se do výuky či poskytnout zpětnou vazbu, co od potenciálních zaměstnanců očekávají, nebo vytvořit placené/neplacené stáže pro tyto studenty.

Kalkulace nákladů na participaci v rámci Hodiny kódu či jiného typu dobrovolnictví. Pokud by měli zaměstnanci pouze jeden den k vykonávání dobrovolnictví, tak se náklady budou rovnat minimálně jejich hrubé mzdě a zákonným odvodům na straně zaměstnavatele. Příklady mezd odpovídají průměrům za rok 2016 v Brně. (CIO Business World, 2016)

---

<sup>125</sup> Lidé narození mezi léty 1980 až 1995

<sup>126</sup> 35 ze 47 podniků se zapojuje do projektů zaměřených na zvýšení kvality vzdělávání / 30 ze 47 podniků se zapojuje do partnerství s místními organizacemi (VŠ, výzkumné laboratoře, atd.) zaměřené na technologický a vědecký rozvoj

Pozice	Měsíční hrubá mzda	Denní <sup>127</sup> hrubá mzda	Zákonné odvody (9% zdravotní pojištění a 25 % sociální pojištění)	Celkové náklady na straně zaměstnavatele
IT manažer	75 000 Kč	3 571 Kč	1 214 Kč	4 786 Kč
C/C++ vývojář (3 – 5 let praxe)	50 000 Kč	2 381 Kč	810 Kč	3 191 Kč
Projektový koordinátor	45 000 Kč	2 143 Kč	729 Kč	2871 Kč

**Tabulka 23: Náklady na dobrovolnictví**

Zdroj: Vlastní zpracování

Dále se mohou (nejen) IT podniky zapojit do projektu IBM World Community Grid (WCG). WCG je největší veřejná počítačová síť na světě zaměřená na řešení vědeckých výzkumných projektů prospěšných pro lidstvo. Momentálně má WCG 477 partnerů a volnou kapacitu počítačů/smartphonů daruje přes 650 000 registrovaných uživatelů. Projekty renomovaných vědců, které díky kapacitě Vašeho počítače podpoříte, jsou např. výzkum HIV/AIDS, rakoviny, viru Zika nebo výzkum zelené energie. Okamžitě po stáhnutí a instalaci jednoduchého programu nabízíte část nevyužívané kapacity vědcům pro výzkumné účely. (World Community Grid, 2017)

Společenská angažovanost byla další oblastí, v rámci které podniky často vyvíjely CSR aktivity<sup>128</sup>. Podpora dobrovolnictví, neziskových organizací a filantropie je pro podniky častým synonymem k společenské odpovědnosti, avšak je pouze jednou její částí. Podniky by se neměly zaměřovat pouze na finanční dotace, ale měly by nabízet své odborné znalosti, které např. v neziskových organizacích chybí. Příkladem může být vytvoření webové prezentace, poskytnutí místa na firemním serveru, nabízet zdarma či se slevou své produkty<sup>129</sup>, poskytnout školení či rady z IT oblasti, atd. Tyto aktivity jsou více časově náročné a podnik je platí v podobě času stráveného zaměstnancem, za to mají větší společenský dosah, jelikož budují dlouhodobé vztahy v rámci komunity.

Níže je představena případová studie pojednávající o vybraných CSR aktivitách společnosti Fragaria s.r.o., která vyvíjí řadu CSR aktivit, přestože se jedná o malý podnik o 18 zaměstnancích. Jsou i příkladnou ukázkou možností, které mají IT společnosti v oblasti společenské angažovanosti. V rámci jejich CSR aktivit demonstrují, že není nutné dávat velké finanční dary, ale jejich odbornost je to, čeho si neziskové organizace i ostatní stakeholdeři více cení.

### 5.2.7 Case study Fragaria s.r.o.

Fragaria s.r.o. vyvíjí internetové a mobilní aplikace především v technologiích AngularJS, Typescript, Node.js, Python, MongoDB, Elasticsearch apod. Mezi její klienty patří jak velké korporace, tak i neziskové organizace. Ve firmě pracuje aktuálně

<sup>127</sup> Při měsíci s 21 pracovními dny

<sup>128</sup> 23 ze 47 podniků motivuje své zaměstnance k dobrovolnickým aktivitám / 34 ze 47 podniků spolupracuje s neziskovými organizacemi / 29 ze 47 podniků se angažuje ve firmením dárcovství

<sup>129</sup> I společnosti jako je Google či Microsoft nabízí své produkty neziskovým organizacím zdarma či se slevou.

18 zaměstnanců (17 mužů a jedna žena), sídlí v Praze a svou činnost začala již v roce 2005.

Fragaria se řadí mezi malé podniky a je ukázkou IT společnosti, která může být příkladem pro ostatní malé a střední společnosti, obzvláště v oblasti **společenské angažovanosti a rozvoje komunit**.

Mezi CSR aktivity firmy se řadí např. v minulosti vytvořený e-shop pro projekt NAMA organizace Člověk v tísni, o. p. s., který podporoval chráněnou dílnu na jihu Namibie.

Dále vývojáři Fragarie vytvořili databázovou aplikaci pro občanské sdružení Semiramis, která předtím pracovala ve starém a špatně fungujícím programu UNIDATA. Systém pro zaznamenávání pracovních výkonů v terénních programech, jménem BorIS, je k dispozici jako opensource řešení i pro další organizace, zaměřené na primární prevenci, kontaktní centra apod. Seminaris si Fragaria vytypovala jako organizaci, kterou finančně podpoří v rámci jejich ročního příspěvku na dobročinné účely. Po komunikaci se zástupci organizace zjistili, že Semiramis z.ú. mohou efektivněji pomoci svými odbornými znalostmi a dohodli se, že pro ně vytvoří informační systém, který jim bude vyhovovat lépe, než jejich současný systém. Vývojáři Fragarie na BorISovi pracovali ve volném čase i v rámci pracovní doby. Vzhledem k tomu, že o aplikaci projevil zájem další organizace a podařilo se do projektu získat finanční prostředky, dále jej rozvíjí. (BorIS, 2017)

BorIS má i vlastní webové stránky ([www.bor-is.cz](http://www.bor-is.cz)), skrze které můžou další organizace Fragariu kontaktovat a zdarma získat tento IS. Nyní BorISe používá 9 organizací, které svým rozsahem představují zhruba polovinu organizací zaměřujících se na práci s drogově závislými lidmi. Rozsáhlé využívání BorISe umožňuje sběr dat a statistické výstupy napříč Českou republikou. Fragaria dále nabízí možnost využívání jejich serveru k chodu BorISe, kdy je provoz zpoplatněn částkou 1000 Kč/měsíc. Tato částka pokrývá náklady na server, zabezpečení dat, zálohování a drobný rozvoj. (BorIS, 2017)

Ondřej Šulc z organizace Seminaris o BorISovi řekl: *“Díky tomuto řešení jsme významně zefektivnili vykazování a evidenci naší činnosti, nemluvě o generování nej-různějších přehledů a statistických výstupů, které pro nás byly v minulosti vítanou víkendovou aktivitou.”* (BorIS, 2017)

Fragaria podporuje i vzdělání programátorů, a to skrze sdružení Pyvec ([www.pyvec.org](http://www.pyvec.org)), kde jsou zástupci Fragarie členy vedení. Pyvec je občanské sdružení propagující opensource a Python technologie, především v ČR.

Fragaria stojí za vznikem projektu Dej šanci ([www.dejsanci.cz](http://www.dejsanci.cz)), který je zaměřen na pomoc osobám, jenž v ČR získaly azyl, postavit se na vlastní nohy. Cílem projektu Dej šanci je ukázat, že mnozí azylanti jsou ne vlastní vinou ve složité situaci a zároveň jsou schopni integrace do tuzemské společnosti. Fragaria zařídila zdarma bydlení jedné rodině na předem daný čas a dále se snaží pomáhat s vybavením dalších domácností.

V oblasti **pracovních podmínek** Fragaria poskytuje svým zaměstnancům možnost vzít si pejska do práce či home office. Zaměstnanci společně grilují a celkově se ve Fragarii snaží o work-life balance.

Zaměstnanci se vzdělávají prací, jelikož se snaží ve všech svých projektech implementovat moderní řešení. Nemají předem daná školení, které musí absolvovat. Sami si volí, jaké školení chtějí absolvovat pro svůj osobní rozvoj.

V oblasti **spotřebitelských otázek** se zaměřují i na potřeby, které jsou atypické. Např. vyvinuli informační systém Foster pro kompletní správu agendy v zařízeních náhradní výchovy. Jeho základem je databáze klientů, k níž pracovníci konkrétních zařízení přistupují pomocí běžného internetového prohlížeče (prostřednictvím šifrovaného protokolu HTTPS), na základě osobních přihlašovacích údajů. Smyslem projektu Foster je podpořit většinu procesů v zařízení náhradní výchovy a docílit vyšší přehlednosti a efektivity práce. (Fragaria, 2017)

Také participují na vývoji aplikace D21 ([www.d21.me](http://www.d21.me)), která má přesah i do sociální sféry. Tato aplikace je inovativním volebním systémem, který pomáhá dělat chytřejší a lépe informovaná rozhodnutí. Aplikace D21 i informační systém Foster jsou komerčními projekty. (D21, 2017)

## 6 Diskuze

V této části bude srovnán výzkum CSR u malých a středních podniků i u vybraných IT společností s vybranými dostupnými výzkumy. Také bude věnován prostor nedostatkům těchto výzkumů.

Reputace společností v CSR oblasti je na roční bázi vyhodnocována Reputation Institute, který se zabývá reputací na národních i nadnárodních úrovních. V průzkumu v roce 2016 se výše zkoumané společnosti umístili: 1. místo Google, 2. místo Microsoft, 7. místo Apple a 31. místo IBM<sup>130</sup>. Což značí o tom, že jsou tyto společnosti mezi spotřebiteli vnímány jako společensky odpovědné a efektivně komunikují své CSR aktivity. Reputace neodráží reálnou aktivitu na poli CSR, především je podstatné zdůraznit, že se IBM zaměřuje více na BtB, tím pádem nejsou její aktivity mezi koncovými spotřebiteli tak známé. Avšak tento výzkum lze srovnat s výsledky výzkumu výše, kdy oba výzkumy potvrzují, že analyzované společnosti jsou na pomyslné špičce v CSR. (Reputation Institute, 2016)

Další výzkum, který byl zvolen pro srovnání s výsledky této práce je hodnocení dle společnosti CSRHub. CSRHub je webový nástroj, který poskytuje přístup k hodnocením zaměstnanců, životního prostředí, komunity a správy ve většině významných společností v Severní Americe, Evropě a Asii. Jedná se o první hodnocení firem v oblasti CSR, které kombinuje informace od devíti významných investičních společností<sup>131</sup>, které se zaměřují na CSR, a více než 265 nevládních organizací, vládních agentur, zpravodajských kanálů a vydavatelů. Momentálně mají v databázi 532 reportů od výše zmíněných organizací a investičních firem a hodnotí 17 413 společností. Nejvyšší hodnocení je momentálně 82 bodů, kdy společnosti, jenž jsou analyzovány v této práci, obdržely:

- Microsoft – 69 bodů
- Apple – 62 bodů
- Google – 62 bodů
- IBM – 64 bodů (CSRHub, 2017)

Z toho hodnocení vyplývá, že mezi společnostmi není markantní rozdíl a obdobně jako v této práci se v rámci hodnocení umístil Microsoft. Na druhém místě se umístilo IBM, kdy v rámci této práce bylo až třetím místě, kdy druhé místo obsadil Google. Stejně jako v této práci se na čtvrtém místě umístil Apple, které v hodnocení CSRHubu sdílí třetí až čtvrté místo spolu s Googlem (hodnocení společností viz Přílohy).

Hlavním nedostatkem výzkumu vybraných IT společností působících na mezinárodním poli je nedostatečná transparentnost v některých oblastech (např. korektní podnikání, vedení organizace a pracovní podmínky). Společnosti jsou velmi transparentní především v oblasti životního prostředí. Dále lze brát jako problematické i samotné kvalitativní hodnocení, které bylo postaveno na kontaktu se zástupci vybraných společností, na dostupných CSR reportech daných společností, na článcích a analýzách organizací, které se CSR zabývají (CDP, Greenpeace, Amnesty International, CFSI, KPMG, OSN, Center for political Accountability, atd.).

---

<sup>130</sup> Zkoumané společnosti se umístili na obnoblých místech i v minulých letech.

<sup>131</sup> socially responsible investment (SRI) analysis firms

V České republice Kašparové a Kunze (2013) mají právě velké nadnárodní společnosti podíl na vývoji podnikatelského prostředí. Tyto společnosti přináší své programy a aktivity v oblasti společenské odpovědnosti v rámci dceřiných společností. Přestože se podniky snaží implementovat CSR, stále několik výzkumů potvrzuje, že společnosti se zahraniční účastí mají podstatně větší podvědomí o společenské odpovědnosti. Proto by se měly malé a střední podniky zajímat o aktivity těchto společností a nechat jejich CSR inspirovat.

V rámci průzkumu povědomí a úrovně společenské odpovědnosti u malých a středních podniků bylo vyselektováno více jak 5 000 podniků a těmto podnikům bylo zasláno 8 613 emailů. Pouze 106 oslovených společností dokončilo vyplňování dotazníku, kdy si dotazník otevřelo 425 respondentů. Za hlavní důvod pro 75 % opuštění dotazníku byla pravděpodobně jeho délka (více jak 80 otázek pro respondenty, kteří již vykonávali CSR aktivity). Taktéž značné množství emailových adres vyfiltrovaných z databáze Amadeus nebylo aktivních. Celková návratnost dotazníků tedy byla 1,23 %.

Pro částečné srovnání výsledků výzkumu u malých a středních podniků bylo použito výzkumu Grabce, v rámci jeho diplomové práce „Společenská odpovědnost ve veřejné správě“, jenž se dotazoval podniků z Jihomoravského kraje na povědomí o aktivitách Jihomoravského kraje v souvislosti se společenskou odpovědností firem. V rámci jeho výzkumu zjistil, že 51% respondentů uplatňuje principy CSR, kdy v této práci vyvíjí CSR aktivity 45 % respondentů. Vyšší podíl respondentů, kteří uplatňují CSR principy, v práci Grabce lze odůvodnit velkými podniky, které nebyly v rámci této práce tázány a které v případě srovnávaného výzkumu tvořily 8,1 % (celkem 381 respondentů). Také větší podíl velkých podniků uplatňuje CSR principy, dle výzkumu Grabce je to 77,4 %. (Grabec, 2016)

Další z obdobných výzkumů, zaměřený na oblast podnikatelského prostředí, byl výzkum Srpové, Kunze a Mísaře „Uplatňování principů CSR u podnikatelských subjektů v České republice“. Z jejich práce vyplynulo, že má 24 % podniků specialistu věnujícího se CSR, kdy v případě výzkumu Grabce má pouze 14% organizací v Jihomoravském kraji osobu odpovědnou za uplatňování principů CSR. Výsledky této práce, kdy bylo zjištěno, že má 21 % respondentů osobu/oddělení zodpovědnou/é za CSR, se velmi neliší od výsledků Srpové a kol. (Srpová, Kunz, Mísař, 2012; Grabec, 2016)

## 7 Závěr

Společenská odpovědnost firem se stává stále důležitější, především pro velké společnosti, které jsou více pod drobnohledem žurnalistů. Proto by společnosti neměly oblast CSR opomíjet a měly by se jí aktivně věnovat. Nadnárodní společnosti by měly sdílet své zkušenosti s malými a středními podniky, které obzvláště v České republice mají v této oblasti stále mezery.

V rámci této práce bylo zjištěno, že především velké nadnárodní IT společnosti mají rozmanité CSR aktivity a úzce kooperují s mezinárodními neziskovými/nevládními organizacemi, vládami či místními komunitami. Zkoumané společnosti jsou jedny z nejvíce společensky odpovědných a veřejnosti uznávaných (viz Reputation Institute). Tyto velké společnosti s rozsáhlými dodavatelskými řetězci mají především v oblasti korektního podnikání jiné priority než malé a střední podniky, které nemají podstatný vliv na své dodavatelské řetězce. Velké podniky jsou částečně zodpovědné za lidská práva a pracovní podmínky jejich dodavatelů a snaží se v těchto oblastech aktivně participovat. Svě dodavatele vystavují auditům, které jsou řízené jejich vlastními zaměstnanci i auditorskými firmami, také své dodavatele vzdělávají a poskytují jim prostor k zlepšení. Především v této oblasti CSR je nutné se stále zlepšovat.

Vliv společenské odpovědnosti (CSR) se odráží v aktivitách, které analyzované společnosti vykonávají. Všechny se určitým způsobem věnují každé z částí CSR dle ISO 26000 a to nejen v krátkodobém měřítku, ale snaží se o pozitivní změny v dlouhodobém horizontu. Tyto společnosti a i 45 % malých a středních podniků (47 podniků) CSR aktivity vyvíjí, a mají k tomu pádné důvody. Podle aktuálního průzkumu agentury Ipsos (2017) se o CSR aktivity společností zajímá stále více Čechů. V minulém roce si spontánně vybavilo konkrétní společensky odpovědnou firmu 24 % populace, v letošním roce je to již 35 %. Odpovědné firmy lidé i více ochotně doporučují svému okolí, a to dvakrát až třikrát ochotněji než ty, které považují za společensky neodpovědné.

Že na společenské odpovědnosti firem záleží a je pro spotřebitele důležitá, vyplývá i z výzkumu agentury Nielsen (2014), která pravidelně realizuje online dotazníkové šetření mezi více jak 30 000 spotřebiteli v 60 zemích. Z posledního šetření vyplynulo, že:

- 67 % respondentů preferuje pracovat pro společensky zodpovědnou společnost
- 55 % respondentů by zaplatilo více za produkty společností, které se zavázaly být sociálně a environmentálně zodpovědné
- 52 % kontroluje obal produktů, aby zjistilo jejich vliv na udržitelnost
- 49 % byly dobrovolníky a/nebo darovali peníze či věci organizaci, které se věnují sociálním a environmentálním programům.

Proto by na tuto problematiku neměly společnosti zapomínat a měli by ji i vhodně propagovat, protože jinak nebude mít pozitivní dopad na hospodaření společnosti.

Malé, střední i velké společnosti jsou zodpovědné za své aktivity. Měly by brát v potaz i omezenost zdrojů a vliv jejich činností na příští generace. V roce 2016 jsme vyčerpali zdroje Země na daný rok za méně než 8 měsíců, což znamená, že jsou

pro naši spotřebu potřebné zdroje 1,6 planety. Bohužel oproti roku 2015 tato metrika vzrostla ze 1,5 na 1,6. Vliv na větší potřebu zdrojů planety má populační růst i růst životní úrovně, například v Číně. (Daily Mail, 2016)



## 8 Seznam použité literatury

### Knihy

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.

EU a Evropská KOMISE. Nová definice malých a středních podniků: Uživatelská příručka a vzor prohlášení. Lucemburk: EUR-OP, 2006. ISBN 9289479175.

ČERNOHORSKÁ, Lenka. Metodika měření společenské odpovědnosti firem: Methodology of corporate social responsibility measurement : zkrácená verze Ph.D. Thesis. [V Brně: Vysoké učení technické], c2011. ISBN 9788021445833.

PAVLÍK, Marek a Martin BĚLČÍK. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada, 2010. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3157-5.

GRAAFLAND, J. J., S. C. W. EIJFFINGER A H. SMID. Benchmarking of corporate social responsibility: Methodological Problems and Robustness. Journal of Business Ethics [online]. 2004 [cit. 2016-08-11]. Dostupné z: [https://pure.uvt.nl/portal/files/603753/SE08\\_\\_\\_.PDF](https://pure.uvt.nl/portal/files/603753/SE08___.PDF)

COOMBS, W. Timothy. a Sherry J. HOLLADAY. Managing corporate social responsibility: a communication approach. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2012. ISBN 978-144-4336-450.

KOTLER, Philip a Nancy LEE. Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause. Hoboken, N.J.: Wiley, c2005. ISBN 04-714-7611-0.

ZADRAŽILOVÁ, Dana. Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

POKORNÁ, Dana. Koncept společenské odpovědnosti: obsah, podstata, rozsah. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. ISBN 978-80-244-3348-6.

BENN, Suzanne a Dianne BOLTON. Key concepts in corporate social responsibility. Los Angeles: Sage, 2011. ISBN 978-1-84787-929-5.

KUNZ, Vilém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.

KULDOVÁ, Lucie. Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]. Kanina: OPS, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-87269-12-1.

CHOUINARD, Yvon a Vincent STANLEY. Zodpovědná firma: jak podnikat tak, aby to bylo prospěšné nejen vlastníkům, ale i ostatním lidem a planetě. Praha: PeopleComm, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-87917-12-1.

KULDOVÁ, Lucie. Nový pohled na společenskou odpovědnost firem: strategická CSR. Plzeň: Nava, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-7211-408-5.

WERTHER, William B. a David CHANDLER. Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment. Thousand Oaks: SAGE Publications, c2006. ISBN 14-129-1373-X.

HENDL, JAN. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-485-4.

HINDLS, Richard, Stanislava HRONOVÁ a Jan SEGER. *Statistika pro ekonomy*. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2002. ISBN 80-864-1930-4.

### **Elektronické zdroje**

DOING WELL BY DOING GOOD. Nielsen [online]. USA: The Nielsen Company (US), 2014 [cit. 2017-05-07]. Dostupné z: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2014/doing-well-by-doing-good.html>

Corporate Social Responsibility (CSR). European Commission [online]. Brussels: European Union, 2016 [cit. 2016-07-25]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_cs](https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_cs)

D21 [online]. Praha: D21, 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.d21.me/cs/>

Fragaria [online]. Praha: Fragaria, 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.fragaria.cz/>

BorIS [online]. Praha: Fragaria, 2017 [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <https://www.bor-is.cz/>

Discover the Companies with the Best CSR Reputation in the World. Reputation Institute [online]. USA: Reputation Institute, 2016 [cit. 2017-05-07]. Dostupné z: <https://www.reputationinstitute.com/research/CSR-RepTrak>

World Business Council for Sustainable Development [online]. Geneva: WBCSD, 2016 [cit. 2016-07-25]. Dostupné z: <http://www.wbcsd.org/home.aspx>

Business for Social Responsibility [online]. San Francisco: BSR, 2016 [cit. 2016-07-25]. Dostupné z: <https://www.bsr.org/en/>

RobecoSAM [online]. Zurich: RobecoSAM, 2016 [cit. 2016-08-02]. Dostupné z: <http://www.sustainability-indices.com>

FSTE Russell [online]. New York: FSTE Russell, 2015 [cit. 2016-08-02]. Dostupné z: <http://91.235.121.52>

Forum Ethibel [online]. Brussel: Forum Ethibel, 2016 [cit. 2016-08-03]. Dostupné z: <http://forumethibel.org/>

ISAR: Intergovernmental Working Group of Experts on International Standards of Accounting and Reporting [online]. Geneva: ISAR, 2016 [cit. 2016-08-04]. Dostupné z: <http://isar.unctad.org>

ILO: International Labour Organization [online]. Genève: ILO, 2016 [cit. 2016-08-04]. Dostupné z: <http://www.ilo.org/>

UNEP: United Nations Environment Programme [online]. Nairobi: UNEP, 2016 [cit. 2016-08-04]. Dostupné z: <http://www.unep.org>

REAP: The Responsible Entrepreneurs Achievement Programme. UNIDO: United Nations Industrial Development Organization [online]. Vienna: UNIDO, 2016 [cit. 2016-08-04]. Dostupné z: <http://www.unido.org/reap/>

Amnesty International [online]. London: Amnesty International, 2016 [cit. 2016-08-04]. Dostupné z: <https://www.amnesty.org/>

OECD: Guidelines for MNEs [online]. Paris: OECD, 2016 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <https://mneguidelines.oecd.org/>

UN Global Compact [online]. New York: UN, 2016 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <https://www.unglobalcompact.org/>

ManagementMania [online]. Plzeň: MANAGEMENTMANIA.COM LLC, 2016 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <https://managementmania.com/>

EMAS v ČR. CENIA: česká informační agentura životního prostředí [online]. Praha: Cenia, 2016 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <http://www1.cenia.cz/www/node/377>

The AA1000 Standards. AccountAbility [online]. London: AccountAbility, 2015 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <http://www.accountability.org/standards/index.html>

Green Globe Certification. Green Globe [online]. Los Angeles: Green Globe Ltd., 2016 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <http://greenglobe.com/green-globe-certification/>

SAI: Social Accountability International [online]. New York: SAI, 2016 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <http://sa-intl.org/index.cfm?>

OHSAS 18001. Certification Europe [online]. Dublin: Certification Europe, 2012 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <http://certificationeurope.com/ohsas-18001-occupational-health-and-safety-management/>

The Leon H. Sullivan Foundation [online]. Washington: The Leon H. Sullivan Foundation, 2013 [cit. 2016-08-08]. Dostupné z: <http://www.thesullivanfoundation.org/index.html>

Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005 [cit. 2016-08-11]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/>

LBG: measuring community investment [online]. London: Corporate Citizenship, 2016 [cit. 2016-08-11]. Dostupné z: <http://www.lbg-online.net/#>

ISO 26000. ISO: International Organization for Standardization [online]. Geneva: ISO, 2016 [cit. 2016-08-12]. Dostupné z: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

Global Reporting Initiative [online]. Amsterdam: Global Reporting Initiative, 2016 [cit. 2016-08-14]. Dostupné z: <https://www.globalreporting.org/>

ČSN ISO 26000: Pokyny pro oblast společenské odpovědnosti. Praha: Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, 2011.

Integrated Reporting [online]. London: International Integrated Reporting Council, 2016 [cit. 2016-08-17]. Dostupné z: <http://integratedreporting.org/>

Apple. Apple, Inc. [online]. Cupertino, CA: Apple, 2017 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <http://www.apple.com>

Forbes. Forbes - Global 2000 list [online]. Washington: Forbes, 2017 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/global2000/list/>

Microsoft. Microsoft [online]. Redmond: Microsoft, 2017 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <https://www.microsoft.com/>

Alphabet. Alphabet [online]. Mountain View: Alphabet, 2017 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <https://abc.xyz/>

Google. Google [online]. Mountain View: Google, 2017 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <https://www.google.cz/intl/cs/about/>

IBM. IBM [online]. Armonk: IBM, 2017 [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: <https://www.ibm.com/>

RE100 [online]. USA: RE100, 2017 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <http://there100.org/>

CDP [online]. United Kingdom: CDP, 2017 [cit. 2017-04-06]. Dostupné z: <https://www.cdp.net/en>

Ethisphere [online]. Scottsdale, USA: Ethisphere, 2017 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <http://ethisphere.com/>

Center for political accountability [online]. Washington, USA: Center for political accountability, 2017 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <http://politicalaccountability.net/index>

Sčítání lidu, domů a bytů. Český statistický úřad (ČSÚ) [online]. Praha, 2015 [cit. 2017-04-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/scitani-lidu-domu-a-bytu>

Electronic Industry Citizenship Coalition [online]. USA: EICC, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.eiccoalition.org/>

Greenpeace [online]. USA: Greenpeace, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.greenpeace.org/international/en/>

Sustainia [online]. Dánsko: Sustainia, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.sustainia.me/>

Hnutí DUHA [online]. Česká republika: Hnutí DUHA, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.hnutiduha.cz/>

Zdravotní židle - SpinaliS [online]. Česká republika: MEDEXO CZ, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.zdravotni-zidle.cz/>

Nerdalize [online]. Nizozemsko: Nerdalize, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://cloud.nerdalize.com/>

Econea [online]. Česká republika: Econea, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.econea.cz/>

Zelená energie [online]. Česká republika: ČEZ, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.zelenaenergie.cz/cs/uvod.html>

World Community Grid [online]. USA: Copyright IBM Corporation, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.worldcommunitygrid.org/>

Hour of Code [online]. USA: Code.org, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://hourofcode.com/>

Podíl žen v IT není v Česku nikterak slavný. Je to ale problém? Personalista.com [online]. Česká republika: VFM s.r.o. a Peoplesource, 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.personalista.com/pracovni-prostedi/podil-zen-v-it-neni-v-cesku-nikterak-slavny-je-to-ale-problem.html>

Benchmarks by Smartphone Brand. American Customer Satisfaction Index [online]. USA: American Customer Satisfaction Index., 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.theacsi.org/customer-satisfaction-benchmarks/benchmarks-by-brand/benchmarks-for-smartphones>

Benchmarks By Company. American Customer Satisfaction Index [online]. USA: American Customer Satisfaction Index., 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: [https://theacsi.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=149&catid=&Itemid=214&c=Apple&i=Personal+Computers](https://theacsi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=149&catid=&Itemid=214&c=Apple&i=Personal+Computers)

Is Customer Satisfaction Useless? (Let's Ask Apple And Nordstrom.). Forbes [online]. USA: Forbes, 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/micahsolomon/2016/12/05/is-customer-satisfaction-useless-lets-ask-apple-and-nordstrom/#3eb52b4f5b81>

The Secrets of Brand Love: How Apple and Starbucks do it [online]. USA: LinkedIn, 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/secrets-brand-love-how-apple-starbucks-do-graham-brown>

Green my Apple bears fruit. Greenpeace [online]. Nizozemsko: Greenpeace, 2007 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/greening-of-apple-310507/>

Tasty news from Apple!. Greenpeace [online]. Nizozemsko: Greenpeace, 2007 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/tasty-apple-news-020507/>

Apple leads in customer satisfaction survey, despite slip. Macworld [online]. USA: IDG Communications, 2009 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.macworld.com/article/1142341/acsi.html>

Deaths of Foxconn Employees Highlight Pressures Faced by China's Factory Workers. The Wall Street Journal [online]. USA: Dow Jones & Company, 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.wsj.com/articles/deaths-of-foxconn-employees-highlight-pressures-faced-by-chinas-factory-workers-1471796417>

EkoStandardPower. E.ON [online]. Česká republika: E.ON, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.eon.cz/domacnosti/elektrina-a-plyn/elektrina/eko-standardpower>

Lhůty a termíny školení BOZP a PO. Jak často je musíte provádět? Školení BOZP [online]. Česká republika: CRDR spol. s r.o., 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.skolenibozp.cz/aktuality/lhuty-a-terminy-skoleni-bozp-a-po-jak-casto-je-musite-provadet/>

Co všechno se vlastně dá recyklovat? Ekolist [online]. Česká republika: BEZK, 2016 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/dotazy-a-odpovedi/co-vsechno-se-vlastne-da-recyklovat>

E.ON drží prvenství v podpoře obnovitelných zdrojů energie. EkoBonus [online]. Česká republika: E.ON, 2014 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.ekobonus.cz/obnovitelne-zdroje/e-on-drzi-prvenstvi-v-podpore-obnovitelnych-zdroju-energie>

Česku chybí tisíce IT odborníků. Mladí se vzdělávají s pomocí počítačových her. Novinky [online]. Česká republika: Seznam.cz, 2017 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/veda-skoly/426831-cesku-chybi-tisice-it-odborniku-mladi-se-vzdelavaji-s-pomoci-pocitacovych-her.html>

Tarif ZELENÁ PRO PLANETU. Nano Energies [online]. Česká republika: Nano Energies, 2015 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <https://www.nanoenergies.cz/nase-nabidka/zelena-pro-planetu/>

World population projected to reach 9.7 billion by 2050. United Nations [online]. Česká republika: United Nations, 2015 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.un.org/en/development/desa/news/population/2015-report.html>

Is Hydropower a Renewable Energy or Not? Governing [online]. USA: GOVERNING, 2013 [cit. 2017-05-05]. Dostupné z: <http://www.governing.com/topics/transportation-infrastructure/gov-hydropower-renewable-energy.html>

Apple hires former EPA chief Lisa Jackson to coordinate environmental policy. The Verge [online]. New York: Vox Media, 2013 [cit. 2017-04-27]. Dostupné z: <http://www.theverge.com/2013/5/28/4374474/apple-tim-cook-d11-interview-taxes>

IBM added 70,000 people to its ranks in 2015, and lost that many, too. Business Insider [online]. USA: Business Insider, 2016 [cit. 2017-05-09]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/ibm-added-and-lost-70000-people-2016-2>

'Mass suicide' protest at Apple manufacturer Foxconn factory. The Telegraph [online]. Jersey: The Telegraph, 2012 [cit. 2017-04-27]. Dostupné z: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/china/9006988/Mass-suicide-protest-at-Apple-manufacturer-Foxconn-factory.html>

Fair Labor Association [online]. Washington DC: Fair Labor Association, 2017 [cit. 2017-04-27]. Dostupné z: <http://www.fairlabor.org>

LEED. U.S. Green Building Council [online]. Washington DC: USGBC, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://www.usgbc.org/leed>

Tim Cook accepts Newseum 2017 Free Expression Award, says companies should have values. Appleinsider [online]. USA: Quiller Media, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://appleinsider.com/articles/17/04/18/tim-cook-accepts-newseum-2017-free-expression-award-says-companies-should-have-values>

Why Apple was bad for the environment (and why that's changing). Macworld [online]. United Kingdom: Macworld, 2017 [cit. 2017-05-01]. Dostupné z: <http://www.macworld.co.uk/feature/apple/complete-guide-apples-environmental-impact-green-policies-3450263/>

Report: Fortune 500 companies accelerating renewable energy, energy efficiency efforts. CDP [online]. United Kingdom: CDP, 2017 [cit. 2017-05-01]. Dostupné z: <https://www.cdp.net/en/articles/climate/power-forward-3-0-press-release>

8 Reasons It's Great To Work At The Apple Store. Business Insider [online]. New York: Business Insider, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/8-reasons-its-great-to-work-at-the-apple-store-2013-4>

Free Hour of Code Workshops December 5 through 11 at Every Apple Store. Apple [online]. Cupertino, CA: Apple, 2017 [cit. 2017-05-01]. Dostupné z: <https://www.apple.com/pr/library/2016/11/17Free-Hour-of-Code-Workshops-December-5-through-11-at-Every-Apple-Store.html>

Chinese Contractors: Foxconn's Underage Worker Use Affects Sony, Google, Apple, Amazon, Nokia. International Business Times [online]. New York: IBT Media, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://www.ibtimes.com/chinese-contractors-foxconn-underage-worker-use-affects-sony-google-apple-amazon-nokia-847987>

IPSOS. Lidé nejsou lhostejní k otázkám CSR ani v dnešní nelehké době. 2013. [online]. [cit. 2017-5-01]. Available URL: [http://www.ipsos.cz/sites/default/files/Tiskov%C3%A1%20zpr%C3%A1va%20Ipsos%2003\\_13\\_2013.pdf](http://www.ipsos.cz/sites/default/files/Tiskov%C3%A1%20zpr%C3%A1va%20Ipsos%2003_13_2013.pdf)

EU Agreement on Trade Rules for Conflict Minerals. White & Case [online]. USA: White & Case LLP, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.white-case.com/publications/alert/eu-agreement-trade-rules-conflict-minerals>

Apple is the Source of Mistreatment of Chinese Workers. China Labor Watch [online]. China: China Labor Watch, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://www.chinalaborwatch.org/report/120>

How Intel Eliminated War From Its Supply Chain. HuffPost [online]. USA: HuffPost, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/entry/intel-conflict-free-minerals\\_us\\_569520e5e4b05b3245da6ea7](http://www.huffingtonpost.com/entry/intel-conflict-free-minerals_us_569520e5e4b05b3245da6ea7)

Leaked Trump Presidential Memo Would Free U.S. Companies to Buy Conflict Minerals From Central African Warlords. The Intercept [online]. USA: The Intercept, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://theintercept.com/2017/02/08/leaked-memo-trump-conflict-minerals/>

The dystopian lake filled by the world's tech lust. BBC [online]. United Kingdom: BBC, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/future/story/20150402-the-worst-place-on-earth>

EC's Conflict minerals proposal must not be limited to four minerals. SOMO [online]. Nederland: SOMO, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.somo.nl/ecs-conflict-minerals-proposal-must-not-be-limited-to-four-minerals/>

How China Is Screwing Over Its Poisoned Factory Workers. WIRED [online]. USA: WIRED, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2015/04/inside-chinese-factories/>

Fairphone answers call for more ethical Electronics. Thomson Reuters Foundation [online]. United Kingdom: Thomson Reuters Foundation, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <http://news.trust.org/item/20151116080310-hg9q8/?source=jt>

China Arrests at Least 3 Workers' Rights Leaders Amid Rising Unrest. The New York Times [online]. USA: The New York Times, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2015/12/06/world/asia/china-arrests-at-least-3-workers-rights-leaders-amid-rising-unrest.html?ref=todayspaper&r=3>

Apple and Microsoft May Use Cobalt Dug by Kids, Report Says. WIRED [online]. USA: WIRED, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2016/01/apple-and-microsoft-may-use-cobalt-dug-by-kids-report-says/>

Community rights widely abused by cobalt mining in Democratic Republic of Congo. SOMO [online]. Nederland: SOMO, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.somo.nl/community-rights-widely-abused-by-cobalt-mining-in-democratic-republic-of-congo/>

The cobalt pipeline. The Washington Post [online]. USA: The Washington Post, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/graphics/business/batteries/congo-cobalt-mining-for-lithium-ion-battery/>

In your phone, in their air - A trace of graphite is in consumers' tech. In these Chinese villages, it's everywhere. The Washington Post [online]. USA: The Washington Post, 2017 [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: [https://www.washingtonpost.com/classic-apps/a-trace-of-graphite-is-in-consumers-tech-in-these-chinese-villages-its-everywhere/2016/10/02/64da8158-54dc-11e6-88eb-7dda4e2f2aec\\_story.html?utm\\_term=.74e1552d9859&wpisrc=nl\\_rain-bow&wpm=1](https://www.washingtonpost.com/classic-apps/a-trace-of-graphite-is-in-consumers-tech-in-these-chinese-villages-its-everywhere/2016/10/02/64da8158-54dc-11e6-88eb-7dda4e2f2aec_story.html?utm_term=.74e1552d9859&wpisrc=nl_rain-bow&wpm=1)

Global warming: Data centres to consume three times as much energy in next decade, experts warn. Independent [online]. United Kingdom: Independent, 2016 [cit. 2017-05-09]. Dostupné z: <http://www.independent.co.uk/environment/global-warming-data-centres-to-consume-three-times-as-much-energy-in-next-decade-experts-warn-a6830086.html>

Workplace Pride [online]. Netherlands: WorkplacePride, 2017 [cit. 2017-05-09]. Dostupné z: <http://workplacepride.org/>

Google Stakeholders & Corporate Social Responsibility (CSR). Http://panmore.com/ [online]. Panmore Institute, 2017 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://panmore.com/google-stakeholders-corporate-social-responsibility-csr-analysis>

Google.org [online]. USA: Google.org, 2017 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.google.org/>

2degrees [online]. United Kingdom: 2degrees, 2017 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.2degreesnetwork.com/>

'Samsung is to blame' for cancers. The Center for Public Integrity [online]. USA: The Center for Public Integrity, 2015 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.publicintegrity.org/2015/09/11/17936/samsung-blame-cancers?>

Platy v IT v roce 2016 rostou. A porostou dál. CIO Business World [online]. Česká republika: IDG, 2016 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://businessworld.cz/business-rizeni-podniku/prehled-platu-v-ceskem-it-7020>

Apple launching volunteer program for employees to help local communities. 9to5Mac [online]. USA: 9to5Mac, 2015 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://9to5mac.com/2015/03/16/apple-launching-volunteer-program-for-employees-to-help-local-communities/>

5 reasons Google is the best place to work in America and no other company can touch it. Business Insider [online]. USA: Business Insider, 2016 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/google-is-the-best-company-to-work-for-in-america-2016-4/#a-high-percentage-of-googlers-say-theyresatisfied-in-their-job-1>

The 50 best companies to work for in America. Business Insider [online]. USA: Business Insider, 2016 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/payscale-best-companies-to-work-for-in-america-2016-4/#50-ameren-1>

Google Defends Internet Freedom. Human Rights Watch [online]. USA: Human Rights Watch, 2010 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.hrw.org/news/2010/04/14/google-defends-internet-freedom>

Earth is now in overdraft for this year: We've used up the planet's resources for 2016 in less than eight months. Daily Mail [online]. USA: Associated Newspapers, 2016 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3729127/Earth-overdraft-ve-used-planet-s-resources-year-EIGHT-months.html>

CSRHub [online]. USA: CSRHub, 2017 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.csrhub.com/>

Google Science Fair [online]. USA: Google, 2017 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://www.google-sciencefair.com/>

Accelerate with Google [online]. USA: Google, 2017 [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <https://accelerate.withgoogle.com/>

Veronica - ekologický institut [online]. Česká republika: ZO ČSOP Veronica, 2017 [cit. 2017-05-19]. Dostupné z: <http://www.veronica.cz/>

### **Články a akademické práce**

DAHLERUD, Alexander. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. DOI: 10.1002/csr.132. ISBN 10.1002/csr.132. Dostupné také z: <http://doi.wiley.com/10.1002/csr.132>

MATTEN, Dirk a Andrew CRANE. Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoretical Conceptualization. *The Academy of Management Review*. 2005, 2005(Vol. 30, No. 1), 166-179.



GRABEC, Tomáš. Společenská odpovědnost ve veřejné správě. Brno, 2016. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Vedoucí práce Ing. Sylvie Formánková, Ph.D.

HORNER, Nathaniel a Inês AZEVEDO. Power usage effectiveness in data centers: overloaded and underachieving. *The Electricity Journal*. 2016, (29), 61-69.

SRPOVÁ, Jitka; KUNZ, Vilém; MÍSAŘ, Jan. Uplatňování principů CSR u podnikatelských subjektů v České republice. *Ekonomika a Management*, 2012, 6.4: 1-14.

## 9 Seznam obrázků

Obrázek 1: Kontingenční tabulka .....	13
Obrázek 2: UN Sustainable development goals (SDGs) .....	20
Obrázek 3: Klíčové témata CSR podle ISO 26000 .....	31
Obrázek 4: Nový model FTSE4Good Indexu .....	36
Obrázek 5: Značení finančních produktů podle Ethibel registru .....	37
Obrázek 6: Porovnání reportování podle sektorů v roce 2013 a 2015.....	38
Obrázek 7: Vliv vlastnictví na CSR reportování z výzkumu KPMG z roku 2011 .....	39
Obrázek 8: Nej kvalitnější reporty dle sektorů dle výzkumu KPMG z roku 2013.....	41
Obrázek 9: Rostoucí tendence společností ověřovat CSR reporty třetí nezávislou stranou, výzkum z roku 2015 .....	44
Obrázek 10: CSR terminologie používaná v nefinančních reportech.....	46
Obrázek 11: Logo Apple .....	50
Obrázek 12: Logo Microsoft .....	51
Obrázek 13: Logo IBM.....	51
Obrázek 14: Logo Google .....	52
Obrázek 15: Logo Alphabet .....	52
Obrázek 16: Nový Apple Park, do kterého se od dubna přesouvá 12 000 zaměstnanců .....	56
Obrázek 17: Hodnocení Apple.....	57
Obrázek 18: Hodnocení Microsoft.....	69
Obrázek 19: Hodnocení IBM .....	79
Obrázek 20: Hodnocení Google .....	85
Obrázek 21: Otázka č. 2: Kolik obyvatel má obec/město, ve kterém sídlíte? .....	86
Obrázek 22: Statistická analýza první hypotézy .....	86
Obrázek 23: Statistická analýza první hypotézy - očekávané četnosti.....	86
Obrázek 24: Statistická analýza druhé hypotézy .....	87
Obrázek 25: Statistická analýza druhé hypotézy - očekávané četnosti .....	88
Obrázek 26: Statistická analýza třetí hypotézy.....	89
Obrázek 27: : Statistická analýza třetí hypotézy - očekávané četnosti.....	89
Obrázek 28: Podíl žen na vedoucích pracovních pozicích.....	92
Obrázek 29: Otázka: Proč CSR aktivity nevyvíjíte? .....	95
Obrázek 30: Komplexita zpracování kobaltu (Amnesty International, 2016) .....	125
Obrázek 31: Procentuální zastoupení integrovaných reportů ve vybraných zemích v roce 2015 (KPMG, 2016) .....	125
Obrázek 32: Potenciální dodavatelský řetězec kobaltu (Amnesty International, 2016) .....	126
Obrázek 33: Globální korporátní příspěvky IBM - dělení dle různých parametrů (IBM, 2015) .....	127
Obrázek 34: Výsledky dobrovolnického programu Community Demand (IBM, 2015) .....	127
Obrázek 35: IBM - spotřeba fosilních paliv a el. energie a s tím spojené emise CO <sub>2</sub> (IBM, 2017) .....	128
Obrázek 36: Nakládání s nebezpečným a běžným odpadem (IBM, 2015) .....	128
Obrázek 37: Odhady finančních úspor IBM z oblasti životního prostředí (IBM, 2017).....	128
Obrázek 38: Výsledky auditů 2013 - 2015 (IBM, 2015).....	129
Obrázek 39: Počty dokončených a odevzdaných opravných akčních plánů (IBM, 2015).....	129
Obrázek 40: Srovnání standardů upravujících společenský odpovědné chování (Kašparová a Kunz, 2013) ....	130
Obrázek 41: Průměrná kvalita reportů podle jednotlivých kritérií z výzkumu KPMG 2013 (KPMG, 2016) .....	130
Obrázek 42: Microsoft emise skleníkových plynů (Microsoft, 2017) .....	131
Obrázek 43: Microsoft spotřeba energie (Microsoft, 2017) .....	131
Obrázek 44: Microsoft spotřeba obnovitelné energie.....	131
Obrázek 45: Typy zelené energie, které Microsoft nakupuje a místa nákupu (Microsoft, 2017) .....	132
Obrázek 46: Kontrola SEA požadavků v rámci dodavatelského řetězce (Microsoft, 2017).....	139
Obrázek 47: Stav prověření hutí v dodavatelském řetězci Googlu .....	140

## 10 Seznam tabulek

Tabulka 1: Metodika hodnocení CSR.....	12
Tabulka 2: Rozdělení stakeholderů .....	17
Tabulka 3: Možný způsob určení stakeholderů .....	18
Tabulka 4: První dvě kategorie a jejich aspekty směrnice G4 GRI.....	26
Tabulka 5: Třetí kategorie a její aspekty směrnice G4 GRI .....	27
Tabulka 6: Obsah standardu ISO 26000 .....	30
Tabulka 7: Klíčová témata a otázky spadající pod jednotlivá klíčová témata dle ISO 26000 .....	32
Tabulka 8: Výsledky výrobních závodů v oblasti životního prostředí společnosti Nestlé.....	33
Tabulka 9: Srovnání požadavků standardů na reportování o společensky odpovědném chování .....	39
Tabulka 10: Rozdíly mezi CSR a CSR2 .....	48
Tabulka 11: Rozdíl mezi CSR a CSV podle Portera - přeloženo a modifikováno Kuldovou .....	49
Tabulka 12: Výsledky průzkumu u MSP - vedení organizace .....	90
Tabulka 13: Výsledky průzkumu u MSP - společenská angažovanost a rozvoj komunit .....	91
Tabulka 14: Výsledky průzkumu u MSP - lidská práva .....	91
Tabulka 15: Výsledky průzkumu u MSP - pracovní podmínky .....	92
Tabulka 16: Výsledky průzkumu u MSP - životní prostředí .....	93
Tabulka 17: Výsledky průzkumu u MSP - korektní podnikání.....	94
Tabulka 18: Výsledky průzkumu u MSP - spotřebitelské otázky .....	94
Tabulka 19: Průměrné PUE .....	97
Tabulka 20: Srovnání vybraných společností v CDP .....	97
Tabulka 21: Závazky společností k uhlíkové neutralitě a 100 % RE .....	98
Tabulka 22: Dotace a dobrovolnické hodiny.....	101
Tabulka 23: Náklady na dobrovolnictví.....	106
Tabulka 24: Microsoft průzkum spokojenosti zaměstnanců (Microsoft, 2017) .....	136
Tabulka 25: Darované produkty a počty neziskových organizací (Microsoft, 2017) .....	136
Tabulka 26: Microsoft finanční dary neziskovým organizacím .....	137
Tabulka 27: Microsoft program Employee Giving (Microsoft, 2017) .....	137
Tabulka 28: Microsoft: zapojení jednotlivých skupin stakeholderů (Microsoft, 2017) .....	139
Tabulka 29: Celkové hodnocení analyzovaných společností .....	140